



Universidad
Nacional
de Loja

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de pasta de maní en el cantón Paltas, provincia de Loja.

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del título de Licenciado en Contabilidad y Auditoría.

AUTOR:

Jhon Alexander Macas Caraguay

DIRECTORA:

Dra. Ignacia de Jesús Luzuriaga Granda MAE.

LOJA-ECUADOR

2024

Educamos para **Transformar**

Certificación

Loja, 11 de marzo del 2024

Dra. Ignacia de Jesús Luzuriaga Granda MAE.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de pasta de maní en el cantón Paltas, provincia de Loja**, previo a la obtención del título de **Licenciado en Contabilidad y Auditoría**, de autoría del estudiante **Jhon Alexander Macas Caraguay**, con cédula de identidad **Nro. 1104265697**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.



Firmado electrónicamente por:
IGNACIA DE JESUS
LUZURIAGA GRANDA

Dra. Ignacia de Jesús Luzuriaga Granda MAE.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Autoría

Yo, **Jhon Alexander Macas Caraguay**, declaro ser autor del presente Trabajo de Integración Curricular o de Titulación denominado: **Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de pasta de maní en el cantón Paltas, provincia de Loja**, y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de este. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma: _____



Firmado electrónicamente por:
JHON ALEXANDER
MACAS CARAGUAY

Cédula de identidad: 1104265697

Fecha: Loja, 11 de marzo del 2024

Correo Electrónico: jhon.a.macas@unl.edu.ec

Teléfono o Celular: 0939837079

Carta de autorización por parte del autor, para consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Integración Curricular

Yo, **Jhon Alexander Macas Caraguay**, declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de pasta de maní en el cantón Paltas, provincia de Loja**, como requisito para optar por el título de: **Licenciado en Contabilidad y Auditoría**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia del trabajo de Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los once días del mes de marzo del año dos mil veinticuatro.

Firma: 

Autor: Jhon Alexander Macas caraguay

Cédula: 1104265697

Dirección: Loja

Correo electrónico: jhon.a.macas@unl.edu.ec

Celular: 0939837079

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Directora del Trabajo de Integración Curricular: Dra. Ignacia De Jesús Luzuriaga Granda MAE.

Dedicatoria

Dedico este Trabajo de Integración Curricular principalmente a Dios porque en él, me eh refugiado en mis momentos más difíciles personales y académicos; así mismo, porque me ha dado la sabiduría necesaria a lo largo de toda mi formación profesional para cumplir con todas mis metas propuestas.

De manera especial a mis padres Sarita Caraguay y Yofre Macas, porque me han enseñado que nada se obtiene sin sacrificio, y quienes me han formado con valores éticos y morales; de igual manera, agradezco por tanta lucha y sacrificio que han hecho para que pueda superarme, por enseñarme que nada es eterno en la vida, que el dolor es temporal pero la satisfacción de hacer las cosas bien es para siempre, aunque el camino sea muy difícil nunca debo rendirme.

A mis hermanos por el apoyo incondicional que me han dado desde el hogar, y como motivación de ellos siempre me dedique a mis estudios, pero siempre estuvieron en los días más difíciles que se me presentaron, dándome aliento para seguir adelante. A mi familia en general que con sus consejos y amor de familia han estado en las buenas y las malas alentándome a mejorar.

Finalmente, a mis amigos con quienes eh convivido y que he llegado a formar lazos de amistad que nunca me imaginé tener, demostrando que entre amigos podemos seguir adelante, sin envidia ni rencores, porque ellos han estado eh cada uno de los éxitos que estado consiguiendo, alentándonos unos a otros a conseguir los sueños en común y personales que ha tenido.

Jhon Alexander Macas Caraguay

Agradecimiento

Mi gratitud eterna a la Universidad Nacional de Loja, a la Facultad Jurídica, Social y Administrativa, a la carrera de Contabilidad y Auditoría, por darme la oportunidad de formarme académicamente en esta honorable universidad, a las autoridades, personal docente y representación estudiantil de la carrera por compartir sus sabios consejos y enseñanzas, que con dedicación, responsabilidad y experiencia académica me acompañaron en todo el proceso de mi formación profesional haciendo más amena la estadía en la universidad.

De manera especial mi agradecimiento a la Dra. Ignacia de Jesús Luzuriaga Granda, MAE por haberme orientado con sus conocimientos para la realización y culminación del Trabajo de Integración Curricular, así mismo a mis jefes de trabajo por darme la oportunidad de empezar una vida laboral a fin a lo que me estoy preparando.

Finalmente agradezco a todas aquellas personas del cantón Paltas, provincia de Loja quienes me ayudaron al proporcionarme la información necesaria para la elaboración y culminación exitosa del Trabajo de Integración Curricular.

Jhon Alexander Macas Caraguay

Índice de Contenidos

Portada	i
Certificación.....	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de contenidos	vii
Índice de tablas	viii
Índice de figuras.....	xi
Índice de anexos.....	xi
1. Título.....	1
2. Resumen.....	2
3. Introducción	4
4. Marco teórico	5
5. Metodología	58
6. Resultados	60
7. Discusión.....	154
8. Conclusiones	156
9. Recomendaciones	157
10. Bibliografía	158
11. Anexos	163

Índice de Tablas

Tabla 1	Tabla de depreciación de los activos en Ecuador 2021	37
Tabla 2	Proyección de la población del cantón Paltas.....	62
Tabla 3	Género de los encuestados	63
Tabla 4	Rango de edad de los encuestados	64
Tabla 5	Ocupación de los encuestados	65
Tabla 6	Ingresos de los encuestados	66
Tabla 7	Aceptación favorable para el establecimiento del proyecto de inversión.....	67
Tabla 8	Consideraciones de los encuestados al consumir pasta de maní.....	67
Tabla 9	Preferencias de sabor añadido.....	68
Tabla 10	Consumo Semanal por familias de pasta de maní	69
Tabla 11	Precio que pagan los encuestados por 453,52 gr (1lb) de pasta de maní.....	70
Tabla 12	Formas de pago	71
Tabla 13	Lugares donde adquieren los encuestados pasta de maní	72
Tabla 14	Presentaciones del producto a ofertar	73
Tabla 15	Medios de publicidad.....	74
Tabla 16	Predisposición de los encuestados para adquirir el producto ofertado	75
Tabla 17	Población de familias del cantón Paltas.....	77
Tabla 18	Proyección de la demanda potencial.....	77
Tabla 19	Proyección de la demanda real	78
Tabla 20	Proyección de la demanda efectiva.....	79
Tabla 21	Oferta de pasta de maní.....	79
Tabla 22	Oferta de pasta de maní a nivel cantonal	80
Tabla 23	Tasa de crecimiento de las empresas industriales.....	80
Tabla 24	Proyección de la Oferta.....	80
Tabla 25	Total de consumo de Pasta de maní en libras	81
Tabla 26	Proyección de la demanda efectiva de pasta de maní en libras	81
Tabla 27	Proyección de la demanda insatisfecha.....	82
Tabla 28	Tabla nutricional de la pasta de maní	83
Tabla 29	Distribución y Capacidad Operativa.....	87
Tabla 30	Capacidad utilizada de las máquinas	89

Tabla 31	Porcentaje a cubrir la demanda insatisfecha	89
Tabla 32	Factores claves para la micro localización.....	92
Tabla 33	Micro localización	92
Tabla 34	Maquinaria y Herramientas.....	95
Tabla 35	Vehículo.....	96
Tabla 36	Muebles y enseres	96
Tabla 37	Equipo de computación.....	97
Tabla 38	Software contable.....	98
Tabla 39	Equipo de Oficina	98
Tabla 40	Suministros de oficina.....	99
Tabla 41	Requisitos para el funcionamiento de la empresa "MANYLOJ"	102
Tabla 42	Requisitos para los permisos legales.....	103
Tabla 43	Inversión en Activos Fijos	113
Tabla 44	Porcentajes de depreciación para activos fijos.....	114
Tabla 45	Depreciación de Construcciones en curso	115
Tabla 46	Depreciación de Maquinaria y herramientas	116
Tabla 47	Depreciación equipo de Computo.....	117
Tabla 48	Depreciación de muebles y enseres	117
Tabla 49	Depreciación de Vehículo.....	118
Tabla 50	Depreciación de Equipo de oficina	119
Tabla 51	Resumen de depreciación en activos fijos	119
Tabla 52	Activos diferidos de la empresa "MANYLOJ"	120
Tabla 53	Amortización de los activos diferidos.....	120
Tabla 54	Presupuesto de Materia prima Directa.....	121
Tabla 55	Presupuesto y Proyección anual de materia prima	121
Tabla 56	Presupuesto de materia prima indirecta	122
Tabla 57	Presupuesto y Proyección anual de materiales indirectos de fabricación.....	122
Tabla 58	Presupuesto Suministro de Oficina.....	123
Tabla 59	Presupuesto De Servicios Básicos	123
Tabla 60	Presupuesto de arriendo	123
Tabla 61	Presupuesto de Mantenimiento y reparación de maquinaria - herramientas .	124

Tabla 62	Presupuesto de sueldos y salarios del personal de ventas.....	124
Tabla 63	Presupuesto de Publicidad	125
Tabla 64	Presupuesto del combustible.....	125
Tabla 65	Presupuesto de Mantenimiento y reparación de vehículo.....	126
Tabla 66	Presupuesto de Mano de obra directa	126
Tabla 67	Presupuesto Sueldo y salarios personal administrativo	127
Tabla 68	Detalle de la Inversión del Capital de Trabajo.....	127
Tabla 69	Resumen del Capital de Trabajo	128
Tabla 70	Inversión Inicial Total del Proyecto de Empresa "MANYLOJ"	128
Tabla 71	Fuentes de financiamiento de la inversión.....	129
Tabla 72	Amortización del crédito.....	130
Tabla 73	Programa de producción	131
Tabla 74	Objetivo de Venta Anual	131
Tabla 75	Porcentaje promedio de la actividad Manufacturera	131
Tabla 76	Proyección de Ingresos Anuales	132
Tabla 77	Porcentajes de Incremento del SBU	132
Tabla 78	Proyección de sueldos al personal de ventas	133
Tabla 79	Proyección de sueldos al personal Operativo (Mano de obra directa).....	133
Tabla 80	Proyección de sueldos para el personal Administrativo	134
Tabla 81	Presupuesto de Egresos.....	134
Tabla 84	Distribución de Costos Fijos y Variables Proyectados	136
Tabla 82	Estado de resultados Proyectado.....	143
Tabla 83	Flujo de caja proyectado	145
Tabla 85	Valor Actual Neto (VAN).....	146
Tabla 86	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	147
Tabla 87	Relación Beneficio Costo (B/C)	148
Tabla 88	Periodo de recuperación de capital (PRC).....	149
Tabla 89	Análisis de sensibilidad con incremento de costos	150
Tabla 90	Análisis de sensibilidad con disminución en los ingresos	152

Índice de figuras

Figura 1	Gráfica punto de equilibrio método gráfico	46
Figura 2	Género	63
Figura 3	Rango de edad de los encuestados	64
Figura 4	Ocupación de los encuestados	65
Figura 5	Ingresos mensuales de los encuestados	66
Figura 6	Aceptación del Proyecto de inversión	67
Figura 7	Consideración de consumo de la pasta de maní	68
Figura 8	Preferencias de otro ingrediente	69
Figura 9	Consumo semanal de Pasta de maní.....	70
Figura 10	Precio que los encuestados pagan por 453,52 gr.....	71
Figura 11	Formas de pago de mayor comodidad para los clientes.....	72
Figura 12	Lugar preferido por los encuestados para la compra de pasta de maní.....	73
Figura 13	Presentaciones del Producto a ofertar	74
Figura 14	Medios de publicidad	75
Figura 15	Disposición de los encuestados para adquirir el producto ofertado	76

Índice de anexos

Anexo 1	Población del Cantón Paltas.....	163
Anexo 2	Encuesta	164
Anexo 3	Empresas dedicadas al comercio en el cantón Paltas.....	167

1. Título

Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de pasta de maní en el cantón Paltas, provincia de Loja.

2. Resumen

El Trabajo de Integración Curricular, “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de pasta de maní en el cantón Paltas, provincia de Loja” tiene como objetivo determinar la viabilidad técnica, económica y financiera para su implementación. La investigación se inició con un estudio de mercado resultando una demanda efectiva del 98% y una demanda insatisfecha de 84.776 libras, o 38.467,61 kilogramos al momento del estudio. El análisis técnico permitió establecer la localización macro y micro más adecuada, la cual se encuentra en la calle "Moras", en el barrio "San José" de la parroquia Catacocha, cantón Paltas, provincia de Loja. Además, se determinó el tipo de empresa a constituirse, el organigrama estructural y funcional que los empleados deben seguir para llevar a cabo sus actividades. En el ámbito económico-financiero, se fijó el capital inicial de \$ 8.376,02 que será aportado por el Gerente Propietario de la empresa, una financiación externa de \$ 30.000,00 solicitada a “BANECUADOR”, obteniendo una inversión total de \$ 38.376,02. En la Evaluación Financiera se determinó el Valor Actual Neto de \$ 89.376,22 dólares; la Tasa Interna de Retorno de 12,50 %, la Relación Beneficio Costo de \$ 1,53; el Periodo de Recuperación de Capital de 2 años, 7 meses con 14 días y, el análisis de sensibilidad muestra que el proyecto puede soportar un incremento de costos del 25 % y una disminución en los ingresos del 20 %.

Por último, con los aspectos antes mencionados se concluye que la creación de la empresa productora de pasta de maní es factible, considerando que los indicadores de evaluación financiera son positivos y aseguran la rentabilidad; por ello, se recomienda su ejecución.

Palabras claves: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Financiero, Indicadores Financieros

2.1 Abstract

The objective of the Curricular Integration Project titled 'Feasibility project for the creation of a peanut paste production company in the canton of Paltas, province of Loja' is to determine the technical, economic, and financial feasibility for its implementation. The research began with a market study, which resulted in an effective demand of 98% and an unsatisfied demand of 84,776 pounds or 38,467.61 kilograms at the time of the study. The technical analysis helped determine the optimal macro and micro location for the company, which is on Moras Street in the San José neighborhood of Catacocha Parish, Paltas Canton, Loja Province. Additionally, the analysis determined the type of company to be established and the structural and functional organization chart that employees must follow to conduct their activities. In the economic and financial realm, the initial capital of \$8,376.02 will be contributed by the Owner Manager of the company, with an additional \$30,000.00 in external financing requested from the Central Bank of Ecuador, known as 'BANECUADOR', resulting in a total investment of \$38,376.02. The financial evaluation yielded a net present value of \$89,376.22, an internal rate of return of 12.50%, a benefit-cost ratio of 1.53, and a capital recovery period of 2 years, 7 months, and 14 days. The sensitivity analysis indicates that the project can withstand a 25% increase in costs and a 20% decrease in income.

Based on the above-mentioned aspects, the establishment of a company to produce peanut paste is feasible and the financial evaluation indicators are positive and guarantee profitability. Therefore, the implementation of this plan is feasible.

Key words: Market Study, Technical Study, Financial Study, Financial Indicators.

3. Introducción

El proyecto de factibilidad es una etapa importante en la gestión de una inversión, el objetivo principal es evaluar si la producción de pasta de maní es viable desde el punto de vista técnico, Financiero, legal y operativo, cubriendo parte de la demanda insatisfecha, obtener un beneficio monetario e impulsar el desarrollo de la economía local, provincial, zonal (zona 7), y nacional.

Por lo tanto, el Trabajo de Integración Curricular denominado **Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de pasta de maní en el cantón Paltas, provincia de Loja**, determina que el proyecto a realizar sea factible para el inversionista, y tenga un impacto en los habitantes del cantón Paltas, contribuyendo al crecimiento económico y productivo, tanto para el talento humano necesario para la operatividad de la empresa, por medio de la generación de empleo como a los proveedores de la materia prima.

El Trabajo de integración Curricular está estructurado de la siguiente manera: **Título**, que define el tema objeto de estudio; **Resumen**, constituye una síntesis de los resultados de la investigación, tanto en español y traducido al inglés; en la **Introducción**, refleja la importancia del tema, el aporte que brindara a los habitantes del cantón Paltas mediante la implementación del proyecto y como está estructurado; **Marco Teórico**, son los referentes teóricos de conceptos y opiniones de varios autores, los cuales ayudaron a cimentar los contenidos en relación al tema propuesto; **Metodología**, detalla los métodos utilizados durante el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular; **Resultados**, se presenta el estudio de mercado, técnico, financiero y evaluación financiera.; **Discusión**, hace referencia a la interpretación de los resultados de la investigación, se analizan las implicaciones, limitaciones y beneficios que traería la implementación del proyecto en el cantón Paltas . **Conclusiones**, corresponde a los resultados obtenidos mediante la investigación; **Recomendaciones**, se enfatiza sugerencias para la sostenibilidad del proyecto en función de las conclusiones de la investigación, **Bibliografía**, se detalla el listado de las fuentes de información teórica utilizadas en el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular; y finalmente los **Anexos**, donde consta la documentación soporte para el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular.

4 Marco teórico

EMPRESA

Definición

“Una empresa es una organización de recursos y gestión de talento humano que busca obtener un beneficio económico o también fines sociales sin ánimos de lucro mediante el desarrollo de una actividad en particular. (Galán, 2020, párr. 1)

En este contexto la empresa es una organización conformada por personas físicas o jurídicas que persiguen obtener un beneficio económico a través del desarrollo de una actividad específica. Esta definición destaca dos aspectos clave de una empresa: la combinación de gestión de talento humano, recursos materiales, y el objetivo de obtener ganancias.

Importancia

Según Porter & Mark R. (2019) las empresas son la unidad fundamental de la economía porque crean y entregan bienes o servicios, emplean personas, generan ingresos, pagan impuestos y contribuyen al desarrollo de las comunidades en las que operan. (p. 323)

Por lo tanto, la importancia de las empresas en la economía y la sociedad resalta en que son la unidad fundamental de la economía porque crean y entregan artículos o servicios con el objetivo de satisfacer necesidades del mercado.

Características

“Una empresa es una organización que tiene como objetivo obtener ganancias al ofrecer bienes y servicios a cambio de dinero. Está compuesto por recursos y personas que colaboran para lograr objetivos compartidos.” (Kotler, 2021, pág. 5)

Philip Kotler, un conocido experto en marketing, describió a la empresa como una organización cuyo objetivo principal es obtener ganancias al proporcionar bienes y servicios a cambio de dinero. Se destaca que las empresas están formadas por personas y recursos que trabajan juntos para lograr objetivos comunes.

Organización

Están estructuradas y organizadas de manera formal, con una jerarquía de autoridad y una división del trabajo clara. Establecen roles y responsabilidades para sus empleados y tienen sistemas y procesos establecidos.

Propósito económico

La principal motivación de una empresa es generar ganancias y obtener un rendimiento financiero. Busca maximizar sus ingresos y minimizar sus costos para lograr un resultado económico positivo.

Bienes y servicios

Producen y ofrecen bienes y servicios para satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores. Pueden fabricar productos físicos, brindar servicios o una combinación de ambos.

Recursos humanos y activos

Se emplean a personas con habilidades y conocimientos específicos para llevar a cabo las actividades necesarias. También utilizan recursos físicos, como instalaciones, maquinaria y tecnología, para operar eficientemente.

Interacción con el entorno

Interactúan con su entorno, que incluye clientes, proveedores, competidores, comunidades locales y regulaciones gubernamentales. Deben adaptarse a las condiciones cambiantes y responder a las demandas del mercado.

Tipos de empresa

Según Espejo & López (2018) las empresas se pueden clasificar de la siguiente manera:

Por tamaño

Microempresa. Este tipo de negocio es el más pequeño dentro de la clasificación por tamaño y generalmente son emprendimientos o negocios familiares. Con un número de empleados de 1 a 9, ventas anuales igual o menor a \$100.000,00 dólares y un valor de activos hasta \$100.000,00.

Pequeña y mediana empresa. Este término recoge a las pequeñas y medianas empresas. Generalmente, las PYMES operan a nivel nacional, son organizaciones que apuestan por la innovación y es poco común que su actividad se desarrolle a nivel industrial. La mediana con un número de empleados de 50 a 199, ventas anuales de un millón de dólares hasta 5 millones y un valor de activos de \$100.001,00 a \$750.000,00 y la mediana con un número de empleados de 10 a 49, ventas anuales de \$100.001,00 a un millón de dólares y un valor de activos de \$750.001,00 a \$3.999.000,00.

Gran empresa. Se refiere a las corporaciones o negocios que tienen un gran poder comercial en el mercado y muchas veces operan a nivel internacional. Con un número de

empleados de más de 200, ventas anuales de más de 5 millones y un valor de activos de \$4.000.000,00

Por sector

Las empresas pueden clasificarse según el sector en el que se desarrollen, es decir, de acuerdo con las actividades que realizan. Estos sectores son:

Primario. Está formado por actividades económicas relacionadas con la recolección, extracción y transformación de los recursos naturales. Estas pueden ser la agricultura, la pesca, la ganadería, la apicultura, la tala forestal, la silvicultura, entre otras.

Secundario. Representa a todas las actividades que se encargan de la transformación de la materia prima en productos de consumo o bienes. Esta categoría está constituida por subcategorías como la artesanía, industria, construcción y energía.

Terciario. También es conocido como el sector de servicios, los cuales no se constituyen por actividades productoras o transformadoras, si no que buscan de satisfacer las necesidades de las personas en el mundo y pueden estar relacionados con el comercio, las comunicaciones, los servicios públicos, las finanzas, el turismo, entre otras.

Cuaternario. Tiene como principal característica el conocimiento. Sus servicios son capaces de mecanizar acciones como la generación e intercambio de información, actividades tecnológicas, educación, investigación y desarrollos de tipo intelectual.

Por la forma jurídica

En esta clasificación se concentra en la identidad que una empresa asume legalmente. Esta determina el número de socios, capital y tipo de responsabilidad de cada una de las personas involucradas en la dirección de la empresa. Algunas de las formas jurídicas en las que se clasifican las empresas se encuentran:

Persona física. Es la empresa constituida por una sola persona autónoma, también conocida como emprendedor, quien es el máximo responsable de cualquier situación financiera y legal dentro de la organización. Por lo tanto, es la única que recibe los beneficios de dicho negocio.

Sociedad o asociación civil. Es la empresa conformada por la unión de varias personas para sobrellevar las actividades empresariales en conjunto. En este sentido todos sus miembros son responsables de todos los beneficios y deudas.

Cooperativa. Son asociaciones voluntarias abiertas a todas las personas capaces de utilizar sus servicios y dispuestas a aceptar las responsabilidades de asociarse, sin discriminaciones raciales, políticas, religiosas, sociales o de género.

Sociedad comanditaria. Es la que posee dos tipos de socios: colectivos con responsabilidad ilimitada y los comanditarios con responsabilidades limitadas de aportación de capital.

Sociedades limitadas. Empresas en las cuales los socios asumen una responsabilidad limitada. Por lo tanto, solo responden por las inversiones o acciones que han aportado a la compañía.

Sociedad anónima. Al igual que las sociedades limitadas, en la sociedad anónima los socios no tienen que asumir todos los compromisos de la empresa. Más bien, cada persona puede decidir si desea o no adquirir acciones

EMPRESA INDUSTRIAL

Concepto

Según Chávez (2022) conceptualiza que la empresa industrial es aquella que se dedica a la producción, transformación o manufactura de bienes físicos mediante la utilización de maquinarias, tecnologías y procesos especializados. Además encontró que en una entidad económica tiene como objetivo la producción y comercialización de productos industriales, los cuales pueden ser bienes de consumo o materias primas para la fabricación de otros productos.

En este contexto, este tipo de empresas se dedican a la transformación de materia prima en productos terminados que en un futuro serán comercializados a los consumidores finales o vendido a intermediados para su respectiva distribución.

Importancia

“Este tipo de empresa es importante porque se centra en las actividades de obtención, procesamiento y transformación de la materia prima en bienes acabados o en bienes intermedios (que sirven de insumo a otras empresas del sector).” (Chávez, 2022, p.4)

Por lo tanto, la importancia de las empresas industriales radica en que son generadoras de empleo, riqueza y desarrollo económico en las regiones donde se encuentran ubicadas generando un impacto positivo. Además, contribuyen al crecimiento de la economía nacional al producir bienes que son utilizados por otras empresas, y también al comercio internacional al exportar sus productos.

Características

Una empresa industrial se caracteriza a grandes rasgos por lo siguiente: se dedica a la producción de bienes elaborados o semielaborados, a partir de materia prima extraída de la naturaleza (o también procesada por otras industrias). Su producción puede ser a gran escala, o de manera minoritaria.

Son organizaciones con fines de lucro, que producen bienes con valor agregado, es decir, cuyo valor comercial es mayor que el valor total de sus componentes por separado. Desde su aparición en el siglo XVIII, las empresas industriales han estado entre las principales empleadoras del mundo contemporáneo.

Suelen estar ubicadas en grandes espacios que albergan la maquinaria y la mano de obra necesarias para producir. Para la producción requieren, además, capital de inversión, materia prima y energía.

Clasificación

Según las empresas industriales se pueden clasificar de acuerdo con diferentes criterios, como, por ejemplo:

El tipo de actividad que realizan

Transformación. Se dedica a la producción de bienes manufacturados

Extracción. Obtención de materias primas

Construcción. Edificación y obras civiles

El tamaño

Pequeñas y medianas empresas (PYMES) y grandes empresas.

Según su propiedad

Públicas, privadas y mixtas.

Según su grado de integración

Empresas verticales. Controlan la producción desde la obtención de la materia prima hasta la distribución del producto final

Empresas horizontales. Se dedican a un solo proceso dentro de la cadena productiva.

EMPRESA PROCESADORA DE MANÍ

Definición

Según Rodríguez (2020) una empresa que procesa maní produce pasta de maní, mantequilla de maní, snacks de maní, aceite de maní, entre otros (p.8).

El proceso de transformación implica la selección, limpieza, tostado, molido, mezclado y envasado del maní para obtener los productos finales. Estas empresas suelen adquirir el maní en bruto de los agricultores o intermediarios y lo someten a los procesos necesarios para su transformación. Luego, comercializan los productos obtenidos a través de canales de distribución como supermercados, tiendas especializadas, entre otros.

Importancia

Dado que el maní se usa en la alimentación humana y animal y es una fuente importante de proteínas y nutrientes, la industria procesadora de maní es crucial. Además, muchos países exportan maní, lo que impulsa la economía nacional al generar empleo e ingresos.

Características

Entre las características de una empresa procesadora de maní, podemos mencionar:

- Utilización de maquinarias y equipos especializados para el procesamiento del maní.
- Adquisición de materia prima a través de intermediarios o directamente de los agricultores.
- Control de calidad riguroso para asegurar la calidad del producto final.
- Necesidad de almacenamiento adecuado para la materia prima y los productos finales.

MANÍ

Concepto

Según Torres (2020) en su análisis describe que el maní, también conocido como cacahuete, cacahuete y pindó, es una leguminosa que se cultiva en todo el mundo y es originaria de América del Sur. El fruto del maní es una vaina con dos o tres semillas comestibles que se utilizan para hacer varios alimentos. (p. 8)

Por lo tanto, este grano por la gran cantidad de proteínas que contiene es muy utilizado en diferentes productos como pasta de maní, chocolates o confitería, de acuerdo con la región en la que se siembre se la utiliza en platos típicos y diversos.

Características

El maní es un grano muy conocido, constituye uno de los granos más utilizados en diversas gastronomías, según Cauro (2019) el grano de maní es nutritivo porque contiene 38 – 60 % de grasa, 24 – 36 % de proteína, 10 – 23 % de carbohidratos y aproximadamente 3% de minerales. Además encontró que contiene componentes bioactivos como vitaminas, polifenoles, Fito esteroides, poli carbohidratos activos, fosfolípidos y fibra dietética. (p. 2-4)

Especies de maní

Según Galarza (2020) hay cuatro variedades diferentes de maní: Iniap 380, Criollo, Caramelo y Rosita o 381. Además encontró, existen un programa de semillas certificadas de maní y los agricultores son los encargados de producir sus propias semillas. Con la excepción de las inundaciones, es resistente a la sequía o las lluvias. El precio actual de un saco de 100 libras de maní en grano es de 120 dólares. Se puede guardar en cáscara una vez seco hasta un año. (p.8)

En ese contexto, de acuerdo con el tipo de semilla se tiene prioridades que resaltan unas de otras, en el maní caramelo su sabor es más concentrado por ende tiene un precio más elevado, en cambio el maní negro tiene menor concentración de sabor, sin embargo, su precio es más accesible por lo que la demanda es alta principalmente por restaurants o comedores populares.

Proceso para la elaboración de pasta de maní

El proceso de elaboración de la pasta de maní se inicia con la obtención de la materia prima, ya sea en cáscara o en grano. En caso de que la materia prima se encuentre en cáscara, se procede a realizar el proceso de descascarado. Posteriormente, las semillas son sometidas a un tostado a una temperatura de 218°C, manteniéndolas uniformemente expuestas durante un lapso de 40-60 minutos hasta alcanzar un atractivo tono dorado y permitir que la testa se desprenda de manera natural. Una vez completado el tostado, se lleva a cabo el proceso de enfriamiento, permitiendo que las semillas sin testa caigan directamente hacia abajo, mientras que la testa se separa con la ayuda del viento.

Seguidamente, las semillas pasan al proceso de molido, donde se trabaja cuidadosamente para lograr la textura deseada en la pasta de maní. Finalmente, en la fase de empaque, se realiza una distribución precisa del producto, presentándolo de acuerdo con las preferencias y necesidades del mercado. Todo este proceso implica la atención meticulosa a los tiempos y temperaturas de tostado, para asegurar una pasta de maní final de alta calidad y consistencia, cumpliendo con los estándares requeridos para su exitosa comercialización.

PROYECTO

Definición

Un proyecto es la idea de una cosa que se piensa hacer y para la cual se establece un modo determinado y un conjunto de medios necesarios para poder realizarlo. Según Gutiérrez (2021) describe que un proyecto es una planificación que consiste en un conjunto coordinado de acciones

para producir bienes o servicios específicos capaces de satisfacer necesidades o resolver problemas dentro de un presupuesto y de un periodo de tiempo específico. (p. 6)

Importancia

“Los proyectos deben ser breves y exclusivos. Aquí radica su relevancia. Obliga a concebir proyectos únicos para problemas reales que aún no han sido considerados y desafiarnos a llevarlos a cabo en un período de tiempo determinado.” (Mancuzoo, 2020)

En ese contexto se puede decir que la importancia del proyecto es servir de anclaje y marco realista a las ideas que tiene el emprendedor dando una solución innovadora a una problemática que no ha sido atendida.

Clasificación

Según López (2021) menciona distintas formas principales de clasificar los proyectos que son privada, pública y mixta. Además encontró que la aprobación o cancelación de un proyecto puede verse afectada por esta clasificación. (p. 5)

Proyectos de inversión privada

Son financiados por inversionistas privados, es decir, personas naturales o jurídicas que aportan capital a una empresa o proyecto a cambio de una rentabilidad o participación en las ganancias, se conocen como proyectos de inversión privada. Estos proyectos pueden ser de varios tipos, como la construcción de una fábrica nueva, el lanzamiento de una nueva línea de productos o la compra de maquinaria, entre otros.

Proyectos de inversión pública

Son aquellos asumidos por el Estado, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de la población y promover el desarrollo económico y social del país. Estos proyectos pueden ser de diversos tipos, como la construcción de infraestructuras públicas (carreteras, puentes, aeropuertos, hospitales, escuelas, entre otros), programas de desarrollo social, proyectos de investigación y desarrollo, entre otros.

Proyectos de desarrollo (mixto o socioeconómico)

Una parte privada y otra parte financiada por el estado tienen como objetivo mejorar las condiciones de vida y la calidad de vida de las personas, a través del desarrollo de actividades económicas sostenibles y la promoción del bienestar social. Estos proyectos pueden estar dirigidos a la promoción del empleo, la educación, la salud, la vivienda, el acceso a servicios básicos, la igualdad de género, entre otros.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD

Definición

Según Rodríguez (2020) un proyecto de factibilidad es un estudio que se realiza para determinar si es viable desde el punto de vista técnico, económico, financiero, legal y ambiental. Demostrando que el objetivo principal de un proyecto de factibilidad es analizar la viabilidad del proyecto, identificar sus riesgos y oportunidades, y determinar si se deben asignar los recursos necesarios para llevarlo a la ejecución. (p. 3)

En ese contexto, los resultados del proyecto permiten a los inversores y responsables de la toma de decisiones evaluar si el proyecto es viable y si se deben asignar los recursos necesarios para llevarlo a cabo.

“Un proyecto bien llevado a cabo puede evitar la pérdida de tiempo, dinero y recursos en proyectos que sean rentables. (Luna & Chávez, 2001/2021, pág. 2)

Importancia

La importancia del proyecto de factibilidad radica en que permite evaluar su viabilidad técnica, económica, financiera, legal y ambiental antes de asignar recursos para su implementación. Al realizar un proyecto de factibilidad, se pueden identificar y evaluar los riesgos y las oportunidades asociados con el proyecto, lo que permite a los inversores y responsables de la toma de decisiones tomar decisiones acertadas. (Rodríguez, 2020, p. 5)

Características

Según Velázquez (2022) el proyecto de factibilidad se enfoca en un mercado existente con características como género, nivel adquisitivo y costumbres de consumo, por lo que se interesa en saber el punto exacto para establecer un negocio próspero.

Entre los objetivos más importantes de un proyecto de factibilidad se encuentra:

Determinar la viabilidad de un negocio, producto o servicio, investigar un área para conocer sus características, determinar el nivel de demanda, conocer las necesidades del público objetivo, conocer la opinión del público objetivo sobre la idea del nuevo producto, determinar las herramientas y tecnología utilizadas para la ejecución del proyecto, establecer el proceso y los proveedores según las herramientas seleccionadas. (p. 1)

¿Qué es la factibilidad?

El término factibilidad se refiere a la capacidad o posibilidad de llevar a cabo una actividad, proyecto o tarea en particular, teniendo en cuenta los recursos, habilidades, restricciones

y condiciones existentes. En otras palabras, la factibilidad se refiere a la viabilidad o posibilidad de que algo se pueda hacer o realizar.

Clasificación de la factibilidad

Según Arias (2020) los tipos de factibilidad son las diferentes formas que indican si se pueden conseguir unas metas determinadas con una serie de recursos disponibles o posibles. (p.1)

Factibilidad técnica

Se evalúa si el proyecto es viable desde un punto de vista técnico y se determina si se tienen los recursos y habilidades necesarios para llevar a cabo el proyecto.

La factibilidad técnica de un proyecto es un análisis fundamental para determinar si es posible llevar a cabo la implementación de una idea desde el punto de vista tecnológico. Este análisis implica evaluar si se cuenta con los recursos necesarios, las competencias técnicas adecuadas y la infraestructura requerida para ejecutar el proyecto de manera efectiva. En primer lugar, es necesario evaluar la disponibilidad de recursos tecnológicos. Esto implica verificar si se cuenta con el hardware, software y demás equipos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

Además, se deben considerar aspectos como la capacidad de almacenamiento, la potencia de procesamiento y la conectividad requerida. Es importante asegurarse de que los recursos tecnológicos sean suficientes para soportar las necesidades del proyecto y que puedan ser escalables en caso de un crecimiento futuro.

Factibilidad económica

Se analiza la rentabilidad del proyecto, se determina si los costos del proyecto son viables y si el proyecto generará los ingresos esperados.

La factibilidad económica es un componente clave en los proyectos de factibilidad, ya que busca determinar si un proyecto es viable desde un punto de vista financiero. Es fundamental realizar un análisis exhaustivo de los costos y beneficios esperados para evaluar la rentabilidad y la capacidad del proyecto para generar ganancias o beneficios económicos.

Se deben identificar y evaluar todos los costos asociados con el proyecto. Esto incluye los costos de inversión, que comprenden la adquisición de activos, la contratación de personal, la compra de equipos y materiales, entre otros. También es importante considerar los costos operativos, que abarcan los gastos recurrentes como salarios, suministros, mantenimiento y otros costos relacionados con la operación del proyecto.

Factibilidad financiera

Se examina la capacidad financiera del proyecto, se determina si el proyecto puede financiarse adecuadamente y si se cumplirán los objetivos financieros.

La factibilidad financiera es un aspecto crítico en los proyectos de factibilidad, ya que se centra en evaluar si un proyecto es viable desde una perspectiva financiera y si puede generar los recursos necesarios para su implementación y sostenibilidad a largo plazo. Este análisis busca determinar si los ingresos generados por el proyecto serán suficientes para cubrir los costos y obtener ganancias.

Se debe realizar una estimación detallada de los costos asociados con el proyecto. Esto incluye los costos de inversión inicial, como la adquisición de activos, la contratación de personal, el desarrollo de software o la compra de equipos. Además, se deben considerar los costos operativos continuos, como los salarios, los gastos de mantenimiento, los suministros y otros costos necesarios para la operación diaria del proyecto.

Factibilidad legal

Se valora si el proyecto cumple con las leyes y regulaciones aplicables y si se han obtenido las autorizaciones necesarias para llevar a cabo el proyecto.

La factibilidad legal es un aspecto fundamental para considerar en los proyectos de factibilidad, ya que se encarga de evaluar si un proyecto cumple con las leyes y regulaciones vigentes. Este análisis busca determinar si el proyecto puede ser implementado legalmente y si cumple con los requisitos establecidos por las autoridades competentes.

Es necesario realizar una investigación exhaustiva de las leyes y regulaciones aplicables al proyecto en cuestión. Esto implica identificar las normativas relacionadas con el sector de actividad del proyecto, así como las leyes laborales, ambientales, fiscales y de propiedad intelectual que puedan ser relevantes. Es fundamental asegurarse de que el proyecto cumpla con todas las leyes y regulaciones relevantes para evitar posibles sanciones legales o impedimentos para su ejecución.

Es importante evaluar cualquier requisito de permisos o licencias necesarios para llevar a cabo el proyecto. Esto implica investigar los trámites legales que deben seguirse y asegurarse de obtener las autorizaciones correspondientes antes de iniciar la implementación. Algunos ejemplos pueden incluir permisos de construcción, licencias de funcionamiento o autorizaciones sanitarias, según la naturaleza del proyecto.

ESTUDIO DE MERCADO

Concepto

El estudio de mercado es necesario para tener una noción de cómo está funcionando un producto en su comercialización dentro de una localidad permitiendo saber el comportamiento de consumo de los clientes y de los proveedores, según Zúñiga (2023) menciona que:

El estudio de mercado es la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real del ingreso de un producto nuevo en un mercado determinado. (pp. 2-6)

Dentro de ese marco, el estudio de mercado es una investigación sistemática y exhaustiva que se realiza para recopilar, analizar e interpretar información relevante sobre un mercado específico. Su objetivo principal es obtener datos sobre las características del mercado, los consumidores, la competencia y las tendencias para tomar decisiones informadas en el desarrollo de productos, estrategias de marketing y planificación empresarial.

Recopilar información

Utilizar un buen método de recolección de información permite evaluar la información ya sea esta cuantitativa, cualitativa o ambas, puesto que en este proceso es indispensable la recolección de datos que ayudarán al analista a cumplir con la evaluación del mercado disponible para el proyecto. Entre los métodos a considerar son: la entrevista, encuesta, cuestionario, observación, escala de opinión, entre otros

Analizar la información

Es indispensable analizar la posibilidad técnica de producción que se pretende establecer, analizando a su vez el tamaño, localización, equipo, instalaciones y organización que se requerirá para realizar la oferta y comercialización del bien o servicio de estudio.

La cual es necesario plantearse algunas preguntas como:

¿Qué nivel alcanzarán mis ventas?

¿Cuáles son las condiciones y políticas de venta?

¿Qué problemas económicos, políticos y sociales podrían afectar al negocio?

¿Cuál es la mejor estrategia de producción y comercialización del producto?

Producto

En esta parte se describe el producto que va a ofrecer el negocio según Thompson (2019), un producto es aquello que toda empresa (grande, mediana o pequeña), organización (ya sea lucrativa o no) o emprendedor individual ofrece a su mercado meta con la finalidad de lograr los objetivos que persigue (utilidades, impacto social, etcétera). (p. 1)

Mercado

Tamaño de la población

Se define como el número de individuos de esa población por unidad de superficie o de volumen, la densidad absoluta es el recuento total de los individuos de la población, como en la mayoría de los casos es muy difícil saber el número total de individuos, se suele hallar la densidad relativa. Para ello se utilizan diferentes métodos de muestreo.

Muestra poblacional

Es un conjunto de elementos que representan al universo total, es decir, son una fracción de la totalidad del número de individuos a ser evaluados. Establecer el tamaño de dicha muestra es un proceso importante en toda investigación ya que permitirá realizar un estudio viable delimitando las diferentes características de cada población.

La fórmula para determinar el tamaño de muestra poblacional depende de varios factores, como el nivel de confianza deseado, el margen de error permitido, el tamaño de la población y la variabilidad de la población.

Análisis de la demanda y oferta

Demanda

Se refiere a la cantidad de un producto o servicio que los consumidores desean y están dispuestos a comprar en un mercado determinado, durante un período de tiempo específico, a un precio determinado. La demanda puede estar influenciada por diversos factores, como el precio del producto o servicio, la disponibilidad de alternativas, las preferencias del consumidor, el nivel de ingresos, entre otros.

Análisis de la demanda

Consiste en la segmentación del mercado a la cual se dirige el proyecto, se debe determinar la demanda actual y proyectada, según Ruíz (2019) es la cantidad de bienes o servicios que los consumidores estarán en capacidad y dispuestos a obtenerlos en el mercado de acuerdo con los diferentes niveles de precios y a un tiempo determinado.

Tipos de demandas

Según Ruíz (2019) los tipos de demanda son los siguientes:

Demanda potencial. Es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o un servicio en un horizonte temporal establecido. La demanda potencial de mercado se calcula a partir de la estimación del número de compradores potenciales a los que se asigna una tasa de consumo individual.

Demanda actual o real. Hace referencia al análisis que procura determinar el volumen, tanto de bienes como de servicios, que el potencial consumidor o los clientes están dispuestos a pagar y adquirir. se obtiene una estimación de la oferta y la demanda que tendrán los artículos con el precio que se ha fijado. Así es posible determinar si la sociedad actual estará dispuesta a pagar por ello o simplemente lo dejará pasar.

Demanda efectiva. Se refiere a la disposición y capacidad de los consumidores de comprar bienes a diferentes precios. Muestra la cantidad de bienes que los consumidores compran, respaldados por su capacidad de pago.

Demanda insatisfecha. Cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en años futuros, destacando que si prevalecen las condiciones bajo las cuales se hizo el cálculo, ningún productor actual podrá satisfacer.

Análisis de la demanda insatisfecha

Es la cantidad de personas que requieren un producto y por algunos factores no la ha podido obtener, según Esparza (2020) la demanda potencial o insatisfecha se refiere a la cantidad de artículos o servicios que es probable que el mercado consuma en años futuros. Es importante destacar que, debido a las condiciones bajo las cuales se hizo el cálculo, ningún productor actual podrá satisfacer la demanda potencial o insatisfecha. (p. 26)

Oferta

“La cantidad total de bienes y servicios que están disponibles en el mercado libre se conoce como oferta. Por otro lado, la cantidad total de bienes y servicios disponibles necesarios para cubrir la necesidad real en el mercado libre se conoce como demanda.” (Enriquez, 2020, párr.8)

Dentro de este marco la oferta se refiere a la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos y son capaces de vender en el mercado a un precio determinado en un momento dado. En otras palabras, la oferta representa la cantidad de un producto que los productores ofrecen al mercado en función del precio al que se venden.

Análisis de la oferta

Según Ruíz (2019) “Se realiza un mapeo de la competencia en el lugar donde se comercializará el producto para determinar la oferta actual y futura.”. (pág. 181)

En ese contexto, son las diferentes cantidades que los productores están dispuestos y en condiciones de ofrecer en el mercado, en función de los diferentes precios posibles en determinados periodos de tiempo; en este caso la oferta estará orientada en función de la cantidad de producto a ofrecer al consumidor.

Tipos de Oferta

Oferta actual. Es el conjunto de productos, servicios o condiciones disponibles en un determinado momento para los consumidores o usuarios. Esta oferta puede variar en función de diversos factores, como la demanda del mercado, la disponibilidad de recursos, la competencia y las estrategias empresariales.

Es importante tener en cuenta que la oferta actual puede variar entre empresas y sectores. Cada empresa puede tener su propio enfoque estratégico y ofrecer productos o servicios únicos para diferenciarse de la competencia. Además, la oferta actual también puede ser influenciada por factores externos, como tendencias del mercado, avances tecnológicos o regulaciones gubernamentales.

Oferta potencial. Bienes o servicios que podrían ser introducidos en el mercado en el futuro. También es al máximo nivel de producción o disponibilidad que una empresa o industria puede alcanzar en un determinado período de tiempo. Representa la capacidad máxima de una empresa para producir mercadería o servicios en función de sus recursos, tecnología y eficiencia operativa.

Por lo tanto, también puede verse afectada por factores económicos y tecnológicos. Por ejemplo, avances en la tecnología de producción pueden incrementar la eficiencia y permitir una mayor oferta potencial con la misma cantidad de recursos. Además, cambios en las condiciones económicas pueden influir en la inversión en nuevas capacidades productivas y, por lo tanto, en la oferta potencial de una empresa o industria.

Oferta sustitutiva. Son los Artículos o servicios alternativos que pueden satisfacer las mismas necesidades o deseos de los consumidores, que son ofrecidos por una empresa en particular, pero que pertenecen a otro comercio o industria.

Cuando los consumidores consideran una compra, pueden evaluar las diferentes opciones disponibles en el mercado. Si un producto o servicio específico no está disponible o no cumple con sus expectativas, los consumidores pueden buscar alternativas que ofrezcan características o resultados similares. Estas alternativas son conocidas como "oferta sustitutiva".

Oferta competitiva. Son los competidores que ofrecen productos o servicios similares, implica identificar y destacar los atributos y beneficios únicos de la mercadería de una empresa en comparación con los de la competencia. Esto puede incluir características innovadoras, mayor calidad, precios más competitivos, servicio al cliente excepcional u otras ventajas distintivas.

Para desarrollar una oferta competitiva exitosa, las empresas deben realizar un análisis detallado del mercado, comprender las necesidades y preferencias de los consumidores y evaluar la oferta de la competencia. Esto les permite identificar oportunidades para diferenciarse y crear una propuesta de valor única que atraiga a los clientes.

Oferta residual. Se enfoca a los bienes o servicios que no tienen un mercado significativo y están disponibles solo para una pequeña parte del mercado. También se refiere a los productos, servicios o recursos que quedan disponibles una vez que se han atendido las necesidades o demandas principales de los consumidores o usuarios. Representa la parte restante de la oferta que no ha sido utilizada o consumida.

Esta oferta residual puede tener diferentes implicaciones y oportunidades para las empresas. Por un lado, puede considerarse como una oportunidad para maximizar la capacidad de producción o prestación de servicios, aprovechando al máximo los recursos disponibles.

Oferta estacional. Artículos o servicios que se ofrecen solo en ciertas temporadas, como productos de temporada. Es la variación planificada de productos, servicios o promociones que una empresa presenta en función de las estaciones del año o eventos específicos que ocurren periódicamente. Esta estrategia se basa en aprovechar las tendencias estacionales y las demandas cambiantes de los consumidores.

Se reconoce que las necesidades y preferencias de los consumidores varían a lo largo del año. Por ejemplo, en la industria del turismo, es común que los destinos de playa ofrezcan paquetes promocionales y descuentos durante los meses de verano del mismo modo, durante la temporada navideña, es común que las tiendas minoristas ofrezcan ventas y descuentos especiales para aprovechar el aumento en la demanda de regalos y productos festivos.

Plan comercial

Comercialización del producto

La comercialización es muy importante debido a que sirve para hacer llegar el producto a los consumidores finales o intermediarios, por eso (Vargas, 2007/2022) da conocer que:

La actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar se conoce como comercialización. La comercialización no se limita a simplemente entregar productos al consumidor; también debe proporcionar al producto beneficios de tiempo y lugar, lo que significa que una buena comercialización es colocar el producto en el lugar y el momento adecuados para que el consumidor tenga la satisfacción que espera de una compra. (p. 85)

Precio de venta

El precio de venta es un precio establecido por la suma del costo más un margen de ganancia establecido por el dueño del negocio, según Rodríguez (2022) toda empresa tiene como objetivo generar utilidades. Además encontró, que si no se han establecido correctamente los costos operativos, los gastos y las estimaciones de ganancias, lograr el equilibrio entre egresos e ingresos puede ser un desafío difícil de lograr. Para realizar estos cálculos, es fundamental considerar la relevancia de establecer el precio de venta de los bienes y servicios que brindas, ya que este es un indicador del dinero que se espera ganar y de la inversión que se ha realizado para iniciar sus operaciones comerciales. (p. 1)

En el estudio de mercado del proyecto se deben analizar los precios que tienen los bienes que se espera producir:

- Precio del mercado (nivel mínimo, nivel promedio, nivel máximo)
- Precio de productos sustitutos.
- Precios establecidos por el gobierno.
- Precios en base al costo de producción.

Plaza

La plaza es el lugar donde se va a comercializar el producto, el siguiente autor Grapsas (2022) considera que “La plaza se entiende como la forma en la cual un bien o servicio llegará de una empresa a las manos del consumidor final”. (p. 1)

Partiendo de este concepto se puede inferir que la plaza es el área o lugar en el cual la oferta y la demanda de un bien o servicio están presentes con el fin de darle un precio al producto en

muchos de los casos delimitan la plaza en lugares específicos como una ciudad y lugar determinado, según Grapsas (2022) hay que tener presente los canales de distribución ya que “Son los caminos que recorre el producto hasta llegar al consumidor. Se trata del complejo de empresas que existen para que ocurra la distribución, incluyendo los agentes, los minoristas y los mayoristas.(p. 12)

Promoción

La promoción es indispensable al momento de ofrecer un producto porque capta la atención de la mayoría de las personas, según Herrera (2020) mencionan que:

Se llama promoción a todo lo que un empresario hace para dar información que ayude a vender un producto o servicio con el fin de incrementar las ventas para generar más utilidad es por ello por lo que muchos negocios utilizan esta técnica como recurso de marketing; es importante porque atrae clientes, incrementa la demanda de los productos. Los elementos de la promoción son: la publicidad, la venta personal, la exhibición, la promoción de ventas y las relaciones públicas. (min. 0:31)

Estrategias de marketing

El marketing se emplea muy a menudo para dar a conocer un producto y mejorar las ventas, según la Organización del Trabajo Agrícola y Artesanal (ORT, 2020) enfatiza que las estrategias de marketing son métodos, planificaciones operativas que trazan y describen procedimientos diseñados para que una empresa pueda lograr objetivos de marketing específicos a corto, mediano o largo plazo. Entre estos, los más habituales suelen relacionarse con promocionar una marca, aumentar el alcance de su comunicación e incrementar sus oportunidades de venta. (p. 8)

ESTUDIO TÉCNICO

Definición

El estudio técnico ayuda a determinar los elementos necesarios para iniciar con el proceso de producción, es decir se relaciona de manera directa con la adquisición de maquinaria apropiada para lo que va a realizar, tecnología adecuada, infraestructura y la mano de obra que se necesita, según Ruíz (2019) menciona que.

El estudio técnico es fundamental en un proyecto de inversión, ya que es en este donde se estudia la localización y tamaño óptimo de las instalaciones; ilustrando así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto, entre los cuales se cuentan los agentes que influyen en la compra de maquinaria y equipo, así como la calendarización de

la adquisición de estas, los diferentes métodos para determinar el tamaño de la planta, los métodos para su localización, y los métodos de distribución y, finalmente, también se examinan los procesos de producción que pueden operar para el proyecto de inversión. (pág. 181)

Tamaño y localización

Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto ayuda a determinar la capacidad máxima de producción que puede llegar alcanzar un negocio según Aranday (2019) hace inferencia que el tamaño del proyecto “Está conceptualizado por la capacidad de producción que tiene la planta en el periodo operacional, considerando dos aspectos básicos: lo económico en la minimización de los costos de producción y el físico relacionado con la tecnología”. (pág. 20)

Según la Universidad Santo Tomas UST (2020) las relaciones recíprocas entre el tamaño y la demanda, la disponibilidad de materias primas, tecnología, equipos y financiamiento limitan el tamaño de una planta que se implementará con la propuesta del proyecto. Estos factores ayudan a simplificar el proceso de aproximaciones sucesivas, y a medida que se analizan factores como la dimensión del mercado, la capacidad de financiamiento, la disponibilidad de insumos, la distribución geográfica del mercado y las variables estacionales, que son condicionantes cruciales, se reducen las opciones de tamaño. (p. 5)

Capacidad instalada

La capacidad instalada se refiere al máximo potencial de producción o volumen que una empresa, unidad, departamento o sección puede alcanzar durante un período de tiempo determinado, considerando todos los recursos disponibles, como los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, conocimientos y experiencia. Teniendo de esta manera la siguiente fórmula:

$$\text{Capacidad instalada} = \text{Capacidad individual} * \text{Número de recursos disponibles}$$

Capacidad utilizada

La capacidad utilizada es la proporción o porcentaje de la capacidad instalada de una empresa que se está utilizando realmente para la producción. Es decir, es la cantidad de la capacidad instalada que está siendo aprovechada para producir bienes o servicios en un momento dado.

La capacidad utilizada se puede calcular dividiendo la producción real por la capacidad instalada, y multiplicando el resultado por 100 para obtener un porcentaje. Por ejemplo, si una empresa tiene una capacidad instalada de 100 unidades y produce 80 unidades, entonces su capacidad utilizada es del 80% $((80/100) * 100)$.

La capacidad utilizada es un indicador importante del nivel de eficiencia de una empresa y de su capacidad para satisfacer la demanda del mercado. Si la capacidad utilizada es baja, puede indicar una falta de demanda de los productos de la empresa o una ineficiencia en la utilización de los recursos disponibles. Por otro lado, si la capacidad utilizada es alta, puede indicar una buena demanda de los productos de la empresa y una utilización eficiente de los recursos disponibles.

Localización del proyecto

Determina la ubicación geográfica óptima para el negocio según Pérez (2021) la localización está relacionada con el tamaño porque permite establecer el lugar donde funcionará la empresa de manera precisa. La ubicación ideal de un proyecto es la que permite obtener el costo unitario más bajo y la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital. (p. 8)

Para Urbina (2021) la ubicación ideal de un proyecto es la que permite obtener el costo unitario más bajo o la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado). (p. 1)

En ese contexto, el autor propone que la localización se clasifica en Macro localización que es una ubicación general de un lugar determinado y la Micro localización que es un espacio específico en un lugar determinado.

Macro localización

Consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto, se considera la selección de una ubicación geográfica a nivel de país, región o estado. Esta selección depende de factores como la disponibilidad de recursos, la infraestructura existente, la estabilidad política y económica del país con regulaciones gubernamentales aplicables.

Micro localización

Es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en esta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido, se considera la selección de una ubicación geográfica a nivel de ciudad, barrio o zona específica. Esta selección depende de factores como la disponibilidad de mano de obra calificada, la proximidad a los proveedores y los clientes, la disponibilidad de servicios y la infraestructura local, y los costos de los bienes y servicios.

Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto es necesario para conocer los procesos que se requieren para generar el producto o servicio, según Urbina (2021) el objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva. (p. 2)

Para la Universidad Santo Tomas UST (2020) con respecto a la ingeniería del proyecto enfatiza que después de determinar el proceso de producción a utilizar y las características de los insumos necesarios, el volumen de producción sigue al análisis de las opciones disponibles para elegir los equipos necesarios. Como resultado, factores como la capacidad, el rendimiento, el costo, la vida útil, la flexibilidad, el espacio requerido, la facilidad de manejo, el mantenimiento, el consumo de energía, la disponibilidad de repuestos y la facilidad de crédito deben tenerse en cuenta al elegir. (p. 1)

El autor Urbina (2021) expresa que “El proceso de producción es el proceso técnico que transforma una serie de materiales en productos terminados a través de una función de producción específica.” (p. 12)

En ese contexto el siguiente orden para el proceso de producción es: 1 Estado inicial del producto, 2 Proceso de transformación del producto y 3 Producto Final

Infraestructura física (plano)

El plano de la infraestructura física es un elemento importante del estudio técnico, ya que permite visualizar y planificar cómo se distribuirán los elementos necesarios para el proyecto. El plano debe ser diseñado cuidadosamente para garantizar que se utilicen adecuadamente los recursos, se cumplan los requisitos de seguridad y se logren los objetivos del proyecto.

Además, en algunos casos, la infraestructura física puede ser una inversión importante en el proyecto y puede requerir una planificación cuidadosa y un presupuesto adecuado. La evaluación de la infraestructura física en el estudio técnico permite determinar si los recursos son suficientes y si se pueden hacer ajustes en el diseño para optimizar su uso.

Distribución de planta

Realizar la distribución física de la empresa implica considerar como pueden aplicarse los distintos tipos de diseño de distribución de planta en diversas situaciones, según la Universidad Santo Tomas (2020) propone los siguientes principios:

Integración total. Conocimiento global de todos los recursos que se utilizarán.

Disposición de la mejor secuencia. Ubicar los puestos de trabajo en orden de secuencias, que facilite el flujo de los diferentes procesos.

Mínima distancia de recorrido. Se debe reducir las distancias que deban recorrer las personas y los materiales entre los diferentes puestos de trabajo, mediante una correcta ubicación de los equipos.

Utilización del espacio cúbico. Es la utilización del espacio vertical.

Bienestar y seguridad para los trabajadores. Tener presentes en las instalaciones, una adecuada iluminación y ventilación, con todas las medidas de seguridad industrial, para evitar los accidentes.

Flexibilidad. Es importante que, al realizar el diseño de planta, se tenga en cuenta futuras ampliaciones y modificaciones, que permitan mejoras y cambios en los procesos.

Para López (2019) la distribución de planta es la organización física de los componentes que componen una instalación ya sea de servicios o industriales. Los espacios necesarios para el movimiento, el almacenamiento, la colaboración directa o indirecta y todas las actividades que tengan lugar en dicha instalación están incluidos en esta ordenación. Una distribución en planta puede implementarse en una instalación actual o en proyección. (p.3)

En ese enfoque se puede decir que una buena distribución de planta del equipo y de las áreas de trabajo puede ser beneficioso para el negocio porque reducen los costos de fabricación.

Proceso de producción


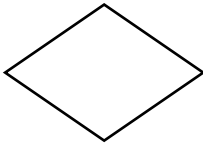




El proceso de producción en la ingeniería del proyecto es el conjunto de etapas que se llevan a cabo para transformar materias primas en un producto o servicio final. Este proceso se planifica, diseña, ejecuta y controla con el objetivo de optimizar los recursos, cumplir con los requerimientos del cliente y obtener un producto final de alta calidad.

Flujograma de procesos

Un flujograma o diagrama de flujo según Arias (2020) “consiste en una figura o gráfico que representa una serie de procesos o un grupo de actividades por medio de símbolos”. (p. 1)

En ese contexto se muestra cómo se relacionan las partes principales de una planta industrial. Se utiliza para documentar, mejorar o modelar un proceso. Se utiliza un conjunto de símbolos y notas para explicar un proceso. (Mejía, 2021, párr. 8)

Cuadro de Simbología flujograma de procesos

Símbolo	Significado	Símbolo	Significado
	Se llama terminal y permite saber dónde inicia y donde termina el flujo del proceso.		Decisión: Indica la comparación de dos datos para tomar la mejor decisión.
	La figura representa alguna actividad que intervenga dentro del proceso.		La línea de flujo indica el sentido lógico del proceso y sentido de ejecución operacional.
	La ilustración significa que dentro del proceso interviene algún documento.		Indica la entrada de datos por teclado, por lo general por medio de un computador.

Nota. El cuadro indica el significado de cada una de las figuras que intervienen dentro de un flujograma de procesos, indispensables para una buena elaboración.

Requerimientos de recursos

En esta parte se llega a establecer los requerimientos de recursos que se necesitan en el negocio para operar, según la Universidad Santo Tomás (2020) alude que:

Los insumos que se utilizarán en el proceso de producción para producir el producto o servicio deseado deben estar identificados. Recordemos que los insumos son todo componente que se somete a un proceso de transformación o a un tratamiento específico con el propósito de producir un bien o un servicio. (p. 1)

Dentro de ese marco, se resalta la importancia de identificar los insumos necesarios para el proceso de producción de un producto o servicio específico. Los insumos se refieren a todos los elementos o materiales que se utilizan en el proceso de transformación o tratamiento para producir el bien o servicio final.

La gestión eficiente de los insumos también puede contribuir a la sostenibilidad y responsabilidad ambiental de una empresa. Al identificar los insumos necesarios, es posible evaluar su origen, su impacto ambiental y buscar alternativas más sostenibles. Esto puede incluir la elección de materiales reciclados, insumos biodegradables o de proveedores comprometidos con prácticas sostenibles.

Para Gutiérrez (2021) los recursos materiales son necesarios para realizar las operaciones básicas de la empresa, ya sea para prestar servicios especializados o para producir bienes o productos. Estos recursos materiales incluyen el espacio físico, los terrenos, los edificios y los edificios, el proceso productivo, la tecnología que los orienta y los procesos y métodos de trabajo relacionados con la producción de bienes y servicios producidos por la empresa. Además encontró, que se debe encontrar personal, que permanezca y participe en la empresa, independientemente de su nivel jerárquico o tarea. (pp. 15-25)

Diseño organizacional

Estudio legal

Según Pasaca (2021) el estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes. (p.65). También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales.

Base legal

VILMA (2021) enfatiza que “las bases legales son documentos oficiales que previenen tanto a la marca como al participante de todas las acciones relacionadas a una promoción online.” (p.16)

A través de este tipo de documentos se detallan varios aspectos legales de un concurso, por ejemplo: objetivo, fechas y ámbito descripción del concurso mecánica del concurso lugar y duración de la promoción premio protección de datos personales normas y control de seguridad limitación de responsabilidad otras normas del concurso interpretación de las bases y resolución de conflictos.

Obligaciones de la persona natural. Son aquellas personas o emprendedores que ejercen derechos y contraen obligaciones, de manera más clara quiere decir que asume directa y personalmente la responsabilidad sobre las obligaciones y deudas que genere la empresa.

Obligaciones que contrae la persona natural con los entes de control.

Al tomar la iniciativa de poner un negocio, las empresas o entidades tienen que abordar una serie de deberes y obligaciones que se deberán ejecutar de acuerdo con la legislación vigente de nuestro país. Además, se debe asumir las responsabilidades legales tanto nacionales como municipales.

Por lo que con los diferentes entes de control se debe de acatar las siguientes disposiciones detalladas:

Con el Servicio de Rentas Internas. Declaración del impuesto a la renta personas naturales, declaración semestral o mensual IVA, Anexo de Retenciones en la Fuente por Relación de dependencia, Anexo Transaccional simplificado, Declaración retenciones a la fuente.

Con el Ministerio de Salud Pública. Registro sanitario, buenas prácticas de manufactura, etiquetado de ingredientes y etiquetado semáforo.

Con el Ministerio de Trabajo. Registro del empleador, Contrato de trabajo, Pago de remuneraciones, Legalización de Beneficios Sociales, Reglamentos de Trabajo, Pago de Utilidades, Legalización Actas de Finiquito.

Con el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. Afiliación al IESS, Pago de aportes al IESS, Pago de Fondos de Reserva, Pago de Aportes Patronales, Registro Patronal

Con el Gobierno Autónomo Descentralizado de Paltas. Permiso de Construcción Definitivo, Trabajos Varios, Obtención de Patente Municipal, Permiso Anual de Funcionamiento.

Estudio administrativo preliminar

Según Gutiérrez (2021) expresa:

El estudio administrativo preliminar tiene como objetivo determinar la capacidad operativa de la organización dueña del proyecto para conocer y evaluar sus fortalezas y debilidades. Además, permite definir la estructura de la organización para el manejo de las etapas de inversión, operación y mantenimiento. Para cada proyecto, se deberá determinar la estructura organizacional de acuerdo con los requisitos que requieren la ejecución del proyecto y sus operaciones correspondientes. (p. 2)

El estudio administrativo preliminar de un proyecto es una de las etapas fundamentales dentro de la planificación y ejecución de un proyecto. Este estudio se enfoca en analizar y diseñar los elementos necesarios para llevar a cabo la gestión eficiente del proyecto, desde la organización y estructura del equipo de trabajo hasta la definición de los procesos y procedimientos administrativos que se utilizarán.

Eslogan

Es una frase corta y memorable que se utiliza para comunicar una idea o mensaje clave asociado con una marca, producto, servicio o campaña publicitaria. Es una herramienta de

marketing y comunicación que busca captar la atención del público y transmitir una idea de forma clara y efectiva.

se utilizan en publicidad, marketing y branding para asociar una marca o producto con un mensaje específico y hacer que el mensaje sea fácilmente recordado por el público objetivo. Un buen eslogan debe ser simple, memorable, atractivo y fácil de asociar con la marca o producto.

Logotipo

Es un elemento gráfico que se utiliza para representar a una marca, empresa, organización o producto. Se trata de un símbolo visual que sirve como identificador de la marca y que puede incluir elementos como imágenes, formas, colores, letras o combinaciones de estos.

Es empleado para transmitir la imagen y los valores de la marca, y es una herramienta importante para la creación de la identidad corporativa. Un buen logotipo debe ser fácilmente reconocible, memorable, distintivo y estar en armonía con los valores y la personalidad de la marca.

Para poder complementar el estudio administrativo preliminar también se hace uso de algunos parámetros que orienta el rumbo de la empresa como son:

Misión

Es la razón de ser de la organización, su propósito fundamental, lo que la empresa hace y para quién lo hace, en otras palabras, es la declaración que describe la función principal de la organización y cómo contribuye al mundo, debe ser clara, concisa y fácil de entender para todos los miembros de la organización y el público en general.

Visión

Es una declaración a largo plazo que describe el estado deseado al que la organización aspira a alcanzar, que describe cómo la organización quiere ser vista en el futuro y cómo quiere contribuir al mundo. Debe ser ambiciosa, inspiradora y motivadora para los miembros de la organización.

Objetivos

Son metas o resultados específicos que una empresa desea alcanzar en un período de tiempo determinado. Estos objetivos están relacionados con el desempeño empresarial y se enfocan en mejorar aspectos clave de la empresa, como su rentabilidad, productividad, eficiencia, calidad, crecimiento, entre otros.

Permiten a una empresa tener una dirección clara y enfocarse en lograr resultados concretos. Además, sirven como base para la toma de decisiones estratégicas y operativas, y permiten a la empresa evaluar su desempeño y hacer ajustes necesarios para alcanzar sus metas.

Organigrama estructural

Se determina los niveles jerárquicos que el negocio necesita, asignación de cargos y funciones al personal, según (Gutiérrez, 2021) expresa que “es la gráfica que muestra la estructura orgánica interna de la organización formal de una empresa, sus relaciones, sus niveles de jerarquía y las principales funciones que se desarrollan.” (p. 32)

Por otro lado Gozález (2021) sostiene que:

Un organigrama muestra cómo funciona una empresa u organización. Los rectángulos y otras figuras a veces incluyen fotos, información de contacto, correo electrónico y enlaces a páginas web, íconos e ilustraciones para representar a los empleados y sus cargos. Los niveles están conectados por líneas rectas o con un ángulo de 90 grados. Esto proporciona una imagen clara de la jerarquía y los rangos de todos los empleados, trabajos y departamentos de la organización. (p. 2)

Organigrama funcional

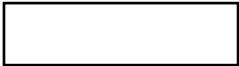


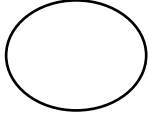

Es un tipo de diagrama que muestra la estructura organizativa de una empresa o institución basada en funciones o áreas de responsabilidad. En este tipo de organigrama, se agrupan a los empleados y departamentos de la organización según sus funciones o áreas de especialización, lo que permite una mejor coordinación y gestión de los recursos.

Las áreas de responsabilidad o funciones se representan mediante bloques rectangulares, y las líneas que los conectan indican la relación jerárquica entre ellas. En la parte superior del organigrama se encuentra la dirección de la empresa, seguida de los departamentos o áreas funcionales que se encargan de realizar las distintas funciones de la organización, como finanzas, marketing, producción, recursos humanos, etc.

Permite identificar claramente las áreas de responsabilidad y las líneas de comunicación y toma de decisiones. Además, facilita la identificación de problemas y la toma de decisiones, ya que permite visualizar fácilmente la estructura organizativa de la empresa.

Cabe mencionar que los organigramas funcionales pueden variar en términos de complejidad y número de niveles, dependiendo del tamaño y la estructura de la organización. Además, es común que existan otras áreas funcionales, como Recursos Humanos.

Cuadro de Simbología del organigrama

Simbología	Significado
	El rectángulo indica los departamentos o divisiones de la organización y varía de acuerdo con la importancia o tamaño.
	Las líneas continuas verticales son líneas de mando de una división superior a una inferior
	Las líneas continuas horizontales son líneas que indican la unión entre departamentos de asesoría, apoyo o staff.
	El círculo se utiliza generalmente para indicar el número de plazas que ocupan un mismo cargo.
	Las líneas entre cortadas a la izquierda expresan la existencia de un cargo tercerizado, o externo al proyecto.

Nota. El cuadro contiene el significado de los elementos para elaborar un organigrama.

Manual de funciones

Los manuales de funciones en un negocio son importantes porque en ellos se detalla procedimientos y actividades a seguir, para Gutiérrez (2021) son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática la información de una organización. (p. 12)

El autor Euroinnova (2022) enfatiza que:

El propósito de un manual de funciones es: presentar una visión global de la empresa, así como de cada uno de sus departamentos. concretar las funciones de cada unidad administrativa, establecer la jerarquía de dichas unidades administrativas, es decir, especificar la autoridad y las responsabilidades de cada uno, ahorrar tiempo y esfuerzo al asignar tareas al personal, es un medio de comunicación que permite conectarse con otras organizaciones.

El manual administrativo permite que se coordinen las relaciones con otras organizaciones, al presentar cada empresa su estructura organizacional puede entenderse mejor y, en base al manual administrativo, concordar en cómo relacionarse, funciona de cierta forma como una carta de presentación dando la información necesaria a proveedores, prestadores de servicio, usuarios y clientes. (p. 4)

Formato de Manual de Funciones

“EMPRESA XXX” MANUAL DE FUNCIONES	
IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO:	
CÓDIGO	XXX
PUESTO	XXX
NIVEL JERÁRQUICO	XXX
SUBALTERNOS	XXX
DEPARTAMENTO	XXX
NATURALEZA DEL TRABAJO	
XXX	
FUNCIONES	
XXX	
REQUISITOS PARA EL PUESTO	
XXX	
PERFIL DEL PUESTO	
XXX	

ESTUDIO FINANCIERO

En el estudio financiero se analiza las fuentes de financiamiento que permitirá la ejecución del proyecto, la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo el financiamiento puede ser interna o externa, según Cajamarca (2022) explica que:

Es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción.

Según Gutiérrez (2021) enfatiza que el estudio financiero comprende “el análisis sistemático de todos los elementos necesarios para determinar la rentabilidad de un proyecto, como inversiones, costos, ingresos y todos los parámetros que puedan servir para determinar si asignarle recursos es conveniente o no.” (p. 30)

Inversiones y financiamiento

Inversión

Para Arias (2019) la inversión es el acto de asignar recursos para la adquisición o creación de activos o capital, es decir, destinarlos a satisfacer necesidades futuras en lugar de consumirlos ahora para satisfacer necesidades actuales. (p.5)

Implica determinar los dos tipos de inversiones que debe tener todo negocio en marcha: inversión en activos a largo plazo (activos fijos), e inversión a corto plazo (capital de trabajo), según Gutiérrez (2021) son “recursos destinados a la adquisición de elementos necesarios para llevar a cabo el montaje y funcionamiento del proyecto.” (p. 23)

Inversión fija

El autor Arias (2020), da a conocer que la inversión fija corresponde a la cantidad de dinero necesaria para construir totalmente una planta de proceso, con sus servicios auxiliares y ubicarla en situación de poder producir. Es básicamente la suma del valor de todos los activos de la planta. Los activos fijos pueden ser tangibles o intangibles. (p. 6)

La inversión fija se refiere a los gastos realizados por las empresas para adquirir activos duraderos, como maquinaria, equipos, edificios o terrenos, con el objetivo de mejorar su capacidad productiva a largo plazo. Estos activos no se consumen rápidamente y se espera que generen beneficios económicos durante varios años.

Activo

Jiménez (2018) define que “Un activo en contabilidad es un recurso económico controlado por una entidad que se espera que genere beneficios económicos futuros. Puede ser tangible, como un edificio o equipo, o intangible, como una patente o marca registrada”. (p.8)

Activo diferido

Según Arias (2020), conceptualiza que “un activo diferido está relacionado con gastos que se pagan por anticipado. Primero, se realiza un desembolso y, luego, a medida que se emplean o consumen.” (p. 12)

Activo Fijo

El autor Valiente (2019) enfatiza que Los activos fijos son bienes tangibles, como muebles o propiedades, que se utilizan por una larga duración y ayudan a la empresa a lograr sus objetivos. La función que desempeña un bien en la empresa determina si se considera un activo fijo o circulante. Esta definición destaca la importancia de los activos fijos para el crecimiento y operación a largo plazo de una empresa. (p. 69)

El autor alude que los activos son necesarios para poder ejecutar la operatividad del negocio lo que recomienda invertir en:

Terreno. Es el área física o extensión de suelo que necesita la nueva unidad productiva para la construcción de la planta o nave industrial. A nivel contable, un terreno se clasifica como

un activo fijo no depreciado, lo que significa que su valor no disminuye con el tiempo debido al desgaste o el uso. La razón principal es que se considera que la tierra tiene una vida útil indefinida, es decir, con el tiempo y debido a la plusvalía aumenta su valor nominal.

Construcciones. Las construcciones se refieren a los activos fijos tangibles que resultan de la construcción, remodelación o mejora de edificios y estructuras. Estos activos representan las inversiones realizadas por una empresa en la creación o mejora de propiedades físicas utilizadas en sus operaciones. Las construcciones se registran como activos fijos en los libros contables de la empresa y se amortizan a lo largo de su vida útil estimada. La amortización es el proceso de distribuir el costo de un activo a lo largo de su vida útil para reflejar su desgaste o deterioro a lo largo del tiempo.

Vehículo. Se trata de un medio de transporte utilizado para el desplazamiento de personas, mercancías u otros fines relacionados con la actividad empresarial. Cuando se registra un vehículo en los libros contables, se hace al costo de adquisición, que incluye el precio de compra del vehículo y cualquier otro gasto necesario para ponerlo en condiciones de uso, como el transporte, los impuestos, el registro y los gastos de mantenimiento inicial. Se deprecia 20% anual.

Maquinaria y equipo. Son utilizados por una empresa en sus operaciones comerciales. Estos activos incluyen una amplia gama de bienes físicos, como maquinaria, herramientas, equipos informáticos, vehículos, muebles de oficina y otros activos similares. Las maquinarias y equipos se registran en los libros contables de la empresa como activos fijos y se amortizan a lo largo de su vida útil estimada. La amortización es el proceso contable de distribuir el costo de un activo a lo largo de su vida útil para reflejar su desgaste o deterioro a lo largo del tiempo. Se deprecia 10% anual.

Muebles y enseres. Estos activos incluyen los muebles, enseres y otros elementos utilizados para equipar y amueblar los espacios de trabajo de una empresa, como oficinas, salas de reuniones, áreas de descanso, entre otros. Al registrar los muebles y enseres en los libros contables, se registran inicialmente al costo de adquisición. Esto incluye el precio de compra de los muebles y enseres, así como cualquier otro costo relacionado directamente con su puesta en funcionamiento, como el transporte, la instalación y los gastos de montaje. Se deprecia 10% anual.

Equipo de cómputo. Incluye los componentes físicos utilizados en la informática y el procesamiento de datos, como computadoras de escritorio, computadoras portátiles, servidores, impresoras, escáneres y otros dispositivos relacionados. Al registrar el equipo de cómputo en los

libros contables, se registra inicialmente al costo de adquisición, que incluye el precio de compra del equipo, los costos de transporte, los gastos de instalación y cualquier otro costo relacionado directamente con su puesta en funcionamiento. Se deprecia 33% anual.

Equipo de oficina. Utilizados en el entorno de trabajo para realizar tareas administrativas y de gestión en una oficina. Estos activos incluyen una variedad de elementos necesarios para el funcionamiento diario de una oficina, como computadoras, impresoras, fotocopadoras, escáneres, teléfonos, muebles de oficina, archivadores, entre otros. Se deprecia 10% anual.

Herramientas. Son utilizadas por una empresa en sus operaciones comerciales. Las herramientas incluyen diversos equipos y utensilios manuales utilizados para llevar a cabo tareas específicas en el proceso productivo. Las herramientas se registran en los libros contables de la empresa como activos fijos y se amortizan a lo largo de su vida útil estimada. La amortización es el proceso de distribuir el costo de un activo a lo largo de su vida útil para reflejar su desgaste o deterioro a lo largo del tiempo. Se deprecia 10% anual.

Depreciaciones

Según (Villagran, 2018) define que “las depreciaciones se las considera un costo imputable a una gestión por el desgaste de una inversión fija como consecuencia del uso en el proceso productivo.” (p. 63). Para el cálculo de este rubro se debe considerar la vida útil de cada activo fijo establecido por las disposiciones tributarias de cada país.

La cita se refiere al desgaste y la obsolescencia de los activos utilizados en la etapa de operación de una empresa. Según esta definición, a medida que los activos se utilizan en las operaciones diarias de la empresa, pueden perder su funcionalidad y eficiencia debido al desgaste o la obsolescencia.

Villagrán menciona también que existen varios métodos de depreciación:

- Línea Recta
- Unidades Producidas

Depreciación por el método de línea recta. Al existir varias formas de calcular la depreciación, se debe observar que el método más utilizado en proyectos es el lineal, mediante el cual se hacen depósitos anuales iguales en el fondo para depreciación durante la vida útil del activo; sobre ello, hay que considerar los límites fijados por la ley de régimen tributario interno.

Por lo tanto, en el método de línea recta se realizan depósitos anuales iguales en un fondo para depreciación durante la vida útil del activo. Este método implica asignar un monto fijo de

depreciación cada año, lo que facilita la planificación financiera y el cálculo de los costos asociados con la depreciación del activo. Es importante tener en cuenta que se deben considerar los límites fijados por el SRI.

Fórmula:

$$DA = \frac{CT - VR}{VU}$$

Donde:

- DA**= Depreciación Anual
- CT**= Costo Total Del Bien
- VR**= Valor Residual
- VU**= Años de Vida Útil

Tabla 1

Tabla de depreciación de los activos en Ecuador 2021

ACTIVOS	DEPRECIACIÓN SEGÚN EL SRI	
	AÑOS	% ANUAL
Inmuebles	20	5%
Muebles y enseres	10	10%
Maquinarias	10	10%
Instalaciones	10	10%
Herramientas y equipos	10	10%
Equipos de computación	03	33%
Vehículos	05	20%
Equipos de Oficina y comunicación	10	10%

Nota. La tabla describe los porcentajes de depreciación de los activos fijos en Ecuador, por Gerardo 2021

Capital de trabajo

Según Ordoñez (2022) el capital de trabajo se refiere a los recursos disponibles inmediatamente o a corto plazo que necesita una empresa. En este contexto, el capital de trabajo es lo que con frecuencia llamamos activo corriente, como efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventario. Esto se puede calcular utilizando la siguiente fórmula: Se puede calcular el capital de trabajo dividiendo los activos corrientes por los pasivos corrientes. (párr. 1-8)

Financiamiento

Se debe determinar el financiamiento más adecuado para el negocio, analizando qué porcentaje es recomendable financiarse con el sistema financiero y qué porcentaje con capital propio según (Urbina, 2021) establece que:

Es evidente que el proyecto es imposible de llevar a cabo si los recursos financieros no son suficientes para cubrir las necesidades de inversión de la planta de tamaño mínimo. Si los recursos financieros propios y externos permiten elegir entre una variedad de tamaños para los cuales existe una significativa variación en los costos y el rendimiento económico para producciones similares, se recomendará elegir aquel que pueda financiarse con mayor comodidad y seguridad, y que, si es posible, ofrezca los menores costos y un alto rendimiento de capital. (párr. 2)

Fuentes de financiamiento

Según Resendiz (2021) establece que “las fuentes de financiamiento son las vías que utilizan las empresas para conseguir los recursos financieros necesarios y realizar su operación.” (párr. 5). Las fuentes de financiación para las empresas son el capital, la deuda, las obligaciones, los beneficios no distribuidos, los préstamos a plazo, los préstamos de capital circulante, las cartas de crédito, el factoraje, la financiación de riesgo, etc.

Fuentes de financiamiento interno.

El autor Resendiz (2021) establece los siguientes financiamientos internos:

Incrementos de pasivos acumulados. Estos incrementos son generados íntegramente por la empresa. Como son los impuestos o estados bancarios que deben ser reconocidos mensualmente, independientemente de su pago, las pensiones y las provisiones contingentes.

Utilidades reinvertidas. Esta fuente es muy común, sobre todo en las empresas de nueva creación, donde los socios deciden que en los primeros años no repartirán dividendos, sino que estos son invertidos en la organización de adquisiciones o construcciones.

Aportaciones de los socios. Son el tipo de aportaciones que son recibidas por los socios, en el momento de constituir legalmente la sociedad o mediante nuevas aportaciones con el fin de aumentar este recurso.

Venta de activos. Se considera como la venta de terrenos, edificios o maquinaria en desuso para cubrir necesidades financieras.

Fuentes de financiamiento externo.

Las fuentes de financiamiento externo se refieren a las diferentes formas en que las empresas pueden obtener capital o recursos financieros a través de fuentes externas, es decir, fuera de la empresa. Estas fuentes de financiamiento son necesarias para que las empresas puedan

financiar sus operaciones, expandirse, realizar inversiones y lograr sus objetivos a largo plazo. Estas pueden ser:

Préstamos bancarios. Las empresas pueden obtener préstamos de instituciones financieras, como bancos y cooperativas de crédito. Estos préstamos pueden ser de corto o largo plazo y pueden ser garantizados o no garantizados.

Emisión de bonos. Los bonos son títulos de deuda que la empresa emite y vende a inversionistas, quienes reciben un interés a cambio del préstamo.

Acciones. Emisión de acciones, las acciones son títulos que representan una propiedad en la empresa y se venden a los inversionistas, quienes a cambio reciben una parte proporcional de las ganancias.

Capital de riesgo. Las empresas en etapas tempranas pueden obtener financiamiento mediante el capital de riesgo, que es dinero proporcionado por inversores para financiar una empresa a cambio de una participación en su propiedad.

Financiamiento público. Las empresas pueden obtener financiamiento del gobierno a través de programas y subsidios específicos, como préstamos para pequeñas empresas y subvenciones para la investigación y el desarrollo.

Pasivos

Según Manuel Pasaca Mora (2018), “los pasivos son obligaciones o deudas que una empresa tiene con terceros. Estas obligaciones pueden ser de naturaleza financiera o no financiera y representan las fuentes de financiamiento de una empresa.” (P.6)

Los pasivos se dividen generalmente en dos categorías principales:

Pasivos corrientes. Son obligaciones que se espera que se liquiden en el corto plazo, generalmente dentro de un año. Esto incluye deudas comerciales, como cuentas por pagar a proveedores, salarios y sueldos por pagar, impuestos por pagar y préstamos a corto plazo.

Pasivos no corrientes. Son obligaciones a largo plazo que se espera que se liquiden en un plazo mayor a un año. Esto incluye préstamos a largo plazo, hipotecas, bonos emitidos por la empresa y otras deudas a largo plazo.

En base a la cita anterior, los pasivos pueden clasificarse en pasivos exigibles, que son aquellos que deben pagarse en una fecha específica, y pasivos contingentes, que son obligaciones condicionales que pueden surgir en el futuro dependiendo de ciertos eventos. Es importante tener

en cuenta que las definiciones y clasificaciones de los pasivos pueden variar según las normas contables y las regulaciones específicas de cada país.

Amortizaciones

Jiménez (2018) define que “Las amortizaciones se refieren a la pérdida sistemática e irreversible de valor de ciertos componentes del inmovilizado como resultado de su participación en el proceso productivo, el paso del tiempo o la obsolescencia.”. (p. 91)

Las amortizaciones representan la pérdida de valor sistemática e irreversible que experimentan ciertos activos fijos debido a su participación en el proceso productivo, el paso del tiempo o la obsolescencia.

En el contexto contable y financiero, la amortización se refiere a la distribución sistemática del costo de un activo a lo largo de su vida útil. Los activos fijos, como maquinaria, edificios o vehículos, tienen un período de tiempo en el cual generan beneficios económicos para la empresa. Durante este período, se reconoce una parte del costo del activo como gasto, reflejando así su desgaste o depreciación.

Amortización por el método francés. En el método de amortización francés, también conocido como sistema de cuotas constantes, el monto de las cuotas mensuales se mantiene constante a lo largo de todo el período de amortización.

En el siguiente ejemplo se consideró un préstamo de \$5000 con el 6% de interés a cinco años plazo, para el cálculo del pago mensual se utilizó la fórmula del método francés, que involucra la tasa de interés periódica (obtenida dividiendo la tasa anual entre el número de periodos por año) y el número total de pagos. Este resultado se obtuvo al dividir la tasa de interés por el factor que ajusta la cantidad a pagar cada mes, generando un pago de aproximadamente 41.13 dólares. Para calcular el interés sobre el saldo pendiente en cada periodo, se multiplicó el saldo inicial por la tasa de interés periódica, obteniendo así el monto de interés a pagar en ese periodo. La amortización se determinó restando el interés del pago mensual, representando la porción del pago destinada a reducir el saldo principal del préstamo.

Interés sobre el saldo para el primer pago:

Saldo inicial = \$5000

Interés = Saldo inicial \times Tasa de interés periódica

Interés = $5000 \times 0.005 = 25$

Amortización para el primer pago:

Amortización = Pago mensual – interés

$$41.13 - 25 = 16.13$$

Saldo restante después del primer pago:

Saldo = Saldo inicial – Amortización

$$\text{Saldo} = 5000 - 16.13 = 4983.87$$

Formato de amortización por el método francés

Tabla de Amortización				
Periodo	Cuota Fija	Interés	Amortización	Saldo
0				XXXX
1	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
2	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
3	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
.....	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX
Total	XXXX	XXXX	XXXX	XXXX

Nota. La tabla muestra el método francés con cuota Fija hasta finalizar el pago total del crédito.

Costos e ingresos

Costos

Según Flores (2023) establece lo siguiente “el costo es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión.” (p.8)

Además de determinar el costo de producción, es importante destacar que el costo también juega un papel fundamental en la toma de decisiones empresariales. Conociendo el costo de fabricación de un producto o la prestación de un servicio, las empresas pueden evaluar su rentabilidad y eficiencia operativa.

Costo directo

Es aquel que puede medirse y asignarse directamente y de forma inequívoca a un producto concreto. Es una categoría de coste clasificado en función de su relación con la producción.

El costo directo se refiere a los gastos específicos y claramente atribuibles a la producción de un bien o la prestación de un servicio en particular. Estos costos están directamente relacionados con la mano de obra, los materiales y los gastos directos asociados con la producción.

Mano de obra directa. Son los salarios y beneficios de los empleados que participan directamente en la producción del bien o la prestación del servicio. Esto puede incluir a los trabajadores que operan maquinaria, ensamblan productos, brindan servicios directos, entre otros.

Materiales directos. Son los materiales y suministros que se utilizan directamente en la producción del bien o la prestación del servicio. Estos materiales son fácilmente identificables y se pueden rastrear de manera específica al producto o servicio final.

Gastos directos. Son los gastos adicionales directamente atribuibles a la producción del bien o la prestación del servicio. Esto puede incluir, por ejemplo, los costos de transporte de materiales directos, los costos de energía específicos para la producción o los costos de subcontratación de servicios específicos para el proyecto.

Costo indirecto

El coste indirecto es aquel que afecta al proceso productivo de uno o más productos que vende una empresa, y que no puede medirse y asignarse directamente a una de las etapas productivas o a un producto concreto si no que hay que asumir un criterio de imputación coherente. A diferencia del costo directo, que se puede identificar claramente con un producto o servicio en particular, el costo indirecto está relacionado con los gastos generales y de apoyo que son compartidos por varios productos o servicios dentro de una organización.

Costos generales de administración. Son los gastos relacionados con la gestión y administración general de la empresa, como salarios y beneficios del personal administrativo, alquiler y mantenimiento de las instalaciones de oficina, suministros de oficina, servicios públicos y seguros.

Costos de infraestructura. Están relacionados con la infraestructura necesaria para el funcionamiento de la empresa, como el alquiler o la depreciación de los edificios, el equipo de oficina, la tecnología de la información y las comunicaciones, así como el mantenimiento y reparación de dichos activos.

Costos de marketing y publicidad. Intervienen con las actividades de marketing y promoción de la empresa, como la publicidad impresa, los anuncios en línea, las campañas de relaciones públicas, los materiales promocionales y las actividades de investigación de mercado.

Costo fijo

Los costos fijos son los gastos que una empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación. Es decir, aquellos que se debe cumplir de manera continua por periodos.

Alquiler o arrendamiento. El costo de alquilar o arrendar las instalaciones comerciales o de oficina, independientemente de la cantidad de productos que se fabriquen o se vendan.

Salarios y beneficios fijos del personal. Los salarios y beneficios del talento humano que no varían en función del nivel de producción o ventas, como los sueldos de las personas encargadas de lo administrativo o los costos de seguro de salud.

Seguro. Son de importancia fundamental en la protección de múltiples aspectos de la empresa. Estos abarcan desde los seguros destinados a los empleados hasta aquellas diseñadas para proporcionar respaldo en situaciones de siniestros o catástrofes naturales. Estas pólizas suelen estipular cifras anuales, lo que ratifica su condición de costo constante para la entidad.

Depreciación. La depreciación de activos fijos, como edificios o maquinaria, que se distribuye en forma de costo fijo a lo largo de su vida útil estimada.

Costo variable

El coste variable es el gasto que fluctúa en proporción a la actividad generada por una empresa o, en otros términos, el que depende de las variaciones que afecten a su volumen de negocio.

Comisiones de ventas. Las comisiones pagadas a los vendedores o representantes de ventas en función de las ventas realizadas. A medida que las ventas aumentan, aumentan las comisiones.

Costos de envío y distribución. Los gastos de transporte y logística asociados con la entrega de productos a los clientes. Estos costos varían según el volumen de ventas y la distancia de envío.

Costos de servicios públicos. Los gastos regulares de servicios públicos, como electricidad, agua y calefacción, que no están directamente relacionados con el nivel de producción.

Mantenimiento. Las reparaciones o de mantenimiento, es una parte más del precio final del producto, independientemente de la buena o mala gestión del mantenimiento siempre será un costo que se debe considerar.

Formato de distribución de costos fijos y variables

EMPRESA "XY"				
DISTRIBUCIÓN DE LOS COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES				
Descripción	Año 1		Año ...	
	C. Fijo	C. Variable	C. Fijo	C. Variable
COSTO PRIMO				
Materia Prima directa				
Mano de obra directa				
Total costo primo				
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN				
Materia Prima indirecta				
Servicios básicos (Agua y Luz)				
Arriendos				
Reparación y Mantenimiento Maquinaria - Herramientas				
Depreciación de Construcciones en curso				
Depreciación de Maquinaria - herramientas				
Total costos indirectos de fabricación				
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Sueldos y salarios administrativos				
Servicios básicos (Teléfono, Internet)				
Suministros de oficina				
Amortización del activo diferido				
Depreciación de Muebles y enseres				
Depreciación de equipo de Oficina				
Depreciación de equipo de computo				
Total de gastos administrativos				
GASTOS DE VENTA				
Agente de Ventas				
Combustible (diésel)				
Reparación y mantenimiento Vehículo				
Publicidad				
Depreciación de vehículo				
Total gastos de venta				
GASTOS DE FINANCIEROS				
interés del préstamo bancario				
Total Gastos financieros				
Subtotal Costos Y Gastos				
Total de Costos y Gastos				

Punto de equilibrio

Es el cálculo en el cual los ingresos son iguales a los costos totales, es decir, es cero, según Chamba (2023) es un término que sirve para definir el momento en que una empresa cubre sus costes fijos y variables. Por lo tanto, los ingresos y los egresos están al mismo nivel, reflejando que no hay ganancias ni pérdidas. (p.8)

Cómo calcularlo en una empresa

Según Flores (2023) expresa que “es necesario conocer los costes fijos y variables. Estos datos pueden obtenerse de forma anual, mensual o trimestral.” (párr.12).

La forma de determinarlo se hace con base en el porcentaje del margen bruto y aplicando la fórmula general: $PE = (\text{costes}) / (\text{porcentaje de margen bruto})$.

A partir de este concepto se puede inferir que existen más fórmulas para poder calcular ese valor, es decir, más variantes que se acoplan a distintas situaciones con factores diferentes.

En base a las ventas. es el nivel de ventas que una empresa necesita alcanzar para cubrir todos sus costos y gastos y no tener ni pérdidas ni ganancias. En otras palabras, es el nivel de actividad en el que los ingresos son iguales a los costos totales.

La fórmula para calcular de acuerdo con las ventas es la siguiente:

$$PE \text{ en dólares} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\left(1 - \left(\frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Ingresos totales}}\right)\right)}$$

Con respecto a la capacidad instalada. se puede determinar cuántas unidades necesita vender para alcanzar el punto de equilibrio

$$PE \text{ en unidades} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{(\text{Precio de Venta por Unidad} - \text{Costos Variables por Unidad})}$$

Por el método gráfico. se representa gráficamente en un diagrama donde se muestra la relación entre los ingresos, los costos y las ganancias. El eje horizontal muestra la cantidad de unidades vendidas y el eje vertical muestra los ingresos, los costos y las ganancias en términos monetarios.

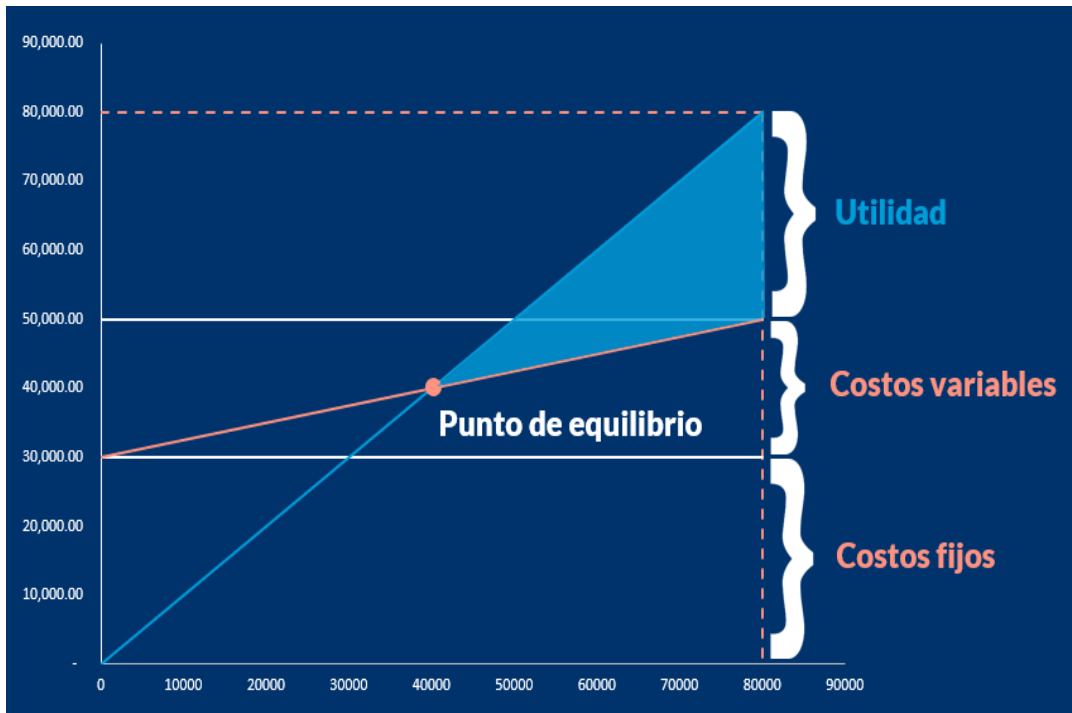
La línea de ingresos se representa como una línea recta que comienza en el origen de la gráfica y se extiende hacia arriba a medida que aumentan las ventas. La línea de costos se representa como una curva que comienza en el eje vertical y se curva hacia arriba a medida que

aumentan las ventas. La línea de ganancias se representa como la diferencia entre la línea de ingresos y la línea de costos.

En este punto, los ingresos totales son iguales a los costos totales y la empresa no está obteniendo ni ganancias ni pérdidas, es decir, es el número mínimo de unidades que una empresa necesita vender para que el beneficio en ese momento sea cero. Es decir, cuando los costos totales igualan a los ingresos totales por venta.

Figura 1

Gráfica punto de equilibrio método gráfico



Nota. La figura muestra el método gráfico elaborado por Reyes Emmanuel, 2021.

Rentabilidad

Es el grado de capacidad del proyecto para generar la utilidad a favor de la empresa en función de capitales propios y externos invertidos, según López (2019) expresa que la rentabilidad económica compara el resultado que se ha obtenido con el desarrollo de la actividad de la empresa con las inversiones realizadas para obtener ese resultado. (párr. 4)

En ese contexto, la rentabilidad financiera hace referencia al beneficio que se lleva cada uno de los socios de una empresa, es decir, el beneficio de haber hecho el esfuerzo de invertir en esa empresa. Mide la capacidad que posee la empresa de generar ingresos a partir de sus fondos. Por ello, es una medida más cercana a los accionistas y propietarios que la rentabilidad económica.

Análisis del costo de Producción

El costo total de producción se refiere a la suma de todos los costos que una empresa incurre para producir un determinado bien o servicio. Incluye tanto los costos directos como los indirectos y puede incluir gastos como la mano de obra, los materiales, la energía, el alquiler de instalaciones, los impuestos, entre otros.

Para calcular el costo total de producción, es necesario sumar todos los costos de producción, incluyendo los costos fijos y los costos variables. Los costos fijos son aquellos que no varían en función de la producción, como el alquiler o los salarios del personal administrativo. Los costos variables, por otro lado, son aquellos que cambian en función de la producción, como la materia prima, la energía y la mano de obra directa.

Costo unitario

El costo unitario es el costo total de producción de un bien o servicio dividido por la cantidad de unidades producidas. Es decir, es el costo promedio que se necesita para producir una unidad de un producto o servicio determinado.

Ingresos

Se refiere al proceso de estimar los ingresos que una empresa espera generar en un período determinado, ya sea a corto o a largo plazo. Estos ingresos pueden provenir de ventas de productos o servicios, ingresos por intereses, dividendos, regalías, entre otros.

La determinación de ingresos es importante en un estudio financiero porque permite a la empresa planificar sus operaciones y presupuestar sus gastos en función de los ingresos esperados. También es útil para evaluar la rentabilidad de la empresa y para tomar decisiones informadas sobre la asignación de recursos financieros.

Ingresos operacionales

Según Arias (2019) “los ingresos operacionales son los que dispone regularmente la entidad gracias a sus actividades cotidianas.” (p. 5).

Estos flujos de ingresos son aquellos que provienen de las operaciones cotidianas de una empresa, como la venta de productos o la prestación de servicios.

Ingresos no operacionales

Para el autor Arias (2019) los ingresos no operacionales corresponden a la diferencia de las ventas menos el costo y gastos efectuados para la realización de esas ventas. (p.8).

En ese contexto, incluyen fuentes de ingresos que no están directamente relacionadas con las actividades principales, como inversiones, ganancias por venta de activos no esenciales o ingresos por intereses.

Presupuesto

Según la Universidad del Internet (2021) establece que el presupuesto de una empresa es un documento que prevé los ingresos y gastos de la empresa para el ejercicio fiscal. Este documento incluirá una lista de todas las operaciones que la empresa planea realizar para lograr sus objetivos, así como los recursos (dinero) necesarios para ello. También incluirá una previsión de los ingresos (ventas) que se prevé que se generarán. (p. 2)

Clasificación del Presupuesto

Según Herrera (2021) dependiendo del tipo de empresa y de las decisiones ejecutadas por parte de la dirección, los presupuestos se clasifican según su flexibilidad, área, tiempo y sector de aplicación. (p.6)

Clasificación de los presupuestos según su flexibilidad

La flexibilidad está relacionada con la disposición de la gerencia para realizar modificaciones a las cifras y a los planes contenidos en el presupuesto. Bajo este criterio, los presupuestos se clasifican en:

Presupuestos rígidos. Los presupuestos rígidos se refieren a aquellos presupuestos que no se pueden modificar una vez que se han establecido. Son inflexibles y no permiten cambios a medida que avanzan las circunstancias o las condiciones económicas.

Presupuestos flexibles. Se establecen diferentes niveles de gastos e ingresos en función de diferentes niveles de actividad o volumen de producción. Se crean diferentes escenarios y se establecen relaciones entre los costos y los niveles de actividad, lo que permite adaptar el presupuesto a medida que cambian las condiciones.

Clasificación de los presupuestos según el tiempo

De acuerdo con el tiempo que toma la ejecución del presupuesto, se dividen en:

Presupuestos a largo plazo. Se refieren a los planes financieros y proyecciones que abarcan un período prolongado de tiempo, generalmente de uno a cinco años o incluso más. Estos presupuestos son utilizados por las organizaciones para establecer metas y estrategias a largo plazo, y para tomar decisiones importantes relacionadas con la inversión y el crecimiento a largo plazo.

Los presupuestos a largo plazo involucran la proyección de ingresos, costos y flujos de efectivo a varios años en el futuro. Esto implica estimar las tendencias económicas, evaluar los cambios en la demanda del mercado y prever los factores externos que podrían afectar la rentabilidad y el crecimiento de la empresa.

Son especialmente relevantes para las empresas que requieren una planificación estratégica a largo plazo, como aquellas que se encuentran en industrias con ciclos de vida prolongados o que realizan grandes inversiones de capital.

Aunque los presupuestos a largo plazo cubren un período prolongado, es importante revisarlos y ajustarlos periódicamente para reflejar cambios en las condiciones económicas, las estrategias comerciales y otros factores relevantes. Esto permite una mayor adaptabilidad y precisión en la planificación financiera a largo plazo.

Presupuestos a mediano plazo. Son planes financieros y proyecciones que cubren un período de tiempo intermedio, generalmente de uno a tres años. Estos presupuestos son utilizados por las organizaciones para establecer metas y estrategias a mediano plazo, y para tomar decisiones importantes relacionadas con la asignación de recursos y la gestión financiera.

Presupuestos a corto plazo. Es una herramienta financiera que se utiliza para planificar y controlar los gastos e ingresos de una organización en un período de tiempo relativamente breve, generalmente de uno a doce meses. Este tipo de presupuesto se enfoca en el corto plazo y se revisa y actualiza con frecuencia para adaptarse a los cambios en las circunstancias económicas y comerciales.

Clasificación de los presupuestos según el área

Los presupuestos también pueden clasificarse de acuerdo con el área que los prepare y ejecute, por ejemplo: presupuestos del área de ventas, presupuestos de producción, presupuesto de áreas de apoyo y presupuesto de administración.

Clasificación de los presupuestos según el sector de aplicación

De acuerdo con su sector de aplicación, los presupuestos pueden clasificarse en:

Presupuestos públicos. son realizados para programas del sector público o entidades del sector solidario que tienen el fin de prestar servicios de educación y salud, o de cubrir las necesidades puntuales de una población.

Presupuestos privados. son realizados por empresas del sector privado con el fin de generar utilidades que posteriormente se esperan distribuir entre los socios.

Presupuesto de Ingresos

Según Carrillo et al. (2019), el presupuesto de ingresos “se estructura a partir de los datos de un estudio de mercado que determina el porcentaje de participación previsto para cada producto o servicio.” (p.5). Estas proyecciones permiten a la empresa estimar los ingresos que espera generar y planificar el abastecimiento de los recursos necesarios para respaldar las ventas de sus artículos o servicios.

Esto implica que se proyecta la demanda y la cuota de mercado que se espera alcanzar con cada producto o servicio. Con esta información, la empresa puede estimar los ingresos que espera generar a partir de las ventas de sus bienes o servicios, se calcula cuántos insumos, materiales o recursos económicos serán requeridos para satisfacer la demanda esperada.

Formato de presupuesto de ingresos

Presupuesto de Ingresos			
Objetivo de Ventas			
Años	unidades	PVP	Valor total
1	xxxx	xxxx	xxxx
2	xxxx	xxxx	xxxx
3	xxxx	xxxx	xxxx
4	xxxx	xxxx	xxxx
5	xxxx	xxxx	xxxx

Nota. El formato muestra un modelo de presupuesto de ingresos basado en objetivo de ventas

Presupuesto de Egresos

Según (Villagran, 2018) define que “Implica un proceso de costeo mediante el cual se determinan los valores de los materiales, de la mano de obra directa y demás costos indirectos, que absorben todos y cada uno de los productos que se ofertan”. (p.9)

Se refiere a un proceso de costeo en el cual se determinan los valores de los materiales, la mano de obra directa y otros costos indirectos que se requieren para producir u ofrecer los productos o servicios de una empresa. El objetivo principal del presupuesto de egresos es estimar y planificar los gastos necesarios para la producción y comercialización de los bienes o servicios. Se consideran los costos asociados a la adquisición de materias primas, la mano de obra directa, así como otros costos indirectos, como los gastos generales de fábrica, los costos de comercialización y los gastos administrativos.

Formato de presupuesto de egresos

EMPRESA "XY"					
PRESUPUESTO DE EGRESOS					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTO PRIMO					
Materia Prima directa					
Mano de obra directa					
Total costo primo					
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
Materia Prima indirecta					
Servicios básicos (Agua y Luz)					
Arriendos					
Reparación y Mantenimiento Maquinaria y herramientas					
Depreciación de Construcciones en curso					
Depreciación de maquinaria y herramientas					
Total costos indirectos de fabricación					
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos y salarios administrativos					
Servicios básicos (Teléfono, Internet)					
Suministros de oficina					
Amortización del activo diferido					
Depreciación de Muebles y enseres					
Depreciación de equipo de Oficina					
Depreciación de equipo de computo					
Total de gastos administrativos					
GASTOS DE VENTA					
Agente de Ventas					
Combustible (diésel)					
Reparación y mantenimiento Vehículo					
Publicidad					
Depreciación de Vehículo					
Total gastos de venta					
GASTOS DE FINANCIEROS					
Interés del Préstamo bancario					
Total Gastos financieros					
Total Presupuesto de Egresos	-	-	-	-	-

Nota. Es un modelo de presupuesto de egresos con parámetros generales.

Estados proforma

Lo estados proforma determinan el resumen que informará sobre la situación económica financiera de la empresa, permitirá conocer ingresos, costos o gastos, además de la utilidad o pérdida neta en un periodo determinado según (UAL, 2019) los estados financieros proforma son estados que, en todo o en parte, contienen uno o varios supuestos o hipótesis para mostrar cuál sería la situación financiera o los resultados de las operaciones si ocurrieran. Los estados financieros se elaboran siguiendo principios contables que identifican y definen el ente económico y sus aspectos financieros, incluyendo los principios de realización y periodo contable que indican.(p.8)

Estado de resultados proyectado

Según Galán (2022) permite determinar en términos económicos, cuanto obtendrá la empresa como consecuencia de la combinación de las premisas planteadas de ingresos, gastos y utilidades futuras durante un período de tiempo determinado, se elabora utilizando datos históricos y proyecciones de la empresa sobre sus ventas, costos y gastos futuros, y se utiliza para ayudar a los inversores, los prestamistas y los gerentes a tomar decisiones informadas sobre la dirección futura de la empresa. (p.15)

Formato de estado de resultados

EMPRESA "XY"					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
Ventas Netas					
Total de Ingresos					
(-) COSTO DE VENTAS					
Costo Primo					
Costo Indirecto de fabricación					
Total costo de ventas					
(=) UTILIDAD BRUTA					
(-) OTROS GASTOS DE OPERACIÓN					
Gastos Administrativos					
Sueldos y salarios administrativos					
Servicios básicos (Teléfono, Internet)					
Suministros de oficina					
Amortización del activo diferido					
Depreciación de Muebles y enseres					
Depreciación de equipo de Oficina					

Depreciación de equipo de computo					
Total de gastos administrativos					
Gastos de Venta					
Agente de Ventas					
Combustible (diésel)					
Reparación y mantenimiento Vehículo					
Publicidad					
Depreciación de vehículo					
Total gastos de venta					
Gastos financieros					
interés del préstamo bancario					
Total Gastos financieros					
Total de Otros Gastos de Operación					
(=) UTILIDAD OPERACIONAL					
(-) UTILIDAD A TRABAJADORES 15%					
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS					
(-) IMPUESTO A LA RENTA 25%					
(=) UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO					

Nota. Es un modelo de estado de resultados proyectados

Flujo de Caja Proyectado

El flujo de caja proyectado es un documento financiero que muestra las estimaciones de los flujos de efectivo futuros de una empresa durante un período de tiempo determinado. El objetivo principal del flujo de caja proyectado es proporcionar una visión detallada de la cantidad de efectivo que se espera que entre y salga de la empresa en el futuro.

La elaboración de un flujo de caja proyectado es importante porque permite a las empresas planificar sus futuras necesidades de efectivo y tomar decisiones informadas sobre la gestión de sus finanzas. Al conocer con anticipación sus ingresos y gastos futuros, las empresas pueden ajustar sus presupuestos y estrategias comerciales para asegurarse de que tengan suficiente efectivo para cumplir con sus obligaciones financieras y continuar creciendo, por lo que las empresas deben tener muy en cuenta los flujos de caja del negocio para poder tomar las mejores estrategias con respecto al cuidado del dinero que entra y sale, para poder solventar gastos y deudas que adquiere la empresa.

Formato de flujo de caja proyectado

EMPRESA MANYLOJ			
FLUJO DE CAJA PROYECTADO			
Descripción	Año 0	Año 1	Año ...
INGRESOS			
Ventas Netas			
Total de Ingresos			
EGRESOS			
Inversión Inicial			
Costo Primo			
Costo Indirecto de fabricación			
Gastos Administrativos			
Gastos de Venta			
Gastos Financieros			
Total de Egresos			
INGRESOS BRUTOS			
(-) Utilidad a trabajadores 15%			
(-) Impuesto a la renta 25%			
INGRESOS NETOS			
(+) Depreciaciones			
(+) Amortización de Activos Fijos			
FLUJO DE CAJA			

Nota. Es un modelo de flujo de caja proyectado

EVALUACIÓN FINANCIERA

Definición

Se analiza específicamente la inversión, los costos e ingresos que se generan en la implementación del proyecto, según Quezada (2023) expresa que “es un proceso mediante la cual se realiza un análisis de sensibilidad de un determinado período de tiempo, para estudiar los costos y beneficios de los diversos proyectos y alternativas de inversión a corto plazo y largo plazo.” (párr. 1).

Según Ruíz (2019) establece que “esta etapa es dedicada a presentar criterios de evaluación financiera a partir de las inversiones, costos e ingresos de una propuesta de inversión distribuidos en el tiempo, con el fin de componer indicadores que sirvan la base estable.” (pág. 185)

Se analizan el valor actual neto, la tasa interna de retorno, el tiempo en cual se retorna el capital invertido, cual es la relación benéfico costo de la inversión, se determina si es sensible o no ante posibles cambios como el aumento de los costos o la disminución en los ingresos, todas estas herramientas permiten determinar si es buena idea invertir o no.

Indicadores de evaluación financiera

Valor actual neto (VAN)

Permite calcular los flujos de caja futuros los cuales son originados por la inversión del proyecto, según Morales (2019) el valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto o inversión para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión. También se conoce como valor neto actual (VNA), valor actualizado neto o valor presente neto (VPN). (párr. 1)

Fórmula:

$$VAN = -I_0 + \frac{F_t}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

Donde:

F_t son los flujos de dinero en cada periodo t

I_0 es la inversión realiza en el momento inicial ($t = 0$)

n es el número de periodos de tiempo

k es el tipo de descuento o tipo de interés exigido a la inversión

Condiciones del VAN

El autor Morales (2019) establece que los criterios de decisión son:

- $VAN > 0$: generará beneficios por lo que el proyecto es aceptable.
- $VAN = 0$: no se obtiene beneficios ni pérdidas, siendo su realización, en principio, indiferente. Sin embargo es aprobable
- $VAN < 0$: El proyecto de inversión generará pérdidas, por lo que deberá ser rechazado.

Tasa interna de retorno (TIR)

Permite conocer el retorno del dinero o la rentabilidad que se obtienen en la inversión que se aplica en el proyecto, según Arias (2019) es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión para las cantidades que no se han retirado del proyecto, es decir, es una medida utilizada en la evaluación de proyectos de inversión para comprobar la viabilidad de una inversión. Permite comparar inversiones entre ellas. de manera que cuanto mayor sea la TIR mayor será la rentabilidad. Realizando el cálculo de la tasa interna de rentabilidad de diferentes proyectos se facilita la toma de decisiones sobre la inversión a realizar. (párr. 1)

Fórmula:

$$TIR = Tasa\ menor + (diferencia\ de\ tasas) \times \frac{Van\ Menor}{Van\ Menor - Van\ Mayor}$$

Condiciones del TIR

- TIR > TRMA, el proyecto de inversión será aceptado. En este caso, la tasa de rendimiento interno obtenida es superior a la tasa mínima de rentabilidad exigida a la inversión.
- TIR = TRMA, la inversión podrá llevarse a cabo si mejora la posición competitiva de la empresa y no hay alternativas más favorables.
- TIR < TRMA, el proyecto debe rechazarse. No se alcanza la rentabilidad mínima de la inversión.

Periodo de recuperación de capital (PRC)

Es el tiempo que necesita un inversor para recuperar todo el dinero invertido, es decir, el tiempo necesario para que un proyecto genere un retorno monetario que permita compensar la inversión realizada.

Fórmula:

$$PRC = Año\ que\ supera\ la\ inversión + \frac{Inversión\ inicial - \sum Primeros\ flujos}{Flujo\ neto\ del\ año\ que\ supera\ la\ inversión}$$

Relación beneficio costo (B/C)

Indica cuanto se tiene de retorno o rendimiento por cada dólar de inversión, según Gutiérrez (2021) se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, el resultado obtenido de la comparación de los valores actuales de los ingresos y de los egresos, si la relación beneficio costo es mayor que (1) se puede realizar el proyecto. (p.23)

Fórmula:

$$RBC = \frac{Ingresos\ Actualizados}{Costos\ Actualizados}$$

Condiciones del B/C

- B/C > 1 indica que los beneficios superan los costes, por consiguiente, el proyecto debe ser considerado.
- B/C=1 Aquí no hay ganancias, pues los beneficios son iguales a los costes.
- B/C < 1, muestra que los costes son mayores que los beneficios, no se debe considerar.

Análisis de sensibilidad

Es el procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta un proyecto de inversión, es decir, qué tan sensible es la TIR o la VAN ante cambios en determinadas variables de la inversión, considerando que las demás no cambian

En ese contexto, son situaciones que se dan normalmente en el entorno económico, una el aumento de los costos y otra la disminución en los ingresos.

Fórmula:

$$\text{Análisis de sensibilidad} = \left(\frac{VANn - VaNe}{VaNe} \right) * 100$$

Donde:

VANn: hace referencia al valor actual neto nuevo.

VANE: hace referencia al valor actual neto que se tenía antes de realizar el cambio en la variable que se está midiendo.

Condiciones de decisión:

- Si el coeficiente es mayor que 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es menor que 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es igual a 1 no hay efectos sobre el proyecto.

Formulas Complementarias:

$$TIR = TIR \text{ Del proyecto} - \text{Nueva TIR}$$

$$\% \text{ de Variación} = 100 \times \frac{\text{Diferencia del TIR}}{\text{TIR del Proyecto}}$$

$$\text{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ de Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

5 Metodología

La investigación se desarrolló a través de un proyecto de factibilidad para alcanzar cada uno de los objetivos específicos planteados. Para ello, se utilizó los siguientes métodos:

Científico

Se utilizó para definir conceptos y teorías científicas relacionadas con el proyecto de factibilidad y, de esta manera, diagnosticar la viabilidad de la creación de una empresa productora de pasta de maní. Durante el transcurso de la investigación, se recopiló información de carácter científico.

Deductivo

Se empleó para procesar toda la información que se recolectó mediante la aplicación de las encuestas, lo que ayudó a conocer y analizar todas las causas que llevaron a la necesidad de implementar una empresa productora de pasta de maní, tomando en cuenta la viabilidad del proyecto.

Inductivo

Se aplicó para particularizar aspectos concretos observados, en base a tendencias de consumo de la población, utilizando esa información para hacer inferencias sobre la necesidad de la implementación de una empresa productora de pasta de maní.

Analítico

Se analizó e interpretó los resultados obtenidos para poder determinar si el proyecto es viable para la implementación de la empresa productora de pasta de maní.

Sintético

Permitió elaborar las conclusiones y recomendaciones de la investigación, a partir de los datos obtenidos, interpretando los resultados y sintetizando esa información para tener una visión particular de la factibilidad del proyecto.

Técnicas

Encuesta

La encuesta permitió la recolección de información por medio de cuestionarios y se aplicó a la población objeto de estudio del proyecto. Además, se emplearon encuestas digitales para recabar información detallada sobre la necesidad de una empresa productora de pasta de maní, a través de una serie de preguntas para luego ser procesada empleando el método estadístico.

Entrevista

Se utilizó esta técnica para entrevistar a los ofertantes de pasta de maní de la localidad a través de llamadas telefónicas haciéndoles la pregunta de cuantos gramos y libras de pasta de maní venden semanalmente, por lo que esta técnica fue fundamental para la investigación y el proceso del análisis de la oferta ya que con los datos obtenidos fue posible determinar este factor importante.

Referentes Bibliográficos

Se utilizó esta técnica ya que se obtuvo información teórica de diferentes autores en la revisión de artículos científicos, revistas científicas, los mismos que permitieron estructurar el Trabajo de Integración Curricular.

Población

Ayudo a determinar la población del cantón de Paltas siendo 23.820 habitantes, dado que el consumo de pasta de maní es comprado por un integrante por familia, se considera el número promedio de integrantes familiares es 4 (5.955 familias) según datos del INEC y una tasa de crecimiento poblacional del 0.58 %.

Formula:

$$Pf = Po + (1 + r)^n$$

En donde:

Pf = Población final

Po= Población inicial

1 = Constante

r = tasa de crecimiento poblacional 0.58 %

n = numero de años

Muestra poblacional

Permitió fraccionar del total de familias del cantón Paltas, obtener el número de familias a ser encuestadas.

Fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

En donde:

n = Tamaño de la Muestra

N = Población o Universo total Familias (5955)

e = Error experimental 5% (0,05)

P = Probabilidad de éxito (0,7)

Q = Proporción de fracaso (0,3)

Z = Nivel de confianza 95% (1,96)

6 Resultados

CONTEXTO SITUACIONAL

La empresa productora de pasta de maní "MANYLOJ" llevará su actividad operativa en el cantón Paltas, dentro de su detalle geográfico está a una altitud que oscila entre los 1.900 m.s.n.m, ubicada al norte – occidental de la provincia de Loja con un clima cálido-frío con una extensión territorial de 1124 Km² , limitando al Norte: Con los cantones Chaguarpamba, Olmedo y la provincia del Oro, Sur: Con los cantones Calvas y Sozoranga, Este: Con los cantones Catamayo y Gonzanamá, Oeste: Con los cantones Puyango y Celica.

El cantón dentro de su economía cuenta con un sistema productivo referenciado en los mercados de Loja, Zamora y El Oro. En su campo de producción se basa en la agrícola, ganadera y artesanal las cuales se ven potenciadas gracias a las personas dedicadas a la siembra de maní en el sector y otros factores que son de gran relevancia puesto que genera desarrollo económico mejorando la calidad de vida de los moradores de la localidad.

La empresa productora de pasta de maní "MANYLOJ" se encontrará en una posición estratégica para aprovechar los recursos y oportunidades que ofrece la localidad. Las diversidades de productos agrícolas en la zona proveen constantemente de materia prima de alta calidad para la empresa. Además, el acceso a los mercados de Loja, Zamora y El Oro facilitan la distribución y comercialización de los productos de la empresa en una amplia área geográfica.

En este sentido, los factores económicos y sociales mencionados anteriormente desempeñan un papel fundamental en el desarrollo de la empresa. A su vez, la empresa contribuirá al crecimiento económico del cantón al generar empleo y fomentar el crecimiento de la cadena de valor en el sector.

Referente a la infraestructura y el apoyo institucional, el cantón Paltas cuenta con una red de comunicación adecuada que facilita el transporte de productos y el acceso a proveedores y clientes. Además, el respaldo gubernamental y los incentivos para la inversión empresarial contribuyen a crear un ambiente propicio para el crecimiento y desarrollo de empresas como "MANYLOJ".

ESTUDIO DE MERCADO

Población objetivo

Realizando un estudio de mercado, es posible identificar las necesidades y deseos de los clientes. En este caso, el producto pasta de maní ofrecido está dirigido a un mercado compuesto por familias residentes en el cantón Paltas. Para calcular el tamaño de este mercado a nivel cantonal, se utiliza la fórmula para la proyección de la población.

De acuerdo con el último censo de población elaborado en el año 2010 la población total del cantón Paltas es de 23.801 habitantes, la misma que se proyectará para el año actual 2023 y luego para el año 2028, debido a que el proyecto durará 5 años, considerando una tasa de crecimiento poblacional del 0,58% según la base de datos del INEC.

Fórmula para la proyección de la población

$$P_f = P_0 (1 + r)^n$$

Donde:

P_f = Población Final

P_0 = Población Actual

r = Tasa de crecimiento poblacional

n = Número de años

Cálculo de la proyección de crecimiento de la población desde (2010-2023-2028) con una población de 23.801 y tasa de crecimiento poblacional de 0.58%

$$2010 \text{ } pf = 23.801 (1 + 0,000058)^0 = 23.801$$

$$2011 \text{ } pf = 23.801 (1 + 0,000058)^1 = 23.802$$

$$2012 \text{ } pf = 23.802 (1 + 0,000058)^2 = 23.805$$

$$2013 \text{ } pf = 23.802 (1 + 0,000058)^3 = 23.807$$

$$2014 \text{ } pf = 23.802 (1 + 0,000058)^4 = 23.808$$

$$2015 \text{ } pf = 23.802 (1 + 0,000058)^5 = 23.809$$

$$2016 \text{ } pf = 23.802 (1 + 0,000058)^6 = 23.811$$

$$2017 \text{ } pf = 23.802 (1 + 0,000058)^7 = 23.812$$

$$2018 \text{ } pf = 23.802 (1 + 0,000058)^8 = 23.813$$

$$2019 \text{ pf} = 23.802 (1 + 0,000058)^9 = 23.815$$

$$2020 \text{ pf} = 23.802 (1 + 0,000058)^{10} = 23.816$$

$$2021 \text{ pf} = 23.802 (1 + 0,000058)^{11} = 23.818$$

$$2022 \text{ pf} = 23.802 (1 + 0,000058)^{12} = 23.819$$

$$\mathbf{2023 \text{ pf} = 23.802 (1 + 0,000058)^{13} = 23.820}$$

$$2024 \text{ pf} = 23.802 (1 + 0,000058)^{14} = 23.822$$

$$2025 \text{ pf} = 23.802 (1 + 0,000058)^{15} = 23.823$$

$$2026 \text{ pf} = 23.802 (1 + 0,000058)^{16} = 23.824$$

$$2027 \text{ pf} = 23.802 (1 + 0,000058)^{17} = 23.826$$

$$2028 \text{ pf} = 23.802 (1 + 0,000058)^{18} = 23.827$$

Tabla 2

Proyección de la población del cantón Paltas.

Año	Población en Paltas	Familias/4
2010	23801	5950
2011	23802	5951
2012	23805	5951
2013	23807	5952
2014	23808	5952
2015	23809	5952
2016	23811	5953
2017	23812	5953
2018	23813	5953
2019	23815	5954
2020	23816	5954
2021	23818	5954
2022	23819	5955
2023	23820	5955
2024	23822	5955
2025	23823	5956
2026	23824	5956
2027	23826	5956
2028	23827	5957

Nota. La tabla muestra la población proyectada al año 2023 según datos estadísticos del INEC aplicando la tasa de crecimiento de 0.58 % hasta los años de estudio, dividido para 4, que es el número de integrantes por familia promedio a nivel nacional.

Fórmula para la aplicación del tamaño de la muestra

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

En donde:

- n = Tamaño de la Muestra
- e = Error experimental 5% (0,05)
- Q = Proporción de fracaso (0,3)
- N = Población o Universo total Familias (5955)
- P = Probabilidad de éxito (0,7)
- Z = Nivel de confianza 95% (1,96)

$$n = \frac{5955 * 1,96^2 * 0,70 * 0,30}{0,05^2 * (5955 - 1) + 1,96^2 * 0,70 * 0,30}$$

$$n = \frac{4.804,11}{16}$$

$$n = 306$$

De acuerdo con la fórmula utilizada, el total de la muestra será de 306 familias a las que se aplicará a un integrante por familia, para obtener información sobre la factibilidad del proyecto.

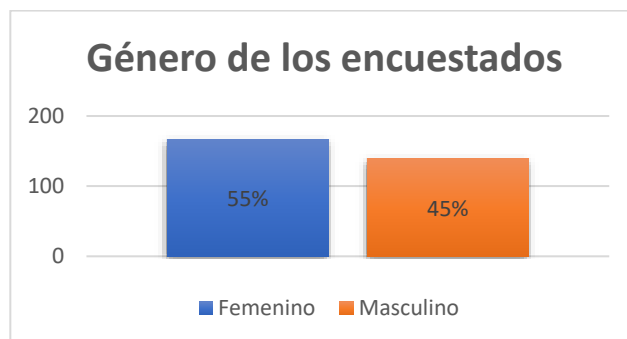
Tabulación e interpretación de datos de la encuesta realizada para determinar los gustos y preferencia de los clientes y consumidores de la pasta de maní en el cantón Paltas.

Tabla 3
Género de los encuestados

Alternativas	Ponderación	Porcentaje
Femenino	167	55%
Masculino	139	45%
TOTAL	306	100%

Nota. En la tabla se muestra el género de quienes respondieron la encuesta.

Figura 2
Género



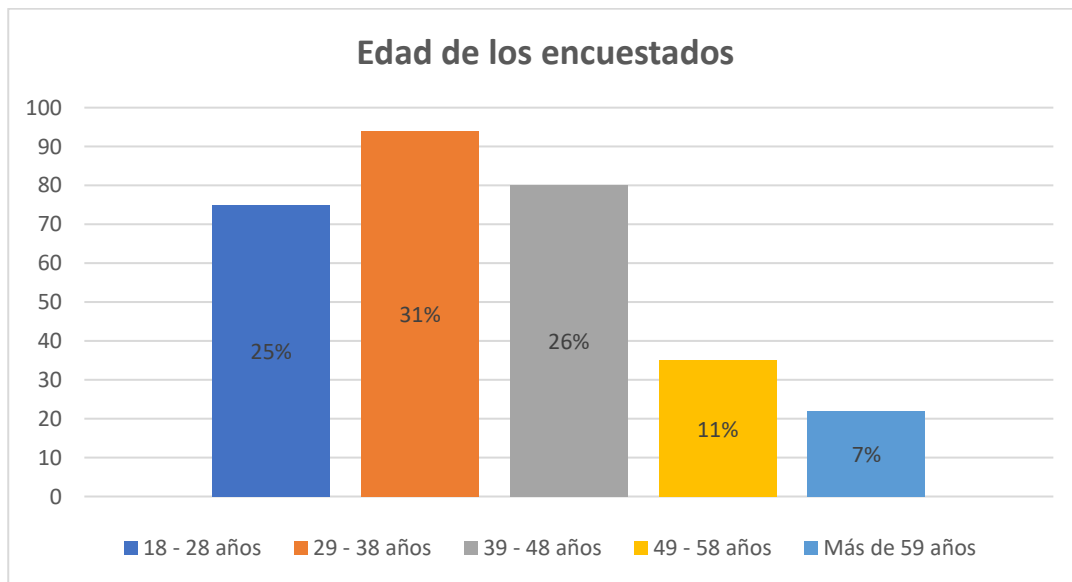
Análisis. Para abordar el Trabajo de Integración Curricular se procedió a aplicar las encuestas a la muestra poblacional del cantón Paltas que son 306 familias, en el cual el 55% corresponde al género femenino lo que demuestra una ligera mayoría de mujeres, y el 45% al género masculino respectivamente, debido a la ola migratoria de los hombres tanto a nivel nacional como internacional.

Tabla 4
Rango de edad de los encuestados

Alternativas	Ponderación	Porcentaje
18 - 28 años	75	25%
29 - 38 años	94	31%
39 - 48 años	80	26%
49 - 58 años	35	11%
Más de 59 años	22	7%
TOTAL	306	100%

Nota. Se presenta en el rango de edad de las personas que respondieron la encuesta

Figura 3
Rango de edad de los encuestados

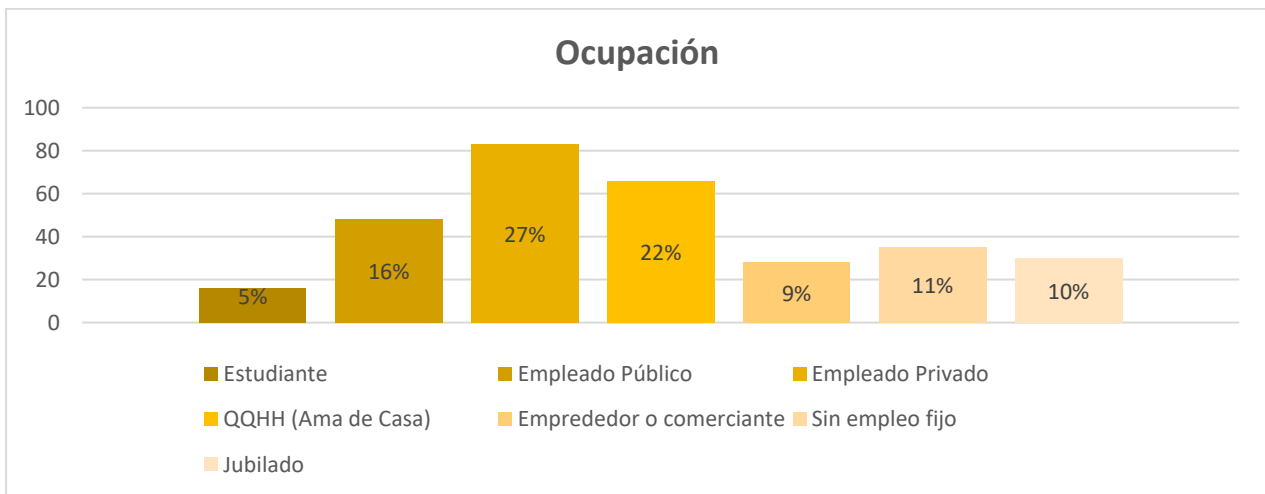


Análisis. El rango de edad más representativo es de 29 a 38 años con un 31% del total, lo que denota una participación significativa en la encuesta respecto a otros rangos debido a que las nuevas generaciones por estudios y oportunidades laborales salen del cantón Paltas quedando los habitantes dentro de ese rango y de 39 a 48 años siendo el segundo rango mayoritario con un 26%.

Tabla 5*Ocupación de los encuestados*

Alternativas	Ponderación	Porcentaje
Estudiante	16	5%
Empleado Público	48	16%
Empleado Privado	83	27%
QQHH (Ama de Casa)	66	22%
Emprendedor o comerciante	28	9%
Sin empleo fijo	35	11%
Jubilado	30	10%
TOTAL	306	100%

Nota. La tabla indica la ocupación de los encuestados con el porcentaje correspondiente.

Figura 4*Ocupación de los encuestados*

Análisis. Se observa que el grupo más numeroso de encuestados es el de empleados privados, representando el 27% del total, esto indica que hay una presencia significativa de personas que trabajan en el sector privado, los que se identificaron como amas de casa (QQHH) constituyen el 22%, lo que permite identificar la participación de este grupo en el estudio, los empleados públicos representan el 16% de los encuestados. Los estudiantes, emprendedores o comerciantes, y las personas sin empleo fijo tienen una participación del 5%, 9% y 11% respectivamente. Por lo tanto, los resultados evidencian que los empleados privados tienen una alta participación en la encuesta realizada.

Tabla 6

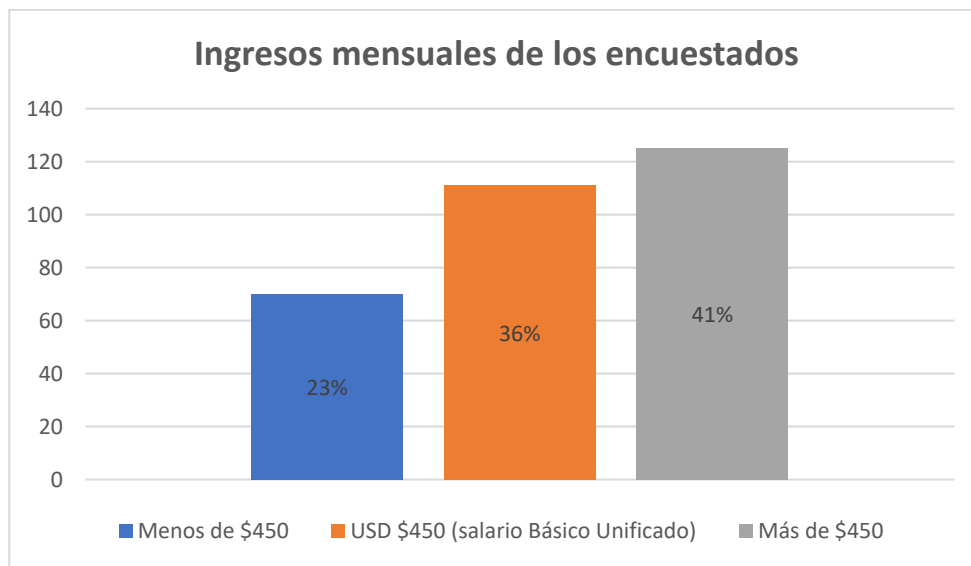
Ingresos de los encuestados

Alternativas	Ponderación	Porcentaje
Menos de \$450	70	23%
USD \$450 (salario Básico Unificado)	111	36%
Más de \$450	125	41%
TOTAL	306	100%

Nota. La tabla indica los ingresos mensuales que perciben los encuestados con el porcentaje correspondiente.

Figura 5

Ingresos mensuales de los encuestados



Análisis. En cuanto a la población objeto de estudio se formuló la interrogante a fin de saber la población económicamente activa, en primer lugar, se destaca que el 41% de los encuestados reporta tener ingresos mensuales superiores a \$450 esto indica que una parte significativa de la muestra tiene un nivel de ingresos mayor al salario básico unificado establecido en \$450 para el año 2023. Por otro lado, el 36% de los encuestados declara recibir un ingreso mensual equivalente al salario básico unificado, en cuanto aquellos que reportan recibir un ingreso menor al salario básico unificado a \$450, representan el 23%. Es importante destacar que al percibir el 41% de los encuestados más del salario básico pone en evidencia la disponibilidad adquisitiva que poseen los encuestados para adquirir el producto que va a ofertar.

Tabla 7

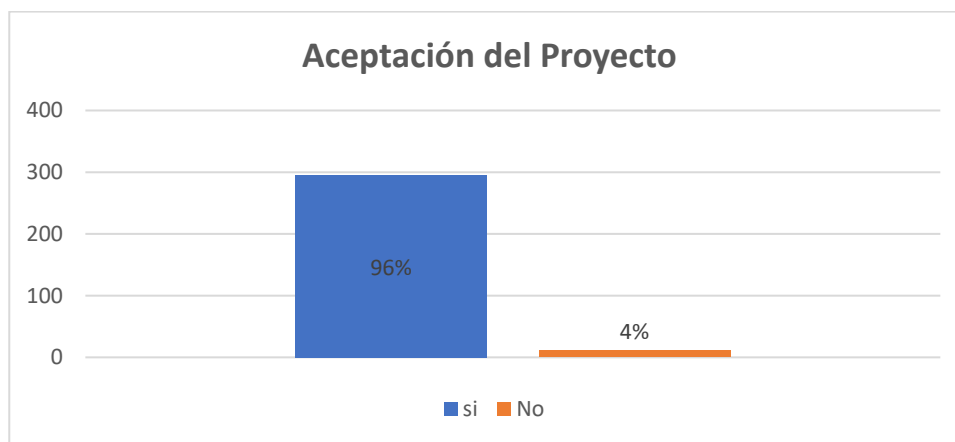
Acceptación favorable para el establecimiento del proyecto de inversión

Alternativas	Ponderación	Porcentaje
Si	295	96%
No	11	4%
TOTAL	306	100%

Nota. Se muestra el total de los encuestados que consideran la factibilidad de crear un proyecto de inversión para constituir una empresa productora de pasta de maní en el cantón Paltas, con el porcentaje correspondiente.

Figura 6

Acceptación del Proyecto de inversión



Análisis. La tabulación revela que el 96,41% de los encuestados considera necesario establecer el proyecto de inversión para la creación de una empresa productora de pasta de maní en el cantón Paltas, esta respuesta positiva refuerza la viabilidad y oportunidad de emprender, destacando la existencia de una demanda potencial y favorable en el mercado local, por otro lado, el 3,59% de los encuestados indicó que no considera necesario establecer un proyecto de inversión.

Tabla 8

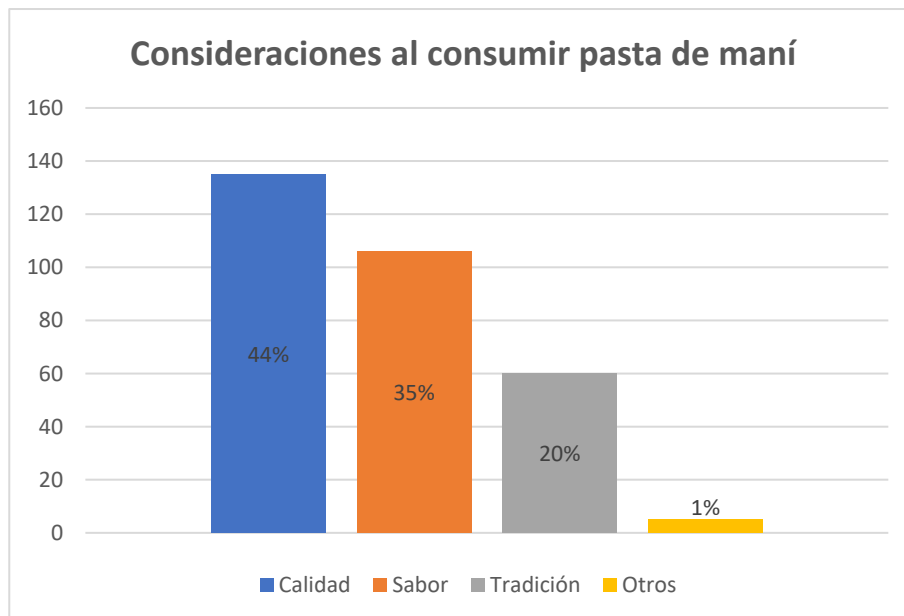
Consideraciones de los encuestados al consumir pasta de maní

Alternativas	Ponderación	Porcentaje
Calidad	135	44%
Sabor	106	35%
Tradición	60	20%
Otros	5	2%
TOTAL	306	100%

Nota. La tabla muestra los gustos y preferencias de los encuestados al consumir pasta de maní.

Figura 7

Consideración de consumo de la pasta de maní



Análisis. Los resultados revelan que el 44% de los encuestados considera la calidad como el factor más importante, buscando una pasta de maní que cumpla con altos estándares en su fabricación y contenido nutricional, el 35% de los encuestados destaca el sabor como un aspecto relevante, además, un 20% menciona la tradición valorando la conexión cultural y la autenticidad del producto, por último, el 1% de los encuestados menciona otros aspectos como el precio, el empaque, la marca o las recomendaciones de otras personas. Estos hallazgos resaltan la importancia de ofrecer productos de alta calidad y con sabores atractivos que satisfagan las preferencias de los consumidores.

Tabla 9

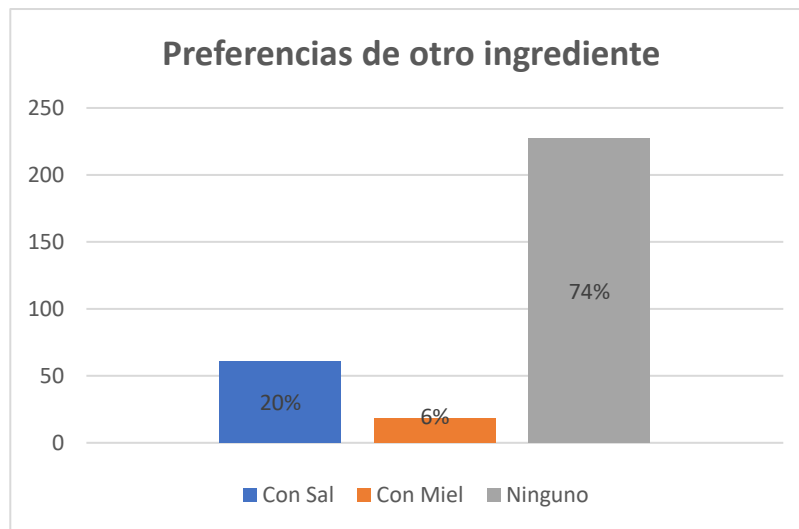
Preferencias de sabor añadido

Alternativas	Ponderación	Porcentaje
Con Sal	61	20%
Con Miel	18	6%
Ninguno	227	74%
TOTAL	306	100%

Nota. La tabla muestra la preferencia de los encuestados al momento de consumir pasta de maní con algún otro tipo de ingrediente.

Figura 8

Preferencias de otro ingrediente



Análisis. El análisis acerca de las preferencias de los consumidores en cuanto a la adición de otros ingredientes a la pasta de maní revela que la gran mayoría de los encuestados, el 74%, prefiere consumir la pasta de maní sin ningún otro ingrediente adicional, el 20% indica que prefiere la pasta de maní con sal, lo que sugiere una preferencia por un sabor más salado y un pequeño porcentaje, el 6% prefiere la pasta de maní con miel, estos resultados brindan información valiosa para la empresa de pasta de maní, permitiéndoles ajustar sus productos y ofrecer opciones que se adapten a las preferencias y necesidades de sus consumidores en especial de los consumidores que disfrutan del sabor natural y auténtico de la pasta de maní sin necesidad de agregar ningún complemento.

Tabla 10

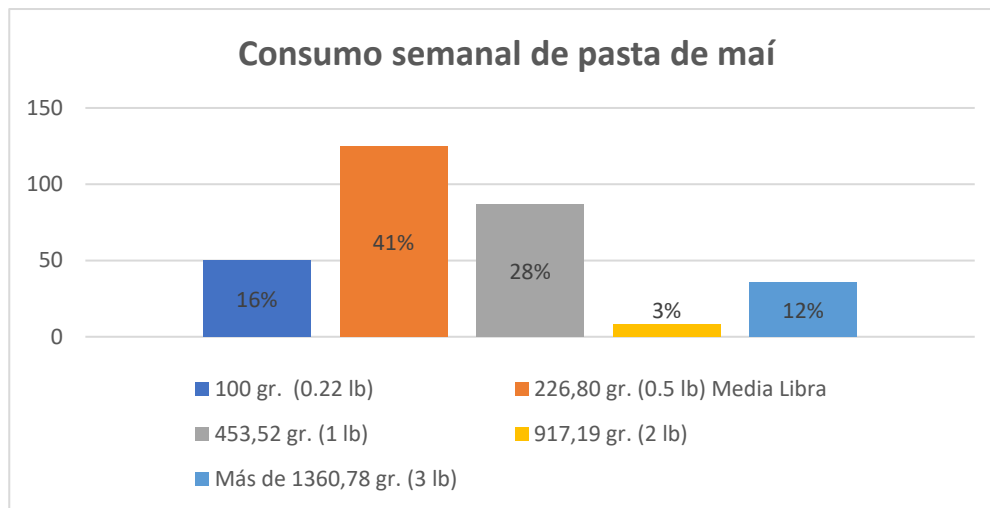
Consumo Semanal por familias de pasta de maní

Alternativas	Ponderación	Porcentaje
100 gr. (0.22 lb)	50	16%
226,80 gr. (0.5 lb) Media Libra	125	41%
453,52 gr. (1 lb)	87	28%
917,19 gr. (2 lb)	8	3%
Más de 1360,78 gr. (3 lb)	36	12%
TOTAL	306	100%

Nota. La tabla muestra el consumo semanal de pasta de maní por parte de los encuestados

Figura 9

Consumo semanal de Pasta de maní



Análisis. El análisis de la tabulación sobre la cantidad de pasta de maní consumida semanalmente por las familias del cantón Paltas revela diferentes patrones de consumo, el 41% de los encuestados consume un promedio de 226,80 gramos (0.5 libras) de pasta de maní por semana, lo que indica una cantidad moderada de consumo, por otro lado, el 28% de los encuestados consume alrededor de 453,52 gramos (1 libra), esto indica un consumo más elevado y sugiere que estas familias tienen un mayor gusto por la pasta de maní o que la utilizan en una mayor variedad de platos o preparaciones, un pequeño porcentaje, el 3%, consume 917,19 gramos (2 libras) de pasta de maní por semana, demostrando un consumo más alto en comparación con el promedio, además, el 12% de los encuestados consume más de 1360,78 gramos (3 libras) lo que representa un consumo significativamente mayor.

Tabla 11

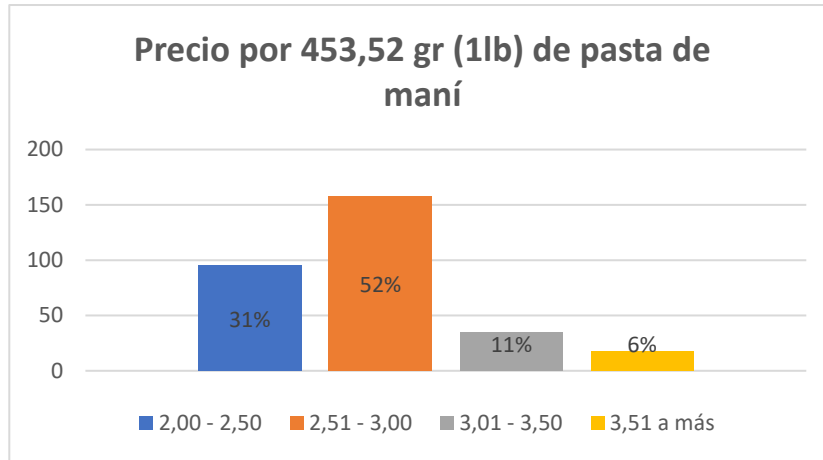
Precio que pagan los encuestados por 453,52 gr (1lb) de pasta de maní

Alternativas	Ponderación	Porcentaje
2,00 - 2,50	95	31%
2,51 - 3,00	158	52%
3,01 - 3,50	35	11%
3,51 a más	18	6%
TOTAL	306	100%

Nota. La tabla muestra cuál es el precio que pagan los encuestado en la actualidad por 453,52 gr (1 lb) de pasta de maní.

Figura 10

Precio que los encuestados pagan por 453,52 gr



Análisis. El análisis de la tabulación sobre el precio que se paga por 453,52 gramos (1 libra) de pasta de maní en la actualidad revela diferentes rangos de precios y las preferencias de los consumidores en cuanto a su elección el 52% de los encuestados indica que paga un precio entre \$2,51 y \$3,00 por 453,52 gramos de pasta de maní, este rango de precios es el más representativo y sugiere que la mayoría de los consumidores están dispuestos a pagar un precio moderado por la pasta de maní de buena calidad, por otro lado, el 31% de los encuestados indica que paga entre \$2,00 y \$2,50 por la misma cantidad de pasta de maní. Este rango de precios refleja una preferencia por opciones más económicas y competitivas en el mercado. Un pequeño porcentaje, el 11%, está dispuesto a pagar entre \$3,01 y \$3,50, lo que indica que hay consumidores dispuestos a pagar un precio ligeramente más alto por la pasta de maní. Finalmente, el 6% de los encuestados paga \$3,51 o más por 453,52 gramos de pasta de maní. Este grupo representa a aquellos consumidores dispuestos a pagar un precio más elevado por productos de alta calidad o por opciones gourmet.

Tabla 12

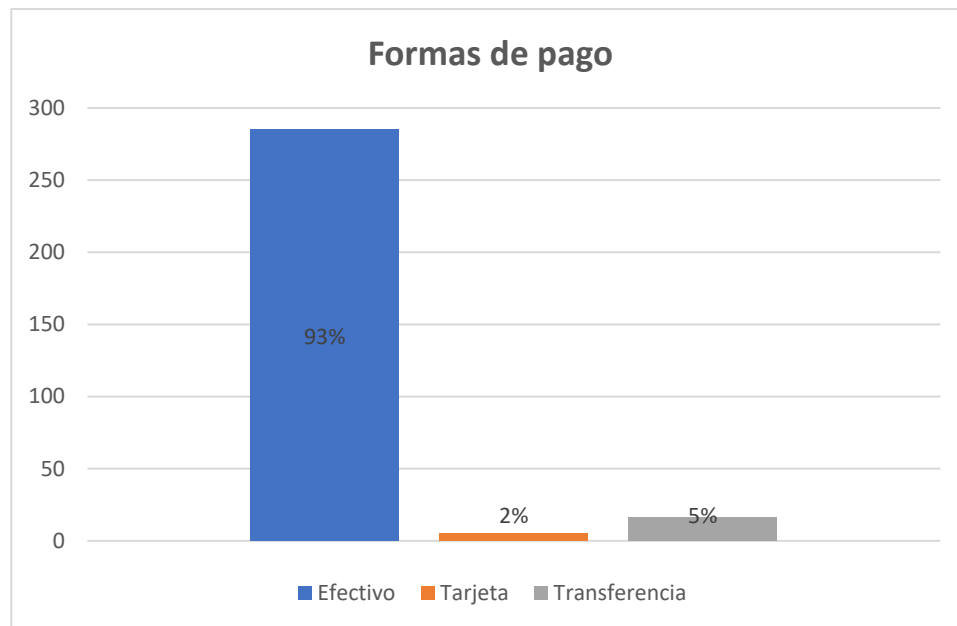
Formas de pago

Alternativas	Ponderación	Porcentaje
Efectivo	285	93%
Tarjeta	5	2%
Transferencia	16	5%
TOTAL	306	100%

Nota. La tabla indica cuales son las formas de pago de mayor comodidad para los consumidores de pasta maní.

Figura 11

Formas de pago de mayor comodidad para los clientes



Análisis. La forma de pago más recurrida para la compra de pasta de maní revela que el 93% de los encuestados, prefiere realizar sus compras utilizando efectivo, esto indica que la mayoría de los consumidores se siente más cómoda pagando en efectivo al adquirir pasta de maní, el 5%, prefiere realizar sus pagos a través de transferencia bancaria y el 2% de los encuestados opta por utilizar tarjetas de crédito o débito como forma de pago, esto indica que la mayoría de los consumidores se siente más cómoda pagando en efectivo al adquirir pasta de maní.

Tabla 13

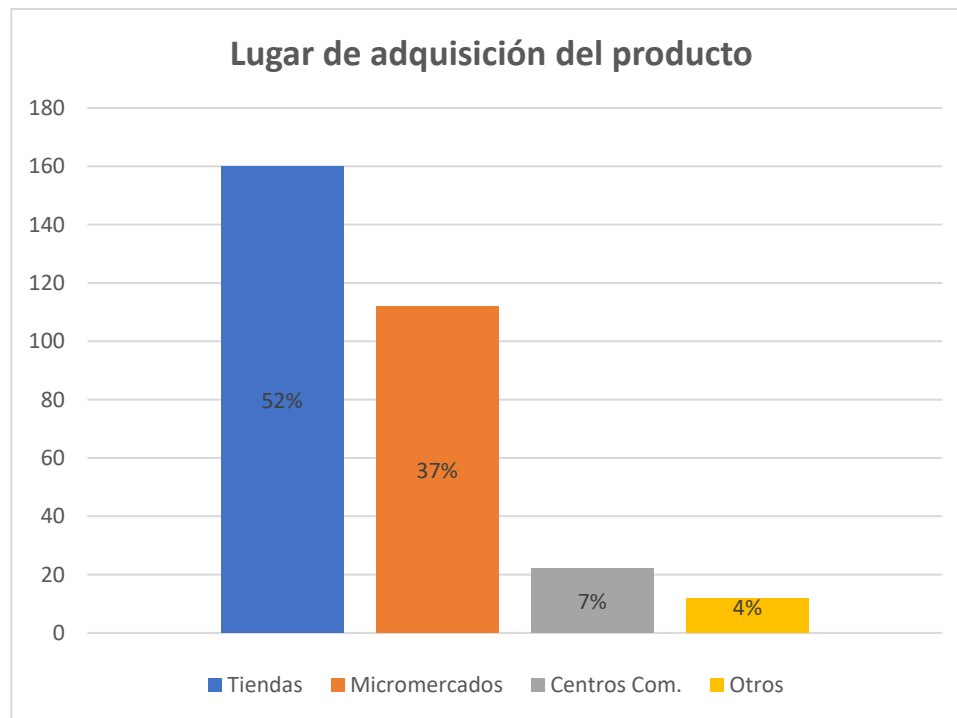
Lugares donde adquieren los encuestados pasta de maní

Alternativas	Ponderación	Porcentaje
Tiendas	160	52%
Micro mercados	112	37%
Centros Com.	22	7%
Otros	12	4%
TOTAL	306	100%

Nota. La tabla indica cual es el lugar que los encuestados prefieren comprar pasta de Maní

Figura 12

Lugar preferido por los encuestados para la compra de pasta de maní



Análisis. El lugar de preferencia de los encuestados para comprar pasta de maní revela que la mayoría, el 52%, prefiere adquirir este producto en tiendas, esto indica que las tiendas son consideradas como el lugar principal para la compra de pasta de maní por la mayoría de los consumidores, el 37%, opta por comprar pasta de maní en micro mercados, el 7% elige los centros comerciales y el 4% menciona otros lugares de preferencia para la compra de pasta de maní que varían y son: mercado de Paltas, ferias locales, tiendas en línea y bodegas.

Tabla 14

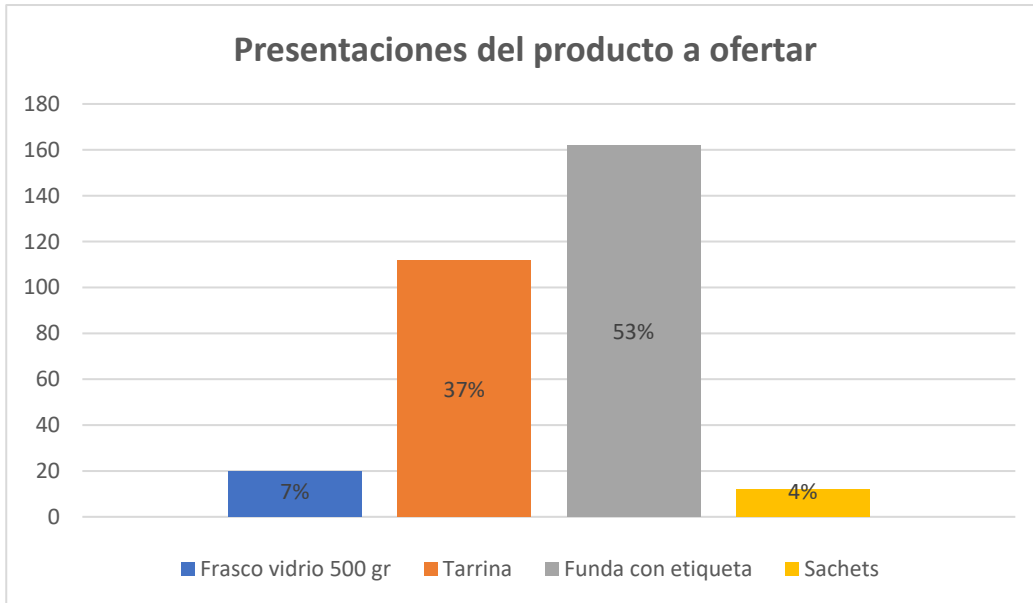
Presentaciones del producto a ofertar

Alternativas	Ponderación	Porcentaje
Frasco vidrio 500 gr	20	7%
Tarrina	112	37%
Funda con etiqueta	162	53%
Sachet	12	4%
TOTAL	306	100%

Nota. La tabla muestra las presentaciones de pasta de maní que le gustaría adquirir a los clientes en caso de implementar el proyecto de inversión.

Figura 13

Presentaciones del Producto a ofertar



Análisis. Las presentaciones de pasta de maní que los encuestados desearían adquirir en caso de implementar el proyecto de inversión revela que el 53%, indica que les gustaría adquirir la pasta de maní en una funda con etiqueta, esta presentación puede ofrecer conveniencia y facilidad de uso, el 37% prefiere las tarrinas ya que son recipientes convenientes para el consumo individual, el 7%, prefiere adquirir la pasta de maní en frascos de vidrio de 500 gramos ya que pueden transmitir una imagen de calidad y el 4% indica que les gustaría adquirir la pasta de maní en sachet individual ya que son paquetes pequeños y prácticos que contienen una porción específica debido que son empaques de alimentos de consumo en movimiento.

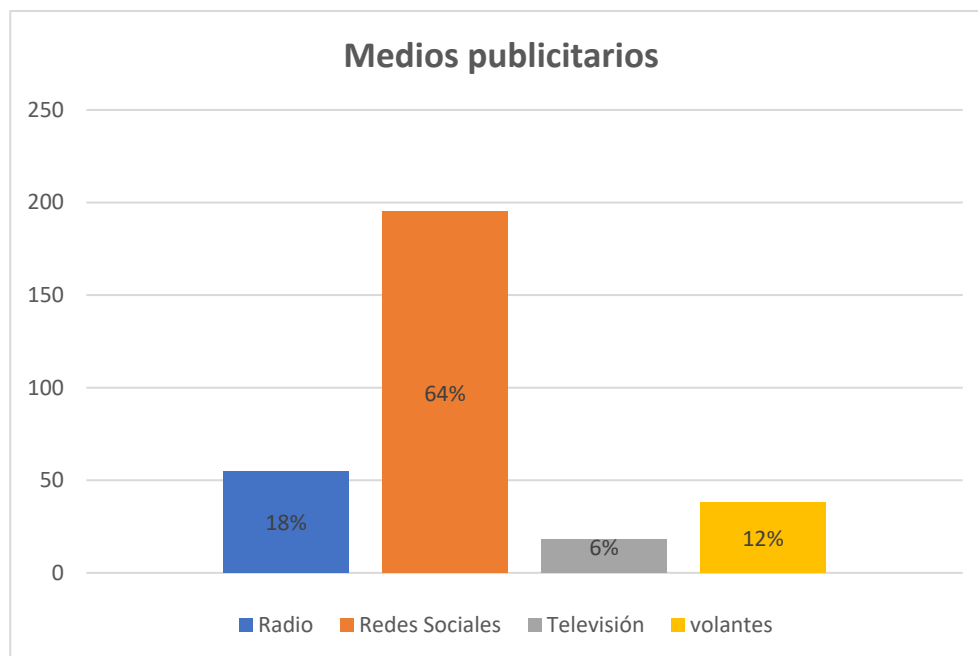
Tabla 15

Medios de publicidad

Alternativas	Ponderación	Porcentaje
Radio	55	18%
Redes Sociales	195	64%
Televisión	18	6%
volantes	38	12%
TOTAL	306	100%

Nota. En la tabla indica los medios publicitarios por el cual los futuros clientes les gustaría conocer la oferta de pasta de maní en el cantón Paltas.

Figura 14
Medios de publicidad



Análisis. Según los resultados, se puede observar que la mayoría de los encuestados, un 64%, prefieren conocer la oferta de pasta de maní a través de las redes sociales esto indica que las plataformas digitales y las redes sociales se han convertido en un medio efectivo para llegar a un público más amplio y diverso ofreciendo la ventaja de alcanzar a un gran número de personas, permitiendo una comunicación directa, interactiva y rápida con los consumidores. Por otro lado, un 18% de los encuestados manifestó su preferencia por la publicidad a través de la radio ya que puede ser efectiva para llegar a audiencias locales específicas, como el cantón Paltas, un 12% indicó que preferiría conocer la oferta de pasta de maní a través de volantes, y el 6% mencionó la televisión como medio publicitario de su interés.

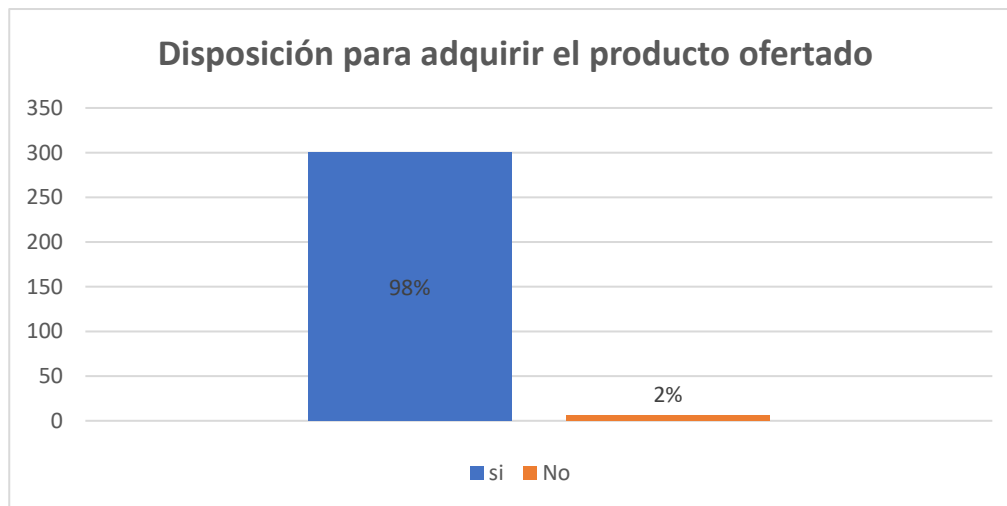
Tabla 16
Predisposición de los encuestados para adquirir el producto ofertado

Alternativas	Ponderación	Porcentaje
Si	300	98%
No	6	2%
TOTAL	306	100%

Nota. La tabla muestra los verdaderos clientes que estarían dispuestos adquirir el producto ofertado en caso de constituir una nueva empresa productora de pasta de maní en el cantón Paltas.

Figura 15

Disposición de los encuestados para adquirir el producto ofertado



Análisis. Según los resultados revelan que el 98% de los encuestados estaría dispuesto a adquirir el producto de pasta de maní ofrecido en caso de que se establezca una nueva empresa productora en el cantón Paltas, este resultado refleja una clara mayoría de personas que muestran interés y disposición para consumir el producto siendo esta la segmentación definitiva por parte de los futuros clientes, por otro lado el 2% de los encuestados indicaron que no estarían dispuestos a adquirir el producto, concluyendo que existe un alto potencial de aceptación y demanda en el mercado local para la pasta de maní, respaldando la idea de que establecer una empresa productora de pasta de maní en el cantón Paltas sería una inversión prometedora, considerando la alta disposición de la población encuestada para adquirir el producto.

Análisis de la Demanda

Para promover la creación de una empresa productora de pasta de maní “MANYLOJ” en el cantón Paltas, provincia de Loja, es necesario el desarrollo de un estudio minucioso de la demanda para determinar los posibles clientes que requerirán el producto. El análisis de la demanda se hizo mediante la segmentación de mercado establecido y se identificaron los factores que afectan el mismo, considerando el producto que los consumidores desean para satisfacer sus gustos y preferencias con respecto al bien a producir.

Para realizar la proyección de la demanda, se ha estimado la población por familias del cantón Paltas tomando como referencia las proyecciones poblacionales del INEC al año 2023 que es el año de estudio, los datos con los que se cuentan son los que se detallan a continuación:

Tabla 17*Población de familias del cantón Paltas*

Proyección de la población del cantón Paltas			
Periodo	Año	Tasa de Crecimiento	N° Por Familias
		0,58%	4
0	2023	23.820	5.955
1	2024	23.822	5.955
2	2025	23.823	5.956
3	2026	23.824	5.956
4	2027	23.826	5.956
5	2028	23.827	5.957

Nota. La tabla proyecta la tasa de crecimiento poblacional misma que está dada del 0,58% y de las proyecciones de la población se divide para 4 que es el número de integrantes promedio por familia en el Ecuador según el INEC.

Demanda Potencial

La demanda potencial son todos los posibles clientes que se tendrá en el cantón Paltas, para ello los datos se obtuvieron del INEC (Instituto Nacional de Censos Estadísticas y Censos) que fue proyectada al 2023, teniendo así la primera segmentación de la población que es de 5955 familias, en donde se obtuvo la muestra de 306 que representa el 100% de los posibles clientes.

Para poder realizar el cálculo de la demanda potencial se tomó la población proyectada del cantón Paltas al año 2023 mismo que se representa en el Año 0 con una cantidad de 5.955 familias, para poder seguir haciendo las demás proyecciones también se ha determinado una tasa de crecimiento del 0.58%, la cual debe ser multiplicada por la cantidad de habitantes del año anterior; y para obtener la demanda potencial se deberá multiplicar por el 100%, véase la tabla N° 18.

Tabla 18*Proyección de la demanda potencial*

Proyección de la demanda potencial		
Periodo	Año	Proyección Familias
0	2023	5.955
1	2024	5.955
2	2025	5.956
3	2026	5.956
4	2027	5.956
5	2028	5.957

Nota. La tabla indica las proyecciones de la demanda potencial

Demanda Real

Para establecer la demanda real, se multiplicó la cantidad obtenida de la demanda potencial 5.955 familias multiplicado por el porcentaje de 96% de encuestados que consideran necesario crear un proyecto de inversión para constituir una empresa productora de pasta de maní en el cantón Paltas y así se calcula para el resto de años.

La demanda real obtenida a través de este proceso es fundamental para establecer las bases del proyecto de inversión, ya que proporciona información clave sobre la viabilidad y el potencial de mercado, es un paso crucial para garantizar que el proyecto esté alineado con las necesidades y preferencias de los consumidores, y para maximizar las oportunidades de éxito en el mercado de la pasta de maní en el cantón Paltas.

Tabla 19

Proyección de la demanda real

Proyección de la demanda real				
Periodo	Año	Demanda Potencial	Porcentaje de aceptación	Demanda Real
0	2023	5.955	96%	5.741
1	2024	5.955	96%	5.741
2	2025	5.956	96%	5.742
3	2026	5.956	96%	5.742
4	2027	5.956	96%	5.742
5	2028	5.957	96%	5.743

Nota. La tabla indica la proyección de la demanda real con la información de la tabla N°7 y N° 18 de la demanda potencial.

Demanda Efectiva

Para establecer la demanda efectiva de la población económicamente activa, se multiplica la cantidad de la demanda real 5.741 por el porcentaje de 98% de encuestados que si van a adquirir el producto ofertado en caso de constituir una nueva empresa productora de pasta de maní en el cantón Paltas.

Tabla 20
Proyección de la demanda efectiva

Proyección de la demanda efectiva				
Periodo	Año	Demanda Real	Porcentaje de aceptación	Demanda Efectiva
0	2023	5.741	98%	5.628
1	2024	5.741	98%	5.629
2	2025	5.742	98%	5.629
3	2026	5.742	98%	5.629
4	2027	5.742	98%	5.630
5	2028	5.743	98%	5.630

Nota. Se muestra la proyección de la demanda efectiva con ayuda de la tabla N° 19 de la demanda real y N° 16.

Análisis de la Oferta

La oferta en el contexto del mercado de la pasta de maní en el cantón Paltas se refiere a todas las cantidades de bienes que los competidores están dispuestos a ofrecer durante un periodo determinado. Es esencial para comprender la dinámica del mercado y la competencia actual. La oferta está determinada por una variedad de factores, incluida la capacidad de producción de las empresas productoras de pasta de maní en la región, su disposición a comercializar el producto y la cantidad de recursos disponibles. En el caso específico de la pasta de maní en el cantón Paltas, la oferta está compuesta por quienes ofrecen el mismo producto en el mercado local.

Para el cálculo de la oferta, mediante llamada telefónica se llamó a 5 propietarios con locales en el sector que ofertan este producto para saber la cantidad de pasta de maní que venden mensualmente, sacar un promedio de ventas mensuales de 50 libras y poder determinar la oferta a nivel cantonal y después determinar las proyecciones de oferta.

Tabla 21
Oferta de pasta de maní

OFERTA EN EL CANTÓN PALTAS MENSUALMENTE		
N°	Nombre del Negocio	Libras de maní que vende mensualmente
1	Micro mercado Megashop	63
2	Micro mercado Reina del Cisne	42
3	Comercial el Primo Junior	55
4	Depósito y bebidas Toledo	40
5	Comercial Magaly	50
TOTAL		250
PROMEDIO DE LIBRAS MENSUALES VENDIDAS		50

Nota. La tabla muestra las libras que se venden mensualmente en las tiendas de Paltas

Tabla 22*Oferta de pasta de maní a nivel cantonal*

OFERTA EN CANTÓN PALTAS						
N°	Parroquias en el cantón Paltas	Empresas dedicadas al comercio que ofertan maní	Promedio de libras mensuales vendidas	Libras de maní ofertadas mensualmente	Número de meses (12)	Total de libras ofertadas anualmente
1	Cangonama					
2	Casanga					
3	Guachanama					
4	Lauro guerrero					
5	Orianga	312	50	15.600	12	187.200,00
6	San Antonio					
7	Yamana					
8	Catacocha					
9	Lourdes					

Nota. La tabla indica la oferta de la pasta de maní en el cantón de Paltas. Tomado del INEC las 312 empresas dedicadas al comercio en la cual ofertan pasta de maní.

Tabla 23*Tasa de crecimiento de las empresas industriales*

Tasa de crecimiento empresas Manufactureras	
2018	0,80%
2019	1,50%
2020	-6,09%
2021	9,00%
2022	13,00%
suma	18,21%
Promedio	3,64%

Nota. La tabla indica la suma y promedio de las tasas de crecimiento de los años

Tabla 24*Proyección de la Oferta*

Proyección de la Oferta en el cantón Paltas		
Periodo	Año	Oferta Anual en libras
Tasa de crecimiento		3,64%
0	2023	187.200
1	2024	194.014
2	2025	201.076
3	2026	208.395
4	2027	215.981
5	2028	223.843

Consumo Per - Cápita

Para calcular el consumo per cápita se tomó como referencia el consumo semanal de pasta de maní tomado de la tabla N° 16 de la encuesta, el consumo semanal se multiplica por 52 semanas que tiene el año para obtener el total de libras para tener la demanda efectiva en libras

Tabla 25

Total de consumo de Pasta de maní en libras

Alternativas	Número de familias	Consumo semanal en libras	Semanas al año	Consumo anual en libras
100 gr. (0.22 lb)	50	11	52	572
226,80 gr. (0.5 lb)	125	63	52	3.250
Media Libra				
453,52 gr. (1 lb)	87	87	52	4.524
917,19 gr. (2 lb)	8	16	52	832
Más de 1360,78 gr. (3 lb)	36	108	52	5.616
TOTAL	306	285	52	14.794

Nota. La tabla muestra el total anual en libras tomado de la tabla N° 16 y transformado al consumo anual en libras.

Fórmula para la aplicación del consumo per cápita

$$\text{Consumo per cápita anual} = \frac{\text{Consumo total anual}}{\text{Número de encuestados}}$$

$$\text{Consumo per cápita anual} = \frac{14.794}{306}$$

$$\text{Consumo per cápita anual} = 48$$

Tabla 26

Proyección de la demanda efectiva de pasta de maní en libras

Proyección de la demanda efectiva en libras			
Años	Demanda efectiva	Consumo per cápita anual	Demanda efectiva por libras de pasta de maní
2023	5.628	48	271.976
2024	5.629	48	271.992
2025	5.629	48	272.008
2026	5.629	48	272.024
2027	5.630	48	272.040
2028	5.630	48	272.055

Nota. Se multiplica el consumo per cápita anual con la demanda efectiva dando como resultado la demanda efectiva en libras de pasta de maní.

Demanda Insatisfecha

Se refiere a la diferencia entre la demanda efectiva en libras y la cantidad de oferta total, para determinar la demanda insatisfecha se debe restar la demanda efectiva con la oferta total, Es importante tener en cuenta que la demanda insatisfecha puede variar en función de diversos factores como precio, calidad, la competencia, productos sustitutos, regulaciones gubernamentales, etc.

Tabla 27

Proyección de la demanda insatisfecha

Proyección de la Demanda Insatisfecha				
Periodo	Años	Demanda Efectiva por libras	Oferta Total por libras	Demanda Insatisfecha en libras
0	2023	271.976	187.200	84.776
1	2024	271.992	194.014	77.978
2	2025	272.008	201.076	70.932
3	2026	272.024	208.395	63.628
4	2027	272.040	215.981	56.059
5	2028	272.055	223.843	48.213

Nota. La tabla muestra la proyección de la demanda insatisfecha tomado de los datos de tabla N° 26 y N° 22 de la oferta total del producto.

Estrategia de Mercadotecnia

Plan de Marketing de Comercialización

Esta estrategia de mercadeo comprende cómo se va a comercializar el producto para lo cual se utilizará la aplicación de las cuatro variantes de marketing como son: producto, precio, plaza y promoción.

Producto

Se pretende ofertar un producto oriundo del valle del cantón Paltas, dichos proveedores de materia prima serán de sectores aledaños que cultivan esta semilla, y su transformación se la realizará con alta calidad para preservar una buena presentación del producto a los consumidores de pasta de maní, las presentaciones para la venta directa y la comercialización en fundas transparentes de libra, sachet, tarrinas plásticas de 454 gramos transparente donde se pueda apreciar el producto, en todas las presentaciones tendrán una etiqueta que anuncie la información necesaria que el cliente requiere para su consumo.



Materia Prima- Maní en Grano	Producto Final – Pasta de Maní
	

Tabla 28

Tabla nutricional de la pasta de maní

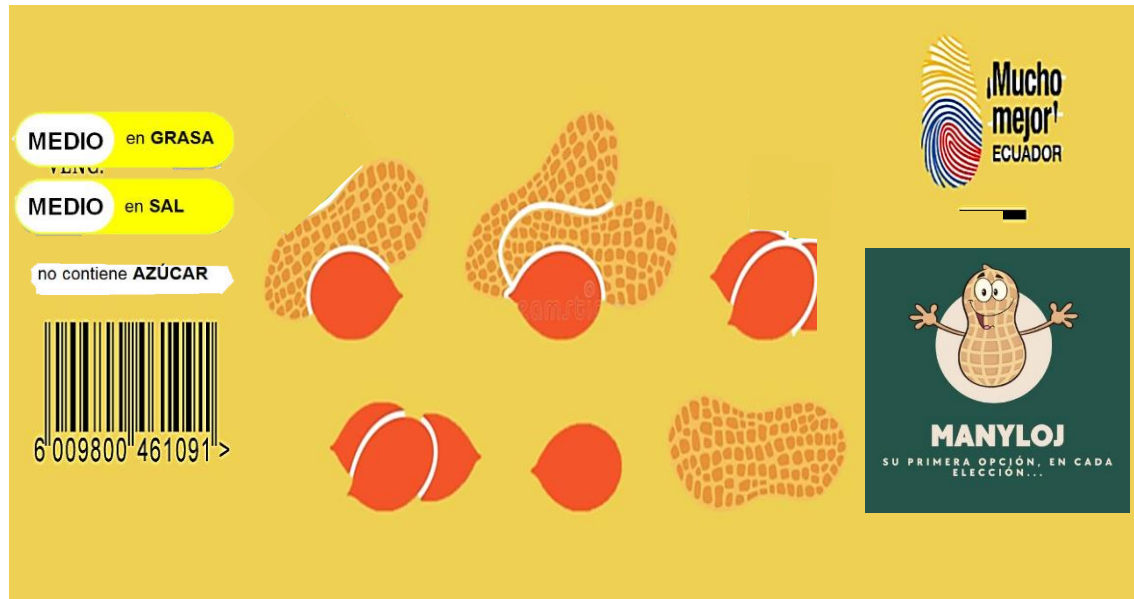
Información Nutricional Aproximada del maní por cada 100g	
Proteína	25,80g
Grasa Saturada	9,25g
Grasa Poliinsaturada	15,56g
Grasa Mono insaturada	24,43g
Carbohidratos	16,13g
Fibra	4,14g
Azúcar	3,97g
Sodio	0,02g
Potasio	0,71g

Características que Requiere el Envase del Producto:

- Nombre del producto
- Logotipo del producto
- Peso neto
- Fecha de elaboración
- Fecha de expiración
- Registro sanitario
- Precio de venta al público
- Lugar de elaboración
- Número de teléfono para pedidos y sugerencias
- Código de barras

Imagen 1

Etiqueta para las distintas presentaciones del producto a ofertar



Precio

La determinación del precio de venta final del producto se analizará más adelante a razón que pueda cubrir los costos totales de producción, administración, comercialización y financieros en cuanto a la elaboración del producto, para poder hacer frente a la competencia que tenga la empresa. El producto tendrá un precio cómodo y accesible ya que esto permite que la empresa se posicione mejor en el mercado.

Plaza

La plaza consiste en hacer llegar a los consumidores el producto, en el cual se define donde comercializar el producto, comprometiendo al negocio a que el producto llegue al lugar adecuado, en la fecha acordada, y cumpliendo con las condiciones establecidas. En la pregunta número 11 que se realizó en el estudio de mercado, ¿Cuál es el lugar de su preferencia para comprar pasta de Maní, seleccione de las siguientes opciones? y los lugares que obtuvieron un mayor porcentaje fueron tiendas con un 48%, Ferias libres con 29%, y los Micro mercados con un 14% analizando estos porcentajes se llegó a la conclusión que se distribuirá a estos intermediarios y ellos a su vez entregarán el producto directamente al consumidor final, también se lo comercializará de forma directa en el local propio a los compradores que lo van a consumir, de manera que sea posible que el producto este cerca al consumidor y lo pueda conseguir de forma fácil y rápida.

Publicidad

La publicidad es una herramienta muy importante en el crecimiento de una empresa, esta técnica es de gran importancia ya que permite llegar de manera masiva y directa a los clientes, dando a conocer el producto a ofertar a través de los diferentes medios de comunicación globalizados y así lograr mantener la producción e incrementar las ventas.

En la pregunta número 13 realizada a las familias del cantón Paltas, ¿Por qué medios publicitarios le gustaría conocer la oferta de pasta de Maní? se pudo enfatizar que la publicidad del producto que más apogeo tuvo es en las redes sociales, radio, y hojas volantes, ya que esta se encuentra al alcance de los consumidores.

Por tal razón la empresa “MANYLOJ” utilizará los medios de comunicación de mayor preferencia por la sociedad y comunidad encuestada como son:

Redes Sociales (Facebook, Instagram, Tick Tock). Se realizará en el internet mediante las redes sociales de mayor impacto en la actualidad. La cual estará focalizada y segmentada de manera estratégica, con lo cual se puede cumplir con objetivos como atracción, alcance, interacción y conversión, estas redes serán gestionadas y manejadas por el administrador de la empresa el cual deberá tener a responsabilidad el cuidado de contraseñas y todo contenido publicitario, a fin de dar a conocer el producto y tener la opinión de parte de los futuros clientes, el cual estará dado de la siguiente manera: Anuncios de imagen, Anuncios dinámicos, ganando con ello una interacción directa con los interesados en la mercadería.

Imagen 2

Logotipo de la empresa "MANYLOJ"



Radio. La publicidad en la radio se la realizará en las emisoras principales o las más sintonizadas del cantón Paltas, teniendo como objetivo llegar al cliente de manera inmediata del producto que se oferta como empresa. ya que siempre las emisoras radiales trabajan en vivo y la audiencia radial tienden a escuchar los programas de radio de inicio a fin. Por lo que este medio de publicidad se ha considerado la Radio Paltas Stereo (106,9 FM) para la emisión de cuñas radiales con mensajes como:

Cuña radial en Radio Paltas

¡Atención, amantes de los sabores únicos!

Hoy presentamos la pasta de maní de la empresa "MANYLOJ". Es un producto saludable producido con ingredientes naturales del cantón Paltas, sin aditivos ni conservantes artificiales.

¡Puedes comunicarte con nosotros al número de teléfono 0912345789 o puedes visitar su tienda ubicada en la calle Moras y adquirir el producto hoy mismo!

La pasta de maní que se convierte en la mejor aliada de tus comidas

Y recuerda, MANYLOJ, su primera Opción, en cada elección...



ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico es un componente esencial en la planificación de un proyecto de factibilidad, ya que permite evaluar la capacidad necesaria y utilizada de las instalaciones. Este análisis considera la demanda efectiva, que refleja la cantidad real del producto que los clientes están dispuestos a adquirir. Se analiza la ubicación óptima y el tamaño adecuado de las instalaciones, tomando en cuenta diversos factores como costo, precio que influyen en el desarrollo exitoso del proyecto. Estos factores incluyen la adquisición de maquinaria, así como métodos para determinar el tamaño óptimo de la planta y su localización.

Además, se considera el talento humano y los recursos requeridos, tales como infraestructura, maquinaria, insumos, etc. Con el fin de determinar su disponibilidad y costos asociados, para tomar decisiones informadas en relación con la capacidad de producción, la localización de las instalaciones, la adquisición de maquinaria, y la optimización de los procesos de producción.

Tamaño del Proyecto

La determinación del tamaño de un proyecto es esencial para establecer la capacidad de producción de pasta de maní en un período específico. Al considerar las particularidades de la empresa, una gestión adecuada de las instalaciones garantiza un funcionamiento óptimo. Esto implica controlar los costos de producción, reducir los desperdicios, aumentar el capital de trabajo, mejorar la productividad y la calidad. Además, revela la capacidad real de la planta para hacer frente a la demanda existente.

Capacidad Instalada

Es el volumen de máxima capacidad de producción de bienes cuyo objetivo es generar ingresos adicionales a través del crecimiento en venta de acuerdo con la infraestructura disponible, en ese contexto, en este estudio se ha realizado un proceso de armonización de todos los equipos y se llega a una conclusión sobre la cantidad máxima en la cual se puede empezar la operatividad.

En ese contexto, la empresa “MANYLOJ” tendrá una capacidad futura de acuerdo con la infraestructura total, con un área de 137,12 m² metros cuadrados disponible para la distribución de planta administrativa, operativa y el respectivo parqueadero.

Distribución y Capacidad Operativa de la Planta

La empresa para poder producir la pasta de maní que va a ofertar a los clientes debe tener en cuenta la planta operativa ya que es necesaria la maquinaria para poder optimizar recursos y ventas, a continuación se detalla la capacidad máxima de cada una de estas máquinas y de las áreas que intervienen entorno al negocio:

Tabla 29
Distribución y Capacidad Operativa

Distribución y capacidad operativa de las Instalaciones		
Área	Detalle	Capacidad
Departamento de producción	Fase de Descascarado	1 máquina con capacidad de 220 libras / h
	Fase de Tostado	1 máquina con capacidad de 220 libras /h
	Fase de Molido	1 máquina con capacidad de 348 libras /h

	Fase de Pesaje	1 pesa quintalera digital industrial con capacidad de 150 kg 1 pesa reloj con capacidad de 20 kg para libras y gramaje menor
Bodegas	Bodega de materia prima	Capacidad máxima de 200 quintales de maní en grano
	Bodega para el producto terminado pasta de maní	Capacidad para 500 cajas de 70x50x40
Departamento financiero	Gerencia y contabilidad	Con capacidad para 2 personas y con los espacios suficientes para poder ubicar todo los suministros y enseres para equipar la oficina
Departamento de Ventas	Sala de Reuniones	Con capacidad para 4 personas y con los espacios suficientes para poder reunirse con mesas y sillas disponibles más un proyector
Área Externa	Zona de carga y Parqueadero	Capacidad para 1 camión para cargar y descargar más área destinada para 5 vehículos

Nota. La tabla detalla la distribución y capacidad operativa para el producto ofertado, a nivel general de la planta operativa tiene una capacidad de 220 libras por hora.

Fórmula para la capacidad instalada de la empresa MANYLOJ

Si la capacidad por unidad de tiempo es de 220 libras por hora, y se desea calcular la capacidad instalada en un día de trabajo estándar de 8 horas, se utiliza la siguiente fórmula:

Capacidad Instalada = Capacidad por unidad de tiempo * Horas de trabajo

Capacidad Instalada = 220 lb/h * 8 h = 1760 libras

Por lo tanto, la capacidad instalada al 100% en este caso sería de 1760 libras o 798,33 kilogramos por día, que en quintales serían 17.6 quintales diarios de pasta de maní con ocho horas de funcionamiento continuo, sin embargo, se recomiendan conforme a las directrices del fabricante; realizar pausas breves intermitentes para preservar la durabilidad y el rendimiento óptimo de la maquinaria, minimizando así su posible deterioro acelerado.

Capacidad Utilizada

Este concepto es crucial para evaluar la eficiencia y la optimización de recursos en una empresa o proceso, ya que permite medir cuánto de la capacidad disponible se está aprovechando realmente en comparación con su capacidad máxima. En el caso de las cuatro máquinas mencionadas

(descascaradora, tostadora y molino industrial de maní), se estima una capacidad utilizada del 60% en libras por hora ya que la capacidad instalada varía para cada máquina como se indica en la tabla N° 30.

La capacidad utilizada se ve afectada por las paradas programadas y no programadas, se estima que las paradas programadas representan el 25% del tiempo de operación ya que estas paradas son por mantenimiento, para asegurar un alto nivel de producción, y las paradas no programadas representan el 15% del tiempo de operación ya que se pueden dar por fallas o imperfectos de las máquinas lo que obliga a frenar la producción.

En base a estos cálculos, se determina a continuación

Tabla 30
Capacidad utilizada de las máquinas

Máquinas	Capacidad Instalada 100% (Lb/h)	Paradas Programadas 25%	Paradas no Programadas 15%	Capacidad Utilizada 60% (Lb/h)	En un día de 8H	capacidad Anual (360 d)
Descascaradora de maní	220	55	33	132	1.056	380.160
Tostadora semi Industrial	220	55	33	132	1.056	380.160
Molino Industrial	220	55	33	132	1.056	380.160

Nota. La tabla muestra los porcentajes utilizados para determinar la capacidad utilizada

Tabla 31
Porcentaje a cubrir la demanda insatisfecha

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Demanda Insatisfecha en libras	84.776	77.978	70.932	63.628	56.059	48.213
Porcentaje que se va a cubrir de la demanda insatisfecha	1,5%	2%	4%	6%	8%	10%
Total	1.229	1.560	2.837	3.818	4.485	4.821

Nota. La tabla indica el porcentaje a cubrir de la demanda o de participación en el mercado

Localización del Proyecto

Respecto a la localización de un proyecto es de gran importancia ya que puede llegar a determinar el éxito sea este encaminado en los diferentes ámbitos empresariales, en el cual se debe considerar factores para elegir la localización adecuada de un proyecto, ya que esta puede repercutir maximizando la rentabilidad de la inversión. Para determinar la localización más adecuada para la creación una empresa productora de pasta de maní en el cantón Paltas, se analizó algunos elementos que inciden directamente en la decisión de la ubicación de la empresa.

Para ello se recomienda visualizar las tablas N°32 que indica los factores considerados para el establecimiento, al igual que las tablas N°33 e imagen N°4 que detalla la macro y micro localización de la empresa “MANYLOJ”

Macro localización

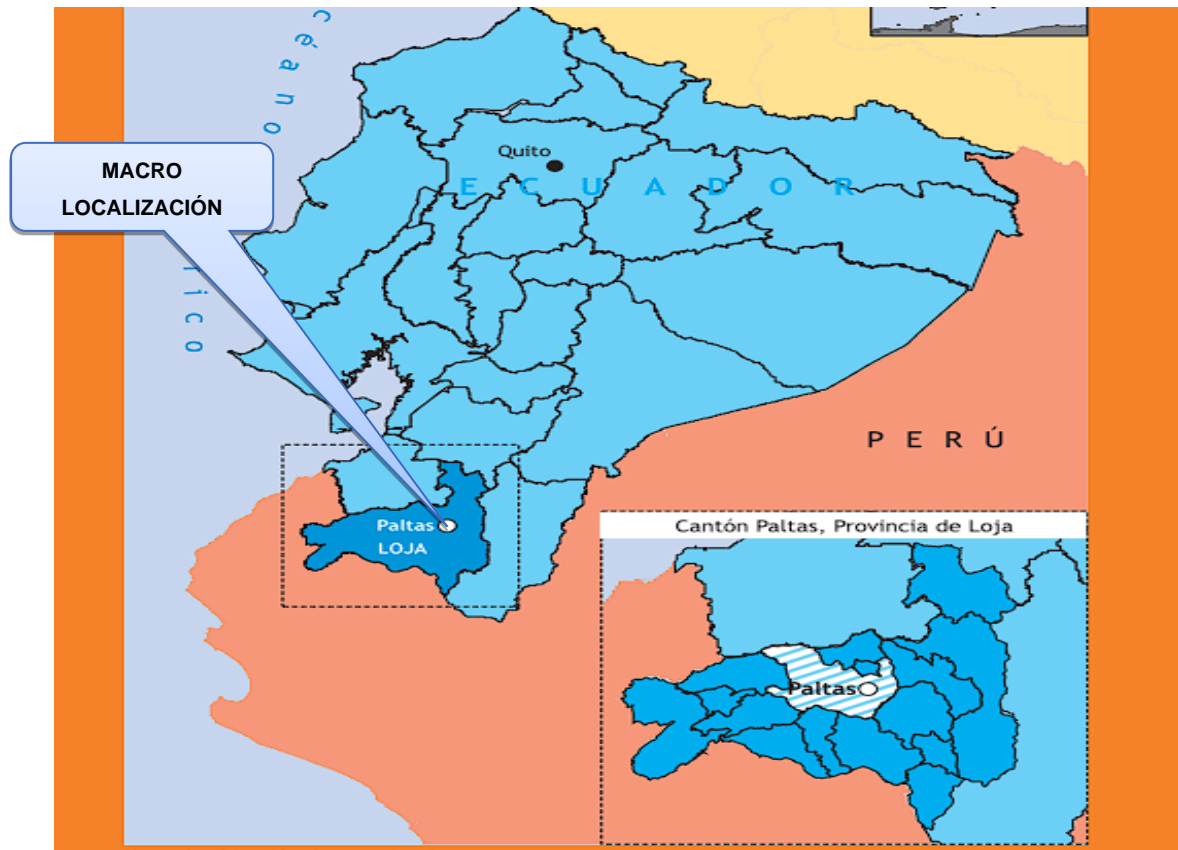
El proyecto estará ubicado en la región sur del país en la Zona 7 del Ecuador, en la provincia de Loja, cantón Paltas, cabecera cantonal Catacocha. Se encuentra en una zona montañosa, rodeada de hermosos paisajes naturales y con una agricultura destacada en productos como el maní, café, maíz y frutas, establecer el proyecto en este cantón permitiría aprovechar los recursos naturales, la infraestructura existente y proveedores de materia prima locales.

Además, la ubicación ofrece ventajas adicionales, como su posición estratégica en relación con otros centros de consumo y distribución, así como la disponibilidad de del talento humano local y posibles incentivos o apoyos gubernamentales para el desarrollo económico en la zona al generar empleo.

Para su representación se recurre a los mapas geográficos y políticos como se detalla a continuación:

Imagen 3

Macro localización del Proyecto



Microlocalización

La micro localización se refiere a la selección específica de un sitio dentro de una determinada área geográfica, en el caso de Catacocha, la micro localización para una empresa productora de pasta de maní implicaría la elección de un lugar dentro de la ciudad donde se establecería la planta o las instalaciones de producción.

Al seleccionar la micro localización, se deben considerar diversos factores, como la disponibilidad de terrenos adecuados para la construcción de la planta, la accesibilidad a las principales vías de transporte, la cercanía a fuentes de suministro de materia prima (maní) y la proximidad a los mercados de distribución., es un lugar estratégico para la comercialización, además cuenta con todos los servicios básicos

Tabla 32*Factores claves para la micro localización*

Factores de localización	
Factor	Requerimiento
Agua	Potable
Energía eléctrica	220 Voltios y 120 Voltios
Internet	Puertos disponibles
Vías	De primer orden
Mercado	Favorable
Normativas Legales	Favorable
Materia Prima	En la zona
Materiales	En la zona
Mano de Obra	Calificada

Nota. La tabla indica los factores clave que se toma a consideración para establecer la empresa productora de pasta de maní “MANYLOJ” en el cantón Paltas

La elección de la micro localización debe basarse en un análisis exhaustivo que considere todos estos factores, con el objetivo de encontrar el lugar óptimo que cumpla con los requisitos técnicos, logísticos y económicos para el proyecto, es por ello, que la empresa estará ubicada en la calle Moras, a 4 cuadras del Centro Comercial Paltas, teniendo un lugar estratégico debido a la afluencia comercial que se tiene en el sector.

Tabla 33*Micro localización*

Micro localización de la empresa “MANYLOJ”	
Provincia	Loja
Cantón	Paltas
Parroquia	Catacocha
Barrio	San José
Calle	Moras

Nota. La tabla muestra la micro localización en la que se establecerá la empresa productora de pasta de maní “MANYLOJ” en el cantón Paltas.

Imagen 4

Micro localización del proyecto



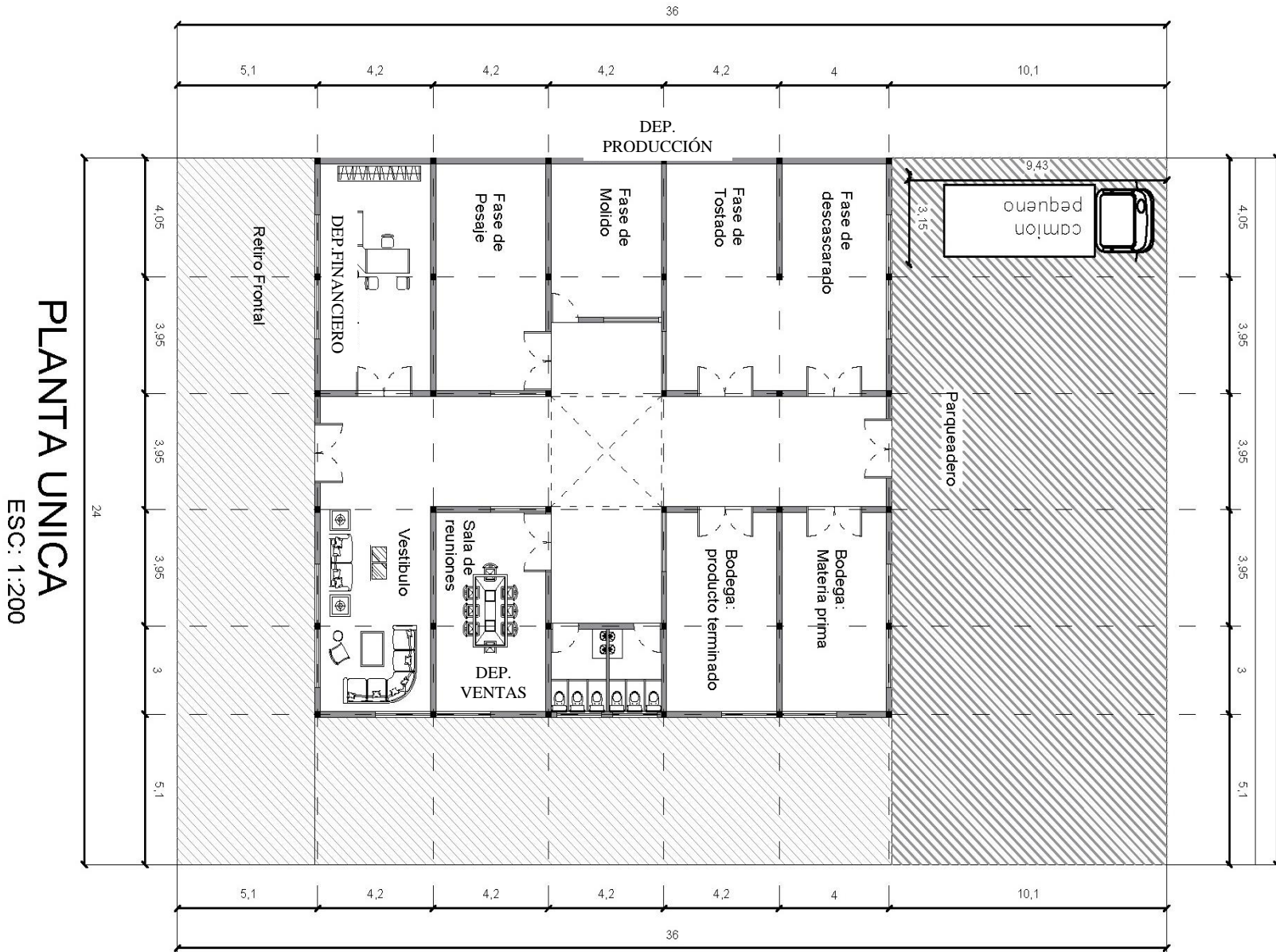
Nota. En la presente imagen se indica la ubicación específica para implementar la empresa productora de pasta de maní “MANYLOJ” en el cantón Paltas.

Infraestructura Física

Dentro de los aspectos de ingeniería de la infraestructura física del proyecto de inversión, la infraestructura será arrendada y deberá ser diseñada de manera que cumpla con los requisitos técnicos específicos de la empresa productora de pasta de maní. En primer lugar, es necesario determinar los espacios necesarios para los diferentes departamentos como de producción, financiero, ventas, bodega. Estos espacios deberán ser distribuidos de manera eficiente, teniendo en cuenta aspectos como la densidad de distribución, áreas de paso y otros requerimientos técnicos relevantes. El objetivo principal es asegurar que la infraestructura arrendada se ajuste adecuadamente a las necesidades de empresa “ManyLoj” y permita llevar a cabo las operaciones de manera eficiente y efectiva.

Es esencial considerar el diseño y distribución de los espacios como su capacidad para el talento humano y albergar los equipos, maquinaria e insumos requeridos para la producción de pasta de maní, es decir, la infraestructura física arrendada de la empresa “ManyLoj” debe ser cuidadosamente planificada y adaptada para satisfacer los requerimientos técnicos y operativos del proyecto, garantizando un entorno de trabajo adecuado y funcional para llevar a cabo las actividades de producción de manera exitosa.

Imagen 5
Distribución de planta de la empresa MANYLOJ



Nota. El plano fue elaborado por el señor Marlon Cueva estudiante de la carrera de arquitectura de la Universidad Internacional del Ecuador.



Ingeniería del Proyecto



En esta sección del estudio técnico, la ingeniería del proyecto se enfoca en resolver todo lo concerniente a la instalación y operatividad de la empresa, cuando ésta se requiere. La ingeniería del proyecto de la empresa productora de pasta de maní tiene como objetivo dar solución a todo lo relacionado con instalación y funcionamiento de la empresa, indicando el proceso operativo, definición de la maquinaria, características, tamaño, precios, distribución de equipos en el área de producción y el diseño apropiado de dicha empresa.

Para ello, la empresa productora de pasta de maní “MANYLOJ” ha determinado los requerimientos de maquinaria necesaria para su proceso operativo, asegurando que sean adecuados y acordes con los niveles de oferta de productos esperados y la demanda a satisfacer.

Estos activos serán fundamentales para el éxito y eficiencia del proceso productivo. A continuación, se detallan las características y especificaciones de las maquinas seleccionadas, las cuales serán utilizados para llevar a cabo las diferentes fases del proceso de producción. A continuación, se detalla la que se va a necesitar para el proyecto:

Tabla 34
Maquinaria y Herramientas


Maquinaria			
Diseño	Nombre	Cantidad	Características
	Descascaradora de Maní	1	Son de alto rendimiento, no quiebra los granos 3kw, con Motor de 5 hp, y capacidad de 220 lb/h con sistema mecánico para desprender la cáscara de maní, puertas regulables para entrada y salida del maní.
	Tostadora Semi industrial	1	Tiempo de tueste: 220 libras por hora, Potencia absorbida: 3kw, Voltaje: 220 voltios. / mono fase / 50 - 60 Hz, Equipado con: Tolva de carga, Bombo de tueste giratorio con plancha perforada para el producto.

	Molino Industrial	1	Fabricación Argentina con capacidad de molido de 348 libras por hora, botón de apagado automático ante pérdida de la bolsa, sus medidas son frente 19cm x alto 69cm y de fondo 41cm con un peso de 30Kg. Voltaje: 2kw
Herramientas			
	Balanza	1	Modelo digital con capacidad máxima de 150 kilos, plataforma en acero inoxidable de 50cm x 50cm con función de pesaje en libras, kilos y quintales.

Nota. La tabla indica la maquinaria y herramientas que se requiere para el proceso productivo.

Tabla 35



Vehículo



Vehículo			
Diseño	Nombre	Cantidad	Características
	Camión Ligero año 2018	1	Camión ligero año 2018 Tonelaje 0-3 Cilindraje: 2.771 cc 4x2

Nota. La tabla indica el vehículo que requiere la empresa “MANYLOJ”

Tabla 36




Muebles y enseres

Muebles y enseres			
Diseño	Nombre	Cantidad	Características
	Muebles de madera tipo gerente	2	Son de madera para la oficina de gerencia y contabilidad suelen tener un diseño elegante y sofisticado que agrega un toque de distinción al ambiente de trabajo.
	Estantes metálicos	6	Los estantes metálicos para bodegas están fabricados con materiales resistentes, como acero galvanizado o hierro, lo que les proporciona una mayor durabilidad y capacidad de carga.

	Estantes de madera para portafolios	2	Los estantes diseñados específicamente para almacenar y organizar archivadores, carpetas y documentos de manera eficiente. Esto facilita el acceso rápido y el ordenamiento de los archivos importantes.
	Sillas Ibiza	2	Las sillas Ibiza están diseñadas ergonómicamente para proporcionar un excelente soporte y comodidad durante largas horas de trabajo. Suelen tener respaldos altos que brindan un buen apoyo lumbar y reposabrazos acolchados para mayor comodidad.


Nota. La tabla indica los muebles y enseres que requiere la empresa “MANYLOJ”

Tabla 37
Equipo de computación

Equipo de Computación			
Diseño	Nombre	Cantidad	Características
	Computadora Asus Zen AiO	2	Peso: 4.84 kg Disco SSD. 256 GB Sistema operativo: Windows 10 Memoria: 8 GB Interfaz de memoria: DDR4 a MHz Procesador: Core i3-10110U de Intel Arquitectura: 64 bits Núcleos: 2 núcleos Subprocesos: 4 procesos Velocidad: 2.1 GHz
	Impresora multifunción c/wifi l3250 tinta continua Epson	1	velocidad de impresión máxima: negro 33 ppm/color 15 ppm (borrador, a4/carta) tipo de escáner: cama plana conectividad: wifi, usb, incluye cable usb, capacidad de carga: alimentación trasera: hasta 100 hojas (a4/carta) botellas
	Router Netlife	1	Los routers de Netlife están diseñados para brindar una conexión de alta velocidad a Internet, lo que permite una navegación rápida y fluida.



Nota. La tabla indica el equipo de cómputo requerido para las oficinas de la empresa

Tabla 38*Software contable*

Software			
Diseño	Nombre	Cantidad	Características
	Software Contable Odoo	1	Odoo v17 es un sistema de gestión empresarial (ERP) de código abierto que ofrece aplicaciones integradas para la gestión de ventas, compras, inventario, contabilidad y más.




Nota. La tabla muestra el software contable a adquirirse para llevar el registro contable de la empresa “MANYLOJ”

Tabla 39*Equipo de Oficina*

Equipo de Oficina			
Diseño	Nombre	Cantidad	Características
	Teléfono Celular POCO M4 PRO	1	Dimensiones: 159,87 x 73,87 x 8,09 mm Peso: 179,5g Pantalla: 6,43" FHD+ AMOLED DotDisplay Resolución: 2400 x 1080 FHD+ Tasa de refresco: 90Hz Tasa de muestreo táctil: 180Hz Procesador: MediaTek Helio G96 CPU: CPU octa-core, hasta 2.05GHz GPU: Mali-G57 MC2 Batería de 5000mAh (típica) con carga rápida de 33W Pro Cámara triple de 64MP + 8MP + 2MP Incluye Telefonía Celular
	Terminal Biométrico	1	Estos terminales están equipados con un escáner de huellas dactilares que permite a los empleados registrar su entrada y salida de manera rápida y segura mediante la verificación de su identidad biométrica única.

Nota. La tabla muestra los equipos de oficina necesarios para la empresa “MANYLOJ”

Tabla 40
Suministros de oficina

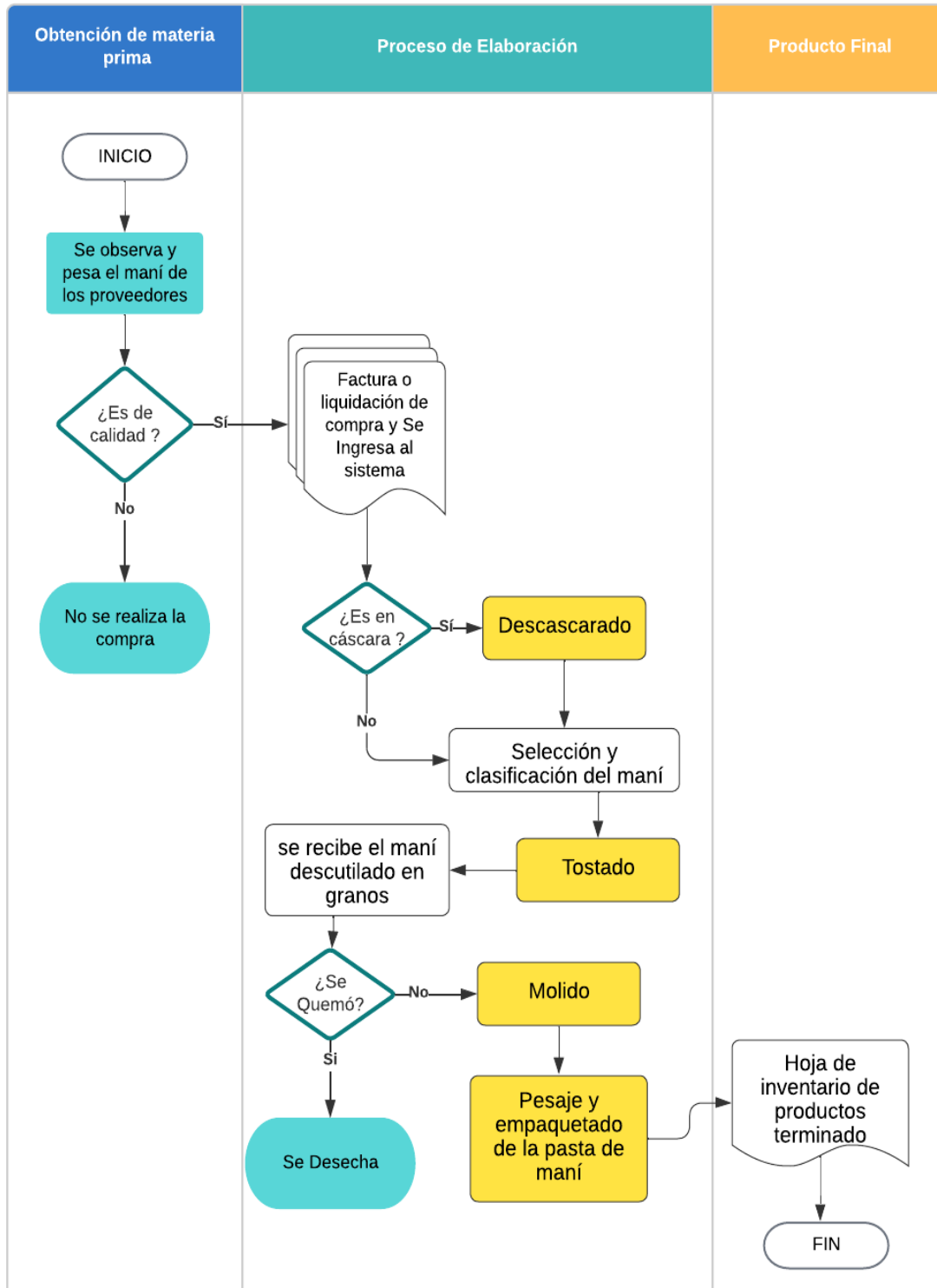
Suministros de Oficina			
Diseño	Nombre	Cantidad	Características
	Archivadores	6	Los archivadores están diseñados para almacenar y organizar documentos y archivos de manera eficiente. Pueden tener múltiples compartimentos para acomodar diferentes tipos de archivos.
	Resma de hojas papel bond A4	3	Las resmas de papel son paquetes o conjuntos de hojas de papel generalmente del mismo tamaño y tipo A4.
	Firma Electrónica	1	Las firmas electrónicas proporcionan una forma rápida y conveniente de firmar documentos sin la necesidad de imprimir, escanear o enviar físicamente, esto hace que sean un suministro de oficina invaluable al mejorar la eficiencia, la seguridad y la eficacia en la gestión de documentos y procesos comerciales.

Nota. La tabla indica los suministros de oficina necesarios para la empresa

Flujograma de procesos de pasta de maní

Un flujograma de procesos es una representación gráfica que muestra de manera secuencial las fases y actividades involucradas en un proceso específico, en este caso, la elaboración de pasta de maní. Proporciona una visión general del flujo de trabajo, indicando el orden de las tareas, las decisiones que se toman y las interacciones entre diferentes pasos. El flujograma de procesos para la elaboración de pasta de maní ayuda a comprender visualmente cómo se realiza cada fase, desde la recepción de la materia prima (maní) hasta el control de calidad y el almacenamiento del producto final. Esto permite identificar de manera clara las diferentes fases y asegurar que se siga un proceso coherente y eficiente para obtener un producto de alta calidad.

Imagen 6
Flujograma de Procesos de la elaboración de pasta de maní



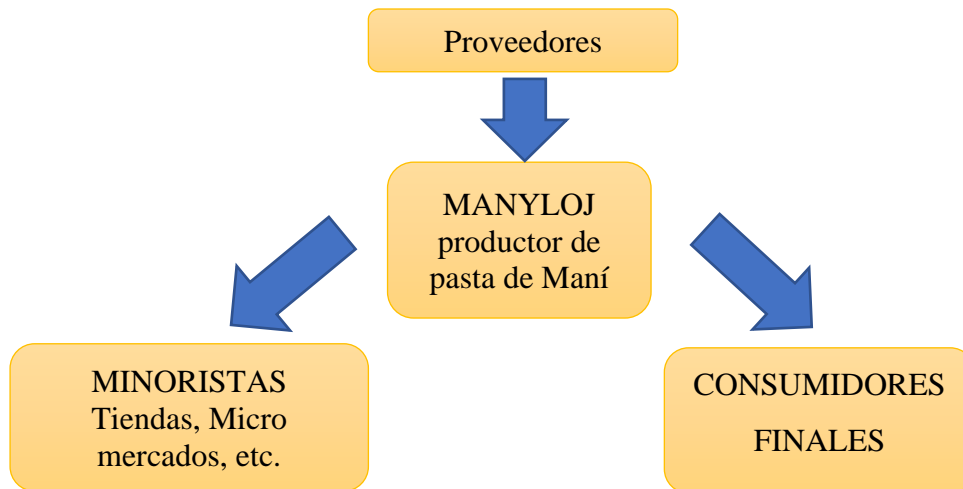
Simbología

- Inicio o Fin
- Proceso
- ◇ Decisiones
- 📄 Documento
- Líneas de Flujo
- Proceso
- 📄 Documentos múltiples
- Terminador
- Proceso

Nota. La presente imagen proyecta el orden cíclico de cómo se va a llevar a cabo las operaciones de la elaboración de pasta de maní hasta el almacenamiento e ingreso al sistema.

Imagen 7

Canal de distribución para el producto final



Nota. La presente imagen proyecta como se distribuirá la pasta de maní hacia el mercado

Organización Legal

La organización legal es un sistema ordenado de reglas y relaciones funcionales para llevar a cabo el funcionamiento empresarial en una ubicación geográfica y dependiendo del lugar varían las normativas legales, es conveniente detallar las características específicas y normalmente únicas que obligan a definir una estructura organizativa acorde con los requerimientos propios que exija su ejecución.

La empresa “MANYLOJ” productora de pasta de maní a establecerse, estará bajo el régimen RIMPE Emprendedor cuya razón social será como persona natural obligada a llevar contabilidad, funcionará bajo la autorización del Servicio de Rentas Internas (SRI) y demás entes reguladores que permiten la operación normal de la empresa; será una empresa unipersonal. Se inscribirá en el Servicio de Rentas Internas, con la razón social “MANYLOJ”, se regirá bajo la Ley RIMPE, el área de operatividad estará ubicado en Paltas; en el barrio San José, en la calle Moras. La empresa tiene como objetivo principal la generación y comercialización de pasta de maní, la misma que está basada en estándares sanitarios, para brindar un producto de calidad y a la vez que contribuya al desarrollo del país a través de la generación de fuentes de empleo, pago justo de empleados, propiciando que la empresa tenga la capacidad celebrar contratos tanto civiles como mercantiles permitidos por la Ley y relacionado con el objeto social principal, y tendrá que cumplir a cabalidad sus obligaciones bajo la siguiente normativa directa:

Base Legal

- Constitución de la República del Ecuador
- Ley Orgánica de Salud
- Ley de Régimen Tributario Interno
- Reglamento de registro y control sanitario de alimentos
- Reglamento de buenas prácticas para alimentos procesados
- Normativa técnica sanitaria para alimentos
- Resolución Nro. NAC-DGERCGC21-00000060 (normas para la aplicación del régimen simplificado para emprendedores y negocios populares)

Estas bases constitucionales que están normadas y que la empresa dará fiel cumplimiento la empresa productora de pasta de maní "MANILOJ" y demás normativas necesarias. Sin embargo, conforme a la operatividad y las responsabilidades, la empresa se ajustará a las normas legales adicionales que no estén detalladas o consideradas inicialmente."

Este proyecto de inversión de la empresa "MANILOJ" tiene como objetivo elaborar pasta de maní para satisfacer los gustos y preferencias de los clientes en el cantón Paltas. Con este fin, la empresa se establecerá cumpliendo rigurosamente con todos los permisos, licencias y requisitos legales pertinentes, lo cual demostrará la transparencia y el cumplimiento legal de la organización. A continuación, se detallan los diferentes permisos, habilitantes y requisitos que serán considerados y cumplidos por la empresa para garantizar su operación legal y transparente:

Tabla 41

Requisitos para el funcionamiento de la empresa "MANYLOJ"

Gastos de Constitución
Descripción
Patente Municipal (Paltas)
Registro Único de Contribuyentes
Permiso de Bomberos
Permiso Anual de funcionamiento
Registro Sanitario
Otros

Nota. La tabla indica los permisos de funcionamiento para la empresa "MANYLOJ"

Tabla 42*Requisitos para los permisos legales*

Permisos	Requisitos
Patente Municipal (Paltas)	<ul style="list-style-type: none"> - Copia de RUC actualizado - Declaraciones del impuesto a la Renta IVA O RISE, según sea el caso. - Copia de pago de tasa Bomberos - Copia de la cédula de identidad - Copia del certificado de votación de las últimas elecciones - Formulario de declaración del impuesto por patentes (Original y copia). - Documento que acredite el título por el que se ocupa el local: certificado de dominio, contrato de arriendo, etc. - Permiso de edificación y recepción final del inmueble donde se desarrollará el negocio, otorgado por la Dirección de Obras de la Municipalidad
Registro Único de Contribuyentes	<ul style="list-style-type: none"> - Copia de la cédula de identidad y certificado de votación del último proceso electoral. - Original y copia del documento que identifique el domicilio principal en el que se desarrolla la actividad de la sociedad (planilla de agua, luz, teléfono o contrato de arrendamiento).
Permiso de Bomberos	<ul style="list-style-type: none"> - Solicitud de inspección del local - Informe favorable de la inspección - Copia de la cédula de identidad y certificado de votación - Copia del RUC - Copia de la Patente Municipal
Permiso Anual de funcionamiento	<ul style="list-style-type: none"> - Registro Único de Contribuyentes (RUC) - Cédula de ciudadanía del propietario o representante legal del establecimiento - Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos o documento que lo reemplace - Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda - Certificado de Salud Ocupacional del talento humano que labora en el establecimiento - Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento - Otros requisitos establecidos en reglamentos específicos.
Registro Sanitario	<ul style="list-style-type: none"> - Declaración de la norma técnica nacional o internacional - Descripción del proceso de elaboración del producto - Diseño de etiqueta o rótulo del producto - Especificaciones técnicas del material del envase - Ficha de estabilidad del producto - Descripción del código del lote - Formulario de solicitud. - Documento con datos para la factura.

Nota. requisitos indispensables para el otorgamiento de permisos legales para que pueda funcionar con normalidad la empresa “MANYLOJ”

Estructura Organizacional

En toda actividad organizada es fundamental el planteamiento de una división del trabajo y coordinación del proceso necesario para llegar a obtener el producto final. Todo este panorama lleva a distribuir, asignar y coordinar las tareas dentro de la empresa “MANYLOJ” con este propósito, se ha desarrollado una planificación estratégica que servirá como guía para asegurar una operatividad y funcionalidad óptimas. A continuación, se detallan los aspectos relevantes de esta planificación preliminar:

Misión

Transformar y comercializar los productos derivados del maní, entre ellos, la pasta destinados a satisfacer las necesidades de los habitantes de la región sur del país. Así mismo, se pretende apoyar al sector agrícola aledaño a la ciudad de Paltas mejorando su calidad de vida.

Visión

Para el 2028, ser una empresa de producción de derivados del maní con una marca reconocida por los consumidores de productos saludables y de calidad, a fin de posicionarse en el mercado regional, nacional e Internacional.

Objetivos

- Liderar el mercado de productos derivados del maní
- Calidad en el producto
- Trabajar en equipo
- Evolucionar como empresa a través de la investigación para asegurar su desarrollo

Políticas empresariales

- Puntualidad en el trabajo
- Brindar a los clientes un producto de calidad con una actitud amable
- Capacitación obligatoria al talento humano
- Ambiente laboral amigable
- Establecer precios accesibles al consumidor.

Valores empresariales

- Disciplina, Honestidad, Puntualidad, Respeto, Compañerismo, Solidaridad, Amabilidad.

Imagen 8
Organigrama Estructural de la empresa "MANYLOJ"

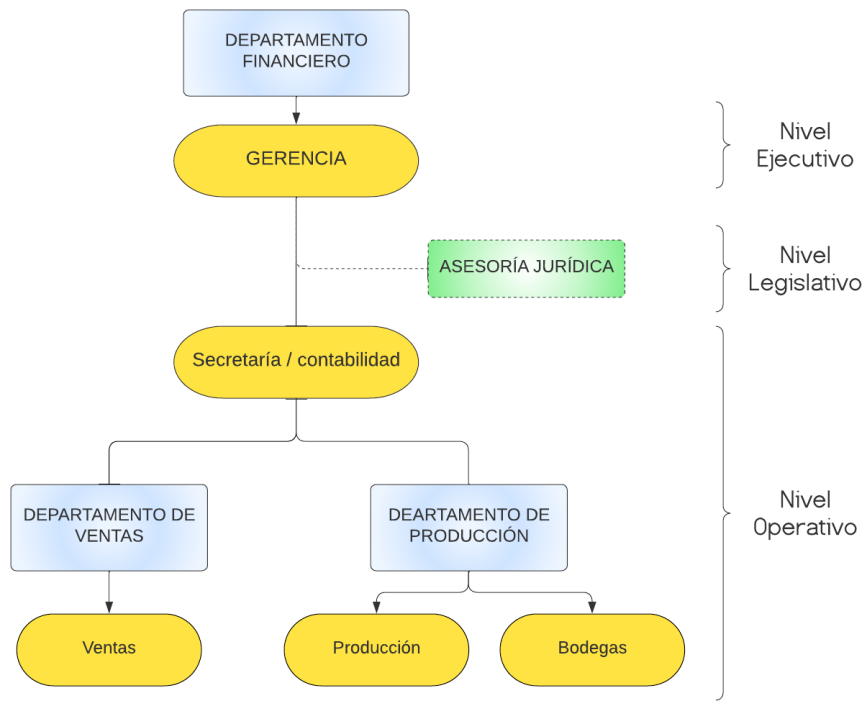
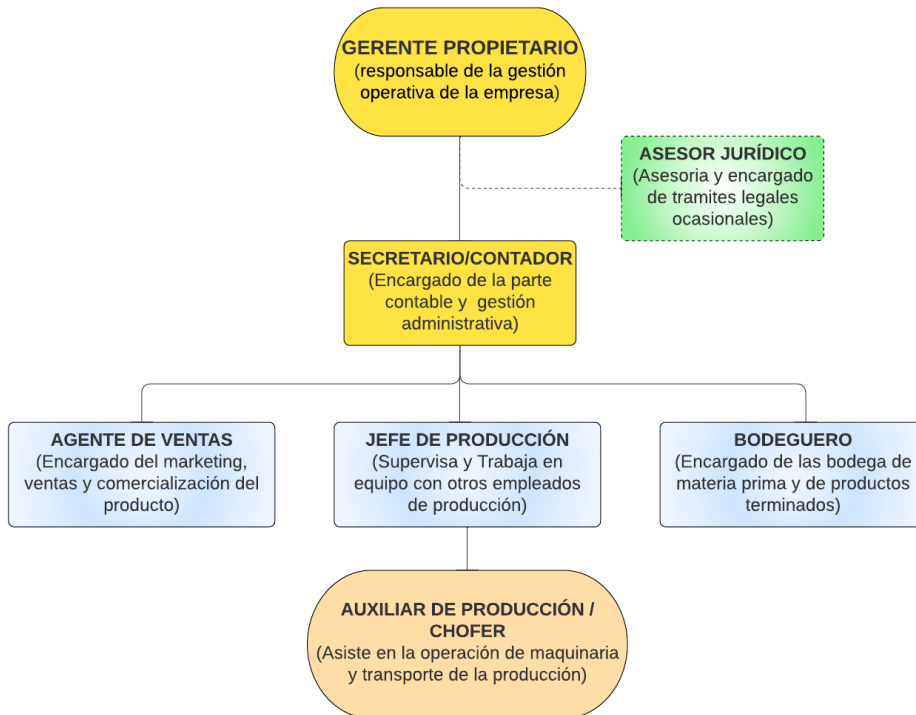



Imagen 9
Organigrama Funcional De La Empresa "MANYLOJ"



Manual de Funciones

El Manual de Funciones es una herramienta informativa que proporciona detalles sobre las tareas, responsabilidades y deberes que deben llevar a cabo los responsables del cargo dentro de la organización empresarial, con el fin de alcanzar la misión y visión propuesta. En este contexto, se presenta el Manual de Funciones de la empresa "MANYLOJ" para el talento humano, el cual describe de manera precisa las responsabilidades y funciones que desempeñará cada departamento dentro de la empresa.

EMPRESA "MANYLOJ" MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL		
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:		
CÓDIGO	001	
CARGO	Gerente propietario	
NIVEL JERÁRQUICO	Ejecutivo	
SUBALTERNOS	Todos los departamentos	
DEPARTAMENTO	Gerencia	
NATURALEZA DEL TRABAJO		
Líder integral de la empresa de pasta de maní, encargado de dirigir todos los departamentos de la organización para asegurar su crecimiento, rentabilidad y éxito a largo plazo.		
FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none">✓ Definir y ejecutar la dirección a largo plazo de la empresa, estableciendo metas y objetivos para impulsar su crecimiento y desarrollo.✓ Evaluar y tomar decisiones como inversiones, expansión, estrategias de marketing y líneas de productos, en función de los objetivos empresariales.✓ Administrar las finanzas generales, incluyendo presupuestos, flujo de efectivo, análisis de costos y rentabilidad✓ Identificar oportunidades de crecimiento		
REQUISITOS PARA EL CARGO		
Ser el inversionista o dueño de la empresa		
PERFIL DEL CARGO		
<ul style="list-style-type: none">✓ Responsable y Puntual.✓ Facilidad de trabajar en grupo.✓ Buenas relaciones laborales.✓ Capacidad de liderazgo.		



IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:

CÓDIGO	002
CARGO	Asesor Jurídico
NIVEL JERÁRQUICO	Legislativo
SUBALTERNOS	Ocasional
DEPARTAMENTO	Asesoría Jurídica

NATURALEZA DEL TRABAJO

Brinda orientación legal precisa en momentos determinados, siendo consultado para situaciones que requieren asesoramiento legal especializado.

FUNCIONES

- ✓ Ofrecer orientación en cuestiones legales como la redacción o revisión de contratos con proveedores o clientes, acuerdos de arrendamiento, términos y condiciones de venta, entre otros.
- ✓ Ayudar a asegurar el cumplimiento de regulaciones específicas aplicables al negocio de la pasta de maní, como normativas de seguridad alimentaria, etiquetado de productos, licencias locales o normas de higiene.
- ✓ Ayudar en la protección de la propiedad intelectual de la empresa mediante la redacción y presentación de solicitudes de patentes o marcas, en el caso de que la empresa desarrolle recetas únicas, marcas registradas o procesos especiales.
- ✓ Intervenir en la resolución de disputas o conflictos legales menores, como reclamos de clientes o proveedores, o asesorar sobre cómo manejar situaciones legales que puedan surgir en la operación del negocio.

REQUISITOS PARA EL CARGO

- ✓ Título universitario en Derecho o carrera afín. Es preferible contar con una especialización en derecho empresarial, propiedad intelectual o áreas relacionadas a la industria.

PERFIL DEL CARGO

- ✓ Responsable y Puntual.
- ✓ Facilidad de trabajar en grupo.
- ✓ Buenas relaciones laborales.
- ✓ Capacidad de liderazgo.

EMPRESA “MANYLOJ”
MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL



IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:

CÓDIGO	003
CARGO	Secretario (a) - Contador (a)
NIVEL JERÁRQUICO	Operativo
SUBALTERNOS	Correlación con los departamentos de Ventas y Producción
DEPARTAMENTO	Financiero

NATURALEZA DEL TRABAJO

Desempeña un papel crucial en la gestión financiera y administrativa de la empresa, asegurando la precisión de los registros financieros y apoyando la toma de decisiones estratégicas con información relevante y oportuna

FUNCIONES

- ✓ Proporcionar información contable y financiera, que muestre los resultados de la institución y su posición financiera, permitiendo la toma de decisiones oportuna.
- ✓ Declaración de impuesto y tributación correspondiente
- ✓ Inventario general, de materia prima, productos en proceso y productos terminados
- ✓ Brindar apoyo en tareas administrativas, como la coordinación de agendas, redacción de comunicaciones internas y externas, y la preparación de reuniones.

REQUISITOS PARA EL CARGO

- ✓ Título de tercer nivel en Contabilidad o ramas a fines
- ✓ Conocimiento de software contables de preferencia Odoo
- ✓ Conocimiento de Obligaciones tributarias y Laborales vigentes

PERFIL DEL CARGO

- ✓ Responsable y Puntual.
- ✓ Buenas relaciones laborales.
- ✓ Capacidad de liderazgo.
- ✓ Innovación y creatividad

EMPRESA “MANYLOJ”
MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL



IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:

CÓDIGO	004
CARGO	Agente de Ventas
NIVEL JERÁRQUICO	Operativo
SUBALTERNOS	Correlación Departamento financiero y de Producción
DEPARTAMENTO	Ventas

NATURALEZA DEL TRABAJO

Identificar oportunidades de venta, establecer relaciones con clientes potenciales y mantener contactos con clientes existentes, proponiendo estrategias y campañas promocionales de marketing.

FUNCIONES

- ✓ Identificar las posibilidades de venta
- ✓ Aplicar estrategias de ventas efectivas para presentar los productos de manera persuasiva
- ✓ Escuchar los deseos y sugerencias de los clientes
- ✓ Aportar ideas y perspectivas valiosas para mejorar las estrategias de ventas y alcanzar objetivos comerciales específicos.
- ✓ Alcanzar el límite de ventas requerido

REQUISITOS PARA EL CARGO

Título de tercer nivel en Marketing, Negocios o ramas a fines
Conocimientos básicos de atención al cliente
Experiencia previa en ventas, preferiblemente de productos perecibles

PERFIL DEL CARGO

- ✓ Responsable y Puntual.
- ✓ Buenas relaciones laborales.
- ✓ Capacidad de liderazgo.
- ✓ Innovación y creatividad

EMPRESA “MANYLOJ”
MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL



IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:

CÓDIGO	005
CARGO	Jefe de producción
NIVEL JERÁRQUICO	Operativo
SUBALTERNOS	Auxiliar de Producción
DEPARTAMENTO	Producción

NATURALEZA DEL TRABAJO

Supervisar, dirigir y ayudar en cada fase del proceso de producción para garantizar la eficiencia, calidad y cumplimiento de los estándares de la empresa

FUNCIONES


- ✓ Desarrollar estrategias y planes operativos para cada fase de producción, considerando la demanda del mercado, recursos disponibles y estándares de calidad específicos para la pasta de maní.
- ✓ Ayudar en la ejecución de la maquinaria de cada fase
- ✓ Supervisar y trabajar junto al auxiliar en tareas específicas, proporcionando instrucciones claras y asistencia directa para garantizar la calidad y eficacia del proceso.
- ✓ Realizar la hoja de inventario de productos terminados
- ✓ Informar al contador o gerente propietario de la materia prima utilizada, en proceso y terminado.

REQUISITOS PARA EL CARGO

- ✓ Título de tercer nivel en Ingeniería de Alimentos o carreras afines
- ✓ Experiencia en procesos alimenticios y conservación

PERFIL DEL CARGO

- ✓ Conocimiento sobre las normas para manipulación de alimentos
- ✓ Conocimiento sobre conservación de alimentos
- ✓ Manejo de maquinaria
- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Trabajo enfocado a objetivos
- ✓ Conocimiento sobre el maní.

EMPRESA “MANYLOJ”		
MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL		
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:		
CÓDIGO	006	
CARGO	Auxiliar de producción / Chofer	
NIVEL JERÁRQUICO	Operativo	
SUBALTERNOS		
DEPARTAMENTO	Producción	
NATURALEZA DEL TRABAJO		
Supervisar, dirigir y ayudar en cada fase del proceso de producción para garantizar la eficiencia, calidad y cumplimiento de los estándares de la empresa		
FUNCIONES		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Recepción y almacenaje de materia prima ✓ Asistir en diversas etapas del proceso de producción, incluyendo descáscarado, tostado, molido y empaque de la pasta de maní ✓ Cargar y descargar materiales, insumos o productos terminados, asegurando un manejo adecuado y seguro de los mismos tanto en la planta de producción como durante el transporte. ✓ Transporte y distribución del producto final ✓ Brindar apoyo en otros departamentos según sea necesario, como limpieza y organización de la planta, participación en actividades de control de calidad o asistencia en tareas administrativas simples. 		
REQUISITOS PARA EL CARGO		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Título de Bachiller o tercer nivel ✓ Licencia tipo C o E 		
PERFIL DEL CARGO		
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Chofer ✓ Polifuncional ✓ Soporte general ✓ Responsable y Puntual. ✓ Buenas relaciones laborales. 		

EMPRESA “MANYLOJ”
MANUAL ORGÁNICO FUNCIONAL



IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:

CÓDIGO	007
CARGO	Bodeguero
NIVEL JERÁRQUICO	Operativo
SUBALTERNOS	
DEPARTAMENTO	Producción

NATURALEZA DEL TRABAJO

La labor del bodeguero en una empresa productora de pasta de maní es esencial para el flujo operativo y la eficiencia del almacén. Su función abarca desde la recepción de las materias primas hasta el almacenamiento estratégico y la preparación de pedidos para su posterior distribución.

FUNCIONES

- ✓ Recibir y verificar las materias primas entrantes, asegurándose de que cumplan con los estándares de calidad y cantidad establecidos por la empresa.
- ✓ Realizar el almacenamiento eficiente de materias primas y productos terminados, organizándolos de manera que facilite su rápida ubicación y disponibilidad
- ✓ Compilar y preparar pedidos, asegurándose de cumplir con las cantidades y fechas de entrega establecidas mediante la coordinación con otros departamentos.
- ✓ Realizar tareas de limpieza y organización para mantener un entorno de trabajo seguro y ordenado, reportando problemas estructurales o de seguridad.

REQUISITOS PARA EL CARGO

- ✓ Título de Bachiller o tercer nivel
- ✓ Experiencia en manejo de bodega mínimo 1 año

PERFIL DEL CARGO

- ✓ Manejo de inventario
- ✓ Etiquetado de productos
- ✓ Responsable y Puntual.
- ✓ Buenas relaciones laborales.
- ✓ Honesto

ESTUDIO FINANCIERO

Se analizó el ambiente económico y financiero en el cual se cuantificará y proyectará los recursos económicos necesarios para el desenvolvimiento del presente proyecto determinando los desembolsos y los ingresos en los que se incurrirán para determinar la rentabilidad de la empresa.

Inversión en activos Fijos

La inversión fija del proyecto consiste en la adquisición de activos no corrientes, que serán utilizados para elaborar la pasta de maní como: maquinaria, equipo de cómputo, entre otros, brindando riqueza, y con ello dar inicio al proceso de producción como se detalla a continuación:

Tabla 43

Inversión en Activos Fijos

EMPRESA "MANYLOJ"				
Inversión en dólares				
Descripción	Cantidad	V. Unitario	V. Total	Total
Activos No Corrientes				
Propiedad Planta y quipo				
Construcciones en curso (Adecuaciones y arreglos de planta)	1	2.500,00	2.500,00	2.500,00
Muebles y enseres				1.410,00
Muebles de madera tipo gerente	2	90,00	180,00	
Estantes Metálicos	6	150,00	900,00	
Estantes de madera para portafolios	2	105,00	210,00	
Sillas Ibiza	2	60,00	120,00	
Maquinaria y herramientas				5.263,00
Descascaradora de maní	1	1.220,00	1.220,00	
Tostadora Semi Industrial	1	2.230,00	2.230,00	
Molino Industrial	1	1.130,00	1.130,00	
Balanza	1	683,00	683,00	
Equipo de computo				2.936,68
Computadora Asus Zen AiO	2	653,84	1.307,68	
Impresora tinta continua Epson	1	249,00	249,00	
Router Netlife	1	80,00	80,00	
Sistema de Software Odoo	1	1.300,00	1.300,00	
Equipo de oficina				313,00
Terminal Biométrico	1	48,00	48,00	
Teléfono Celular POCO M4 PRO	1	265,00	265,00	
Vehículo				18.320,00
Camión Ligero 2018	1	18.320,00	18.320,00	
TOTAL				30.742,68

Nota. La tabla indica los activos fijos requeridos para la producción y operatividad del negocio

Depreciación de activos Fijos

La depreciación en activos fijos es un proceso contable que permite reflejar el desgaste o la obsolescencia de los activos a lo largo de su vida útil. En el caso de la empresa “MANYLOJ”, que se dedica a la producción de pasta de maní, es importante considerar la depreciación de los activos fijos utilizados en su proceso productivo, los activos fijos pueden incluir maquinaria, equipo de procesamiento, vehículos de transporte, entre otros. Estos activos tienen una vida útil estimada y un valor residual al final de su vida útil.

Tabla 44

Porcentajes de depreciación para activos fijos

ACTIVO FIJO	PORCENTAJE DE DEPRECIACIÓN	AÑOS DE VIDA UTIL
Edificios	5%	20 años
Vehículos	20%	5 años
Muebles y enseres	10%	10 años
Maquinaria y herramientas	10%	10 años
Equipo de computo	33,33%	3 años
Equipo de Oficina	10%	10 años

Nota. Tomado del extracto Arts. 10 al 15 Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno y Arts. 26 al 31 y Art. 36 Reglamento para la aplicación Ley de Régimen Tributario Interno

Método depreciación en línea Recta

La depreciación se calculará utilizando el método de línea recta que se realiza dividiendo el costo inicial del activo menos el valor residual entre la vida útil estimada del activo. El resultado de este cálculo representa el monto de depreciación anual que se debe registrar en los estados financieros de la empresa.

Fórmula para la depreciación de activos fijos por el método de línea recta

$$\text{Depreciación Anual} = \frac{\text{Valor del activo} - \text{Valor residual}}{\text{Años de vida util del activo}}$$

La depreciación de los activos fijos tiene varios beneficios para la empresa. En primer lugar, permite reconocer el desgaste de los activos a lo largo del tiempo y asignar costos asociados a su uso. Además, la depreciación también ayuda a determinar el valor en libros de los activos y contribuye a la correcta presentación de los estados financieros de la empresa.

Depreciación de Construcciones en curso

$$\text{Depreciación Anual} = \frac{\text{Valor del activo} - \text{Valor residual}}{\text{Años de vida útil del activo}}$$

$$\text{Depreciación Anual} = \frac{2.500,00 - 125,00}{20}$$

$$\text{Depreciación Anual} = 118,75$$

Tabla 45

Depreciación de Construcciones en curso

Tabla de Depreciación			
Método de depreciación:		Lineal	
Costo del Bien:		2.500,00	
Valor Residual		125,00	
Porcentaje de depreciación:		5%	
Periodo en años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0			2500
1	118,75	118,75	2381,25
2	118,75	237,5	2262,5
3	118,75	356,25	2143,75
4	118,75	475	2025
5	118,75	593,75	1906,25
6	118,75	712,5	1787,5
7	118,75	831,25	1668,75
8	118,75	950	1550
9	118,75	1068,75	1431,25
10	118,75	1187,5	1312,5
11	118,75	1306,25	1193,75
12	118,75	1425	1075
13	118,75	1543,75	956,25
14	118,75	1662,5	837,5
15	118,75	1781,25	718,75
16	118,75	1900	600
17	118,75	2018,75	481,25
18	118,75	2137,5	362,5
19	118,75	2256,25	243,75
20	118,75	2375	125

Depreciación de Maquinaria y herramientas

$$\text{Depreciación Anual} = \frac{\text{Valor del activo} - \text{Valor residual}}{\text{Años de vida útil del activo}}$$

$$\text{Depreciación Anual} = \frac{5.263,00 - 526,30}{10}$$

$$\text{Depreciación Anual} = 473,67$$

Tabla 46

Depreciación de Maquinaria y herramientas

Tabla de Depreciación			
Método de depreciación:		Lineal	
Costo del Bien:		5263,00	
Valor Residual		526,30	
Porcentaje de depreciación:		10%	
Periodo en años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0			5263,00
1	473,67	473,67	4789,33
2	473,67	947,34	4315,66
3	473,67	1421,01	3841,99
4	473,67	1894,68	3368,32
5	473,67	2368,35	2894,65
6	473,67	2842,02	2420,98
7	473,67	3315,69	1947,31
8	473,67	3789,36	1473,64
9	473,67	4263,03	999,97
10	473,67	4736,70	526,30

Depreciación de Equipo de Computo

$$\text{Depreciación Anual} = \frac{\text{Valor del activo} - \text{Valor residual}}{\text{Años de vida útil del activo}}$$

$$\text{Depreciación Anual} = \frac{2.936,68 - 978,80}{3}$$

$$\text{Depreciación Anual} = 652,63$$

Tabla 47*Depreciación equipo de Computo*

Tabla de Depreciación			
Método de depreciación:	Lineal		
Costo del Bien:	2936,68		
Valor Residual	978,80		
Porcentaje de depreciación:	33,33%		
Periodo en años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0			2936,68
1	652,63	652,63	2284,05
2	652,63	1305,26	1631,42
3	652,63	1957,88	978,80

Depreciación de Muebles y Enseres

$$\text{Depreciación Anual} = \frac{\text{Valor del activo} - \text{Valor residual}}{\text{Años de vida útil del activo}}$$

$$\text{Depreciación Anual} = \frac{1.410,00 - 141,00}{10}$$

$$\text{Depreciación Anual} = 126,90$$

Tabla 48*Depreciación de muebles y enseres*

Tabla de Depreciación			
Método de depreciación:	Lineal		
Costo del Bien:	1410,00		
Valor Residual	141,00		
Porcentaje de depreciación:	10%		
Periodo en años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0			1410,00
1	126,9	126,90	1283,10
2	126,9	253,80	1156,20
3	126,9	380,70	1029,30
4	126,9	507,60	902,40
5	126,9	634,50	775,50
6	126,9	761,40	648,60
7	126,9	888,30	521,70
8	126,9	1015,20	394,80
9	126,9	1142,10	267,90
10	126,9	1269,00	141,00

Depreciación de Vehículo

$$\text{Depreciación Anual} = \frac{\text{Valor del activo} - \text{Valor residual}}{\text{Años de vida útil del activo}}$$

$$\text{Depreciación Anual} = \frac{18.320,00 - 3.664,00}{5}$$

$$\text{Depreciación Anual} = 2.931,20$$

Tabla 49

Depreciación de Vehículo

Tabla de Depreciación			
Método de depreciación:	Lineal		
Costo del Bien:	18.320,00		
Valor Residual	3.664,00		
Porcentaje de depreciación:	20%		
Periodo en años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0			18320,00
1	2931,2	2931,20	15388,80
2	2931,2	5862,40	12457,60
3	2931,2	8793,60	9526,40
4	2931,2	11724,80	6595,20
5	2931,2	14656,00	3664,00

Depreciación de Equipo de Oficina

$$\text{Depreciación Anual} = \frac{\text{Valor del activo} - \text{Valor residual}}{\text{Años de vida útil del activo}}$$

$$\text{Depreciación Anual} = \frac{313,00 - 31,30}{10}$$

$$\text{Depreciación Anual} = 28,17$$

Tabla 50*Depreciación de Equipo de oficina*

Tabla de Depreciación			
Método de depreciación:	Lineal		
Costo del Bien:	313,00		
Valor Residual	31,30		
Porcentaje de depreciación:	10%		
Periodo en años	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada	Valor en Libros
0			313,00
1	28,17	28,17	284,83
2	28,17	56,34	256,66
3	28,17	84,51	228,49
4	28,17	112,68	200,32
5	28,17	140,85	172,15
6	28,17	169,02	143,98
7	28,17	197,19	115,81
8	28,17	225,36	87,64
9	28,17	253,53	59,47
10	28,17	281,70	31,30

Tabla 51*Resumen de depreciación en activos fijos*

EMPRESA "MANYLOJ"						
Resumen de Depreciación en Activos Fijos						
Descripción	Vida Útil en Años	V. Total	% Depreciación	V. Residual	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Construcciones en curso (Adecuaciones y arreglos de planta)	20	2.500,00	5%	125,00	118,75	9,90
Muebles y enseres	10	1.410,00	10%	141,00	126,90	10,58
Maquinaria y Herramientas	10	5.263,00	10%	526,30	563,67	46,97
Equipo de computo	3	2.936,68	33,33%	978,80	652,63	54,39
Equipo de oficina	10	313,00	10%	31,30	28,17	2,35
Vehículo	5	18.320,00	20%	3664,00	2931,20	244,27
TOTAL		31.742,68			4421,32	368,44

Inversión en activos diferidos

La inversión en activos diferidos en la empresa "MANYLOJ", se refiere a aquellos desembolsos que se realizan para obtener beneficios futuros a lo largo de varios períodos contables. Estos activos no son tangibles ni físicos, como los activos fijos, sino que representan derechos o privilegios que la empresa adquiere y que generan beneficios a lo largo del tiempo.

Tabla 52

Activos diferidos de la empresa "MANYLOJ"

Activos Diferidos	
Descripción	Total
Estudio Preliminar	860,00
Patente Municipal (Paltas)	60,00
Registro Único de Contribuyentes	10,00
Permiso de Bomberos	80,00
Permiso Anual de funcionamiento	144,00
Registro Sanitario	340,34
Imprevistos	300,00
Total Anual	1.794,34

Nota. La tabla indica los activos diferidos requeridos para el funcionamiento de la empresa

Tabla 53

Amortización de los activos diferidos

Amortización de Activos Diferidos			
Descripción	Años de Vida Útil	valor de activos	Valor amortizado anual
Activos diferidos	5	1794,34	358,87
Total Anual		1794,34	358,87

Nota. Amortización de los activos diferidos

Capital de Trabajo

La empresa "MANYLOJ" requiere de una inversión en activos circulantes para financiar ciertos aspectos clave de su negocio. Al calcular el monto necesario de capital de trabajo, no se incluyen los valores asociados a rubros que no requieren una cobertura inmediata, como las depreciaciones, amortizaciones, entre otros.

Es fundamental considerar los activos circulantes para asegurar el correcto funcionamiento de la empresa y cubrir sus necesidades operativas a corto plazo. Estos activos pueden incluir

efectivo, cuentas por cobrar, inventarios y otros recursos financieros que se espera que se conviertan en efectivo en el transcurso de un año.

Al excluir los valores correspondientes a los rubros no inmediatos, el cálculo del capital de trabajo se enfoca en determinar el monto necesario para respaldar las operaciones diarias y cubrir las obligaciones financieras a corto plazo

Materia prima

La materia prima principal utilizada por “MANYLOJ”, es el maní en su forma natural, en grano o en cáscara, para posteriormente someterlo a procesos de selección, clasificación, tostado y molido para obtener la pasta de maní final.

Tabla 54

Presupuesto de Materia prima Directa

Presupuesto de Materia prima Directa					
Detalle	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Total Anual	Total Mensual
maní en grano natural	1.229	Libras	\$ 1,20	\$ 1.475,11	\$ 122,93
conversión a Quintales	12,29	Quintales	\$ 120,00	\$ 1.475,11	\$ 122,93
TOTAL				\$ 1.475,11	\$ 122,93

Tabla 55

Presupuesto y Proyección anual de materia prima

Proyección Anual de Materia Prima Directa				
Periodo	Años	Demanda que se Cubrirá	Valor de MPD	Valor Total
0	2023	1.229	\$ 1,20	\$ 1.475,11
1	2024	1.560	\$ 1,20	\$ 1.871,48
2	2025	2.837	\$ 1,20	\$ 3.404,73
3	2026	3.818	\$ 1,20	\$ 4.581,25
4	2027	4.485	\$ 1,20	\$ 5.381,63
5	2028	4.821	\$ 1,20	\$ 5.785,52

Materia Prima Indirecta

La materia prima indirecta de fabricación que se utilizará en el proyecto son los empaques, el paquete de 1000 de tarrina 1/2 litro lisa transparente con tapa está en \$ 22 con un costo de 0,022 centavos por tarrina y el paquete de fundas 5 x 10 (1 libra) está en \$1,50 con un costo de 0,015 por funda, y se mandara a elaborar e imprimir etiquetas para las fundas y tarrinas como se detalla a continuación:

Tabla 56

Presupuesto de materia prima indirecta

Presupuesto de Materia prima Indirecta					
Detalle	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor Total Anual	Valor Mensual
Fundas 5 x 10 (1 libra)	12	paquete x100 u	\$ 1,50	\$ 18,44	\$ 1,54
Tarrina 1/2 Litro Lisa Transparente	1	paquete x1000 u	\$ 22,00	\$ 27,04	\$ 2,25
Etiquetas con logo y semaforizadas	1.229	Unidades	\$ 0,50	\$ 614,63	\$ 51,22
TOTAL				\$ 660,11	\$ 55,01

Tabla 57

Presupuesto y Proyección anual de materiales indirectos de fabricación

Presupuesto Anual de Materia prima Indirecta						
Periodo	Años	Demanda que se cubrirá	Valor de Fundas	Valor de etiquetas	Valor de etiquetas	Valor Total
0	2023	1.229	\$ 1,50	\$ 22,00	\$ 0,50	\$ 660,11
1	2024	1.560	\$ 1,50	\$ 22,00	\$ 0,50	\$ 837,49
2	2025	2.837	\$ 1,50	\$ 22,00	\$ 0,50	\$ 1.523,62
3	2026	3.818	\$ 1,50	\$ 22,00	\$ 0,50	\$ 2.050,11
4	2027	4.485	\$ 1,50	\$ 22,00	\$ 0,50	\$ 2.408,28
5	2028	4.821	\$ 1,50	\$ 22,00	\$ 0,50	\$ 2.589,02

Suministros de Oficina

Estos son necesarios para que el talento humano administrativo cuente con los implementos necesarios con el fin de que puedan cumplir con sus actividades correspondientes.

Tabla 58*Presupuesto Suministro de Oficina*

Presupuesto de Suministros de Oficina			
Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Archivadores	6	\$4,25	\$25,50
Resma papel Bond	3	\$22,00	\$66,00
sellos de oficina	3	\$12,00	\$36,00
TOTAL			\$127,50

Servicios Básicos

Estos son indispensables para que la empresa pueda funcionar con normalidad con el fin de que puedan cumplir con sus actividades correspondientes.

Tabla 59*Presupuesto De Servicios Básicos*

Presupuesto de Servicios Básicos					
Detalle	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Luz	200	Kw/h	\$ 0,10	\$ 20,00	\$ 240,00
Agua	100	m3	\$ 0,29	\$ 28,76	\$ 345,18
Teléfono	1	Tarifa	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00
Internet	1	Tarifa	\$ 38,08	\$ 38,08	\$ 456,96
TOTAL				\$ 101,84	\$ 1.222,14

Arriendo

Para el presente proyecto se toma en cuenta un pago mensual por concepto de arriendo para poder usar el espacio es necesario la distribución de planta y adecuaciones si es que lo amerita. El arriendo es un gasto recurrente que se debe considerar en el presupuesto de la empresa y puede ser mensual o anual, dependiendo de los términos acordados en el contrato de arrendamiento.

Tabla 60*Presupuesto de arriendo*

Presupuesto de Arriendo				
Detalle	Cantidad	Unidad	Valor Anual	Valor Mensual
Arriendo	12	Meses	\$ 7.200,00	\$ 600,00

Reparación y mantenimiento de maquinaria - herramientas

Para el presente proyecto se toma en cuenta el rubro de reparación y mantenimiento de maquinaria que implica destinar un porcentaje del costo de adquisición de las máquinas para cubrir los gastos de su mantenimiento y eventuales reparaciones. En este caso, se aplica un porcentaje del 2% sobre el valor total de la maquinaria para estimar los costos asociados a su mantenimiento y reparación.

Es importante llevar un registro detallado de los gastos de Reparación y Mantenimiento de Maquinaria, tanto para evaluar su impacto en los costos operativos de la empresa como para planificar adecuadamente las actividades de mantenimiento y evitar interrupciones en la producción debido a fallas no previstas.

Tabla 61

Presupuesto de Mantenimiento y reparación de maquinaria - herramientas

Presupuesto de Mantenimiento de Maquinaria - Herramientas		
Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
2% Mantenimiento y Reparaciones de maquinaria - herramientas	\$105,26	\$1.503,12

Gastos de Venta

Sueldos y salarios del personal de ventas

Los sueldos y salarios del talento humano de ventas en la empresa “MANYLOJ” se refieren a la remuneración que se otorga a los empleados encargados de la labor comercial y de ventas. Estos profesionales son importantes para promoción y comercialización de los productos.

Tabla 62

Presupuesto de sueldos y salarios del personal de ventas

EMPRESA “MANYLOJ”										
ROL DE PROVISIONES (Gastos de Venta)										
N°	Cantidad	Función	Salarios	IESS POR PAGAR		REM. ADIC. POR PAGAR		Fondos de Reserva	Total Mensual	Total Anual
				A. IN. 9,45%	A.P. 11,15%	D. TERCERO	D. CUARTO			
1	1	Agente de Ventas	450,00	42,53	50,18	37,50	37,50	0,00	617,70	7.412,40
TOTALES			450,00	42,53	50,18	37,50	37,50	0,00	617,70	7.412,40

Publicidad

La publicidad es una herramienta clave para promocionar los productos de la empresa de manera efectiva y alcanzar a su público objetivo, son estrategias y acciones de comunicación utilizadas para dar a conocer la empresa y sus productos de pasta de maní al mercado.

Tabla 63

Presupuesto de Publicidad

Presupuesto de Publicidad			
Detalle	Cantidad De Menciones por día	Valor Mensual	Total Anual
Cuña radial en Radio Paltas stereo (106,9 FM) del producto a ofertar	10	80,00	960,00
TOTALES		80,00	960,00

Nota. La tabla indica el presupuesto en publicidad para ofertar el producto

Combustible

El combustible es el diésel para el camión, que permitirá comercializar el producto, llevar a cabo sus actividades de transporte y operaciones de manera eficiente y confiable.

Tabla 64

Presupuesto del combustible

Presupuesto de Combustible					
Detalle	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Total Mensual	Total Anual
Combustible Diesel	Galones	100	1,75	175,00	2.100,00
TOTAL					2.100,00

Mantenimiento y reparación de vehículo

El mantenimiento y reparación de vehículo se aplica un porcentaje del 2% sobre el valor de adquisición o costo del vehículo. Este porcentaje se utiliza como una estimación del gasto que se destinará a cubrir las necesidades de mantenimiento y reparación del vehículo a lo largo de su vida útil.

Tabla 65*Presupuesto de Mantenimiento y reparación de vehículo*

Presupuesto de Mantenimiento de Vehículo		
Detalle	Valor Mensual	Valor Anual
2% Mantenimiento y Reparaciones de vehículo	\$366,40	\$4.396,80

Mano de Obra directa

La mano de obra directa se refiere a los costos asociados al talento humano que realiza directamente las tareas de producción en la empresa, en este caso, el jefe de producción, auxiliar de producción/ chofer y el bodeguero. Estos son los trabajadores que se encargan de llevar a cabo las distintas fases del proceso de elaboración de la pasta de maní.

Es importante gestionar y controlar adecuadamente la mano de Obra Directa en la empresa para asegurar una producción eficiente y de calidad. Esto implica la planificación de la mano de obra necesaria, la capacitación, supervisión del personal, y la evaluación continua de su desempeño para garantizar un flujo de trabajo eficiente y cumplir con los estándares de producción establecidos.

Tabla 66*Presupuesto de Mano de obra directa*

EMPRESA "MANYLOJ"										
ROL DE PROVISIONES (Mano de Obra Directa)										
N°	Cantidad	Función	Salarios	IESS POR PAGAR		REM. ADIC. POR PAGAR		Fondos de Reserva	Total Mensual	Total Anual
				A. IN. 9,45%	A.P. 11,15%	D. TERCERO	D. CUARTO			
1	1	Jefe de producción	450,00	42,53	50,18	37,50	37,50	0,00	617,70	7.412,40
2	1	Auxiliar de producción / Chofer	450,00	42,53	50,18	37,50	37,50	0,00	617,70	7.412,40
3	1	Bodeguero	450,00	42,53	50,18	37,50	37,50	0,00	617,70	7.412,40
TOTALES			900,00	85,05	100,35	75,00	75,00	0,00	1.235,40	22.237,20

Gastos Administrativos

Sueldos y salarios del personal administrativo

Se refiere a los costos asociados a los empleados que desempeñan funciones administrativas en la empresa. Esto incluye al gerente propietario y al secretario/ Contador

Tabla 67

Presupuesto Sueldo y salarios personal administrativo

EMPRESA "MANYLOJ"										
ROL DE PROVISIONES (Gastos Administrativos)										
N°	Cantidad	Función	Salario	IESS POR PAGAR		REM. ADIC. POR PAGAR		Fondos de Reserva	Total Mensual	Total Anual
				A. IN. 9,45%	A.P. 11,15%	D. TERCERO	D. CUARTO			
1	1	Gerente Propietario	800,00	75,60	89,20	66,67	37,50	0,00	1.068,97	12.827,60
2	1	Secretario/ Contador	500,00	47,25	55,75	41,67	37,50	0,00	682,17	8.186,00
TOTALES			1.300,00	122,85	144,95	108,33	75,00	0,00	1.751,13	21.013,60

Tabla 68

Detalle de la Inversión del Capital de Trabajo

EMPRESA MANYLOJ			
Activo corriente		Subtotal Anual	Total Mensual
Costo Primo			1.976,03
Materia Prima directa		1.475,11	
Mano de obra directa		22.237,20	
Costos indirectos de fabricación			809,03
Materia Prima indirecta		660,11	
Servicios básicos (Agua y Luz)		585,18	
Arriendos		7.200,00	
Reparación y Mantenimiento Maquinaria-herramientas		1.263,12	
Gastos administrativos			1.814,84
Sueldos y salarios administrativos		21.013,60	
Servicios básicos (Teléfono, Internet)		636,96	
Suministros de oficina		127,50	
Gastos de ventas			1.239,10
Agente de Ventas		7.412,40	
Combustible (diésel)		2.100,00	
Reparación y mantenimiento Vehículo		4.396,80	
Publicidad		960,00	
Total Capital de Trabajo			\$5.839,00
		\$70.067,98	

Nota. La tabla indica el detalle de capital de trabajo

Tabla 69*Resumen del Capital de Trabajo*

EMPRESA MANYLOJ		
Resumen de Capital de Trabajo		
Descripción	Valor Anual	Valor Mensual
Materia Prima Directa	\$ 1.475,11	\$ 122,93
Mano de Obra Directa	\$ 22.237,20	\$ 1.853,10
Costos indirectos de fabricación	\$ 9.708,41	\$ 809,03
Gastos administrativos	\$ 21.778,06	\$ 1.814,84
Gastos de ventas	\$ 14.869,20	\$ 1.239,10
Total	\$ 70.067,98	\$ 5.839,00

Nota. La tabla muestra un resumen del capital de trabajo.

Inversión Total Inicial

La empresa productora de pasta de maní “MANYLOJ”, ha realizado una detallada clasificación de los rubros que conforman su inversión inicial en el proyecto. La inversión total asciende a \$38.376,02 distribuida de la siguiente manera: los activos fijos representan \$30.742,68 los activos diferidos alcanzan un valor de \$1.794,34 y el capital de trabajo para el primer suma un total de \$5.839,00. Esta estructuración de la inversión inicial permite identificar de manera precisa los recursos destinados a cada componente del proyecto, proporcionando una base sólida para la planificación y gestión financiera.

Tabla 70*Inversión Inicial Total del Proyecto de Empresa "MANYLOJ"*

EMPRESA MANYLOJ	
Inversión Inicial Total	
Descripción	Valor
Activos Fijos	30.742,68
Activos Diferidos	1.794,34
Capital de Trabajo para el primer mes	5.839,00
Total	\$38.376,02

Financiamiento

El proyecto se financiará a través de una combinación de recursos propios y financiamiento externo. La empresa aportará una parte significativa de los recursos necesarios para la inversión inicial, utilizando sus propios fondos y capital. Además, se buscará obtener financiamiento externo a través de instituciones financieras, como préstamos o líneas de crédito, para cubrir el resto de los

costos del proyecto. Este enfoque de financiamiento mixto permitirá a la empresa “MANYLOJ” contar con los recursos necesarios para llevar a cabo la implementación y puesta en marcha de su negocio de producción de pasta de maní.

Financiamiento Interno

En el caso de la empresa MANYLOJ, para la primera parte de la inversión se ha decidido utilizar capital propio. Esto implica que el Gerente Propietario de la empresa, aportará el 21,83% del total de la inversión, siendo esta la cantidad de \$8.376,02 dólares. Este enfoque permite que la empresa tenga un mayor control sobre sus recursos financieros y no dependa exclusivamente de fuentes externas de financiamiento.

Financiamiento Externo

Se ha considerado la opción de obtener financiamiento externo para cubrir la segunda parte del monto total de la inversión. Para ello, se ha decidido solicitar un préstamo bancario de \$ 30.000 dólares a una entidad financiera del país, específicamente a BANECUADOR. La línea de crédito seleccionada es el Crédito para Emprendedores, que ofrece condiciones favorables para posibles nuevas empresas. El préstamo bancario tendrá un interés del 9,76% y un plazo de 5 años. Esto permitirá cubrir el 78,17% restante de la inversión necesaria para el proyecto.

Tabla 71


Fuentes de financiamiento de la inversión

EMPRESA MANYLOJ		
Inversión Inicial Total		
Descripción	Valor	Porcentaje
Fuentes Internas	\$ 8.376,02	21,83%
Fuentes Externas	\$ 30.000,00	78,17%
Total	\$ 38.376,02	100%

Gastos Financieros

Los gastos financieros son un aspecto relevante, ya que se refieren a los intereses generados por el préstamo bancario a largo plazo al cual la empresa accederá para financiar el inicio de sus actividades económicas. Estos gastos representan el costo del capital que se tomará prestado con el objetivo de invertir en el desarrollo y crecimiento de la empresa. Es importante que en el proyecto se considere detenidamente estos gastos financieros en la planificación y presupuesto, ya que impactan directamente en la rentabilidad y flujo de efectivo.

Tabla 72
Amortización del crédito

 CRÉDITO EMPRENDEDOR				
Tipo	Emprendedor	Tasa Nominal(%) Activa	9,76%	
Facilidad	Pequeña y Mediana Empresa	Tasa (i)	0,0488	
Tipo Amortización	Cuota Fija	Capital (USD)	30.000,00	
Forma de Pago	Semestral	Plazo(Años)	5	
Cuota Fija	\$3.862,53	Periodo (n)	10	
Tabla de Amortización				
Periodo	Cuota Fija	Interés	Amortización	Saldo
0				30.000,00
1	3.862,53	1.464,00	2.398,53	27.601,47
2	3.862,53	1.346,95	2.515,58	25.085,89
3	3.862,53	1.224,19	2.638,34	22.447,56
4	3.862,53	1.095,44	2.767,09	19.680,47
5	3.862,53	960,41	2.902,12	16.778,35
6	3.862,53	818,78	3.043,75	13.734,60
7	3.862,53	670,25	3.192,28	10.542,32
8	3.862,53	514,47	3.348,06	7.194,26
9	3.862,53	351,08	3.511,45	3.682,81
10	3.862,53	179,72	3.682,81	0,00
Total	38.625,29	8.625,29	30.000,00	

Nota. La tabla indica la amortización de la deuda de manera semestral para 5 años.

Presupuesto de Ingresos

El presupuesto de ingresos desempeña un papel fundamental en la planificación financiera de la empresa "MANYLOJ". Este presupuesto permite proyectar y estimar los ingresos que se esperan obtener en el futuro a través del programa de producción de pasta de maní. A continuación, se presenta una tabla que refleja estas proyecciones:

Tabla 73*Programa de producción*

Programa de producción en quintales			
Años	Quintales anuales	Quintales Mensual	Quintales Semanal
1	300	25	6
2	324	27	7
3	350	29	7
4	378	31	8
5	408	34	9

Nota. Cada año el objetivo es aumentar un 8% más en la producción.

Proyección de ingresos

Para el cálculo del precio de venta se trazó un objetivo de libras a vender, con un precio de una libra de pasta de maní en \$ 3,50 y se multiplico por las libras a comercializar para obtener un valor anual, teniendo en cuenta que el PVP posee una tasa de crecimiento por año. A continuación, se detallan los ingresos del proyecto.

Tabla 74*Objetivo de Venta Anual*

Empres MANYLOJ				
Objetivo de Venta en libras de pasta de maní				
Años	Libras	PVP	Valor total	Mensual
1	30.000	\$3,50	105.000,00	8.750,00
2	32.400	\$3,63	117.530,03	9.794,17
3	34.992	\$3,76	131.555,31	10.962,94
4	37.791	\$3,90	147.254,28	12.271,19
5	40.815	\$4,04	164.826,66	13.735,56

Nota. El precio de venta al público aumenta un 3.64% por año.

Tabla 75*Porcentaje promedio de la actividad Manufacturera*

Promedio Manufactura	
2018	0,80%
2019	1,50%
2020	-6,09%
2021	9,00%
2022	13,00%
	18,21%
Tasa de crecimiento	3,64%

Nota. Se presenta la variación porcentual de la actividad manufacturera de los últimos cinco años, estimación que ayudará a realizar proyecciones más adelante. Tomado del INEC

Tabla 76*Proyección de Ingresos Anuales*

Empres MANYLOJ					
Proyección del Presupuesto de Ingresos					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Por ventas de pasta de maní	\$105.000,00	\$117.530,03	\$131.555,31	\$147.254,28	\$164.826,66

Nota. Proyección de ventas sintetizada tomada de la tabla N°74

Presupuesto de Egresos

La información de los costos y gastos se obtuvo de las inversiones presupuestadas para la ejecución del proyecto, estos valores ayudaron a determinar el primer año de funcionamiento de la empresa, seguidamente se tendrá que realizar las proyecciones para los cuatro años restantes los cuales se realizará por un incremento en la tasa de inflación IPC acumulada hasta el mes de junio del año 2023 del 0,9 % según el INEC.

En lo que se refiere a las proyecciones de sueldos tanto operativos, administrativos y de ventas se lo hará con el porcentaje de los aumentos de sueldos que se tomó desde el año 2019 al 2024, un punto que se debe enfatizar es que en el año 2021 no hubo incremento del salario básico unificado por lo que se trabajará con el 0% en ese año , y por último las depreciaciones y amortizaciones tienen un tratamiento distinto ya que se realizó tablas de depreciación por el método de línea recta con sus respectivos valores anuales.

Tabla 77*Porcentajes de Incremento del SBU*

Porcentaje de Incremento de sueldos		
Años	% Incremento	S.B.U
2019	2,07%	394
2020	1,52%	400
2021	0,00%	400
2022	6,25%	425
2023	5,88%	450
2024	2,22%	460
Total de Inflación	17,95%	
Inflación promedio	2,99%	

Nota. La tabla indica los porcentajes de los sueldos desde el año 2019 al 2024, una vez sumados se saca un promedio siendo este el 2,99%. Tomado del INEC.

Tabla 78*Proyección de sueldos al personal de ventas*

Empres MANYLOJ						
Proyección de sueldos Personal de Ventas (Agente de ventas)						
Descripción	% Porcentajes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
salario Básico		450,00	460,00	473,76	487,93	502,53
Décimo Tercero		37,50	38,33	39,48	40,66	41,88
Décimo Cuarto		37,50	38,33	39,48	40,66	41,88
Aporte Patronal	11,15%	50,18	51,29	52,82	54,40	56,03
Aporte Individual	9,45%	42,53	43,47	44,77	46,11	47,49
Fondos de Reserva	8,33%	-	38,32	39,46	40,64	41,86
Total Mensual		617,70	669,74	689,78	710,42	731,67
Total Anual		7.412,40	8.036,92	8.277,36	8.524,99	8.780,03

Nota. El sueldo proyectado es para el agente de ventas

Tabla 79*Proyección de sueldos al personal Operativo (Mano de obra directa)*

Empres MANYLOJ						
Proyección de sueldos Personal Operativo (Mano de Obra directa)						
Descripción	% Porcentajes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
salario Básico		1.350,00	1.392,53	1.436,39	1.481,64	1.528,31
Décimo Tercero		112,50	116,04	119,70	123,47	127,36
Décimo Cuarto		112,50	116,04	119,70	123,47	127,36
Aporte Patronal	11,15%	150,53	155,27	160,16	165,20	170,41
Aporte Individual	9,45%	127,58	131,59	135,74	140,01	144,43
Fondos de Reserva	8,33%	-	116,00	119,65	123,42	127,31
Total Mensual		1.853,10	2.027,47	2.091,34	2.157,21	2.225,16
Total Anual		22.237,20	24.329,64	25.096,02	25.886,55	26.701,97

Nota. La tabla indica la proyección de sueldo para jefe producción, Auxiliar producción/chofer y Bodeguero

Tabla 80*Proyección de sueldos para el personal Administrativo*

Empres MANYLOJ						
Proyección de sueldos Personal Administrativo						
Descripción	% Porcentajes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
salario Básico		1.300,00	1.340,95	1.383,19	1.426,76	1.471,70
Décimo Tercero		108,33	111,75	115,27	118,90	122,64
Décimo Cuarto		112,50	115,00	118,44	121,98	125,63
Aporte Patronal	11,15%	144,95	149,52	154,23	159,08	164,09
Aporte Individual	9,45%	122,85	126,72	130,71	134,83	139,08
Fondos de Reserva	8,33%	-	111,70	115,22	118,85	122,59
Total Mensual		1.788,63	1.955,63	2.017,05	2.080,40	2.145,74
Total Anual		21.463,60	23.467,59	24.204,63	24.964,83	25.748,90

Nota. La tabla indica la proyección de sueldos del Gerente propietario y secretario/contador

A continuación, se presenta el presupuesto de egresos proyectados para los 5 años que dura el proyecto “MANYLOJ” para la elaboración de pasta de maní en el cantón Paltas:

Tabla 81*Presupuesto de Egresos*

EMPRESA MANYLOJ					
PRESUPUESTO DE EGRESOS PROYECTADO					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
COSTO PRIMO					
Materia Prima directa	1.475,11	1.871,48	3.404,73	4.581,25	5.381,63
Mano de obra directa	22.237,20	24.329,64	25.096,02	25.886,55	26.701,97
Total costo primo	23.712,31	26.201,12	28.500,75	30.467,80	32.083,60
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN					
Materia Prima indirecta	660,11	837,49	1.523,62	2.050,11	2.408,28
Servicios básicos (Agua y Luz)	585,18	590,44	595,76	601,12	606,53
Arriendos	7.200,00	7.264,80	7.330,18	7.396,15	7.462,72
Reparación y Mantenimiento Maquinaria y herramientas	\$1.263,12	1.274,49	1.285,96	1.297,53	1.309,21
Depreciación de Construcciones en curso	118,75	118,75	118,75	118,75	118,75
Depreciación de maquinaria y herramientas	563,67	563,67	563,67	563,67	563,67
Total costos indirectos de fabricación	10.390,83	10.649,64	11.417,93	12.027,33	12.469,16

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos y salarios administrativos	21.463,60	23.467,59	24.204,63	24.964,83	25.748,90
Servicios básicos (Teléfono, Internet)	636,96	642,69	648,48	654,31	660,20
Suministros de oficina	\$127,50	128,65	129,81	130,97	132,15
Amortización del activo diferido	358,87	358,87	358,87	358,87	358,87
Depreciación de Muebles y enseres	126,90	126,90	126,90	126,90	126,90
Depreciación de equipo de Oficina	28,17	28,17	28,17	28,17	28,17
Depreciación de equipo de computo	652,63	652,63	652,63	-	-
Total de gastos administrativos	23.394,63	25.405,50	26.149,48	26.264,05	27.055,20
GASTOS DE VENTA					
Agente de Ventas	7.412,40	8.036,92	8.277,36	8.524,99	8.780,03
Combustible (diésel)	2.100,00	2.118,90	2.137,97	2.157,21	2.176,63
Reparación y mantenimiento Vehículo	\$4.396,80	4.436,37	4.476,30	4.516,59	4.557,23
Publicidad	960,00	968,64	977,36	986,15	995,03
Depreciación de Vehículo	2.931,20	2.931,20	2.931,20	2.931,20	2.931,20
Total gastos de venta	17.800,40	18.492,03	18.800,18	19.116,14	19.440,12
GASTOS DE FINANCIEROS					
Interés del Préstamo bancario	2.810,95	2.319,63	1.779,19	1.184,71	530,80
Total Gastos financieros	2.810,95	2.319,63	1.779,19	1.184,71	530,80
Total Presupuesto de Egresos	78.109,12	83.067,91	86.647,54	89.060,04	91.578,87

Nota. La tabla indica los egresos proyectados con cada uno de sus rubros correspondientes.

Clasificación de los costos

En la empresa “MANYLOJ”, la clasificación de costos se divide en costos fijos y costos variables, la misma que es importante para obtener el punto de equilibrio, las cuales significa:

Costos fijos: Estos costos no varían en relación directa con la cantidad de productos comercializados, independientemente del nivel de producción o ventas. Incluyen gastos como salarios del talento humano, el alquiler de la planta, y los costos de mantenimiento.

Costos variables: Por otro lado, los costos variables están directamente relacionados con la cantidad de producto comercializado por el negocio. Estos costos aumentan o disminuyen proporcionalmente a medida que se incrementa o reduce la cantidad de productos vendidos.

Tabla 82*Distribución de Costos Fijos y Variables Proyectados*

EMPRESA MANYLOJ										
DISTRIBUCIÓN DE LOS COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES										
Descripción	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
	C. Fijo	C. Variable	C. Fijo	C. Variable	C. Fijo	C. Variable	C. Fijo	C. Variable	C. Fijo	C. Variable
COSTO PRIMO										
Materia Prima directa		1.475,11		1.871,48		3.404,73		4.581,25		5.381,63
Mano de obra directa		22.237,20		24.329,64		25.096,02		25.886,55		26.701,97
Total costo primo	-	23.712,31	-	26.201,12	-	28.500,75	-	30.467,80	-	32.083,60
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN										
Materia Prima indirecta		660,11		837,49		1.523,62		2.050,11		2.408,28
Servicios básicos (Agua y Luz)		585,18		590,44		595,76		601,12		606,53
Arriendos	7.200,00		7.264,80		7.330,18		7.396,15		7.462,72	
Reparación y Mantenimiento Maquinaria - herramientas	1.263,12		1.274,49		1.285,96		1.297,53		1.309,21	
Depreciación de Construcciones en curso	118,75		118,75		118,75		118,75		118,75	
Depreciación de maquinaria	563,67		563,67		563,67		563,67		563,67	
Total costos indirectos de fabricación	9.145,54	1.245,29	9.221,71	1.427,93	9.298,56	2.119,37	9.376,11	2.651,23	9.454,35	3.014,81
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
Sueldos y salarios administrativos	21.463,60		23.467,59		24.204,63		24.964,83		25.748,90	
Servicios básicos (Teléfono, Internet)	636,96		642,69		648,48		654,31		660,20	

Suministros de oficina		\$127,50		128,65		129,81		130,97		132,15
Amortización del activo diferido	358,87		358,87		358,87		358,87		358,87	
Depreciación de Muebles y enseres	126,90		126,90		126,9		126,9		126,9	
Depreciación de equipo de Oficina	28,17		28,17		28,17		28,17		28,17	
Depreciación de equipo de computo	652,63		652,63		652,63		-		-	
Total de gastos administrativos	23.267,13	127,50	25.276,85	128,65	26.019,68	129,81	26.133,08	130,97	26.923,04	132,15
GASTOS DE VENTA										
Agente de Ventas	7.412,40		8.036,92		8.277,36		8.524,99		8.780,03	
Combustible (diésel)		2.100,00		2.118,90		2.137,97		2.157,21		2.176,63
Reparación y mantenimiento Vehículo	4.396,80		4.436,37		4.476,30		4.516,59		4.557,23	
Publicidad		960,00	968,64		977,36		986,15		995,03	
Depreciación de vehículo	2.931,20		2.931,20		2.931,20		2.931,20		2.931,20	
Total gastos de venta	14.740,40	3.060,00	16.373,13	2.118,90	16.662,21	2.137,97	16.958,93	2.157,21	17.263,49	2.176,63
GASTOS DE FINANCIEROS										
Interés del préstamo bancario	2.810,95		2.319,63		1.779,19		1.184,71		530,80	
Total Gastos financieros	2.810,95	-	2.319,63	-	1.779,19	-	1.184,71	-	530,80	-
Subtotal Costos Y Gastos	49.964,02	28.145,10	53.191,32	29.876,59	53.759,64	32.887,90	53.652,83	35.407,21	54.171,68	37.407,19
Total de Costos y Gastos	78.109,12		83.067,91		86.647,54		89.060,04		91.578,87	

Nota. La tabla indica la distribución de los costos y gastos de la empresa "MANYLOJ"

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es de suma importancia para la empresa “MANYLOJ”, ya que representa el nivel de Ingresos para cubrir todos los costos y no incurrir en pérdidas ni obtener ganancias. En este punto, los ingresos totales son iguales a los costos totales.

Punto de equilibrio Año 1

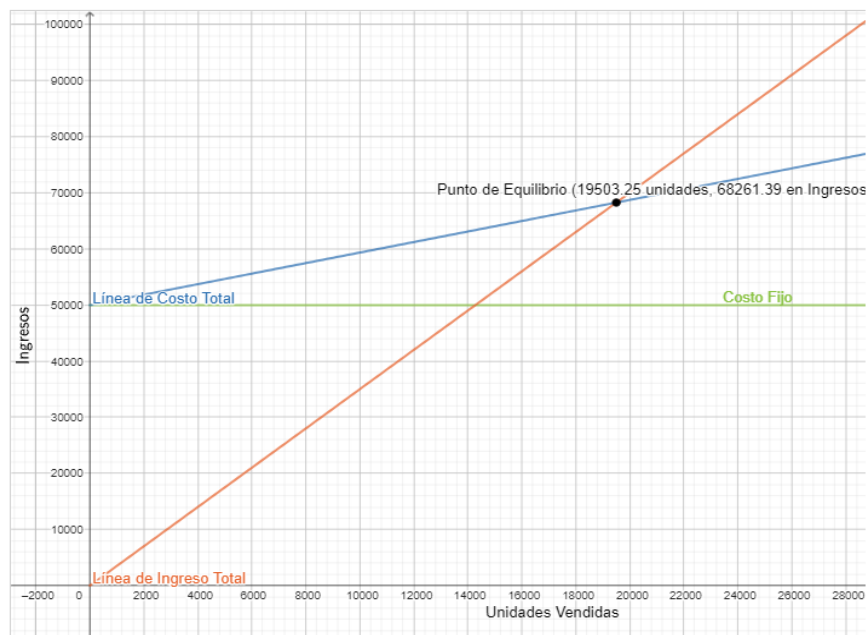
En función a las ventas

$$\text{PEV} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\left(1 - \left(\frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Ingresos totales}}\right)\right)}$$
$$\text{PEV} = \frac{49.964,02}{\left(1 - \left(\frac{28.145,10}{105.000,00}\right)\right)}$$
$$\text{PEV} = 68.261,39$$

En función a la capacidad instalada

$$\text{PEC} = 100 \times \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{(\text{Ingresos totales} - \text{Costos Variables Totales})}$$
$$\text{PEC} = 100 \times \frac{49.964,02}{(105.000,00 - 28.145,10)}$$
$$\text{PEC} = 100 \times 0,65010844$$
$$\text{PEC} = 65,01\%$$

En función gráfica del año 1



Punto de equilibrio Año 2

En función a las ventas

$$PEV = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\left(1 - \left(\frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Ingresos totales}}\right)\right)}$$

$$PEV = \frac{53.191,32}{\left(1 - \left(\frac{29.876,59}{117.530,03}\right)\right)}$$

$$PEV = 71.321,53$$

En función a la capacidad instalada

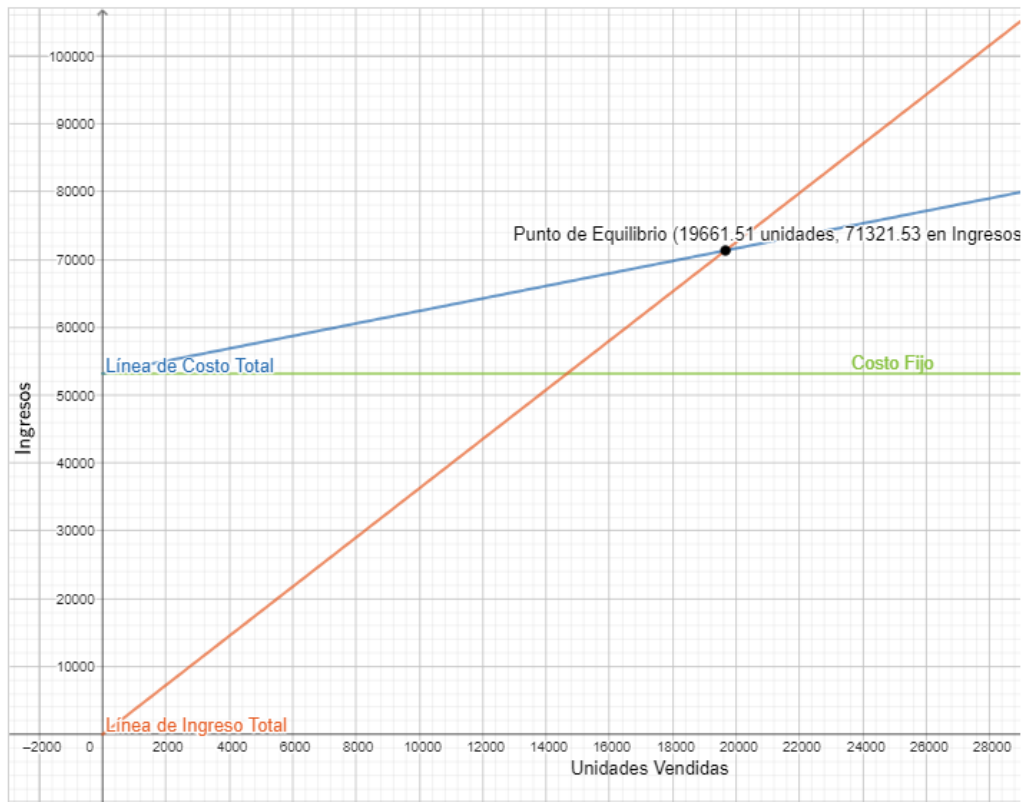
$$PEC = 100 \times \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{(\text{Ingresos totales} - \text{Costos Variables Totales})}$$

$$PEC = 100 \times \frac{53.191,32}{(117.530,03 - 29.876,59)}$$

$$PEC = 100 \times 0,6068$$

$$PEC = 60,68\%$$

En función gráfica del año 2



Punto de equilibrio Año 3

En función a las ventas

$$PEV = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\left(1 - \left(\frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Ingresos totales}}\right)\right)}$$

$$PEV = \frac{53.759,64}{\left(1 - \left(\frac{32.887,90}{131.555,31}\right)\right)}$$

$$PEV = 71.678,85$$

En función a la capacidad instalada

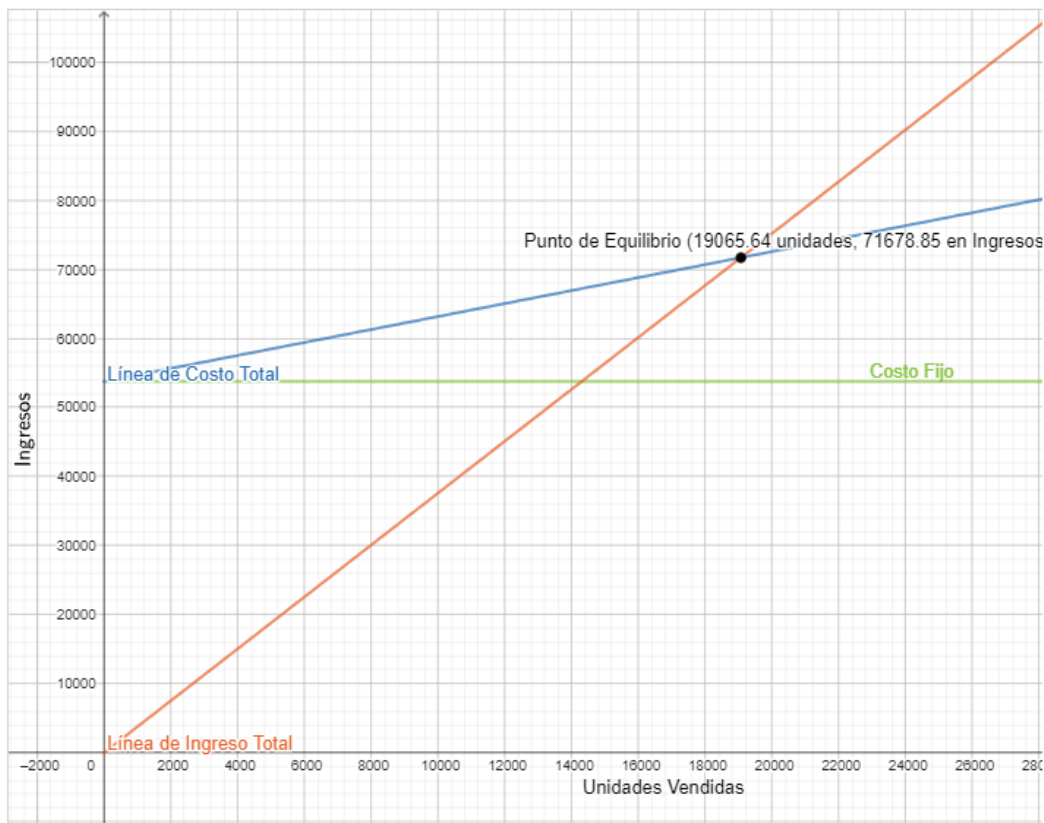
$$PEC = 100 \times \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{(\text{Ingresos totales} - \text{Costos Variables Totales})}$$

$$PEC = 100 \times \frac{53.759,64}{(131.555,31 - 32.887,90)}$$

$$PEC = 100 \times 0,5449$$

$$PEC = 54,49\%$$

En función gráfica del año 3



Punto de equilibrio Año 4

En función a las ventas

$$PEV = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\left(1 - \left(\frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Ingresos totales}}\right)\right)}$$

$$PEV = \frac{54.171,68}{\left(1 - \left(\frac{37.407,19}{147.254,28}\right)\right)}$$

$$PEV = 72.619,24$$

En función a la capacidad instalada

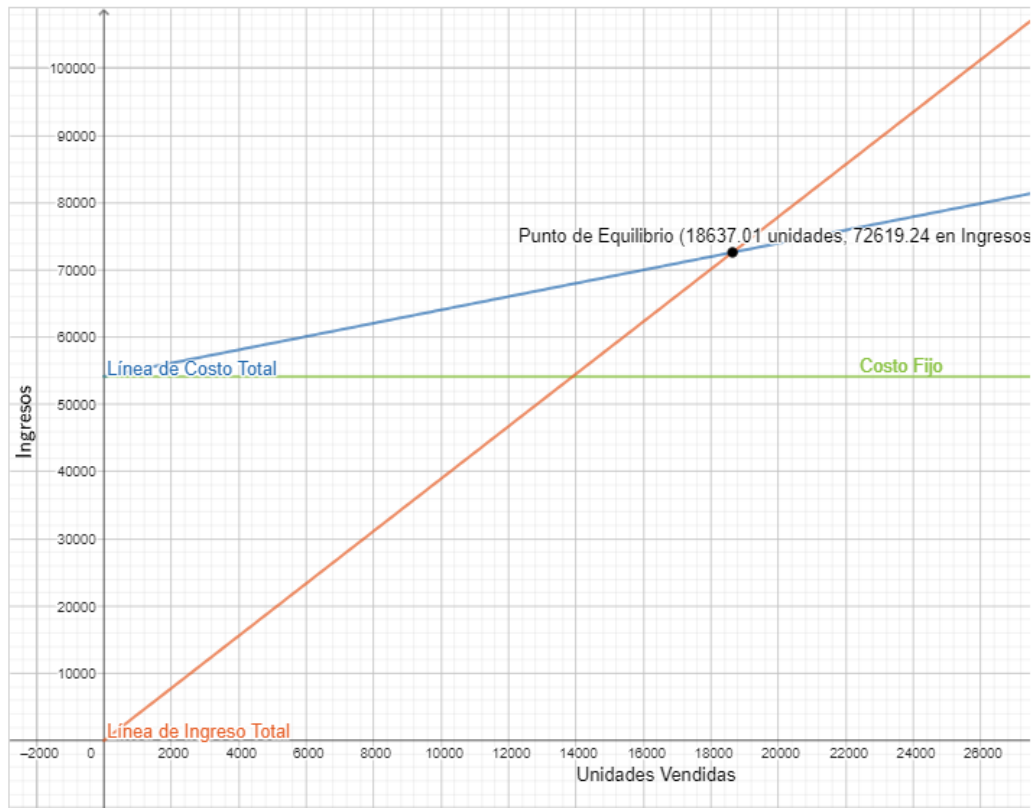
$$PEC = 100 \times \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{(\text{Ingresos totales} - \text{Costos Variables Totales})}$$

$$PEC = 100 \times \frac{54.171,68}{(147.254,28 - 37.407,19)}$$

$$PEC = 100 \times 0,4932$$

$$PEC = 49,32\%$$

En función gráfica del año 4



Punto de equilibrio Año 5

En función a las ventas

$$PEV = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\left(1 - \left(\frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Ingresos totales}}\right)\right)}$$

$$PEV = \frac{54.171,68}{\left(1 - \left(\frac{37.407,19}{164.826,66}\right)\right)}$$

$$PEV = 70.075,14$$

En función a la capacidad instalada

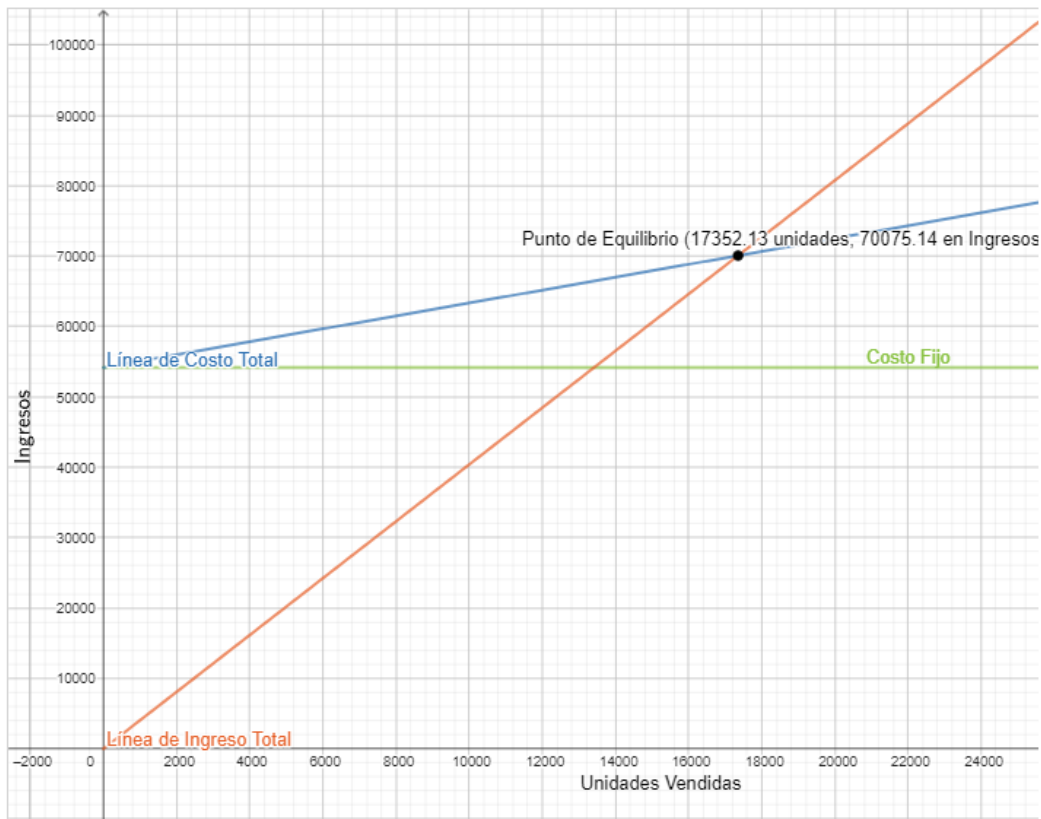
$$PEC = 100 \times \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{(\text{Ingresos totales} - \text{Costos Variables Totales})}$$

$$PEC = 100 \times \frac{54.171,68}{(164.826,66 - 37.407,19)}$$

$$PEC = 100 \times 0,425144476$$

$$PEC = 42,51\%$$

En función gráfica del año 5



Estados financieros proyectados

Los estados financieros proyectados de MANYLOJ son una herramienta clave en la planificación y toma de decisiones financieras ya que ayudan a la empresa a evaluar su desempeño, los mismos que están sujetos a cambios y actualizaciones a medida que se obtenga nueva información y se realicen ajustes en las proyecciones.

Estado de pérdidas y ganancias proyectado

Este estado muestra las estimaciones de los ingresos, costos y gastos de la empresa en un período futuro específico. A continuación, se proyecta para 5 años que dura el proyecto:

Tabla 83
Estado de resultados Proyectado

EMPRESA MANYLOJ					
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADOS					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
Ventas Netas	105.000,00	117.530,03	131.555,31	147.254,28	164.826,66
Total de Ingresos	105.000,00	117.530,03	131.555,31	147.254,28	164.826,66
(-) COSTO DE VENTAS					
Costo Primo	23.712,31	26.201,12	28.500,75	30.467,80	32.083,60
Costo Indirecto de fabricación	10.390,83	10.649,64	11.417,93	12.027,33	12.469,16
Total costo de ventas	34.103,14	36.850,75	39.918,69	42.495,13	44.552,76
(=) UTILIDAD BRUTA	70.896,86	80.679,28	91.636,62	104.759,15	120.273,90
(-) OTROS GASTOS DE OPERACIÓN					
Gastos Administrativos					
Sueldos y salarios administrativos	21.463,60	23.467,59	24.204,63	24.964,83	25.748,90
Servicios básicos (Teléfono, Internet)	636,96	642,69	648,48	654,31	660,20

Suministros de oficina	127,50	128,65	129,81	130,97	132,15
Amortización del activo diferido	358,87	358,87	358,87	358,87	358,87
Depreciación de Muebles y enseres	126,90	126,90	126,90	126,90	126,90
Depreciación de equipo de Oficina	28,17	28,17	28,17	28,17	28,17
Depreciación de equipo de computo	652,63	652,63	652,63	-	-
Total de gastos administrativos	23.394,63	25.405,50	26.149,48	26.264,05	27.055,20
Gastos de Venta					
Agente de Ventas	7.412,40	8.036,92	8.277,36	8.524,99	8.780,03
Combustible (diésel)	2.100,00	2.118,90	2.137,97	2.157,21	2.176,63
Reparación y mantenimiento Vehículo	4.396,80	4.436,37	4.476,30	4.516,59	4.557,23
Publicidad	960,00	968,64	977,36	986,15	995,03
Depreciación de Vehículo	2.931,20	2.931,20	2.931,20	2.931,20	2.931,20
Total gastos de venta	17.800,40	18.492,03	18.800,18	19.116,14	19.440,12
Gastos financieros					
Interés del Préstamo bancario	2.810,95	2.319,63	1.779,19	1.184,71	530,80
Total Gastos financieros	2.810,95	2.319,63	1.779,19	1.184,71	530,80
Total de Otros Gastos de Operación	44.005,98	46.217,16	46.728,86	46.564,91	47.026,11
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	26.890,88	34.462,12	44.907,77	58.194,24	73.247,79
(-) UTILIDAD A TRABAJADORES 15%	4.033,63	5.169,32	6.736,16	8.729,14	10.987,17
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	22.857,25	29.292,80	38.171,60	49.465,11	62.260,62
(-) IMPUESTO A LA RENTA 25%	5.714,31	7.323,20	9.542,90	12.366,28	15.565,15
(=) UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO	17.142,94	21.969,60	28.628,70	37.098,83	46.695,46

Nota. La tabla indica el estado de resultados proyectado de la empresa "MANYLOJ"

Flujo de Caja proyectado

El Flujo de Caja Proyectado es un estado financiero esencial para la empresa MANYLOJ, ya que permite estimar las necesidades futuras de efectivo que la empresa requerirá. Constituye el capital circulante disponible que la empresa utilizará para seguir operando de manera efectiva. En este sentido, se presenta a continuación el desarrollo del estado de flujo de efectivo, el cual muestra los movimientos de efectivo proyectados para los próximos cinco años:

Este pronóstico proporciona información clave sobre la disponibilidad de efectivo de la empresa y asegura que se cuenta con los recursos financieros necesarios para cubrir todas las obligaciones adquiridas y mantener una operación fluida y exitosa.

Tabla 84

Flujo de caja proyectado

EMPRESA MANYLOJ						
FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS						
Ventas Netas		105.000,00	117.530,03	131.555,31	147.254,28	164.826,66
Total de Ingresos		105.000,00	117.530,03	131.555,31	147.254,28	164.826,66
EGRESOS						
Inversión Inicial	38.376,02					
Costo Primo		23.712,31	26.201,12	28.500,75	30.467,80	32.083,60
Costo Indirecto de fabricación		10.390,83	10.649,64	11.417,93	12.027,33	12.469,16
Gastos Administrativos		23.394,63	25.405,50	26.149,48	26.264,05	27.055,20
Gastos de Venta		17.800,40	18.492,03	18.800,18	19.116,14	19.440,12
Gastos Financieros		2.810,95	2.319,63	1.779,19	1.184,71	530,80
Total de Egresos	38.376,02	78.109,12	83.067,91	86.647,54	89.060,04	91.578,87
INGRESOS BRUTOS		26.890,88	34.462,12	44.907,77	58.194,24	73.247,79
(-) Utilidad a trabajadores 15%		4.033,63	5.169,32	6.736,16	8.729,14	10.987,17
(-) Impuesto a la renta 25%		5.714,31	7.323,20	9.542,90	12.366,28	15.565,15
INGRESOS NETOS		17.142,94	21.969,60	28.628,70	37.098,83	46.695,46
(+) Depreciaciones		4.421,32	4.421,32	4.421,32	3.768,69	3.768,69
(+) Amortización de Activos Fijos		358,87	358,87	358,87	358,87	358,87
FLUJO DE CAJA	-38.376,02	21.923,12	26.749,79	33.408,89	41.226,39	50.823,02

Nota. La tabla indica la proyección para 5 años del flujo de caja de la empresa

EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera es un proceso mediante el cual se analizan y evalúan los aspectos económicos y financieros de la empresa. Esta evaluación tiene como objetivo principal determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto, así como identificar posibles riesgos y oportunidades.

Valor Actual neto - VAN

El VAN del proyecto, se procede a calcularlo, tomando el flujo de caja **FC** los valores correspondientes a los años de vida útil del proyecto, luego se multiplica por la tasa mínima aceptable de rendimiento TMRA, en este proyecto se ha considerado la tasa de interés a la que se consiguió el crédito, 9,76% $(1 + i)^n$ correspondiente a cada año del proyecto, siguiente se suman los valores actuales obtenidos (ΣVAN) para la vida del proyecto y finalmente se resta la inversión inicial $VANP = (\Sigma VAN) - Inversión Inicial$, con la condición de si el van es mayor o igual a cero el proyecto se acepta pero si el van es menor la inversión es rechazada.

Tabla 85

Valor Actual Neto (VAN)

EMPRESA MANYLOJ			
VAN (Valor Actual Neto)			
AÑO	Flujo Neto	TRMA 9,76%	Valor Actualizado
0	-38.376,02		-38.376,02
1	21.923,12	0,911078717	19.973,69
2	26.749,79	0,830064429	22.204,05
3	33.408,89	0,756254035	25.265,61
4	41.226,39	0,689006956	28.405,27
5	50.823,02	0,627739574	31.903,62
Total ΣVAN			127.752,24

Nota. La tabla indica los cálculos para obtener la suma de los valores actualizados

$$VAN = \Sigma Van - Inversión Inicial$$

$$VAN = 127.752,24 - 38.376,02$$

$$VAN = 89.376,22$$

Análisis: Al llevar a cabo la evaluación del VAN se obtuvo que es de \$89.376,22 por lo cual manifiesta que el proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de pasta de maní en el cantón Paltas es factible, demostrando un resultado del VAN mayor a cero, indicando que el proyecto tiene un potencial de rentabilidad y puede considerarse como una inversión favorable. Esto significa que los ingresos generados por el proyecto superan los costos y gastos incurridos en su implementación, lo que sugiere una perspectiva favorable de viabilidad financiera a lo largo del tiempo.

Tasa Interna de retorno - TIR

El indicador de la tasa interna de retorno (TIR) permite calcular la rentabilidad del proyecto ya representa el retorno generado de la inversión que se hizo, es el indicador que va a medir la rentabilidad, es decir, expresa la tasa de rendimiento que oferta el proyecto para recuperar las inversiones efectuadas para su funcionamiento, misma tiene que ser superior a la tasa mínima aceptable de rendimiento TMRA 9,76%. Para su cálculo se toman los valores del flujo de caja, y por el método interpolación lineal se procede al tanteo de las tasas de descuento mayor 11% y menor 10% para actualizar los valores del flujo neto.

Formula:

$$VAN = -D_0 + \frac{D}{(1+r)} + \frac{D_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{D_n}{(1+r)^n} = 0$$

Tabla 86

Tasa Interna de Retorno (TIR)

EMPRESA MANYLOJ					
TIR (Tasa Interna de Retorno)					
AÑO	Flujo Neto	Factor de Actualización 10%	VAN Menor	Factor de Actualización 11%	VAN Mayor
0	-38.376,02		-38.376,02		-38.376,02
1	21.923,12	0,909090909	19.930,11	0,900900901	17.955,06
2	26.749,79	0,826446281	22.107,26	0,811622433	17.942,75
3	33.408,89	0,751314801	25.100,59	0,731191381	18.353,34
4	41.226,39	0,683013455	28.158,18	0,658730974	18.548,66
5	50.823,02	0,620921323	31.557,10	0,593451328	18.727,60
Total Σ Van			126.853,24		91.527,41
			-38.376,02		-38.376,02
VAN Menor			88.477,22	Van Mayor	53.151,39

Nota. La tabla indica el cálculo de la TIR, la cual se utilizará para la nueva TIR de la empresa

$$TIR = Tasa\ menor + (diferencia\ de\ tasas) \times \frac{Van\ Menor}{Van\ Menor - Van\ Mayor}$$

$$TIR = 10\% + (11\% - 10\%) \times \frac{88.477,22}{88.477,22 - 53.151,39}$$

$$TIR = 10\% + (1\%) \times \frac{88.477,22}{35.325,83}$$

$$TIR = 10\% + 2,504603981$$

$$TIR = 12,50\%$$

Análisis: La tasa interna de retorno (TIR) para el negocio es de 12,50% lo que quiere decir que es superior a la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMRA) 9,76% demostrando que la inversión del proyecto es factible.

Relación beneficio costo – B/C

El indicador de relación beneficio costo ayuda a calcular la relación existente entre todos los ingresos y los egresos del proyecto, es decir, permite medir el rendimiento que se obtiene por cada dólar invertido.

Tabla 87

Relación Beneficio Costo (B/C)

EMPRESA MANYLOJ					
VAN (Valor Actual Neto)					
AÑO	Ingresos	Egresos	Factor de Actualización 9,76%	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
1	105.000,00	78.109,12	0,911078717	95.663,27	71.163,56
2	117.530,03	83.067,91	0,830064429	97.557,50	68.951,72
3	131.555,31	86.647,54	0,756254035	99.489,23	65.527,55
4	147.254,28	89.060,04	0,689006956	101.459,22	61.362,98
5	164.826,66	91.578,87	0,627739574	103.468,22	57.487,68
Total				497.637,43	324.493,50

Nota. La tabla muestra el cálculo para obtener los valores de ingresos y egresos actualizados de la relación beneficio costo

$$RBC = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados}}$$

$$RBC = \frac{497.637,43}{324.493,50}$$

$$RBC = 1,53$$

Análisis: El análisis de la relación costo-beneficio arroja un índice de 1,53 lo que indica que el proyecto de inversión es rentable y prometedor. Esto significa que, por cada dólar invertido, se obtiene una ganancia de cincuenta y tres centavos, este resultado confirma que los beneficios generados por el proyecto superan los costos asociados, lo que proporciona una perspectiva positiva para la viabilidad y rentabilidad de la inversión. Esta relación favorable entre los costos y beneficios respalda la decisión de seguir adelante con el proyecto y aprovechar las oportunidades de crecimiento y rentabilidad que ofrece.

Periodo de recuperación de capital - PRC

Permite conocer el tiempo (años, meses, días) en el que se va a recuperar la inversión inicial, para su determinación se toma los valores del flujo de caja y el monto de la inversión.

Tabla 88

Periodo de recuperación de capital (PRC)

EMPRESA MANYLOJ				
PRC (Periodo de Recuperación de Capital)				
AÑO	Flujo Neto	Factor de Actualización 9,76%	Valor Actualizado	Flujo Acumulado
0	-38.376,02			
1	21.923,12	0,911078717	19.973,69	19.973,69
2	26.749,79	0,830064429	22.204,05	42.177,74
3	33.408,89	0,756254035	25.265,61	67.443,35
4	41.226,39	0,689006956	28.405,27	95.848,61
5	50.823,02	0,627739574	31.903,62	127.752,24
Total	174.131,21		127.752,24	

Nota. La tabla indica el periodo de recuperación, datos que servirán para determinar el periodo de recuperación de capital definitivo.

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión inicial} - \sum \text{Primeros flujos}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$

$$PRC = 4 + \frac{38.376,02 - 95.848,61}{41.226,39}$$

$$PRC = 4 + (-1,394073047)$$

$$PRC = 2,60592695$$

$$PRC = 2,60592695 - 2$$

$$PRC = 0,60592695 \times 12 \text{ meses} = 7,271$$

$$PRC = 0,27112343 \times 30 \text{ dias} = 8,134$$

Análisis: La inversión tras la aplicación de la formula se recuperará en 2 años, 7 meses, 8 días, lo que significa que es un tiempo adecuado, cabe enfatizar que el tiempo de recuperación es menor a la evaluación proyectada de proyecto; dicho horizonte se considera un buen tiempo para recuperar el capital invertido y a criterio de este indicador la inversión debería aceptarse.

Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite conocer el grado de soporte del proyecto antes posibles cambios económicos que podrían ocurrir en el futuro, es decir, ayuda a predecir los resultados del proyecto de tal forma que se observa cómo afecta un aumento o una disminución en la TIR (que tan flexible a cambios es).

Tabla 89*Análisis de sensibilidad con incremento de costos*

EMPRESA MANYLOJ								
Análisis de Sensibilidad Incremento en Costos								
				ACTUALIZACIÓN				
AÑO	Costo Total	Costo Total Aumentado 25%	Ingreso Original	Flujo de efectivo Neto	Factor 10%	VAN Menor	Factor 11%	VAN Mayor
0	-38.376,02				0,10	-38.376,02	0,11	-38.376,02
1	78.109,12	97.636,40	105.000,00	7.363,60	0,909090909	6.694,18	0,900900901	6.030,80
2	83.067,91	103.834,89	117.530,03	13.695,14	0,826446281	11.318,30	0,811622433	9.186,18
3	86.647,54	108.309,43	131.555,31	23.245,88	0,751314801	17.464,97	0,731191381	12.770,24
4	89.060,04	111.325,05	147.254,28	35.929,23	0,683013455	24.540,15	0,658730974	16.165,36
5	91.578,87	114.473,59	164.826,66	50.353,07	0,620921323	31.265,29	0,593451328	18.554,43
Total Σ VAN						91.282,90		62.707,00
						-38.376,02		-38.376,02
VAN Menor						52.906,88	Van Mayor	24.330,98

Nota. La tabla indica el análisis de sensibilidad con incremento en los costos donde se obtuvieron los valores del VAN menor y mayor, mismos que determinarán las fórmulas del análisis de sensibilidad.

- **Determinación de la nueva TIR**

$$TIR = Tasa\ menor + (diferencia\ de\ tasas) \times \frac{Van\ Menor}{Van\ Menor - Van\ Mayor}$$

$$TIR = 10\% + (11\% - 10\%) \times \frac{52.906,88}{52.906,88 - 24.330,98}$$

$$TIR = 10\% + (1\%) \times \frac{52.906,88}{28.575,89}$$

$$TIR = 10\% + 1,85\%$$

$$TIR = 11,85\%$$

- **Diferencias de TIR**

$$TIR = TIR\ Del\ proyecto - Nueva\ TIR$$

$$TIR = 12,50\% - 11,85\%$$

$$TIR = 0,65\%$$

- **Porcentaje de Variación**

$$\% de\ Variación = 100 \times \frac{Diferencia\ del\ TIR}{TIR\ del\ Proyecto}$$

$$TIR = 100 \times \frac{0,65}{12,50}$$

$$TIR = 100 \times 0,0523490$$

$$TIR = 5,23\%$$

- **Sensibilidad**

$$Sensibilidad = \frac{\% de\ Variación}{Nueva\ TIR}$$

$$Sensibilidad = \frac{5,23}{11,85}$$

$$TIR = 0,44$$

Análisis: Se obtuvo un valor de 0,44 lo cual es menor a 1, esto significa que el proyecto de factibilidad es aceptado financieramente y no es sensible a futuros cambios en sus costos, el porcentaje limite que soporta el proyecto es de 25%

Tabla 90*Análisis de sensibilidad con disminución en los ingresos*

EMPRESA MANYLOJ								
Análisis de Sensibilidad Disminución en Ingresos								
				ACTUALIZACIÓN				
AÑO	Ingreso Total	Ingreso Total Disminuido 20%	Costo Original	Flujo de efectivo Neto	Factor 10%	VAN Menor	Factor 11%	VAN Mayor
0	-38.376,02				0,10	-38.376,02	0,11	-38.376,02
1	105.000,00	84.000,00	78.109,12	5.890,88	0,909090909	5.355,35	0,900900901	4.824,64
2	117.530,03	94.024,02	83.067,91	10.956,11	0,826446281	9.054,64	0,811622433	7.348,95
3	131.555,31	105.244,25	86.647,54	18.596,70	0,751314801	13.971,98	0,731191381	10.216,19
4	147.254,28	117.803,42	89.060,04	28.743,39	0,683013455	19.632,12	0,658730974	12.932,29
5	164.826,66	131.861,33	91.578,87	40.282,45	0,620921323	25.012,23	0,593451328	14.843,54
Total Σ VAN						73.026,32		50.165,60
						-38.376,02		-38.376,02
VAN Menor						34.650,30	Van Mayor	11.789,58

Nota. La tabla indica el análisis de sensibilidad con disminución en los ingresos donde se obtuvieron los valores del VAN menor y mayor, mismos que determinarán las fórmulas del análisis de sensibilidad.

- **Determinación de la nueva TIR**

$$TIR = Tasa\ menor + (diferencia\ de\ tasas) \times \frac{Van\ Menor}{Van\ Menor - Van\ Mayor}$$

$$TIR = 10\% + (11\% - 10\%) \times \frac{34.650,30}{34.650,30 - 11.789,58}$$

$$TIR = 10\% + (1\%) \times \frac{91.266,08}{82.248,62}$$

$$TIR = 10\% + 1,52\%$$

$$TIR = 11,52\%$$

- **Diferencias de TIR**

$$TIR = TIR\ Del\ proyecto - Nueva\ TIR$$

$$TIR = 12,50\% - 11,52\%$$

$$TIR = 0,98\%$$

- **Porcentaje de Variación**

$$\% \text{ de Variación} = 100 \times \frac{Diferencia\ del\ TIR}{TIR\ del\ Proyecto}$$

$$TIR = 100 \times \frac{0,98}{12,50}$$

$$TIR = 100 \times 0,0787393$$

$$TIR = 7,87\%$$

- **Sensibilidad**

$$Sensibilidad = \frac{\% \text{ de Variación}}{Nueva\ TIR}$$

$$Sensibilidad = \frac{7,87}{11,52}$$

$$TIR = 0,68$$

Análisis: Se obtuvo un valor de 0,68 lo cual es menor a 1, esto significa que el proyecto de factibilidad es aceptado financieramente y no es sensible a futuras disminuciones que puedan existir en sus ingresos, el porcentaje limite que soporta el proyecto es de 20%.

7. Discusión

El objetivo del Trabajo de Integración Curricular es la elaboración de un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de pasta de maní en el cantón Paltas de la provincia de Loja, el cual se desarrolló mediante la elaboración de un diagnóstico preliminar y se propuso evaluar si es técnicamente factible y económicamente rentable llevar a cabo este proyecto en dicha región donde se plantearon interrogantes que se convierten en los desafíos a abordar durante el proceso de implementación del proyecto.

En esta investigación se enfatizó los procesos que necesitan para poder implementar una empresa en la localidad de Paltas, además, se tomó en cuenta las diferentes fases de la posible puesta en marcha de cualquier emprendimiento que son: el estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda del producto pasta de maní, el estudio técnico para establecer el tamaño, la localización, ingeniería del proyecto y establecer la estructura organizacional de la empresa, el estudio financiero, para establecer la inversión del proyecto, y la aplicación de las herramientas de evaluación financiera, es por ello, que se generan hipótesis acerca de la rentabilidad de la inversión con su respectiva sustentación técnica, para poder constituir la empresa en las mejores y óptimas condiciones.

Por tal motivo, para poder dar sustento a dicha hipótesis en primer lugar se realizó un estudio de mercado completo y detallado mediante la aplicación de encuestas realizadas a las familias del cantón Paltas, de una muestra poblacional obtenida de 306 familias a encuestar, el cual permitió conocer las preferencias del consumidor, la competencia existente, la demanda potencial del 100%, demanda real de 96%, demanda efectiva de 98%, consumo per cápita de 48 lb semanales y una demanda insatisfecha en libras de 84.776 libras de pasta de maní.

En cuanto al estudio técnico se indica la ubicación donde funcionara el proyecto de inversión en el cual se consideró los factores favorables para iniciar las actividades de la empresa de la mejor manera, especificando una macro localización dada por la provincia de Loja, cantón Paltas y una micro localización de parroquia Catacocha, barrio San José; en lo referente a la estructura organizacional se plantió la base legal con la cual obtendrá operatividad la empresa, detallando que funcionara como persona natural obligada a llevar contabilidad con razón social “MANYLOJ”, bajo el régimen RIMPE emprendedor; determinando el organigrama estructural de funcionamiento, misión, visión, valores y objetivos empresariales que permitirán a la empresa cumplir con sus funciones a cabalidad.

Por otro lado, el análisis económico-financiero es un aspecto fundamental en la elaboración de un proyecto de factibilidad ya que se formuló la inversión fija, diferida y de capital de trabajo con sus respectivos presupuestos y proyecciones para los 5 años de vida útil del proyecto, así como las fuentes de financiamiento para poner en marcha el negocio, en donde la inversión inicial es de \$38.376,02 distribuidos en un 21.83% de recursos propios equivalente a \$ 8.376,02 y el 78,17% que corresponde a un financiamiento externo en “BANECUADOR” de \$ 30.000,00 presentando así los estados financieros proyectados para los cinco años como son el estado de resultados y de flujo de caja.

Finalmente se aplicó las herramientas de evaluación financiera como otro aspecto clave que se debe considerar en la inversión dando como resultado un valor actual neto (VAN) de \$89.376,22 una tasa interna de retorno (TIR) de 12,50% lo que quiere decir que es superior a la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMRA) 9,76%, el periodo de recuperación de capital (PRC) de 2 años, 7 meses, 08 días y la relación beneficio costo (B/C) de 1,53 centavos, lo que indica que el proyecto de inversión es rentable y prometedor a lo largo del tiempo y una sensibilidad que muestra que la empresa soporta un porcentaje límite de 25% de incremento en sus costos y un 20% en disminución en los ingresos, determinando que la inversión puede ser aceptada.

Dando como resultado que es factible constituir una empresa productora de pasta de maní en el cantón Paltas de la provincia de Loja, contribuyendo así a la solución de poder aprovechar la materia prima sembrada en el lugar, potenciando la economía local, generando fuentes de empleo y satisfaciendo las preferencias y gustos de los consumidores de pasta de maní.

8. Conclusiones

A través de la realización del “Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de pasta de maní en el cantón Paltas, provincia de Loja” se presenta las siguientes conclusiones:

- En la fase del estudio de mercado, tras analizar los datos de la aplicación de encuestas realizadas a las familias del cantón Paltas, dio como resultado una muestra poblacional de 306 familias aplicar la encuesta, el cual permitió conocer las preferencias del consumidor, la competencia existente, la demanda potencial del 100%, demanda real de 96 %, demanda efectiva de 98 %, consumo per cápita de 48 lb semanales y una demanda insatisfecha en libras de 84.726 libras de pasta de maní.
- El análisis económico-financiero es un aspecto fundamental en la elaboración de un proyecto de factibilidad ya que se formuló la inversión fija, diferida y de capital de trabajo con sus respectivos presupuestos y proyecciones para los 5 años de vida útil del proyecto, así como las fuentes de financiamiento para poner en marcha el negocio, en donde la inversión inicial es de \$38.376,06 distribuidos en un 21.83% de recursos propios equivalentes a \$8.376,06 dólares y el 78,17% que corresponde a un financiamiento externo en “BANECUADOR de \$150.000,00, presentando así los estados financieros proyectados para cinco años como son el estado de resultados y flujo de caja.
- En la fase de la evaluación financiera se aplicó las herramientas que permiten evaluar el la futura inversión dando como resultado un valor actual neto (VAN) de \$89.376,22 demostrando un resultado mayor a cero, indicando que el proyecto tiene un potencial de rentabilidad, una tasa interna de retorno (TIR) de 12,50% lo que quiere decir que es superior a la tasa mínima aceptable de rendimiento (TMRA) 9,76%, el periodo de recuperación de capital (PRC) de 2 años, 7 meses, 8 días y la relación beneficio costo (B/C) de 1,53 centavos, lo que indica que el proyecto de inversión es rentable y prometedor a lo largo del tiempo.

9. Recomendaciones

- Se recomienda realizar una investigación continua del mercado para mantenerse actualizados sobre las preferencias del consumidor y la evolución de la demanda de pasta de maní en el cantón Paltas. Es importante estar atentos a posibles cambios en las tendencias de consumo y explorar nuevas oportunidades para diversificar la oferta de productos y satisfacer las necesidades del mercado de manera proactiva. además, se aconseja implementar programas de capacitación y desarrollo para el personal, fortaleciendo así las habilidades y competencias necesarias para el crecimiento y éxito del negocio.
- Dada la importancia del análisis económico-financiero, se recomienda mantener una planificación financiera a largo plazo que permita identificar posibles desafíos y oportunidades financieras, la empresa debe estar preparada para ajustar estrategias y tomar decisiones informadas en función de los resultados proyectados y la evolución del mercado, mantener un monitoreo constante de los flujos de caja para garantizar la solvencia financiera y evitar situaciones de insuficiencia de recursos. Se recomienda establecer políticas de crédito adecuadas y negociar plazos de pago con proveedores para mantener un equilibrio entre ingresos y egresos.
- Finalmente se recomienda promover una cultura de innovación y mejora continua en todos los aspectos del negocio debido a que el proyecto no es sensible lo que permitirá a la empresa la exploración de nuevas oportunidades de mercado, la búsqueda de procesos más eficientes, el desarrollo de nuevos productos y la adopción de tecnologías emergentes. La capacidad de adaptarse y evolucionar en un entorno cambiante asegurará que la empresa esté preparada para enfrentar situaciones adversas y contar con planes de contingencia que permitan salvaguardar la estabilidad financiera y operativa.

10. Bibliografía

- Aranday, F. R. (2019). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. México: Tabachines Editorial. [https://doi.org/ISBN 978-607-8552-66-5](https://doi.org/ISBN%20978-607-8552-66-5)
- Arias, A. S. (04 de Noviembre de 2019). *economipedia.com*. Rentabilidad: <https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html>
- Burguillo, R. V. (17 de noviembre de 2020). *Economipedia.com*. Flujo de efectivo: <https://economipedia.com/definiciones/flujo-de-efectivo.html>
- Cajamarca, F. (11 de Febrero de 2022). *ZonaEconomica.com*. Estudio Financiero: <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero#:~:text=El%20estudio%20financiero%20es%20el,de%20un%20proyecto%20de%20inversi%C3%B3n.>
- Camacho, D. (2021). *PLATZI*. Las 5 fases del ciclo de vida de un proyecto: https://platzi.com/blog/fases-ciclo-proyecto/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=19643931773&utm_adgroup=&utm_content=
- Chávez, J. (11 de Junio de 2022). *Concepto*. Empresa industrial: <https://concepto.de/empresa-industrial/>
- Cuauro, M. (17 de Enero de 2019). *Venelogía*. Beneficios y propiedades nutritivas del Maní: <https://www.venelogia.com/archivos/2270/>
- Cumbicus, J. (25 de Junio de 2021). *OPM Integral*. Tipos de Proyectos Empresariales: <https://opmintegral.com/portafolio-de-programas-y-proyectos/tipos-de-proyectos-empresariales/#:~:text=De%20acuerdo%20a%20su%20naturaleza,realizar%20uno%20u%20otro%20proyecto>
- Eduardo, P. (03 de Abril de 2019). *Definición de proyecto*. Retrieved 09 de 02 de 2023, from <https://definicion.de/proyecto/>
- Enriquez, R. (10 de Octubre de 2020). *TAEM PERÚ CONSULTING*. ETAPAS DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN: <https://taemperuconsulting.com/etapas-de-los-proyectos-de-inversion/>
- Esparza, J. (08 de Abril de 2020). *Web.uqro*. Análisis y evaluación de proyectos de inversión: <http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/UnidadII-ACPSC-137.pdf>

- espejo, L., & López, G. (2018). *CONTABILIDAD GENERAL enfoque con normas internacionales de la informacion financiera (NIFF)*. LOJA, ECUADOR: EDILOJA CIA LTDA. <https://doi.org/978-9942-26-171-7>
- EUROINNOVA. (08 de Julio de 2021). ¿Qué es periodo de recuperacion de la inversión?: <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-periodo-de-recuperacion-de-la-inversion>
- Euroinova [EIOE]. (18 de Septiembre de 2022). *euroinnova.ec*. ¿Qué es un manual administrativo y cuál es su función en una empresa?: <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-un-manual-administrativo#iquestqueacute-es-un-manual-administrativo-y-cuaacutel-es-su-funcioacuten-en-una-empresa>
- Flores, J. (30 de enero de 2023). *HubSpot*. Punto de equilibrio en una empresa: qué es y cómo se calcula: <https://blog.hubspot.es/sales/punto-equilibrio-empresa#:~:text=Listo%20para%20descargar-,Qu%C3%A9%20es%20el%20punto%20de%20equilibrio%20empresarial,no%20hay%20ganancias%20ni%20p%C3%A9rdidas>.
- Galán, J. S. (15 de Diciembre de 2022). *Economipedia*. Definición tecnica de empresa: <https://economipedia.com/definiciones/empresa.html>
- Galarza, E. (2020). Negocios. *El maní es apetecido por su sabor*, pág. 4.
- Grapsas, T. (17 de Noviembre de 2022). *Rockcontent*. ¿Qué es Plaza en la mezcla de mercadotecnia y por qué es tan importante?: <https://rockcontent.com/es/blog/plaza-en-el-marketing/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20Plaza%20en%20la,las%20manos%20del%20consumidor%20final>.
- Gutiérrez, H. C. (2021). *Como elaborar proyectos: Diseño, ejecución y evaluación de proyectos sociales educativos*. Bogota: Cooperativa Editorial Magisterio. <https://doi.org/9789582013189>
- herrera, y., jiménez, P., Mayorga, C., & Monroy, L. (Dirección). (2020). *Promoción de Ventas* [Película].
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (31 de diciembre de 2010). *INEC*. Estadística poblacional: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (31 de Diciembre de 2021). *INEC*. Estadísticas Agropecuarias: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-agropecuarias-2/>

- Kotler, P. (2021). H2H MARKETING: PUTTING TRUST AND BRAND IN STRATEGIC MANAGEMENT FOCUS. (D. Traductor, Trad.) *Academy of Strategic Management Journal (ASMJ)*, Tomo 20, 340. <https://doi.org/1544-1458-20-S2-82>
- Kramer, M. E. (2019). *Estrategia y Sociedad*. Michigan, Estados Unidos: Springer. <https://doi.org/978-94-024-1142-3>
- López, B. S. (30 de Agosto de 2019). *IngenieriaIndustrial.com*. ¿Qué es el diseño y distribución en planta?: <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/disenio-y-distribucion-en-planta/que-es-el-diseno-distribucion-en-planta/>
- Luna, R., & Chávez, D. (2001/2021). *Guía para elaborar estudios de factibilidad*. Guatemala: Capas.
- Mancuzoo, M. (25 de Abril de 2020). *Comprasoftware*. Importancia del Desarrollo de Proyectos: <https://blog.comparasoftware.com/importancia-del-desarrollo-de-proyectos/>
- Mejia. (18 de Septiembre de 2021). Qué es un diagrama de flujo de procesos: <https://www.lucidchart.com/pages/es/que-es-un-diagrama-de-flujo-de-procesos>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (31 de Diciembre de 2021). *MAG*. Producción de Maní: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Morales, V. V. (15 de Junio de 2019). Valor actual neto (VAN): <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- ORT. (14 de Diciembre de 2020). *BLOG DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES*. Estrategias de marketing: qué son, qué tipos existen y algunos ejemplos: <https://facs.ort.edu.uy/blog/estrategias-de-marketing#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20son%20las%20estrategias%20de,corto%20C%20mediano%20o%20largo%20plazo.>
- Palacios, D. (24 de Noviembre de 2021). *HunSpot*. Los 7 tipos de empresas y su clasificación: <https://blog.hubspot.es/sales/tipos-de-empresas>
- Pasaca. (12 de Septiembre de 2022). *Gerencie.com*. Capital de trabajo: <https://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>
- Pérez, J. (02 de Noviembre de 2021). *Revista Ingeniería Agrícola*. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.28326.32325>
- Quezada. (15 de Enero de 2023). *edX.com*. ¿Qué es la evaluación financiera?: <https://www.edx.org/es/aprende/evaluacion->

- UAL. (20 de Septiembre de 2019). *dyndns.org*. Estados financieros pro forma: http://ual.dyndns.org/biblioteca/Contabilidad_Sociedades/Pdf/Unidad%209.pdf
- Universidad del Internet [UNIR]. (2021). *ecuador.unir.net*. ¿Qué es el direccionamiento estratégico? Concepto y pilares clave: <https://ecuador.unir.net/actualidad-unir/direccionamiento-estrategico/>
- Universidad Santo Tomas [UST]. (2020). *Repositorio Digital UST*. Estudio de Mercado y Técnico: http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Proyecto%20de%20Grado%20Fase%20I%20%28Segundo%20Momento%29/tamao_del_proyecto.html
- Urbina, G. B. (02 de Febrero de 2021). *AulaFacil*. Localización del Proyecto: <https://www.aulafacil.com/cursos/organizacion/gestion-de-proyectos/localizacion-del-proyecto-119692>
- Valiente, E. (2019). *Contabilidad general: Análisis y fundamentos*. CEF. España: PEARSON EDUCACIÓN. <https://doi.org/978-84-8322-460-1>
- Vargas, H. M. (2007/2022). *LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS*. México: Homercavob Editorial.
- Velázquez, A. (2022). Estudio de factibilidad del mercado: Qué es, ventajas y cómo realizarlo. *QuestionPro*, 10.
- Villagran, J. (2018). *PROYECTOS DE INVERSIÓN: Un enfoque practico*. Riobamba, Chimborazo, Ecuador: Aval Epoch. <https://doi.org/978-9942-35-125-8>
- VILMA. (2021). *VILMA.com*. ¿Qué son las bases legales? Definición, utilidades y recursos: <https://vilmanunez.com/que-son-las-bases-legales/>
- Weinberger, M. (2019). *Evaluación de proyectos. Enfoque integral para la toma de decisiones económicas* (Vol. 3 tercera Edición). Perú: Editorial Limusa. <https://www.revistavirtualpro.com/biblioteca/plan-de-negocios-herramienta-para-evaluar-la-viabilidad-de-un-negocio>
- Zúñiga, G. (2023). Ajustes y desajustes entre campos de estudio y mercado del trabajo. *Estudio de Mercado*, 14. <https://www.ries.universia.unam.mx/index.php/ries/article/view/1501>

11. Anexos

Anexo 1

Población del Cantón Paltas



Búsqueda

- Estadísticas por tema
- Estadísticas por fuente
- Geografía Estadística
- Banco de Datos
- Consultas Especializadas
- Comunicamos
- Contacto

Población y Demografía

Población

- Censo de Población y Vivienda
- Censo de Población y Vivienda-Galápagos
- Proyecciones Poblacionales
- Evolución de Variables Censales 1950 – 2010
- Nacidos Vivos y Defunciones Fetales
 - Defunciones Generales
 - Histórico defunciones 1997 – 2019
- Entradas y Salidas Internacionales
- Matrimonios y Divorcios



Resultados provinciales

Azuay	El Oro	Los Rios	Pichincha
Bolivar	Esmeraldas	Manabi	Santa Elena
Cañar	Galápagos	Morona Santiago	Santo Domingo de los Tsáchilas
Carchi	Guayas	Napo	Sucumbios
Chimborazo	Imbabura	Orellana	Tungurahua
Cotopaxi	Loja	Pastaza	Zamora Chinchipe

Noticias Destacadas

- ★ INEC publica las cifras de inflación de mayo 2023
- ★ INEC publica cifras de empleo de abril 2023

Información General	Resultados	Información Técnica
¿Qué es el Censo Población?	Resultados del Censo 2010	Base de Datos
Etapas	Tabulados Censales	Manejo de Datos
Cuestionario Censal		

Resultados Censo de Población

Provincias: Cantones:

2010

LOJA

PALTAS

Consultar

Total: **23.801**

Mujeres: **11.920**

Hombres: **11.881**



Anexo 2
Encuesta

ENCUESTA



¡Estimado/a!

Reciba usted un cordial y afectuoso saludo como estudiante de la Universidad Nacional de Loja, Facultad Jurídica, Social y Administrativa de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, a la vez solicito comedidamente llenar la siguiente encuesta, misma que tiene la finalidad obtener información con fines académicos para realizar el Trabajo de Integración Curricular titulado **“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de pasta de maní en el cantón Paltas, provincia de Loja.”** para determinar los gustos y preferencia de los clientes y consumidores de la pasta de maní en el cantón Paltas. Favor responder con responsabilidad y honestidad cada interrogante.

Instrucción: Señale con una (X) la (s) alternativa(s) que dé respuesta a las preguntas:

1. Género

Masculino ()

Femenino ()

2. Edad

De 18 a 28 años ()

De 29 a 38 años ()

De 39 a 48 años ()

De 49 a 58 años ()

Más de 59 años ()

3. Ocupación

Estudiante ()

Empleado Público ()

Empleado Privado ()

QQHH (Ama de casa) ()

Emprendedor o comerciante ()

Sin empleo fijo ()

Jubilado ()

4. Ingresos Mensuales que percibe su familia

Menos de \$450 ()
USD \$450 ()
Más de \$450 ()

5. ¿Considera necesario crear un proyecto de inversión para constituir una empresa productora de pasta de maní en el cantón Paltas?

Si () No ()

6. ¿Qué es lo más importante que considera al momento de consumir pasta de maní?

Calidad ()
Tradicición ()
Salud ()
Sabor ()
Otros ()

7. ¿Prefiere la pasta de maní con algún otro tipo de ingrediente?

Con sal. ()
Con miel. ()
Otros ()
Ninguno ()

8. ¿Qué cantidad de pasta de maní consumen semanalmente en su familia?

100 gr (0.22 lb) () 0.61
226.80 gr (0.5 lb) () 1.38
453.52 gr. (1 lb) () 2.75
917.19 gr. (2 lb) () 5.56
Más de 1360.78 gr. (3 lb) () 8.25 .

9. ¿Cuál es el precio que paga por 453,52 gr (1 lb) de pasta de maní en la actualidad?

USD 2,00 – USD 2, 50 ()
USD 2,51 – USD 3, 00 ()
USD 3,01 – USD 3, 50 ()
USD más de 3,51 ()

10. ¿Cuál de las siguientes formas de pago es de mayor comodidad para la compra de la pasta maní?

En efectivo ()
Tarjeta debito ()

Transferencia bancaria ()

11. ¿Cuál es el lugar de su preferencia para comprar pasta el maní, seleccione de las siguientes opciones?

Tiendas ()
Micro mercados ()
Centros comerciales ()
Otros ()

12. En caso de implementar el proyecto de factibilidad. ¿Cuáles de las siguientes presentaciones de pasta de maní le gustaría adquirir?

Frasco de Vidrio ()
Funda con etiqueta ()
Tarrina transparente ()
Sachet ()
Otras ()

13. ¿Por qué medios publicitarios le gustaría conocer la oferta de pasta de maní?

Radio ()
Redes Sociales ()
Televisión ()
Volantes ()
Otros ()

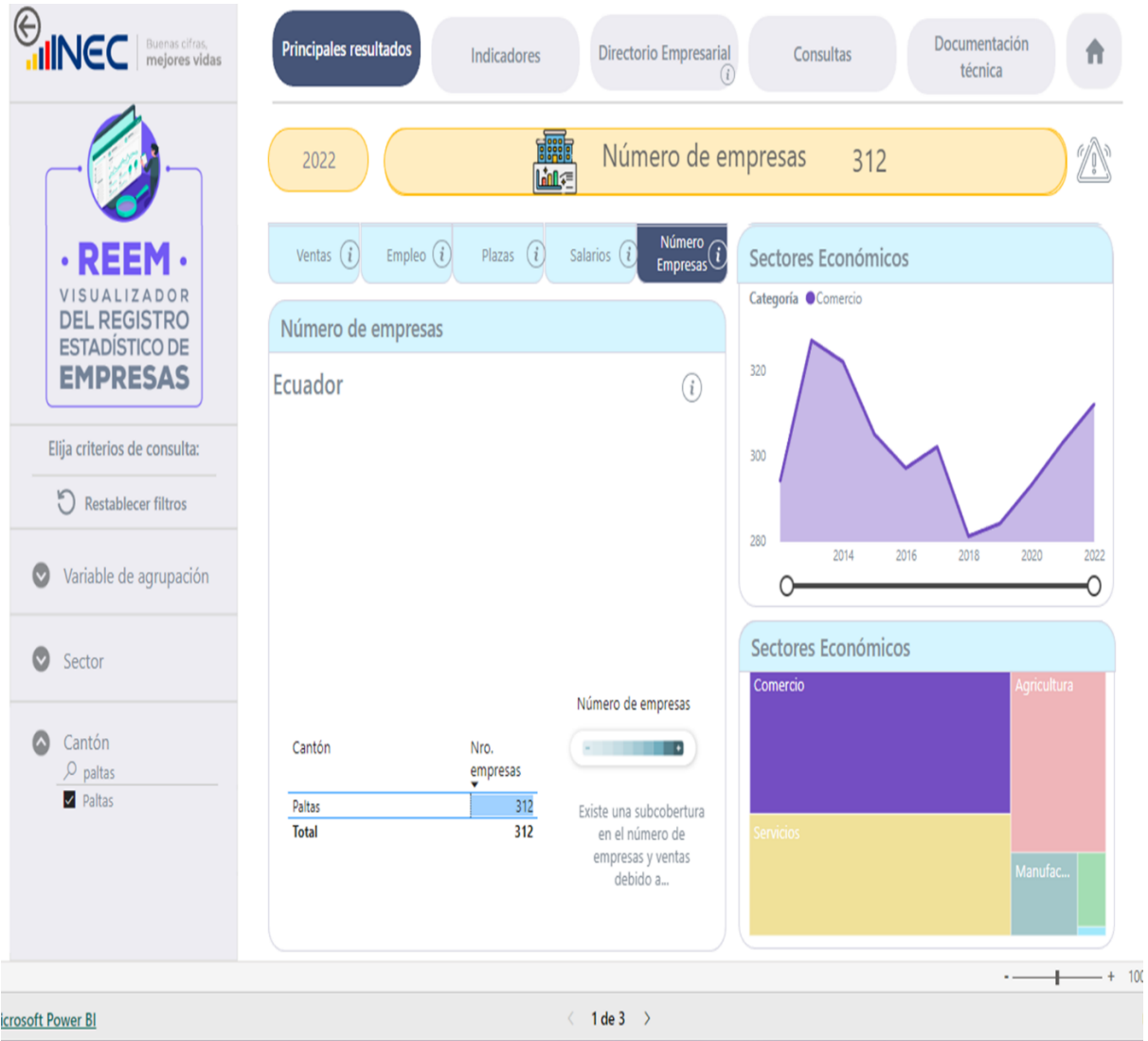
14. ¿En caso de constituir una nueva empresa productora de pasta de maní en el cantón Paltas, estaría dispuesto adquirir el producto ofertado?

Si () No ()

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN !

Anexo 3

Empresas dedicadas al comercio en el cantón Paltas



Loja, 19 de marzo de 2024

Lic. Karina Yajaira Martínez Luzuriaga

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN MENCIÓN INGLÉS

CERTIFICO:

Yo, Karina Yajaira Martínez Luzuriaga con cédula de identidad Nro. 1104902679, **Licenciada en Ciencias de la Educación Mención Inglés** por la Universidad Técnica Particular de Loja, con número de registro 1031-2022-2574017 en la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, señalo que el presente documento es fiel traducción del idioma español al idioma inglés del resumen del Trabajo de Integración Curricular denominado **“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de pasta de maní en el cantón Paltas, provincia de Loja.”** elaborado por el Sr. Jhon Alexander Macas Caraguay, con cédula de identidad Nro. 1104265697, estudiante egresado de la carrera de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Nacional de Loja.



Lic. Karina Yajaira Martínez Luzuriaga

C.I. 1104902679

REGISTRO SENESCYT N°: 1031-2022-2574017