



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja
Facultad Jurídica, Social y Administrativa
Carrera de Administración de Empresas

**Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de
gomitas a base de vodka sabor a manzana, en la Ciudad de Loja**

Trabajo de Integración Curricular previo
a la obtención del título de Licenciado
en Administración de Empresas.

AUTOR:

Fabián Alexander Guiracocha Jiménez

DIRECTORA:

Ing. Zoila Mónica Ortega Pesantez Mg. Sc.

Loja - Ecuador

2023 – 2024



unl

Universidad
Nacional
de Loja

Sistema de Información Académico
Administrativo y Financiero - SIAAF

CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **Ortega Pesantez Zola Monica**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado **"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE GOMITAS A BASE DE VODKA SABOR A MANZANA, EN LA CIUDAD DE LOJA"**, perteneciente al estudiante **Fabian Alexander Guiracocha Jimenez**, con cédula de identidad N° **1106067802**.

Certifico:

Que luego de haber dirigido el **Trabajo de Integración Curricular**, habiendo realizado una revisión exhaustiva para prevenir y eliminar cualquier forma de plagio, garantizando la debida honestidad académica, se encuentra concluido, aprobado y está en condiciones para ser presentado ante las instancias correspondientes.

Es lo que puedo certificar en honor a la verdad, a fin de que, de así considerarlo pertinente, el/la señor/a docente de la asignatura de **Integración Curricular**, proceda al registro del mismo en el Sistema de Gestión Académico como parte de los requisitos de acreditación de la Unidad de Integración Curricular del mencionado estudiante.

Loja, 19 de Febrero de 2024



ZOLA MONICA ORTEGA
PESANTEZ

F)

DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR



Certificado TIC/TT.: UNL-2024-000058

1/1

Educamos para Transformar

ii

Autoría

Yo, **Fabián Alexander Guiracocha Jiménez**, declaro ser el autor del presente Trabajo de Integración Curricular y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicional 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:

Cedula de identidad: 1106067802

Fecha: Loja, 28 de mayo de 2024

Correo electrónico: fabian.guiracocha@unl.edu.ec

Teléfono o celular: 0980536563 o 0962862189

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, **Fabián Alexander Guiracocha Jiménez**, declaro ser el autor del Trabajo de Integración Curricular denominado: **“Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de gomitas a base de vodka sabor a manzana, en la Ciudad de Loja”**, como requisito para optar por el título de **Licenciatura en Administración de Empresas**, 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, suscribo, en la ciudad de Loja, a los 28 días del mes de mayo de 2024.

Firma:

Autor: Fabián Alexander Guiracocha Jiménez

Cedula de identidad: 1106067802

Dirección: Calle Teodoro Wolf, entre las calles Faraday y Francisco de Caldas, Loja, Ecuador

Correo electrónico: fabian.guiracocha@unl.edu.ec

Teléfono o celular: 0980536563 o 0962862189

DATOS COMPLEMENTARIOS

Directora del Trabajo de Integración Curricular: Ing. Zoila Mónica Ortega Pesantez, Mg. Sc.

Dedicatoria

Dedico el presente trabajo primeramente a Dios, que, con su infinita amabilidad, me dio la salud, fortaleza y sabiduría necesarias durante cada paso de este arduo camino; otorgándome paciencia y perseverancia en los momentos más difíciles para poder alcanzar mi meta.

A mis queridos padres, Adelia Jiménez y Patricio Guiracocha, quienes me han dado todo el apoyo incondicional durante mi trayectoria estudiantil, por sus sacrificios, sus consejos, su confianza y su amor en mí, los cuales han sido un pilar fundamental en mi desarrollo como persona y como profesional.

A mis hermanos, Patricia Guiracocha y Jefferson Guiracocha, que me apoyaron con sus sentimientos y palabras, y quienes son una fuente constante de inspiración y fortaleza para superarme en mi día a día.

Finalmente, a mi familia y amigos que me apoyaron con sus consejos y ánimos durante todo este trayecto para superar una nueva etapa de mi vida.

Fabián Alexander Guiracocha Jiménez

Agradecimiento

Agradezco enormemente a Dios por darme la fortaleza, la sabiduría y la salud necesarias para completar este trabajo. Por ser mi guía en este camino lleno de desafíos y dificultades, logrando alcanzar una nueva etapa en mi vida.

A la Universidad Nacional de Loja le expreso mi más profundo agradecimiento por proporcionarme un entorno académico de excelencia, con el fin de obtener nuevos conocimientos en mi camino a ser un profesional en la Licenciatura de Administración de Empresas.

A mi carrera de Administración de Empresas, y a todos los docentes que he tenido la grata oportunidad de conocer durante estos años de vida universitaria; gracias por sus esfuerzos, dedicación y pasión a la hora de transmitirme sus conocimientos, habilidades y valores.

A mi directora del Trabajo de Integración Curricular, la Ing. Zoila Mónica Ortega Pesantez Mg. Sc. por su guía en este proceso de enseñanza-aprendizaje; por sus consejos y su paciencia fue posible llegar a culminar el presente trabajo.

Finalmente, agradezco a mis amigos y compañeros, quienes me otorgaron su compañía y apoyo constante, compartiendo innumerables experiencias que me han ayudado a crecer como persona.

Fabián Alexander Guiracocha Jiménez

Índice de Contenidos

Portada.....	i
Certificación	ii
Autoría.....	iii
Carta de autorización.....	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de Contenidos	vii
Índice de Tablas	xiv
Índice de Figuras	xx
Índice de Anexos.....	xxi
1. Título	1
2. Resumen	2
2.1. Abstract	3
3. Introducción	4
4. Marco Teórico	6
4.1. Fundamentos Referenciales.....	6
4.1.1. Referencia Internacional	6
4.1.2. Referencias Nacionales	6
4.1.2.1. Primera Referencia Nacional.....	6
4.1.2.2. Segunda Referencia Nacional.....	7
4.2. Fundamentos Teóricos	8
4.2.1. Empresa.....	8
4.2.2. Proyectos de inversión	8
4.2.2.1. Ciclo de vida de los proyectos.....	8

4.2.2.2.	Viabilidad del Proyecto	10
4.3.	Contenido del proyecto.	10
4.3.1.	Estudio de mercado.	10
4.3.1.1.	Producto Principal	10
4.3.1.2.	Productos Sustitutos	11
4.3.1.3.	Análisis de la Demanda	11
4.3.1.4.	Análisis de la Oferta	12
4.3.1.5.	Plan de Comercialización	12
4.3.2.	Estudio Técnico.....	14
4.3.2.1.	Tamaño y localización.....	14
4.3.2.2.	Distribución de la Planta.....	17
4.3.2.3.	Ingeniería del proyecto	17
4.3.2.4.	Descripción del Proceso de Producción	17
4.3.2.5.	Requerimiento del Personal.....	18
4.3.3.	Estudio Legal.....	19
4.3.4.	Estudio Administrativo	19
4.3.4.1.	Filosofía Empresarial.....	19
4.3.4.2.	Estructura Organizacional	20
4.3.4.3.	Niveles Jerárquicos	20
4.3.4.4.	Organigrama	21
4.3.4.5.	Manual de Funciones.....	22
4.3.5.	Estudio Financiero.....	22
4.3.5.1.	Inversiones y Financiamiento	22
4.3.5.2.	Análisis de Costos	23
4.3.5.3.	Determinación de Ingresos	24

4.3.5.4.	Depreciaciones.....	25
4.3.5.5.	Amortizaciones.....	25
4.3.5.6.	Estado de Pérdidas y Ganancias	26
4.3.5.7.	Punto de Equilibrio.....	26
4.3.5.8.	Flujo de Caja.....	27
4.3.6.	Evaluación Financiera	28
4.3.6.1.	Valor Actual Neto (VAN)	28
4.3.6.2.	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	28
4.3.6.3.	Relación Beneficio Costo (RBC)	29
4.3.6.4.	Periodo de Recuperación de Capital (PRC).....	29
4.3.6.5.	Análisis de Sensibilidad (AS).....	29
5.	Metodología	31
5.1.	Área de Estudio	31
5.2.	Enfoque de Investigación	31
5.3.	Tipo de investigación	31
5.3.1.	Exploratoria.....	31
5.3.2.	Descriptiva	32
5.4.	Métodos.....	32
5.4.1.	Método deductivo.....	32
5.4.2.	Método inductivo	32
5.5.	Técnicas.....	32
5.5.1.	Observación directa.....	32
5.5.2.	Encuestas.....	32
5.6.	Tamaño y muestra	33
5.6.1.	Proyección de la población del área urbana de Loja para el año 2023	33

5.6.2. Muestra.....	34
6. Resultados	35
6.1.1. Resultado de la encuesta a la población lojana.	35
6.1.2. Resultados de la encuesta a los oferentes de gomitas.	45
6.1.3. Resultado de la entrevista aplicada a los proveedores	49
7. Discusión.....	51
7.1. Estudio de Mercado.....	51
7.1.1. Producto principal	51
7.1.2. Productos Sustitutos	51
7.1.3. Productos complementarios	51
7.1.4. Análisis de la Demanda.....	51
7.1.5. Demanda Potencial.....	52
7.1.6. Demanda Real	53
7.1.7. Demanda Efectiva	54
7.1.8. Análisis de la Oferta.....	56
7.1.9. Proyección de la Oferta.....	56
7.1.10. Demanda Insatisfecha	57
7.1.11. Plan de Comercialización.....	58
7.1.12. Producto	58
7.1.12.1. Marca	59
7.1.12.2. Slogan	59
7.1.12.3. Etiqueta.....	60
7.1.12.4. Presentación del Producto.....	60
7.1.13. Precio.....	61
7.1.14. Plaza61	

7.1.15. Promoción	61
7.1.16. Publicidad.....	62
7.2. Estudio Técnico.....	62
7.2.1. Tamaño y Localización	63
7.2.1.1. Tamaño	63
7.2.1.2. Localización.....	65
7.2.2. Distribución de la Planta	68
7.2.2.1. Descripción de la Planta	69
7.2.3. Ingeniería del Proyecto.....	70
7.2.3.1. Equipos y materiales de producción	70
7.2.4. Descripción del Proceso de Producción	72
7.2.4.1. Flujograma de procesos	73
7.2.5. Requerimiento del Personal	74
7.2.5.1. Mano de Obra	74
7.2.5.2. Personal Administrativo	75
7.3. Estudio Legal.....	75
7.3.1. Forma Jurídica de Constitución.....	75
7.3.2. Tipo Legal de la Empresa.....	75
7.3.3. Requerimientos Para la Constitución	76
7.3.4. Requerimientos Para su Funcionamiento	76
7.3.4.1. Registro RUC	76
7.3.4.2. Requisitos para abrir por primera vez el RUC como persona natural	76
7.3.4.3. Patente Municipal.	77
7.3.4.4. Permiso de Funcionamiento de Bomberos.	77
7.3.4.5. Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud.	78

7.4.	Estudio Administrativo	78
7.4.1.	Filosofía Empresarial.	78
7.4.1.1.	Misión de la empresa	78
7.4.1.2.	Visión de la empresa.....	78
7.4.1.3.	Valores de la empresa.....	79
7.4.1.4.	Políticas de la empresa.....	79
7.4.2.	Estructura Organizacional	80
7.4.2.1.	Niveles Jerárquicos	80
7.4.3.	Organigrama.....	80
7.4.3.1.	Organigrama Estructural.....	80
7.4.3.2.	Organigrama Funcional	81
7.4.3.3.	Organigrama Posicional.....	83
7.4.4.	Manual de Funciones	84
7.4.5.	Descripción de Puestos y Funciones	84
7.5.	Estudio Financiero.....	91
7.5.1.	Inversiones y Financiamiento.....	91
7.5.1.1.	Inversiones	91
7.5.1.2.	Inversión en Activos Diferidos	95
7.5.1.3.	Inversiones del Capital de Trabajo	95
7.5.1.4.	Resumen Total de Inversión	108
7.5.1.5.	Financiamiento	108
7.5.2.	Presupuestos de Costos Proyectados.....	109
7.5.3.	Determinación de Ingresos.....	111
7.5.3.1.	Costo Unitario de Producción.....	111
7.5.3.2.	Precio de Venta.....	112

7.5.3.3. Ingresos.....	112
7.5.4. Estado de Pérdidas y Ganancias.....	113
7.5.5. Clasificación de Costos.....	114
7.5.6. Punto de Equilibrio.....	116
7.5.7. Flujo de Caja.....	121
7.6. Evaluación Financiera.....	122
7.6.1. Valor Actual Neto.....	122
7.6.2. Tasa Interna de Retorno.....	123
7.6.3. Relación Beneficio Costo.....	124
7.6.4. Periodo de Recuperación de Capital.....	125
7.6.5. Análisis de Sensibilidad.....	126
8. Conclusiones.....	133
9. Recomendaciones.....	135
10. Bibliografía.....	136
11. Anexos.....	139

Índice de Tablas

Tabla 1. <i>Representación Simbólica del flujograma</i>	18
Tabla 2. <i>Proyección de la población</i>	34
Tabla 3. <i>Género de la población de estudio</i>	35
Tabla 4. <i>Edad de la población de estudio</i>	35
Tabla 5. <i>Consumo de gomitas</i>	36
Tabla 6. <i>Tipos de gomitas mayor consumidas</i>	37
Tabla 7. <i>Precio de adquisición de gomitas de 80 gramos</i>	37
Tabla 8. <i>Precio de adquisición de gomitas de 125 gramos</i>	38
Tabla 9. <i>Precio de adquisición de gomitas de 225 gramos</i>	38
Tabla 10. <i>Cantidad adquirida de gomitas de 80 gramos, 125 gramos, 225 gramos</i>	39
Tabla 11. <i>Consumo promedio de gomitas de 80 gramos, 125 gramos, y 225 gramos</i>	40
Tabla 12. <i>Lugar de adquisición de las gomitas</i>	40
Tabla 13. <i>Aspectos relevantes de las gomitas</i>	41
Tabla 14. <i>Promociones al adquirir gomitas</i>	41
Tabla 15. <i>Medios de Comunicación</i>	42
Tabla 16. <i>Implementación de una empresa productora de gomitas a base de vodka</i>	43
Tabla 17. <i>Presentación de las gomitas</i>	43
Tabla 18. <i>Promociones al adquirir el nuevo producto</i>	44
Tabla 19. <i>Medios de Comunicación</i>	44
Tabla 20. <i>Su empresa vende gomitas</i>	45
Tabla 21. <i>Precio de venta de las gomitas de 80 gramos</i>	45

Tabla 22. <i>Precio de venta de las gomitas de 125 gramos</i>	46
Tabla 23. <i>Precio de venta de las gomitas de 225 gramos</i>	46
Tabla 24. <i>Unidades de venta de gomitas diarias</i>	47
Tabla 25. <i>Presentación de venta de las gomitas</i>	47
Tabla 26. <i>Aspectos para la venta de gomitas</i>	48
Tabla 27. <i>Promociones que ofrecen</i>	48
Tabla 28. <i>Adquiriría el nuevo producto</i>	49
Tabla 29. <i>Proyección de la Población de la Ciudad de Loja</i>	52
Tabla 30. <i>Demanda Potencial</i>	52
Tabla 31. <i>Demanda Real</i>	53
Tabla 32. <i>Demanda Efectiva</i>	55
Tabla 33. <i>Promedio diario de ventas de gomitas en gramos</i>	56
Tabla 34. <i>Proyección de la Oferta</i>	57
Tabla 35. <i>Demanda Insatisfecha</i>	57
Tabla 36. <i>Características del Producto</i>	59
Tabla 37. <i>Capacidad Instalada</i>	63
Tabla 38. <i>Capacidad Utilizada</i>	64
Tabla 39. <i>Capacidad de Reserva</i>	64
Tabla 40. <i>Participación en el mercado</i>	65
Tabla 41. <i>Equipos y materiales</i>	70
Tabla 42. <i>Simbología del flujograma de procesos</i>	73
Tabla 43. <i>Flujograma de procesos</i>	74

Tabla 44. <i>Mano de Obra</i>	75
Tabla 45. <i>Personal Administrativo</i>	75
Tabla 46. <i>Manual de Funciones del Gerente</i>	84
Tabla 47. <i>Manual de Funciones del Asesor Jurídico</i>	85
Tabla 48. <i>Manual de Funciones de la Secretaria</i>	86
Tabla 49. <i>Manual de Funciones del Jefe de Producción</i>	87
Tabla 50. <i>Manual de Funciones de los Obreros</i>	88
Tabla 51. <i>Manual de Funciones del Vendedor/Chofer</i>	89
Tabla 52. <i>Manual de Funciones de la Contadora</i>	90
Tabla 53. <i>Maquinaria y Equipo</i>	91
Tabla 54. <i>Herramientas</i>	91
Tabla 55. <i>Muebles y enseres del área de producción</i>	92
Tabla 56. <i>Muebles y enseres del área de administración</i>	92
Tabla 57. <i>Muebles y enseres del área de ventas</i>	92
Tabla 58. <i>Equipos de Computación</i>	93
Tabla 59. <i>Reinversión de Equipos de Computación</i>	93
Tabla 60. <i>Vehículo</i>	93
Tabla 61. <i>Equipos de Seguridad</i>	93
Tabla 62. <i>Resumen de Activos Fijos</i>	94
Tabla 63. <i>Depreciación de Activos Fijos</i>	94
Tabla 64. <i>Activos Diferidos</i>	95
Tabla 65. <i>Amortización de Activos Diferidos</i>	95

Tabla 66. <i>Cantidad de Materia Prima Directa</i>	96
Tabla 67. <i>Materia Prima Directa</i>	96
Tabla 68. <i>Agua Potable en el área de Producción</i>	97
Tabla 69. <i>Remuneración de MOD</i>	97
Tabla 70. <i>Materiales Indirectos</i>	98
Tabla 71. <i>Remuneración de MOI</i>	98
Tabla 72. <i>Energía Eléctrica en el área de Producción</i>	99
Tabla 73. <i>Arriendo en el área de Producción</i>	99
Tabla 74. <i>Suministros de Trabajo</i>	99
Tabla 75. <i>Implementos de Seguridad</i>	100
Tabla 76. <i>Implementos de Producción</i>	100
Tabla 77. <i>Útiles de Aseo</i>	100
Tabla 78. <i>Mantenimiento de Maquinaria y Equipo</i>	101
Tabla 79. <i>Sueldos Administrativos</i>	101
Tabla 80. <i>Agua Potable en el Área de Administración</i>	102
Tabla 81. <i>Energía Eléctrica en el Área de Administración</i>	102
Tabla 82. <i>Arriendo en el Área de Administración</i>	102
Tabla 83. <i>Servicio de Internet</i>	103
Tabla 84. <i>Suministros de Oficina</i>	103
Tabla 85. <i>Útiles de Aseo</i>	103
Tabla 86. <i>Publicidad</i>	104
Tabla 87. <i>Combustibles y Lubricantes</i>	104

Tabla 88. <i>Mantenimiento de Vehículo</i>	105
Tabla 89. <i>Agua Potable en el Área de Ventas</i>	105
Tabla 90. <i>Energía Eléctrica en el Área de Ventas</i>	105
Tabla 91. <i>Arriendo en el Área de Ventas</i>	106
Tabla 92. <i>Permiso de Bomberos</i>	106
Tabla 93. <i>Sueldo Personal de Ventas</i>	106
Tabla 94. <i>Resumen de Capital de Trabajo</i>	107
Tabla 95. <i>Resumen Total de la Inversión</i>	108
Tabla 96. <i>Financiamiento</i>	108
Tabla 97. <i>Amortización del Crédito</i>	108
Tabla 98. <i>Presupuestos de Costos Proyectados</i>	109
Tabla 99. <i>Costo Unitario de Producción</i>	111
Tabla 100. <i>Precio de Venta</i>	112
Tabla 101. <i>Ingresos por Ventas</i>	113
Tabla 102. <i>Impuesto a la fracción Básica y % Tipo Marginal</i>	113
Tabla 103. <i>Estado de Pérdidas y Ganancias</i>	114
Tabla 104. <i>Clasificación de Costos</i>	114
Tabla 105. <i>Flujo de Caja</i>	121
Tabla 106. <i>Valor Actual Neto</i>	122
Tabla 107. <i>Tasa Interna de Retorno</i>	123
Tabla 108. <i>Relación Beneficio Costo</i>	125
Tabla 109. <i>Período de Recuperación de Capital</i>	125

Tabla 110. *Análisis de Sensibilidad con el Incremento en los Costos*127

Tabla 111. *Análisis de Sensibilidad con la Disminución de Ingresos*.....130

Índice de Figuras

Figura 1. Marca del Producto	59
Figura 2. Slogan del Producto	60
Figura 3. Presentación del Producto	60
Figura 4. Canal de distribución	61
Figura 5. Macro Localización	66
Figura 6. Micro Localización	67
Figura 7. Diseño de la planta	68
Figura 8. Diseño externo de la empresa	69
Figura 9. Organigrama Estructural	81
Figura 10. Organigrama Funcional	82
Figura 11. Organigrama Posicional	83
Figura 12. Punto de Equilibrio Año 1	118
Figura 13. Punto de Equilibrio Año 3	119
Figura 14. Punto de Equilibrio Año 5	120

Índice de Anexos

Anexo 1. <i>Encuesta a la población de la ciudad de Loja</i>	139
Anexo 2. <i>Encuesta a los oferentes de la ciudad de Loja</i>	143
Anexo 3. <i>Entrevista al proveedor</i>	144
Anexo 4. <i>Certificado de Inglés</i>	144

1. Título

“Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de gomitas a base de vodka sabor a manzana, en la Ciudad de Loja”

2. Resumen

La temática que abarca el presente proyecto de factibilidad es acerca de la implementación de una empresa productora y comercializadora de gomitas a base de vodka sabor a manzana en la ciudad de Loja, en donde se realiza un tipo de investigación exploratoria, utilizando métodos cualitativos, cuantitativos, técnicas e instrumentos de investigación que permitieron la recopilación, análisis e interpretación de datos. Consecuentemente, se realizó un estudio de mercado para conocer los gustos y preferencias de su población, en donde se determinó un 94% de demanda efectiva que están dispuestos a comprar el producto, y una demanda insatisfecha de 298.993.794 gramos anuales de gomitas. En vista de ello, se realizó el estudio técnico que abarca la ingeniería del proyecto, en donde se calculó la capacidad utilizada de 13.200.000 gramos anuales, lo cual cubre un 4,39% del mercado actual. Al elaborar el estudio legal y administrativo, la empresa es conformada como compañía de responsabilidad limitada, y su razón social es “Productora Gummies”. En el estudio económico se determinó una inversión de \$34.396,32 dólares en el primer año. Los indicadores de la evaluación financiera indicaron que el proyecto es viable, con un Valor Actual Neto (VAN) positivo de \$46.927,00; la Tasa Interna de Retorno (TIR) de 54,49%, valor mayor al TMAR (9,76%); el Periodo de Recuperación de Capital (PRC) es de 1 año, 10 meses y 11 días; la Relación Beneficio Costo (RBC) es de 0,33 centavos de utilidad por cada dólar invertido. El análisis de sensibilidad tiene un valor de 0,99, menor a 1; dando a entender que la rentabilidad del proyecto no es sensible a cambios. El proyecto resiste cambios de hasta un 10,30% en la disminución de ingresos; y de un 13,75% en el incremento de costos.

Palabras clave: proyecto, factibilidad, demanda, estudios, evaluación financiera, gomitas.

2.1. Abstract

The subject covered by this feasibility project is about the implementation of a company that produces and markets apple-flavored vodka-based gummies in the city of Loja, where an exploratory type of research is conducted, using qualitative and quantitative methods, techniques, and research instruments that allow the collection, analysis, and interpretation of data. Consequently, a market study was conducted to know the tastes and preferences of its population, where it was determined that 94% of effective demand is willing to buy the product and an unsatisfied demand of 298,993,794 grams of gummies per year. Given this, the technical study covering the engineering of the project was carried out, where the capacity used was calculated at 13,200,000 grams per year, which covers 4.39% of the current market. In the legal and administrative study, the company was established as a limited liability company, and its corporate name is “Productora Gummies”. The economic research determined an investment of US\$34,396.32 in the first year. The indicators of the financial evaluation indicated that the project is viable, with a positive Net Present Value (NPV) of \$46,927.00; the Internal Rate of Return (IRR) is 54.49%, higher than the ARR (9.76%); the Capital Recovery Period (CRP) is 1 year, 10 months and 11 days; the Benefit-Cost Ratio (BCR) is 0.33 cents of profit for each dollar invested. The sensitivity analysis has a value of 0.99, less than 1, implying that the project's profitability is not sensitive to changes. The project withstands changes of up to 10.30% in the decrease of revenues and 13.75% in the increase of costs.

Keywords: project, feasibility, demand, studies, financial evaluation, gummies.

3. Introducción

El incremento constante en el consumo de alcohol, tanto en Ecuador como en el mundo, genera oportunidades únicas para la creación de nuevos productos innovadores. En este caso se propone la creación de una empresa productora y comercializadora de gomitas a base de alcohol en la ciudad de Loja, tomando en cuenta dos segmentos, las personas que consumen alcohol y las personas que les gusta consumir confitería en gomitas, en donde se ve la oportunidad de crear una nueva alternativa en el consumo del alcohol. Ante esta situación, se plantea el desarrollo de un proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de gomitas a base de vodka sabor a manzana, en la Ciudad de Loja. Para su realización se determina como objetivo la elaboración de un estudio de mercado, estudio técnico, estudio legal, estudio administrativo y estudio financiero para conocer las condiciones actuales del mercado meta; además de realizar un análisis de la evaluación financiera, permitiendo conocer la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

El presente estudio se organiza en secciones clave para facilitar la comprensión y el desarrollo del tema de investigación. Comienza con el **Resumen**, abordando una recopilación detallada de los datos más relevantes de proyecto, incluyendo su objetivo, los estudios realizados junto a sus resultados y sus respectivas conclusiones. Seguidamente se redacta la **Introducción**, explicando el punto principal de donde surge la idea del desarrollo del proyecto y la ejecución del mismo, junto a los aportes respectivos de cada estudio realizado y su impacto en el proyecto. Con ello, se procede a construir el **Marco Teórico**, que aglutina información relevante para servir como guía en el proceso de investigación. A continuación, se detalla la **Metodología**, abordando el enfoque exploratorio, métodos deductivo, inductivo y analítico, técnicas de encuestas y entrevistas, población de estudio, y los procedimientos implementados.

En la sección de **Resultados** se efectúa la recopilación, análisis e interpretación de datos y tablas provenientes de encuestas y entrevistas realizadas a la población, negocios y proveedores de la ciudad de Loja con el fin de determinar información relevante que influya en la ejecución del proyecto. Posteriormente, se desarrolla la **Discusión** del proyecto, destacando el estudio de mercado que permite el análisis de la demanda potencial, real y efectiva, la demanda insatisfecha y la oferta que tienen las gomitas a base de vodka en la Ciudad de Loja. Además, se elaboran estrategias de distribución y comercialización del producto, abordando aspectos clave del producto. En el estudio técnico, se analiza la capacidad instalada y utilizada que tendrá el

proyecto en sus 5 años de vida útil, además se investiga los recursos necesarios para la ejecución del proyecto en sus inicios, junto a sus respectivos procedimientos de adquisición, producción, distribución y comercialización. Dentro del estudio legal y administrativo se abordan los permisos y las bases legales que debe cumplir la empresa "Productora Gummies", además se diseña la estructura organizativa con respecto a los niveles jerárquicos que existen en la empresa, implementando así también los manuales de funciones que abarcan las actividades que cumplirá cada puesto de trabajo. En el apartado del estudio financiero se considera el monto de inversión inicial para la ejecución del proyecto, incluyendo el financiamiento necesario, los análisis de los costos de producción del producto y sus respectivas proyecciones a 5 años de la vida útil del proyecto. Por último, se realiza la evaluación financiera, identificando la viabilidad del proyecto, esto al calcular y analizar los indicadores como: el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el Periodo de Recuperación del Capital (PRC), la Relación Beneficio Costo (RBC), y los Análisis de Sensibilidad (AS), concluyendo que el proyecto es rentable y viable para su ejecución en la ciudad de Loja.

Con dichos resultados, se realizan las **Conclusiones** del proyecto, en donde tomando en cuenta la discusión del proyecto, se finiquita que el proyecto es factible para su desarrollo en la ciudad de Loja. Y con ello, se elaboran las **Recomendaciones** que se dan para la correcta ejecución del proyecto. Finalmente se presenta la **Bibliografía** que abarca todas las fuentes de información necesarias para respaldar las bases en el que se desarrolla el proyecto. Y los **Anexos** que incluyen todos los recursos utilizados durante el desarrollo del proyecto.

4. Marco Teórico

4.1. Fundamentos Referenciales

4.1.1. Referencia Internacional

Según León et al. (2014) manifiestan en su tema de investigación denominado “Diseño De Una Línea De Producción De Helados De Crema A Base De Licor En Piura” nace con la finalidad de aprovechar una oportunidad de mercado, dada por el caluroso medio ambiente de la región y por las costumbres de la juventud piurana, ofreciendo un producto novedoso, el cual consiste en la elaboración de helados a base de licor.

El producto está dirigido a Jóvenes asistentes a bares, karaokes, reuniones, u ocasiones en las que se consuma bebidas alcohólicas, siendo un producto sustituto de licores, permitiendo refrescar a los asistentes y amenizar la reunión.

Para la elaboración del helado se ha considerado un estudio de mercado para seleccionar los licores o tragos preparados preferidos por la población y elaborar helados con sabor a los licores preferidos.

El producto demostró tener aceptación entre el público objetivo, el cual estaría dispuesto a pagar precios mayores, debido a la diferenciación del producto.

4.1.2. Referencias Nacionales

4.1.2.1. Primera Referencia Nacional

Según Barreros (2022) en su proyecto investigativo “Elaboración de un proyecto de factibilidad para la instalación de una microempresa de gomitas nutricionales en el cantón Salcedo” permite conocer la factibilidad para la instalación de una microempresa de gomitas nutricionales en el cantón Salcedo, aplicando criterios que están basados en el análisis de estudio del mercado, estudio administrativo, estudio técnico y evaluación financiera.

En el estudio de mercado se analizó el macro y meso entorno del negocio de gomitas, se estableció el segmento de mercado, al cual se aplicaron encuestas, para conocer las tendencias y preferencias de consumo actuales. En el estudio administrativo, se determinó que la microempresa Alimentaria Barreros funcionará bajo una misión, visión, valores, políticas y un

organigrama estructurado de forma jerárquica, de acuerdo a los cargos del personal, se especificaron las funciones y el perfil profesional.

En el estudio técnico se seleccionó la localización, mediante el método cuantitativo por puntos, se determinó, el tamaño, la ingeniería del proyecto, el análisis proximal y sensorial, el diseño de marca, etiqueta y envase, diseño de planta y política de inventarios.

Finalmente, en el estudio financiero, para la inversión inicial, se consideraron gastos pre operativos, capital de trabajo, activos a corto, mediano y largo plazo y se evaluó la rentabilidad de la microempresa, a través de indicadores financieros, como el Valor Actual Neto (VAN), Tasa interna de retorno (TIR), Periodo de recuperación de la inversión (PRI), Rentabilidad sobre la inversión (ROI) y Punto de equilibrio (PE)

4.1.2.2.Segunda Referencia Nacional

En base a Ayala (2019) en su proyecto denominado “Plan de negocios para la elaboración y comercialización de gomitas masticables con sabor a mora endulzada con miel de abeja en el sector centro norte de Quito” tiene como objetivo la comercialización de gomitas que aporten vitaminas y minerales para el consumidor, especialmente los niños. Se utilizaron estrategias de marketing por redes sociales para generar comunicación entre la marca y el cliente.

Para la elaboración del proyecto, se tomó en cuenta varios aspectos como son el análisis del entorno interno y externo del mercado, aplicando la matriz EFE y las 5 Fuerzas de Porter; además se realizó una investigación de mercado, aplicando encuestas y entrevistas con el fin de conocer los gustos y preferencias de los clientes en base al tema propuesto, de tal manera determinando la oportunidad que tiene el negocio de sobresalir en el mercado; y con ello apoyar su ejecución mediante la aplicación de un plan de marketing y posicionamiento tomando en cuenta las 4P's. Con ello se realiza la propuesta de filosofía y estructura organizacional para la empresa, colocando las bases para su futura implementación en la ciudad de Quito; y por último se considera la evaluación financiera que toma en cuenta los ingresos, costos y gastos que tiene el proyecto a corto y largo plazo; además de considerar la inversión inicial y el capital de trabajo, con lo cual se realizan las proyecciones necesarias para calcular los indicadores financieros, concluyendo positivamente la aceptación del proyecto para su ejecución en la ciudad de Quito.

4.2. Fundamentos Teóricos

4.2.1. Empresa

La empresa se define como un conjunto integrado de varios recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos, que tienen como fin la producción de bienes o servicios. Para ello se necesita la implementación de un orden administrativo, estableciendo niveles de autoridad, junto a la aplicación de sistemas de planeación y comunicación, que conllevan a la ejecución de actividades eficaces, logrando así el cumplimiento de una misión determinada (Arguello et al. 2020, p. 8).

4.2.2. Proyectos de inversión

Según el Ministerio de Economía y Finanzas – MEF (2019, p. 13), los proyectos de inversión son la búsqueda de soluciones a problemas o necesidades insatisfechas en una determinada población. Por ende, lo más importante al iniciar un proyecto de inversión es conocer a profundidad el problema el cual se está abordando, con el fin de encontrar la alternativa más adecuada en cuanto a costos y beneficios.

4.2.2.1. Ciclo de vida de los proyectos

De acuerdo a Gerardo (2020, p. 5), todo proyecto tiene un ciclo de vida que esta conformado por cuatro fases que se mencionan a continuación.

4.2.2.1.1. Primera fase: Preinversión

Consiste en determinar la viabilidad económica del proyecto a partir de las alternativas identificadas que den solución al problema o necesidad en el mercado. Esta fase conlleva tres etapas indispensables para su correcta elaboración: idea, perfil, prefactibilidad y factibilidad.

4.2.2.1.2. Etapa de IDEA.

Una necesidad insatisfecha en el mercado constituye el origen de los proyectos. Determinar ideas o alternativas que den solución a estas necesidades es la razón de las empresas, las cuales buscan la satisfacción de los clientes a cambio de la rentabilidad que asegura su éxito en el mercado. En esta etapa se realiza el primer análisis que da forma al proyecto (Gerardo, 2020, p. 7-9).

4.2.2.1.3. Etapa de PERFIL.

En este apartado se recopila información secundaria cualitativa que complementa las ideas o soluciones al proyecto. Se analizan las ideas de manera superficial, seleccionando la más adecuada para el proyecto, según los beneficios que se pueden obtener (Gerardo, 2020, p. 9-10).

4.2.2.1.4. Etapa de PREFACTIBILIDAD.

Esta etapa consta de una investigación enfocada en fuentes primarias y secundarias, tomando en cuenta los recursos a utilizar, las inversiones, los ingresos, costos y gastos que tendría el proyecto en su fase preliminar. Esto con el fin de determinar su rentabilidad, presentando los resultados a los inversionistas para considerar su participación dentro del proyecto (Gerardo, 2020, p. 10).

4.2.2.1.5. Etapa de FACTIBILIDAD.

Esta etapa profundiza el estudio de prefactibilidad, determinando los planes y estrategias para la implementación del proyecto en el mercado, considerando infraestructura, contratos de venta y compra, alianzas comerciales, estructura organizativa, niveles jerárquicos, etcétera (Gerardo, 2020, p. 10).

4.2.2.1.6. Segunda fase: Inversión

Esta fase consiste en la implementación del proyecto, aplicando un estudio macro y micro económico, con el fin de determinar los beneficios y la rentabilidad a corto y largo plazo. Además, se comparan los datos presupuestados con los reales, realizando un seguimiento y control financiero para obtener resultados factibles (Mondragón, 2017, p. 30).

4.2.2.1.7. Tercera fase: Operación

Consiste en el inicio de operaciones por parte del encargado de la empresa, quien tiene la responsabilidad de ejecutar el proyecto de acuerdo a lo planificado, siendo consciente de posibles modificaciones o mejoras que se puedan aplicar con el tiempo, incrementando su eficacia y rentabilidad (Mondragon Puerto, 2017, p. 30)

4.2.2.1.8. Cuarta fase: Evaluación de Resultados

Abarca el correcto cumplimiento de las anteriores fases, con el objetivo de verificar si se obtienen resultados favorables de acuerdo a la planificación establecida.

4.2.2.2. Viabilidad del Proyecto

Toda decisión de inversión busca llevarse a cabo con la mayor certeza posible en cuanto a su éxito. Se debe tomar en cuenta varios factores o riesgos que afecten el desarrollo del proyecto, afectando primordialmente a su rentabilidad o fracaso. Algunos factores a tener en cuenta son: factores internacionales, económicos, demográficos, tecnológicos, tributarios, éticos, legales y regulatorios, entre otros. En tal caso, para asegurarse de tener éxito en la mayoría de proyectos de inversión, se deben considerar la aplicación de seis estudios de viabilidad básicos como; estudio de mercado, estudio técnico, estudio legal, estudio administrativo, estudio financiero y evaluación financiera (Gerardo, 2020, p. 11-13).

4.3. Contenido del proyecto.

4.3.1. Estudio de mercado.

Según Morales et al. (2009) “En los proyectos de inversión, el estudio de mercado tiene como principal objetivo determinar si el producto y/o servicio que se pretende fabricar o vender será aceptado en el mercado, y si los posibles consumidores están dispuestos a adquirirlos” (p. 41). Además, según Mondragon Puerto (2017) este tipo de estudio es un elemento básico que aplica el análisis, la planificación y la comunicación de datos relevantes recopilados del mercado meta, ayudando a tomar decisiones acerca del éxito o fracaso del proyecto (p. 39)

4.3.1.1. Producto Principal

“Productos o servicios son elementos tangibles o intangibles desarrollados para satisfacer la demanda de un grupo poblacional y tiene por finalidad satisfacer necesidades, deseos, moda y cambios en los hábitos de consumo de un determinado segmento poblacional” (Vela et al., 2022, p. 35). Además, todo tipo de producto o servicio debe constar con las normas de calidad necesarias para su venta. Los productos se clasifican en duraderos y no duraderos.

4.3.1.2.Productos Sustitutos

Según Carrillo (2019), este tipo de producto es definido como:

Un producto sustituto satisface la misma necesidad que aquel con el cual se compara...La existencia de muchos productos sustitutos puede implicar una mayor dispersión del mercado y consecuentemente disminuir el número de consumidores potenciales; por lo que es necesario analizar, su precio, características, ubicación y cantidad. (p. 49-50)

Es por ello que es importante realizar un análisis del mercado para conocer los tipos de productos y servicios que se ofertan, y con ello competir en un mercado de alta demanda y de baja oferta.

4.3.1.3.Análisis de la Demanda

Según Mondragon (2017) explica que “La demanda se define como la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un determinado precio” (p. 42). Asimismo, Cevallos et al. (2022, p. 61) menciona que el análisis de la demanda se centra en conocer el promedio de compra de un bien o servicio que tienen los clientes potenciales.

De acuerdo a Morales et al. (2009), la demanda se subdivide en tres partes:

4.3.1.3.1. Demanda potencial.

Consiste en la cantidad general de personas que desean satisfacer su necesidad por medio de un producto o servicio, esto independientemente de si pueden adquirirlo o no.

4.3.1.3.2. Demanda real.

Se basa en la cantidad total de personas que adquieren dicho bien o servicio, ya sea por necesidad, interés o poder adquisitivo.

4.3.1.3.3. Demanda Efectiva.

Es la cantidad de personas que están interesados en la compra de un nuevo producto o servicio que ofrece una empresa para satisfacer una necesidad o solucionar un problema.

En un proyecto de inversión, las tres demandas mencionadas se relacionan y aplican al tema de estudio propuesto, y se las determina mediante encuestas o entrevistas, dependiendo del tipo de proyecto.

4.3.1.4. Análisis de la Oferta

“Se relaciona con la capacidad de provisión de bienes o de prestación de servicios, así como con las condiciones de calidad y con aquellas posibilidades de optimizar los recursos disponibles” (Sarmiento et al., 2022, p. 78). En el análisis de la oferta se puede determinar cuantitativamente el número de venta de un bien o servicio, y con ello conocer si se satisface a todos los demandantes de un sector.

4.3.1.4.1. Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha se refiere a la cantidad de personas que no adquieren el producto o servicio, esto puede ser debido a varios factores como: venta de pocas unidades, precio no accesible, entre otras. Según Cevallos et al. (2022) “la estimación de la demanda insatisfecha se realiza considerando la cantidad de la población objetivo y sus necesidades en un horizonte de tiempo” (p. 72).

4.3.1.5. Plan de Comercialización

Conocer el mercado es un punto clave para lograr el éxito en un proyecto, esto debido a que se elaboran estrategias de comercialización y se conocen los mejores canales de distribución para hacer llegar los productos o servicios al cliente final. Siendo así que, de acuerdo a Mondragón (2017) manifiesta que “la comercialización es el conjunto de factores que se utilizan para que un bien o servicio llegue al cliente, usuario o consumidor final, a través de canales de comercialización” (p. 45).

La comercialización tiene varios factores para un correcto desarrollo, como lo son el transporte, almacenamiento, empaque, precio, entre otros. Un aspecto clave e indispensable a considerar son los intermediarios, ya que ellos son los que generan un mayor alcance de cualquier bien o servicio.

4.3.1.5.1. Precio

Según dicta Cevallos et al. (2022), se entiende que “Los precios pueden estar influidos por la cantidad que se compra y la cantidad monetaria a la cual están dispuestos a vender los oferentes y los consumidores a comprar” (p. 74). Es de gran importancia determinar el precio, ya que a partir de ello se calculan los ingresos probables que se van a obtener en los siguientes años de acuerdo a la planificación del proyecto.

4.3.1.5.2. Plaza

La plaza se refiere a los canales de distribución que la empresa utilizará para hacer llegar sus productos tanto a los intermediarios como a los clientes finales. Como menciona Morales et al. (2009):

Los productos deben estar disponibles en las cantidades necesarias en el lugar correcto y en el momento oportuno para tantos consumidores como sea posible. Al mismo tiempo, la empresa debe mantener niveles de inventarios óptimos con el fin de satisfacer la demanda. Hay dos tipos de intermediarios:

- ❖ Comerciantes, que adquieren el título de propiedad de los productos.
- ❖ Agentes, quienes sirven de contacto entre el productor y el vendedor. (p. 76)

4.3.1.5.3. Promoción

La promoción es una actividad clave para dar a conocer la empresa y sus productos o servicios al mercado, mediante la utilización de diferentes medios de comunicación, con el fin de atraer nuevos clientes por medio de anuncios o promociones atractivas. Como menciona Carrillo et al. (2019):

En el área de promoción es conveniente identificar actividades de relaciones públicas e imagen institucional, orientadas a proyectar la marca en el mercado y la sociedad; además, construir relaciones comerciales con clientes, empresas y líderes de opinión, para consolidar el posicionamiento de la empresa en el segmento. (p. 79)

4.3.1.5.4. Publicidad

Según Viña et al. (2019) la publicidad es “toda forma de presentación y promoción impersonal de ideas, bienes o servicios. Es impersonal porque el vendedor no ve al cliente, por lo tanto, los fabricantes, utilizan la publicidad para hacer llegar sus mensajes de ventas a numerosas personas a la vez” (p. 28).

El utilizar publicidad es de gran importancia para cualquier empresa, ya que la beneficia dándose a conocer a una mayor cantidad de personas sin mucho esfuerzo, lo que genera mayores ventas y llegar a otros mercados en diferentes sectores de un país.

4.3.2. Estudio Técnico

De acuerdo a Sapag Chain (2011) redacta que:

El objetivo del estudio técnico que se hace dentro de la viabilidad económica de un proyecto, es netamente financiero. Es decir, calcula los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto.

Para ello, en este estudio se busca determinar las características de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de un bien o servicio se logre eficaz y eficientemente. Para esto, se deberán examinar detenidamente las opciones tecnológicas que es posible implementar, así como sus efectos sobre las futuras inversiones, costos y beneficios. (p. 123)

4.3.2.1. Tamaño y localización

4.3.2.1.1. Tamaño

Se define como la capacidad de producción durante un periodo de tiempo determinado de acuerdo a lo planificado en el proyecto (Viñan et al., 2019, p. 30). Es importante conocer el tamaño del proyecto, ya que eso define la cantidad de producción y comercialización que tendrá en un determinado período de tiempo, además esto debe contrastar con la demanda insatisfecha para que no exista una sobreproducción, y por ende, pérdidas.

4.3.2.1.2. Capacidad Instalada

“Es aquella que responde a las especificaciones técnicas del diseño o fabricación de una maquinaria o equipo, o a su vez a las especificaciones técnicas de una construcción, generalmente es superior a la producción efectiva” (Cevallos et al., 2022, p. 82).

4.3.2.1.3. Capacidad Utilizada

Es el porcentaje de producción real que se va a utilizar, esto tomando en cuenta los imprevistos tanto dentro como fuera de la empresa. Este porcentaje suele ser mayormente del 85% dependiendo de las circunstancias. (Córdoba, 2011, p. 107-108)

4.3.2.1.4. Participación en el mercado

“Es la cantidad en porcentaje (%) o expresado en unidades físicas de cuándo el proyecto va a ingresar a competir en el mercado, se expresa en términos porcentuales y va creciendo conforme crece el mercado” (Cevallos et al., 2022, p. 72)

4.3.2.1.5. Localización.

La localización del proyecto se refiere a la ubicación donde se realizará la producción del bien o servicio, de tal forma que permita obtener mayor rentabilidad a menores costos unitarios. (Vela et al., 2022, p. 76). Este apartado se refiere a buscar una ubicación ventajosa que disminuya los tiempos entre los proveedores, la empresa y el mercado, con el fin de obtener mayor utilidad. La localización se subdivide en dos niveles:

4.3.2.1.6. Macrolocalización.

De acuerdo a Córdoba Padilla (2011) la macrolocalización se refiere a la “ubicación de la macrozona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto. Ésta tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente” (p. 119). Siendo así que, se toma aspectos como:

- ❖ Ubicación geográfica.
- ❖ Población local activa.
- ❖ Infraestructura institucional.

- ❖ Concentración económica.
- ❖ Disponibilidad de recursos (mano de obra, materia prima, entre otros).
- ❖ Factores sociales y culturales.

4.3.2.1.7. *Microlocalización*

Según Murcia (2019, p. 208), en la microlocalización se elaboran los datos más específicos para seleccionar y tomar la decisión final en cuanto a la localización adecuada para la empresa, teniendo en cuenta criterios como el costo/beneficio, el rendimiento máximo, y otros aspectos como:

- ❖ Costos de transporte y seguros
- ❖ Costo de materias primas
- ❖ Costo de mano de obra
- ❖ Costo de servicios
- ❖ Costos de terrenos/infraestructura
- ❖ Impuestos

4.3.2.1.8. *Factores de localización*

De acuerdo a Murcia (2019) “para favorecer la decisión correspondiente al *dónde*, resulta de gran ayuda revisar algunos factores que se detallan a continuación” (p. 204).

- ❖ Medio y costos de transporte.
- ❖ Disponibilidad y costo de mano de obra.
- ❖ Cercanía de las fuentes de abasto.
- ❖ Cercanía del mercado.
- ❖ Factores ambientales y climáticos.
- ❖ Costo y disponibilidad de los requerimientos de propiedad raíz.
- ❖ Topografía y calidad de los suelos.
- ❖ Estructura impositiva y legal.
- ❖ Disponibilidad y calidad de los servicios públicos.

4.3.2.2.Distribución de la Planta

“Es aquella que proporciona buenas condiciones para el trabajador y, a la vez, que brinde excelentes condiciones para el trabajo” (Viña et al., 2019, p. 46). La distribución de la planta es un plano que indica la ubicación de cada área, cada maquinaria, herramienta y recurso que se va a manejar en la empresa, con la finalidad de tener una buena organización y realizar un trabajo eficaz.

4.3.2.3.Ingeniería del proyecto

De acuerdo a Córdoba Padilla (2011), la ingeniería del proyecto se encarga de “seleccionar el proceso de producción de un proyecto cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos” (p. 122). Asimismo, se encarga de la descripción del proceso, adquirir el equipo y maquinaria determinando la distribución óptima de la planta, hasta establecer la estructura jurídica y organizacional que debe tener la unidad productiva. (Baca Urbina, 2013, p. 112)

4.3.2.4.Descripción del Proceso de Producción

El proceso productivo detalla cada actividad que se realizará de principio a fin para la elaboración de un producto, o la prestación de un servicio. En este apartado se redacta cada actividad con su descripción y su duración, con el fin de ser eficaces en tiempo y recursos.

Según Córdoba Padilla (2011), “el proceso de producción incluye, evaluación técnica de las materias primas; obtención de información técnica sobre productos, procesos y patentes; y selección del proceso productivo” (p. 125)

4.3.2.4.1. *Flujograma de Procesos*

“También se denomina diagrama de flujo o flujograma, es la representación gráfica del algoritmo del proceso, por ende, tiene un único punto de inicio y un único punto final” (Cevallos et al., 2022, p. 95). El flujograma consiste en un esquema detallado del proceso productivo como una guía que facilite la realización de las operaciones. Algunos de los flujogramas más comunes son:

- ❖ **Flujograma vertical:** la secuencia de las operaciones fluye en dirección de arriba hacia abajo.
- ❖ **Flujograma horizontal:** la secuencia de operaciones sigue una dirección de izquierda a derecha.
- ❖ **Formato panorámico:** se expresa no solo en formato vertical sino también en horizontal. Permite una apreciación completa del proceso y facilita su interpretación.

Tabla 1
Representación Simbólica del flujograma

Símbolo	Actividad	Significado
	OPERACIÓN	Cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos.
	TRANSPORTE	Acción de movilizar algún elemento de un sitio a otro o hacia algún punto de almacenamiento o demora.
	DEMORA	Se presenta cuando existen cuellos de botella en el proceso. En otras ocasiones, el propio proceso exige una demora
	ALMACENAMIENTO	Puede ser de materias primas, de producto en proceso o de producto terminado.
	INSPECCIÓN	Acción de controlar que se efectúe correctamente una operación o verificar la calidad del producto
	OPERACIÓN COMBINADA	Ocurre cuando se efectúa simultáneamente dos de las acciones.
	DECISIÓN	Exige una decisión de continuar o no una actividad u operación.

Nota. Fuente: Cevallos et al., (2022, p. 96)

4.3.2.5.Requerimiento del Personal

Toda empresa necesita de personal para poder ejecutar sus actividades sin inconvenientes, sin embargo, el personal que va a trabajar debe cumplir con algunos requisitos básicos, como son sus valores, habilidades, destrezas y conocimientos en el área que va a laborar. Asimismo, Mondragón (2017) menciona que “el personal asignado requiere de habilidades para desarrollar

tareas especializadas” (p. 11). Todo el personal debe estar capacitado para realizar sus trabajos de maneja eficaz.

4.3.3. Estudio Legal

El estudio legal abarca todo lo que son las leyes y normas que debe tener una empresa para su correcto funcionamiento. Es así que, Cevallos et al., (2022) menciona que “El estudio legal de un proyecto de inversión, está relacionado con la previsión de todos y cada uno de los elementos de carácter legal, provenientes del marco jurídico legal vigente el país y por ende su estricto cumplimiento” (p. 100).

4.3.4. Estudio Administrativo

Todo proyecto debe constar con un estudio administrativo, ya que abarca todos los procesos organizacionales que una empresa debe tener para un funcionamiento organizado. Como menciona Cevallos et al., (2022) “Todo proyecto requiere definir una estructura organizacional que permita una acción coordinada de varios elementos humanos, materiales y financieros que le permitan alcanzar los objetivos establecidos y garantizar su eficiencia al momento de su arranque y puesta en marcha” (p. 106).

4.3.4.1. Filosofía Empresarial

El origen de las empresas empieza con fines económicos, sin embargo, para tener un objetivo en común, se debe elaborar su filosofía organizacional, como detalla Carrillo et al., (2019, p. 86), la filosofía brinda un enfoque y meta al cual apuntar para todos lo miembros de una empresa u organización.

4.3.4.1.1. Misión de la Empresa

La misión consiste en definir la razón de ser de la empresa, el propósito de su creación y los objetivos que tiene para llegar a cumplir su meta.

4.3.4.1.2. Visión de la Empresa

Constituye el objetivo principal de la empresa, el cual está definido a largo plazo y está conformado por varias metas pequeñas para su cumplimiento. Es lo que la empresa quiere llegar a ser y el cómo lo va a lograr.

4.3.4.1.3. Valores de la Empresa

Los valores se definen como la identidad que tiene la empresa tanto en su entorno externo como interno, cumpliendo todo ellos por parte de sus miembro y clientes. Lo valores generan el entorno laboral adecuado para un correcto trabajo tanto individual como en equipo.

4.3.4.1.4. Políticas de la Empresa

Las políticas son las normas establecidas por la empresa para su adecuado cumplimiento por los miembros que la conforman. Según Carrillo et al. (2019) las políticas “identifican como la empresa se comporta ante ellos y manifiesta lo que estos grupos de interés pueden esperar de la misma” (p. 90).

4.3.4.2.Estructura Organizacional

De acuerdo a Carrillo et al., (2019, p. 91), una estructura organizacional determina los puestos, roles y funciones de cada miembro de la empresa, se toma en cuenta las líneas de mando y los niveles jerárquicos que se definen para establecer orden y autoridad.

4.3.4.3.Niveles Jerárquicos

4.3.4.3.1. Nivel Directivo

Es el nivel con mayor jerarquía dentro de la empresa, y sus roles pueden ser desde la presidencia, gerencia general, rectoría o sus derivados. Se encargan de supervisar y controlar el proyecto, esto a través de modificaciones en los procesos, actividades o recursos. Las disposiciones que emiten son de máxima prioridad y todos los niveles subordinados son sujetos a cumplirlas. (Carrillo et al., 2019, p. 91)

4.3.4.3.2. Nivel Asesor

Es el encargado de apoyar al nivel directivo en toda actividad que sea necesaria, el rol que más se cumplen aquí es el de la secretaria. En cambio, el nivel de staff es más general, y pueden dar soporte a diferentes departamentos dependiendo de su cargo y función. (Carrillo et al., 2019, p. 91-92)

4.3.4.3.3. Nivel Administrativo

En este caso, su rol principal es el manejo administrativo de la empresa, manejando la eficiencia y el cumplimiento de las actividades planificadas; además maneja cada área de la empresa para controlar los imprevistos que puedan surgir. (Carrillo et al., 2019, p. 92-93)

4.3.4.3.4. Nivel Operativo

Este nivel no posee ningún tipo de autoridad para emitir órdenes, es donde se encuentran todos los colaboradores que trabajan bajo las órdenes del nivel administrativo. Se encargan mayoritariamente de trabajos como atención al cliente, producción, entre otros. (Carrillo et al., 2019, p. 92-93)

4.3.4.4. Organigrama

Según Pasaca Mora (2017) los organigramas están conformados por la representación gráfica de la estructura organizacional de la empresa, entre los más utilizados tenemos:

4.3.4.4.1. Organigrama Estructural

De acuerdo a Carrillo et al. (2019), este tipo de organigrama es “la representación gráfica de la estructura de una empresa; es decir, es una ilustración visual que expresa los niveles jerárquicos, la distribución de departamentos, cargos, líneas de mando y coordinación entre los elementos estructurales de la organización” (p. 93).

4.3.4.4.2. Organigrama Funcional

Consiste en describir las principales funciones que debe cumplir cada miembro de la empresa, considerando sus líneas de mando, habilidades y experiencias que cada uno posee.

4.3.4.4.3. Organigrama Posicional

Se trata de un organigrama que especifica detalladamente las funciones y el nombre del individuo encargado de dicho puesto de trabajo. Este organigrama abarca a todos los colaboradores de la empresa con el fin de tener una estructura más sólida, sin embargo, no se puede aplicar a cualquier empresa, ya que se requiere de puestos de trabajo estables y sin cambios en el mercado. (Brume, 2019)

4.3.4.5. Manual de Funciones

De acuerdo a Carrillo et al. (2019) este manual es un documento que presenta de manera ordenada las funciones y actividades que se deben cumplir en un determinado periodo de tiempo, este manual se diseña para que los empleados eviten cometer errores en sus actividades diarias. Es un documento de uso diario para los colaboradores, y se debe adaptar para cualquier individuo nuevo que se una a la empresa. (p. 99)

4.3.5. Estudio Financiero

Este estudio tiene como objetivo cuantificar en términos monetarios, todos los recursos necesarios para el inicio de operaciones y funcionamiento de la empresa, se toma en cuenta los resultados de los estudios anteriores para su correcta determinación. (Cevallos et al., 2022, p. 112)

4.3.5.1. Inversiones y Financiamiento

4.3.5.1.1. Inversiones en Activos Fijos

Son todos los bienes duraderos y tangibles que tienen una larga vida útil, como son terrenos, vehículos, componentes tecnológicos, maquinarias, herramientas y materiales que tienen un costo superior a los \$100,00 dólares. Con excepción de los terrenos, todo activo fijo se va depreciando con el tiempo debido a su vida útil, por lo que se debe reemplazar.

4.3.5.1.2. Inversión en Activos Diferidos

Los activos diferidos son todos aquellos gastos que se necesitan para poner en marcha el proyecto, en este apartado entran los estudios técnicos, económicos, legales, permiso de funcionamientos, patentes municipales, capacitación, entre otros. Este tipo de gastos en general se hacen anualmente debido a su conformación.

4.3.5.1.3. Inversiones de Capital de Trabajo

“La inversión en capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, sobre todo en la etapa inicial del proyecto en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto” (Viñan et al., 2019, p. 51).

4.3.5.1.4. Costo de Producción

Son todos los costos que se tienen en el área de producción de la empresa, lo cual incluye costos directos e indirectos de fabricación, mano de obra directa e indirecta, servicios básicos, entre otros.

4.3.5.1.5. Gastos Administrativos

Son todos los gastos que se realizan en las otras áreas de la empresa, específicamente en el área administrativa, que tiene como finalidad realizar los respectivos pagos de salarios, servicios básicos, compras de útiles y suministros de oficina, entre otros.

4.3.5.1.6. Gastos de Ventas

De igual manera, son todos los gastos competentes al área de ventas y afines, lo cual incluyen de igual manera pago de salarios, servicios básicos, útiles y suministros de oficina, pagos de promociones y publicidades, entre otros.

4.3.5.1.7. Financiamiento

“El costo de financiamiento o gastos financieros representan los intereses que se deben pagar por los préstamos obtenidos a corto y largo plazo. Estos valores se proyectan para la vida útil del proyecto que será de cinco años como mínimo” (Viñan et al., 2019, p. 55).

4.3.5.2. Análisis de Costos

Se realiza por medio de la contabilidad de costos que tiene como fin manejar los costos totales de la producción a efectos de determinar el costo real de producir o generar un bien o servicio. (Pasaca Mora, 2017)

4.3.5.2.1. Costo Total de Producción

Pasaca Mora (2017) menciona que la determinación del costo es la base para elaborar la evaluación financiera del proyecto, su valor incide directamente en la rentabilidad que se va a obtener, y para ello se realizan diferentes cálculos como: costo de producción, fabricación o transformación (CP) y los costos de operación. (CO)

$$CTP = \frac{CP}{CO}$$

En donde:

CTP = Costo Total de Producción

CP = Costo de Producción o Fabricación

CO = Costo de Operación

4.3.5.3. Determinación de Ingresos

4.3.5.3.1. Costo Unitario de Producción

El costo unitario de producción permite conocer el costo de cada unidad producida, y a partir de ello analizar si es factible su producción. Este cálculo se realiza en un determinado período de tiempo. (Pasaca Mora, 2017)

$$CUP = \frac{CTP}{NUP}$$

En donde:

CUP = Costo Unitario de Producción

CTP = Costo Total de Producción

NUP = Número de Unidades Producidas

4.3.5.3.2. Precio de Venta

De acuerdo a Pasaca Mora (2017), se conoce que existe el siguiente método para determinar el precio de venta:

Para determinar el precio de venta por cada unidad se debe considerar el margen de utilidad que se piensa ganar, en donde se considera un margen del 30%; siendo así se aplica la siguiente fórmula:

$$PVP = CUP * \%U$$

En donde:

CUP = Costo Unitario de Producción

%U = Margen de Utilidad

PVP = Precio de Venta

4.3.5.3.3. Ingresos

De acuerdo a Viñan et al. (2019) “los ingresos constituyen la parte más importante del proyecto, provienen de la venta de los bienes o servicios, principales subproductos, desperdicios y desechos generados en el sistema productivo” (p. 72).

$$\mathbf{Ingresos = PVP * NUP}$$

En donde:

NUP = Número de Unidades Producidas

PVP = Precio de Venta

4.3.5.4. Depreciaciones

La depreciación se aplica a la inversión de activos fijos, influyendo en el valor monetarios de la naturaleza del activo fijo y su tiempo de vida útil. A continuación, se mencionan los porcentajes de depreciación junto a su vida útil.

- ❖ Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual (20 años)
- ❖ Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual (10 años)
- ❖ Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual (5 años)
- ❖ Equipos de cómputo y software 33% anual (3 años)

4.3.5.5. Amortizaciones

El artículo 12 de la Ley de Régimen Tributario Interno establece que:

Será deducible la amortización de los valores que se deban registrar como activos, de acuerdo a la técnica contable, para su amortización en más de un ejercicio impositivo, y que sean necesarios para los fines del negocio o actividad en los términos definidos en el Reglamento.

En el caso de los activos intangibles que, de acuerdo con la técnica contable, deban ser amortizados, dicha amortización se efectuará dentro de los plazos previstos en

el respectivo contrato o en un plazo de veinte (20) años; no será deducible el deterioro de activos intangibles con vida útil indefinida.

En el ejercicio impositivo en que se termine el negocio o actividad se harán los ajustes pertinentes con el fin de amortizar la totalidad de la inversión. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2016)

4.3.5.6.Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias resume la situación financiera de la empresa en un determinado periodo de tiempo, ayuda a determinar si existe utilidad en la ejecución del proyecto, esto a través de la comparación de ingresos y egresos de diferentes tiempos, además se consideran valores complementarios a cubrir como tributos y cargas fiscales. (Pasaca Mora, 2017).

4.3.5.7.Punto de Equilibrio

Esta técnica es utilizada para determinar el número de unidades correctas para conseguir un punto de equilibrio sin pérdidas ni ganancias, es decir, un resultado igual a 0. Consiste en conocer las variables en las que la empresa puede estar en riesgo de tener pérdidas, y de esa manera, lograr evitar tal situación (Lira, 2021, p. 106).

- ❖ Punto de equilibrio en función a las ventas

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

En donde:

PE = Punto de Equilibrio

CFT = Costo Fijo Total

1 = Constante Matemática.

CVT = Costo Variable Total

VT = Ventas Totales

- ❖ Punto de equilibrio en función a la capacidad instalada

$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

En donde

PE = Punto de Equilibrio

CFT = Costo Fijo Total

CVT = Costo Variable Total

VT = Ventas Totales

- ❖ Punto de equilibrio en función de la producción

$$PE = \frac{CFT}{PVu - CVU}$$

En donde:

PE = Punto de Equilibrio

PVu = Precio de Venta Unitario

CVU = Costo Variable Unitario

4.3.5.8. Flujo de Caja

De acuerdo con Calvo, (2019) a partir de la utilidad neta que aparece en el Estado de Pérdidas y Ganancias, se le agrega el rubro de Depreciaciones y Amortizaciones al cálculo del flujo de caja final en el periodo de tiempo determinado.

Además, Calvo (2019) señala que se tiene que restar:

- ❖ Estimaciones de cuentas incobrables.
- ❖ Estimaciones de inventarios obsoletos.
- ❖ Gastos pendientes de pago al cierre del ejercicio (provisiones de pasivo: intereses, sueldos, rentas, servicios, impuestos, pensiones, etc.)

4.3.6. Evaluación Financiera

“El estudio de evaluación económica – financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable” (Córdoba, 2011, p. 231). En esta evaluación se toma elementos como:

- ❖ **VAN**
- ❖ **TIR**
- ❖ **AS**
- ❖ **PRC**
- ❖ **RBC**

4.3.6.1. Valor Actual Neto (VAN)

Este indicador permite calcular el valor actual de un determinado periodo de tiempo del flujo de caja, estos cálculos los realiza en valores monetarios, hasta que excede la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

“El Valor Actual Neto se define como: la diferencia entre el valor actual de los flujos netos de efectivo de un proyecto y la inversión neta” (Cevallos et al., 2022, p. 129).

El valor actual neto se determina de la con la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum \text{flujos actualizados} - \text{inversión}$$

4.3.6.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Consiste en la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto tendrá de periodo en periodo durante toda su vida útil.

“Si la TIR es mayor que el costo promedio ponderado del capital (kp), se acepta el proyecto, en caso contrario, se rechaza. Una TIR mayor que el costo de oportunidad garantiza que el proyecto rinde más que la inversión alternativa” (Cevallos et al., 2022, p. 132).

Para realizar el cálculo de la TIR se utiliza las siguientes fórmulas:

$$VAN_{Tm} = VAN - inversión$$

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM} \right)$$

4.3.6.3. Relación Beneficio Costo (RBC)

También conocido como índice de productividad, que permite medir el rendimiento que se obtiene por cada dólar invertido en el proyecto.

Si la razón B/C es mayor que 1, aceptar el proyecto en caso contrario rechazarlo. Si la razón B/C es mayor que 1 significa que el VAN es positivo. En consecuencia, estos dos métodos dan la misma solución cuando se trata de tomar decisiones de aceptación – rechazo de un proyecto. (Cevallos et al., 2022, p. 131)

$$RBC = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

4.3.6.4. Periodo de Recuperación de Capital (PRC)

Este criterio de evaluación es utilizado muy frecuentemente para calcular el tiempo que se demora en ser recuperada la inversión inicial en base a los flujos de caja netos en su tiempo de vida útil.

“La regla de decisión es la siguiente: aceptar los proyectos con PRC menor el plazo máximo de corte previamente definido. Para su cálculo se puede dividir la inversión inicial entre los ingresos promedios de caja obtenidos en la vida útil del proyecto” (Viñan et al., 2019, p. 89).

Es necesario aplicar la siguiente fórmula para calcular el PRC.

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{Flujo neto del año que supere la inversión}} \right)$$

4.3.6.5. Análisis de Sensibilidad (AS)

De acuerdo a Lira (2021, p. 104), el análisis de sensibilidad busca determinar el impacto que tiene sobre la rentabilidad del proyecto, utilizando los resultados del VAN y del TIR, que, por medio de las modificaciones realizadas en el desarrollo del proyecto, se obtienen los resultados que se analizan para conocer si continua factible su implementación.

Para determinar la viabilidad del proyecto con el AS se aplica las siguientes fórmulas:

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM} \right)$$

A continuación, se calcula la diferencia de tasa:

$$DTIR = TIR - NTIR$$

Después, se calcula el % de variación.

$$\%V = \frac{DTIR}{TIR} * 100$$

Finalmente, se calcula el análisis de sensibilidad:

$$AS = \frac{\%V}{NTIR}$$

5. Metodología

Para la ejecución de este proyecto, se tomó en cuenta la utilización de diversos métodos y técnicas que fueron de gran utilidad para la recopilación y análisis de la información, obteniendo así resultados positivos y verídicos para desarrollar el proyecto.

5.1. Área de Estudio

El estudio se realizó mediante la aplicación de una encuesta a la zona urbana de la ciudad de Loja, tomando en cuenta a las personas de entre 20 a 54 años de edad.

5.2. Enfoque de Investigación

El presente proyecto de factibilidad presenta dos enfoques relevantes, el cuantitativo se demuestra al momento de aplicar las encuestas a la población de estudio con el fin de conocer sus gustos y preferencias con respecto al producto de gomitas a base de vodka sabor a manzana, para lo que se aplicaron un total de 383 encuestas en un rango de edades de 20 a 54 años de edad. Aparte, se realizó una encuesta a los principales oferentes de este producto en la ciudad de Loja, con el fin de conocer el precio, cantidad y calidad de la competencia. Todos estos datos ayudaron a determinar la demanda y oferta existente en el mercado.

En tanto al enfoque cualitativo, comprende lo que son las entrevistas a los proveedores de materia prima para la elaboración del producto, en donde se preguntó acerca de la calidad, precio, formas de pago y disponibilidad de la materia prima; además de su interés en trabajar con este futuro proyecto.

5.3. Tipo de investigación

5.3.1. *Exploratoria*

Se utilizó al investigar acerca de un tema que no ha sido estudiado u aplicado con anterioridad, encontrando información clave para la ejecución del proyecto junto a estrategias para la producción y comercialización de gomitas a base de vodka sabor a manzana en la ciudad de Loja.

5.3.2. Descriptiva

Se aplicó en la elaboración de los diferentes estudios necesarios para el desarrollo del proyecto, en donde se detallaron los aspectos relevantes que hay que tener en cuenta acerca de la creación y funcionamiento de una empresa productora y comercializadora de gomitas a base de vodka sabor a manzana en la ciudad de Loja.

5.4. Métodos.

5.4.1. Método deductivo

Este método se utilizó para analizar la información obtenida de las diferentes fuentes investigadas de artículos y revistas, obteniendo así los datos más necesarios de acuerdo al tema investigado.

5.4.2. Método inductivo

Este método se aplicó esencialmente en la recopilación de información de las encuestas a los consumidores y oferentes del producto, de tal manera se analizó y se llegó a conclusiones que abarcan todo el rango de la población de la Ciudad de Loja.

5.5. Técnicas.

5.5.1. Observación directa.

Mediante esta técnica se recolectó información de los individuos que son objeto de estudio (demanda) y la competencia (oferta).

5.5.2. Encuestas

Se desarrolló una encuesta con el fin de recopilar información primaria del mercado consumidor y de la competencia que ofrezca este producto o un producto sustituto. La información obtenida abarca los gustos y preferencias de los potenciales consumidores de este proyecto. Las encuestas fueron dirigidas a la población del área urbana de la ciudad de Loja que comprendan una edad de 20 a 54 años.

5.6. Tamaño y muestra

Según el INEC (2023), a través del censo poblacional del año 2022, la ciudad de Loja tenía una población de 214.296 habitantes, de los cuales la población del área urbana está conformada por el 94,96% (203.496). Siendo el 50,65% la población comprendida entre los 20 a 54 años que conforman un total de 103.061 personas del área urbana del cantón Loja. De esta población se proyectó para el año 2023 con la siguiente fórmula:

$$M = C(1 + t)^n$$

$$t = \left(\frac{M}{C}\right)^{\frac{1}{n}} - 1$$

$$t = \left(\frac{103.061}{82.169}\right)^{\frac{1}{12}} - 1$$

$$t = (1,254)^{0,083} - 1$$

$$t = 1,0191 - 1$$

$$t = 0,0191 * 100\%$$

$$t = 1,91\%$$

Con una tasa de crecimiento del 1,91%, donde se determinó:

5.6.1. Proyección de la población del área urbana de Loja para el año 2023

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

$$Pf = P2022(1 + 1.91\%)^1$$

$$Pf = 103.061 * 1,0191$$

$$Pf = 105.025$$

En donde:

- **Pf** = Población final
- **Po** = Población inicial
- **r** = Porcentaje de tasa de crecimiento

- **n** = Número de años
- **1** = Constante

Tabla 2

Proyección de la población

N	Años	Tasa de Crecimiento	Población entre 20 y 54 años
0	2.022		103.061
1	2.023	1,91%	105.025

Nota. Elaborado por el autor

5.6.2. Muestra

Se determinó el número de muestra de la población aplicando la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2(N - 1) + Z^2(pq)}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 105.025}{0,05^2 * (105.025 - 1) + 1,96^2(0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{100.866,13}{263,52}$$

$$n = 383 \text{ encuestas}$$

Glosario:

- **n** = Tamaño de la muestra
- **Z2**= Valor crítico (1,96)
- **p** = Probabilidad de éxito (0,5)
- **q** = Probabilidad de fracaso (0,5)
- **E2** = Margen de error (0,05)
- **(N-1)** = Factor de corrección
- **N** = población total.

La población que se obtuvo de la proyección realizada, dio como resultado una cantidad de 105.025 habitantes de 20 a 54 años, con la que se determinó un total de 383 encuestas que se aplicaron a las personas del área urbana la ciudad de Loja.

6. Resultados

Se aplicaron 383 encuestas, conformadas por 14 preguntas, a la población urbana de la ciudad de Loja, esto con la finalidad de conocer sus gustos y preferencias referentes al producto de gomitas a base de vodka, sabor a manzana.

6.1.1. Resultado de la encuesta a la población lojana.

1) Género

Tabla 3

Género de la población de estudio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	153	40%
Femenino	230	60%
Total	383	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la población urbana de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

De acuerdo a los datos recopilados de la encuesta, se observa que existe una mayor presencia de mujeres, representando el 60% (230) del total de encuestados, mientras que hay una menor presencia de hombres, que representan el 40% (153) del total de encuestados, dando a conocer una mayor presencia de mujeres en relación al tema de estudio.

2) ¿En qué rango de edad está usted?

Tabla 4

Edad de la población de estudio

Alternativa	Frecuencia (F)	\bar{X}_m	F (\bar{X}_m)
20 a 24 años	281	22	6182
25 a 29 años	54	27	1458
30 a 34 años	11	32	352
35 a 39 años	7	37	259
40 a 44 años	13	42	546
45 a 49 años	10	47	470
50 a 54 años	7	52	364
Total	383		9631

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la población urbana de la ciudad de Loja

$$Edad \text{ Promedio} = \sum \frac{F(Xm)}{N} = \frac{9631}{383} = 25 \text{ años de edad}$$

La edad promedio del total de encuestados es de 25 años de edad.

Análisis e interpretación

Según lo detallado en la tabla anterior, se da a conocer que la mayor cantidad de personas encuestadas pertenecen a los que tienen de 20 a 24 años de edad, representando un total de 281 encuestados, seguidos de las personas de 25 a 29 años, que representan a 54 encuestados, mientras que 11 personas tienen de 30 a 34 años, 7 personas tienen de 35 a 39 años, 13 personas tienen entre 40 y 44 años, 10 personas tienen entre 45 y 49 años, y finalmente 7 personas tienen entre 50 y 54 años. Se da a entender que la mayor población interesada en el proyecto son las personas jóvenes menores a 30 años. La edad promedio de los encuestados se encuentra en los 25 años de edad, el cual va a ser nuestro mercado meta.

3) ¿Usted consume gomitas (dulces)?

Tabla 5

Consumo de gomitas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	315	82%
No	68	18%
Total	383	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la población urbana de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

De acuerdo a la tabla, se observa que la mayoría de encuestados si consumen gomitas, representando un 82% (315), mientras que un 18% (68) de encuestados no consumen gomitas. De acuerdo a estos valores, se comprende que si existe un consumo positivo de estas gomitas. El valor representativo de la alternativa (Sí) lo tomamos como la demanda real del proyecto.

4) ¿Qué tipos de gomitas consume?

Tabla 6

Tipos de gomitas mayor consumidas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Gomitas ácidas	110	35%
Gomitas azucaradas	140	44%
Gomitas confitadas	14	4%
Gomitas de colores	50	16%
Gomitas Agridulces	1	0%
Total	315	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la población urbana de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

Según la tabla analizada, tomando en cuenta solo las personas que respondieron positivamente en la pregunta 3, se comprende que en los 315 encuestados, el mayor tipo de gomitas consumidas son las azucaradas, representando el 44% (140), seguidas de las gomitas ácidas, que representan el 35% (110), dando a entender que éstas gomitas son las más populares en el mercado. Por otro lado, se conoce que las gomitas con menos consumo son las gomitas de colores que equivalen al 16% (50), las gomitas confitadas que conforman el 4% (14); y solo 1 personas consume las gomitas agridulces, que juntas suman un 20% del total de encuestados, dando a conocer su poca presencia en el mercado.

5) ¿De cuántos gramos usted adquiere las gomitas y a qué precio?

Tabla 7

Precio de adquisición de gomitas de 80 gramos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$0,50	161	69%
\$1,00	59	25%
\$1,25	8	3%
\$1,50	3	1%
\$2,00	3	1%
Más de \$2,00	1	0%
Total	235	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la población urbana de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

Para la adquisición de gomitas de 80 gramos (fundas pequeñas), la mayoría de los encuestados normalmente pagan \$0,50 centavos de dólar, representando un 69% (161), seguidamente de encuestados que pagan \$1,00 por su compra, que representan un 25% (59), mientras que una pequeña parte de las personas pagan un valor mayor, como \$1,25, teniendo el 3% (8), un \$1,50, y \$2,00 que presentan cada uno un 1% (3), y solo 1 encuestado paga más de \$2,00. Dichos datos demuestran que la marca y el lugar de compra influye bastante en la compra de las gomitas debido a la diferencia de precios que recopiló de la encuesta.

Tabla 8
Precio de adquisición de gomitas de 125 gramos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$0,50	24	18%
\$1,00	72	54%
\$1,25	20	15%
\$1,50	11	8%
\$2,00	5	4%
Más de \$2,00	1	1%
Total	133	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la población urbana de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

Del total de encuestados, se observa en la tabla que las personas que compran las gomitas de 125 gramos, pagan en su mayoría un valor de \$1,00, representando el 54% (72) mientras que el 18% (24) paga un total de \$0,50 por su compra, y seguidamente el 15% (20) paga \$1,25 por la adquisición de las gomitas, siendo estos los datos más relevantes. Mientras tanto, solo el 8% (11) de encuestados pagan \$1,50, el 4% (5) paga \$2,00; y solo 1 encuestado paga más de \$2,00 por la adquisición de las gomitas. De igual manera se infiere que la diferencia de precios es debido a la marca y al lugar de compra de las gomitas.

Tabla 9
Precio de adquisición de gomitas de 225 gramos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$0,50	9	13%
\$1,00	14	20%

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$1,25	15	21%
\$1,50	17	24%
\$2,00	9	13%
Más de \$2,00	7	10%
Total	71	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la población urbana de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

Como se observa en la tabla, las gomitas de 225 gramos se consumen con menor frecuencia, en este caso, la mayoría de encuestados pagan un valor de \$1,50 (17) por su adquisición, mientras que el 21% (15) paga \$1,50, y el 20% (14) paga \$1,00. Mientras tanto, un 13% (9) pagan un valor de \$2,00, un 13% (9) paga un valor de \$0,50; y un 10% (7) pagan más de \$2,00. De igual manera, se demuestra que el precio de las gomitas difiere dependiendo de la marca y lugar de compra.

6) ¿Cuántas unidades de gomitas compra mensualmente?

Tabla 10

Cantidad adquirida de gomitas de 80 gramos, 125 gramos, 225 gramos

Alternativa	80 gramos			125 gramos			225 gramos		
	Frecuencia (F)	Xm	F * (Xm)	Frecuencia (F)	Xm	F * (Xm)	Frecuencia (F)	Xm	F * (Xm)
1 a 3 unidades	174	2	348	60	2	120	32	2	64
4 a 6 unidades	61	5	305	25	5	125	8	5	40
7 a 9 unidades	15	8	120	8	8	64	5	8	40
10 a 12 unidades	9	11	99	10	11	110	11	11	121
Total	259		872	103		419	56		265

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la población urbana de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

De acuerdo a la tabla, se observa la mayoría de encuestados compran mayormente de 1 a 3 unidades de gomitas mensualmente, esto tanto en las de 80, 125 y 225 gramos

Tabla 11*Consumo promedio de gomitas de 80 gramos, 125 gramos, y 225 gramos*

Alternativas	F (Xm)	Consumo Promedio Mensual (gr * F (Xm))	Promedio Gramos Anuales (12)	Promedio Gramos anuales por persona (315)
80 gramos	872	69.760	837.120	2.658
125 gramos	419	52.375	628.500	1.995
225 gramos	265	59.625	715.500	2.271
Total	1.556		2.181.120	6.924

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la población urbana de la ciudad de Loja**Análisis e interpretación**

Según los datos analizados, se conoce que el consumo anual promedio en gramos por persona es un total de 6.924 gramos.

7) ¿Normalmente en que lugares adquiere las gomitas?**Tabla 12***Lugar de adquisición de las gomitas*

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas	193	61%
Micro mercados	65	21%
Supermercados	57	18%
Total	315	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la población urbana de la ciudad de Loja**Análisis e interpretación**

De acuerdo a los datos de la tabla, se infiere que el lugar con mayor frecuencia para adquirir las gomitas son las tiendas, representando un 61% (193), mientras que los micro mercados representan un 21% (65), y los supermercados corresponden al 18% (57). Se da a entender que la compra de gomitas se compra con mayor frecuencia en las tiendas, esto se debe a la diversidad de tiendas que existen en la ciudad de Loja y la fácil compra de las gomitas.

8) Al momento de comprar gomitas ¿Qué aspectos considera de mayor relevancia?

Tabla 13

Aspectos relevantes de las gomitas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio	65	21%
Calidad	81	26%
Cantidad	36	11%
Marca	7	2%
Sabor	126	40%
Total	315	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la población urbana de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

Del total de encuestados que consumen gomitas, se tiene que el mayor aspecto a tomar en cuenta al momento de adquirir las gomitas es el sabor, representando el 40% (126), seguidamente con un 26% (81) prefieren la calidad, el 21% (65) se basan en el precio para su compra, el 11% (36) prefiere la cantidad, y solo el 2% (7) compran las gomitas por la marca. Esto indica que el aspecto del sabor es el que mayormente se toma en cuenta para la adquisición de gomitas.

9) ¿Qué tipo de promoción ha recibido al momento de adquirir gomitas?

Tabla 14

Promociones al adquirir gomitas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos en compras	26	8%
Producto Adicional	33	10%
Degustaciones	21	7%
Ninguna	235	75%
Total	315	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la población urbana de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

De acuerdo a los datos observados en la tabla, se conoce que el 75% (235) de encuestados no recibe promociones al adquirir las gomitas, mientras que el 10% (33) recibe un producto adicional en su compra, el 8% (26) consigue descuentos en sus compras; y finalmente el 7% (21) ha tenido degustaciones de las gomitas al comprar el producto. Esto da a conocer que las

personas que reciben promociones son escasas, y esto puede ser debido a que realizan varias compras de las gomitas.

10) ¿Por qué medio de comunicación usted se ha enterado de la venta de gomitas?

Tabla 15
Medios de Comunicación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	107	33,97%
Instagram	79	25,08%
WhatsApp	29	9,21%
TikTok	70	22,22%
Radio	5	1,59%
Televisión	25	7,94%
Prensa	3	0,95%
Hojas Volantes	16	5,08%
Ninguna	148	46,98%
Gmail	1	0,32%
En las propias tiendas	1	0,32%
Personas	1	0,32%
Total	485	100,00%
Total	315	153,97%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la población urbana de la ciudad de Loja

Análisis e Interpretación

A partir de la información obtenida de la tabla anterior, se determina que la mayoría de la población encuestada que representa el 46,98%, no tiene conocimiento de las gomitas por ningún tipo de medio de comunicación; mientras que el 33,97% se han enterado por medio de Facebook, un 25,08% por medio de Instagram, y un 22,22% por medio de TikTok, los cuales son los medios con mayor porcentaje. Mientras que, por los medios tradicionales, solo una pequeña parte de la población tuvieron conocimiento de este producto.

11) En caso de implementar una empresa productora y comercializadora de gomitas a base de vodka sabor a manzana, en la ciudad de Loja ¿Estaría usted dispuesto a adquirir el producto?

Tabla 16

Implementación de una empresa productora de gomitas a base de vodka

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	296	94%
No	19	6%
Total	315	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la población urbana de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

De acuerdo a la tabla, de los 315 encuestados, el 94% (296) estarían de acuerdo en la implementación de una empresa productora y comercializadora de gomitas a base de vodka, mientras que el 6% (19) estaría en contra de la implementación de la empresa. Se infiere que la empresa si tendría acogida en la ciudad de Loja.

12) ¿En qué presentación le gustaría adquirir las gomitas a base de vodka?

Tabla 17

Presentación de las gomitas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Fundas plásticas de polietileno	145	49%
Envase de plástico	86	29%
Envase de vidrio	65	22%
Total	296	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la población urbana de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

De las 296 personas que respondieron positivamente la pregunta 11, el 49% (145) prefiere el producto en fundas plásticas de polietileno, el 29% (86) opta por un envase de plástico, mientras que el 22% (65) eligen el envase de vidrio. Se comprende que la mayoría de los encuestados prefieren la clásica presentación de las gomitas para su adquisición.

13) ¿Qué tipo de promoción preferiría al comprar el producto?

Tabla 18

Promociones al adquirir el nuevo producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Descuento en compras	107	36%
Cupones para futuras compras	55	19%
Participación en sorteos	48	16%
Degustaciones gratuitas en tiendas	86	29%
Total	296	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la población urbana de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación

De acuerdo a la tabla, se infiere que el 36% (107) de los encuestados prefieren tener descuentos en sus compras, el 29% (86) opta por tener degustaciones gratuitas en las tiendas a la hora de comprar, el 19% (55) escoge obtener cupones para futuras comprar, mientras que el 16% (48) prefiere que por sus comprar se realicen participaciones en sorteos. Se comprende que la mayoría de los encuestados prefieren obtener descuentos en compras y degustaciones del producto.

14) ¿A través de que medio de comunicación le gustaría que se promocionara el producto?

Tabla 19

Medios de Comunicación

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	210	70,95%
Instagram	187	63,18%
WhatsApp	88	29,73%
Tik Tok	185	62,50%
Radio	16	5,41%
Televisión	28	9,46%
Prensa	4	1,35%
Hojas Volantes	43	14,53%
Todas las anteriores	1	0,34%
Total	762	100,00%
Total	296	257,43%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la población urbana de la ciudad de Loja

Análisis e Interpretación

En base a los resultados de la tabla anterior, se conoce que la mayoría de los encuestados prefieren Facebook (70,95%), Instagram (63,18%) y TikTok (62,50%) para mantenerse informado del nuevo producto, mientras que solo una minoría prefiere lo que son los medios tradicionales. Es por ello que se determina que los medios digitales son los más populares para dar a conocer noticias acerca del nuevo producto, en donde es más fácil y con bajos costos su promoción y publicidad.

6.1.2. Resultados de la encuesta a los oferentes de gomitas.

Se aplicaron encuestas a las bodegas y supermercados de la ciudad de Loja, esto debido a que son los primeros vendedores al por mayor y menor de este tipo de producto. En este caso, para aplicar la encuesta se escogieron a 5 oferentes.

1) ¿En su empresa vende gomitas?

Tabla 20

Su empresa vende gomitas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	100%
No	0	0%
Total	5	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los oferentes de gomitas en la ciudad de Loja

Análisis e Interpretación

En base a los datos obtenidos, se conoce que todos los negocios venden gomitas, lo cual representa un 100%. Se determina que las gomitas son un producto con gran demanda, esto debido a que se venden en todos los locales.

2) ¿De cuántos gramos usted vende las gomitas y a qué precio?

Tabla 21

Precio de venta de las gomitas de 80 gramos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$0,50	1	20%
\$0,60	2	40%

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$0,75	2	40%
Total	5	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los oferentes de gomitas en la ciudad de Loja

Análisis e Interpretación

En cuanto al precio de las gomitas de 80 gramos, se conoce que varía mayormente entre los \$0,60 y \$0,75 por cada unidad. Se comprende que el precio de esta presentación de gomitas es accesible debido a la cantidad que tiene cada unidad.

Tabla 22

Precio de venta de las gomitas de 125 gramos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$1,00	2	40%
\$1,25	3	60%
Total	5	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los oferentes de gomitas en la ciudad de Loja

Análisis e Interpretación

De acuerdo al precio de las gomitas de 125 gramos, se conoce que ronda un precio entre \$1,00 y \$1,25 equitativamente. Esto se debe a la cantidad y la marca del producto, además también influye el lugar de compra.

Tabla 23

Precio de venta de las gomitas de 225 gramos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$1,50	1	20%
\$1,75	3	60%
\$2,00	1	20%
Total	5	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los oferentes de gomitas en la ciudad de Loja

Análisis e Interpretación

En cambio, en las gomitas de 225 gramos, se tienen un precio más centrado en \$1,75, esto de igual manera debido a la cantidad y la marca del producto. Además, en este caso también se

toma en cuenta la presentación del producto, que suele ser en fundas de polietileno o en envases de plástico.

3) ¿Cuántas unidades de gomitas vende diariamente?

Tabla 24

Unidades de venta de gomitas diarias

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Yerovy	100	22%
Zerimar	140	31%
Supermercado Rocío	75	16%
Arévalos supermercados	60	13%
Mercamax	80	18%
Total	455	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los oferentes de gomitas en la ciudad de Loja

Análisis e Interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos, se comprende que el negocio que más vende gomitas en el día es Zerimar, que representa un total del 31%, seguido de Yerovy (22%), Mercamax (18%), Supermercado Rocío (16%), y por último Arévalos Supermercados (13%). Se conoce que, en total, estos 5 negocios venden diariamente 455 unidades de gomitas.

4) ¿En qué presentación vende las gomitas?

Tabla 25

Presentación de venta de las gomitas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Fundas plásticas de polietileno	3	60%
Envase de plástico	1	20%
Envase de vidrio	1	20%
Total	5	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los oferentes de gomitas en la ciudad de Loja

Análisis e Interpretación

La presentación más normal o estandarizada de las gomitas que se venden son las fundas de polietileno, esto debido a sus bajos costos en producción, su facilidad para transportar y la

comodidad de los clientes. En cambio, solo unas pocas presentaciones son de envase de vidrio y plástico, esto debido a que su costo se eleva y ya no es de fácil accesibilidad para los clientes.

5) ¿Qué aspectos consideran los consumidores al momento de adquirir las gomitas?

Tabla 26

Aspectos para la venta de gomitas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio	3	60%
Calidad	0	0%
Cantidad	1	20%
Marca	1	20%
Total	5	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los oferentes de gomitas en la ciudad de Loja

Análisis e Interpretación

Los aspectos que los clientes mayormente consideran al momento de compra son esencialmente el precio, esto debido a que el producto es para la población de clases baja y media, por ello se considera el precio. Además, también se toma en cuenta aspectos como la cantidad y la marca, pero esto en menor medida.

6) ¿Qué tipo de promociones ofrece en su negocio?

Tabla 27

Promociones que ofrecen

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos en compras	1	20%
Producto Adicional	1	20%
Degustaciones	0	0%
Ninguna	3	60%
Total	5	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los oferentes de gomitas en la ciudad de Loja

Análisis e Interpretación

En base a las promociones que ofrecen estos negocios, redactan que la mayoría no ofrecen ningún tipo de promoción, esto debido a que el producto es de venta fácil y no necesita este tipo de promoción. En cambio, solo 2 negocios ofrecen descuentos y un producto adicional en sus

compras, pero en este caso, realizan estos tipos de promociones en las ventas al por mayor del producto.

- 7) **¿Si se implementara una empresa productora y comercializadora de gomitas a base de vodka sabor a manzana, en la ciudad de Loja, usted estaría dispuesto a adquirir el producto para comercializarlo?**

Tabla 28

Adquiriría el nuevo producto

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	4	80%
No	1	20%
Total	5	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a los oferentes de gomitas en la ciudad de Loja

Análisis e Interpretación

En base a los resultados obtenidos, se conoce que 4 de los 5 negocios estarían dispuestos a comprar y vender el nuevo producto que se está desarrollando, teniendo un canal de distribución confiable en un futuro donde se comience la operación de la empresa.

6.1.3. Resultado de la entrevista aplicada a los proveedores

La entrevista se realizó al representante de Levapan, quién amablemente compartió información detallada sobre la materia prima directa necesarias para la producción de las gomitas a base de vodka sabor a manzana. Dio a conocer acerca de los valores y compromisos que tiene la empresa, tanto con sus socios comerciales como clientes, esto cumpliendo sus expectativas al utilizar materiales de primera calidad en sus productos. En este caso, la venta al por mayor de gelatina sin sabor es de \$4,50 por kilogramo, mientras que, el precio de venta al por mayor del quintal de azúcar es de \$30,00, por otro lado, el precio de venta al por mayor del vodka sabor a manzana es de \$4,00 por litro.

Por otro lado, se realizó una consulta a la empresa de EcuPlast, quién proporciono información para la adquisición de los materiales indirectos que necesita la empresa para operar. En este caso dio a conocer que el precio de venta al por mayor del paquete de 500 unidades de fundas plásticas de polietileno de 125 gramos es de \$12,50; mientras que el paquete de 25

unidades de cajas de cartón tiene un precio de venta al por mayor de \$8,00; y, por último, el paquete de cinta de embalaje tiene un precio de venta al por mayor de \$10,00.

Ambas empresas, en términos de condiciones comerciales, explicaron que tienen diferentes métodos de pago que pueden ser a crédito de hasta 15 días, junto a plazos de entrega ágiles, realizando la entrega de pedidos de 3 a 4 días desde la fecha solicitada. Además, al ser compras al por mayor se realizan los descuentos correspondientes que se aplican al precio ya mencionado.

Como última cuestión se planteó a ambas empresas, si existía la posibilidad de que seamos socios comerciales en caso de implementar la empresa de gomitas a base de vodka sabor a manzana, en donde expresaron una respuesta positiva en participar como los proveedores bajo los términos mencionados. Además, consideraron responder cualquier pregunta que tengamos con una actitud positiva y una gran disposición a colaborar.

7. Discusión

7.1. Estudio de Mercado

El estudio de mercado tiene como finalidad analizar y determinar la demanda, la oferta, la demanda insatisfecha y la participación en el mercado que tendrá nuestro producto de gomitas a base de vodka sabor a manzana.

7.1.1. Producto principal

Las gomitas a base de vodka sabor a manzana es un producto elaborado a partir de gelatina sin sabor y vodka (alcohol), el cual tiene como distintivo la dulzura con un toque ligero alcohol. Además, al ser envasado en fundas de polietileno de 125 gramos, tiene una presentación cómoda de llevar a un precio accesible.

7.1.2. Productos Sustitutos

Las gomitas a base de vodka sabor a manzana, al ser un producto tipo golosina que tiene como ingrediente secundario el alcohol, tiene algunos productos que lo pueden sustituir:

- Chocolates con licor
- Caramelos de licor
- Galletas con infusión de alcohol
- Bombones rellenos de alcohol

7.1.3. Productos complementarios

Las gomitas a base de vodka sabor a manzana al ser un producto tipo golosina, no es necesario que tenga un producto complementario, ya que se lo puede consumir en cualquier momento del día.

7.1.4. Análisis de la Demanda

El análisis de la demanda se enfoca en determinar si existe la demanda suficiente para el producto o servicio que se quiere ofrecer. Es con este fin que se calcula la demanda potencial, la demanda real y la demanda efectiva del proyecto.

Para realizar el análisis de la demanda para las gomitas a base de vodka sabor a manzana, se aplicó un total de 383 encuestas a la población urbana de la ciudad de Loja que tiene una edad entre los 20 y 54 años de edad, esto con el fin de determinar sus gustos y preferencias con respecto al producto. Además, se calculó la proyección de esta población para los 5 años de vida útil del proyecto.

Tabla 29

Proyección de la Población de la Ciudad de Loja

N	Años	Tasa de Crecimiento	Población entre 20 y 54 años
0	2.023		105.025
1	2.024	1,91%	107.027
2	2.025	1,91%	111.145
3	2.026	1,91%	117.621
4	2.027	1,91%	126.847
5	2.028	1,91%	139.404

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 1

7.1.5. Demanda Potencial

La demanda potencial se refiere al tamaño máximo que tiene el mercado con respecto al producto de las gomitas a base de vodka sabor a manzana.

Tabla 30

Demanda Potencial

N	Años	Población entre 20 y 54 años	100% de la población total	Consumo Promedio Anual en Gramos	Demanda Potencial en Gramos
0	2.023	105.025	105.025	6.924	727.213.983
1	2.024	107.027	107.027	6.924	741.073.158
2	2.025	111.145	111.145	6.924	769.588.924
3	2.026	117.621	117.621	6.924	814.433.063
4	2.027	126.847	126.847	6.924	878.316.105
5	2.028	139.404	139.404	6.924	965.261.888

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 10 y la Tabla 28.

La demanda potencial se determinó mediante la aplicación de las 383 encuestas a la población urbana de la Ciudad de Loja, en donde para el año 2023 la población es de 105.025 con una tasa de crecimiento del 1,91%.

Para calcular la demanda potencial para el año 1, se tomó en cuenta la población de este año que es de 107.027; para lo cual se consideró al 100% de esta población como potenciales compradores.

Para ello se aplicó la siguiente fórmula:

$$PP = \text{Población año 2024} * \% \text{ de la población total}$$

$$PP = 107.027 * 100\%$$

$$PP = 107.027 \text{ Población Potencial}$$

En cambio, para determinar la Consumo de Demanda Potencial en Gramos se tomó en cuenta el consumo promedio anual en gramos de la Tabla 10, y se aplicó la siguiente fórmula:

$$DP = \text{Población demandante año 2024} * \text{Consumo Promedio Anual en Gramos}$$

$$DP = 107.027 * 6.924 \text{ gramos}$$

$$DP = 741.073.158 \text{ gramos de demanda potencial}$$

De esa manera se conoce que en el primer año existen 107.027 personas demandantes potenciales que consumen un promedio de 6.924 gramos, dando un total de 741.073.158 gramos de gomitas a base de vodka sabor a manzana. Este mismo procedimiento se aplicó para los años posteriores.

7.1.6. Demanda Real

La demanda real se refiere a la cantidad de personas que tienen la capacidad de consumir el producto en el mercado actual.

Tabla 31
Demanda Real

N	Años	Población demandante	82% de la población consume gomitas	Consumo Promedio Anual en Gramos	Demanda Real en Gramos
0	2.023	105.025	86.378	6.924	598.100.273
1	2.024	107.027	88.025	6.924	609.498.812
2	2.025	111.145	91.412	6.924	632.951.726

N	Años	Población demandante	82% de la población consume gomitas	Consumo Promedio Anual en Gramos	Demanda Real en Gramos
3	2.026	117.621	96.738	6.924	669.833.981
4	2.027	126.847	104.326	6.924	722.374.865
5	2.028	139.404	114.654	6.924	793.883.798

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 4, la Tabla 10 y la Tabla 29.

En este caso, para determinar la demanda real se tomó en cuenta la Tabla 29 de la población demandante y la Tabla 4 que indica el porcentaje de personas que consumen gomitas.

Se utilizó la siguiente fórmula para calcular el año 1:

$$PR = \text{Población potencial año 2024} * \% \text{ población que consume gomitas}$$

$$PR = 107.027 * 82\%$$

$$PR = 88.025 \text{ Población Real}$$

De igual manera, para calcular el Consumo de Demanda Real en Gramos se aplicó la siguiente fórmula:

$$DR = \text{Población Real año 2024} * \text{Consumo Promedio Anual en Gramos}$$

$$DR = 88.025 * 6.924 \text{ gramos}$$

$$DR = 609.498.812 \text{ gramos de demanda real}$$

Es así que se conoce que, para el primer año del proyecto, existen un total de 88.025 personas demandantes reales que consumen un promedio de 6.924 gramos, dando así un total de 609.498.812 gramos de consumo anual de gomitas. De igual forma, se aplicó los mismos procedimientos para los siguientes años.

7.1.7. Demanda Efectiva

La demanda efectiva se refiere a la cantidad de personas que están dispuestas a adquirir el producto en caso de implementarse la empresa en el mercado.

Tabla 32
Demanda Efectiva

N	Años	Población real	94% de la población está dispuesta comprar el nuevo producto	Consumo Promedio Anual en Gramos	Demanda Efectiva en Gramos
0	2.023	86.378	81.168	6.924	562.024.384
1	2.024	88.025	82.715	6.924	572.735.391
2	2.025	91.412	85.898	6.924	594.773.685
3	2.026	96.738	90.903	6.924	629.431.297
4	2.027	104.326	98.034	6.924	678.803.047
5	2.028	114.654	107.738	6.924	745.998.744

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 10, la Tabla 15 y la Tabla 30.

Para determinar la demanda efectiva, se tomó en cuenta la población real de la Tabla 30, y además se tomó en cuenta la Tabla 15 que detalla el porcentaje de aceptación de las personas dispuestas a comprar el nuevo producto.

Siendo así que se aplicó la siguiente fórmula:

$$PE = \text{Población Real año 2024} * \% \text{ personas dispuestas a comprar el nuevo producto}$$

$$PE = 88.025 * 94\%$$

$$PE = 82.715 \text{ Población Efectiva}$$

De la misma manera, para calcular el Consumo de Demanda Efectiva en Gramos se aplicó la siguiente fórmula:

$$DE = \text{Población Efectiva} * \text{Consumo Promedio Anual en Gramos}$$

$$DE = 82.715 * 6.924 \text{ gramos}$$

$$DE = 572.735.391 \text{ gramos de demanda efectiva}$$

En tal caso, se conoce que en el primer año se tiene una población demandante efectiva de 82.715 que consumen 6.924 gramos, dando un total de 572.735.391 gramos de gomitas.

Asimismo, se realiza los mismos procedimientos para los años siguientes.

7.1.8. Análisis de la Oferta

El análisis de la oferta determina la cantidad máxima de productos que las empresas están vendiendo u ofreciendo en el mercado actual.

Tabla 33

Promedio diario de ventas de gomitas en gramos

Oferentes	Promedio diario de venta de fundas de gomitas de 125 gramos/funda	Días en el año	Promedio anual de venta	Total, de ventas de Gomitas en 125 gramos
Yerovy	100	365	36.500	4.562.500
Zerimar	140	365	51.100	6.387.500
Supermercado Rocío	75	365	27.375	3.421.875
Arévalos supermercados	60	365	21.900	2.737.500
Mercamax	80	365	29.200	3.650.000
TOTAL	455		166.075	20.759.375
Total de ventas diarias por negocio	91		33.215	4.151.875
Total de venta diarias de las 63 bodegas y supermercados de Loja	5.733		2.092.545	261.568.125

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 23 y del catastro RUC por provincias (<https://shre.ink/rbwL>)

Para obtener las ventas promedio de gomitas en la ciudad de Loja, se tomó en cuenta 5 supermercados y bodegas de la ciudad de Loja, los cuales son vendedores al por mayor y menor de gomitas. De acuerdo a los datos obtenidos, se conoce que en promedio venden un total de 455 fundas de gomitas de 125 gramos, que al dividirlo para los 5 negocios se obtiene un total de 91 fundas de venta promedio diarias por negocio, el cual se multiplica por las 63 bodegas y supermercados existentes en la ciudad de Loja, esto de acuerdo al catastro RUC por provincias; calculando así un total de 5.733 fundas. Al tener este valor se multiplica por 365 días que tiene el año, donde se obtiene un total de 2.092.545 fundas anuales; y a este resultado de lo multiplica por los 125 gramos, obteniendo así un total de 261.568.125 gramos de venta promedio anual.

7.1.9. Proyección de la Oferta

La proyección de la oferta se refiere a la aproximación que tienen las empresas acerca de la cantidad de productos que puede vender en el mercado futuro.

Tabla 34
Proyección de la Oferta

N	Años	Tasa de Crecimiento	Total de Ventas en Gramos
0	2.023		261.568.125
1	2.024	4,65%	273.741.598
2	2.025	4,65%	299.814.583
3	2.026	4,65%	343.653.434
4	2.027	4,65%	412.234.753
5	2.028	4,65%	517.516.847

Nota. Información obtenida de la Tabla 32

Para realizar la proyección de ventas para cada año, se tomó en cuenta el promedio de gramos vendidos anualmente mencionados en la Tabla 32. Además, se toma en cuenta la tasa de crecimiento anual del 4,20% que tienen las gomitas. De tal manera se multiplica los 261.568.125 gramos por el 4.20%, y se suma de nuevo los gramos del año 0, obteniendo así un total de 273.741.598 gramos de venta para el año 1. El mismo procedimiento se realiza para los siguientes años.

7.1.10. Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha se refiere a una estimación de la cantidad del producto de gomitas que los clientes o consumidores desean adquirir, pero lo cual el mercado actual no satisface.

Tabla 35
Demanda Insatisfecha

Años	Demanda Efectiva en Gramos	Total de ventas en Gramos	Demanda Insatisfecha en Gramos	Demanda Insatisfecha en fundas de 125 gramos
2.023	562.024.384	261.568.125	300.456.259	2.403.650
2.024	572.735.391	273.741.598	298.993.794	2.391.950
2.025	594.773.685	299.814.583	294.959.102	2.359.673
2.026	629.431.297	343.653.434	285.777.862	2.286.223
2.027	678.803.047	412.234.753	266.568.295	2.132.546
2.028	745.998.744	517.516.847	228.481.897	1.827.855

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 31 y la Tabla 33

Para determinar la demanda insatisfecha en el mercado actual y futuro, se tomó en consideración la Tabla 31 acerca de la demanda efectiva, y la Tabla 33 de la proyección de la oferta. Para calcular la demanda insatisfecha del año 2024, se aplicó la siguiente fórmula:

$$DI = \text{Demanda efectiva año 2024} - \text{Total de venta en gramos año 2024}$$

$$DI = 572.735.391 - 273.741.598$$

$$DI = 298.993.794 \text{ gramos}$$

$$DI = \frac{298.993.794}{125 \text{ gr}} = 2.391.950 \text{ fundas de gomitas de 125 gramos}$$

De esta manera, se conoce que la demanda insatisfecha para el año 2024 es de 298.993.794 gramos, resultado el cual se divide por 125 gramos, obteniendo así un total de 2.391.950 fundas de gomitas de 125 gramos. Este procedimiento se aplica para los años posteriores.

7.1.11. Plan de Comercialización

El plan de comercialización detalla las estrategias y acciones que se realizarán para promover y vender el producto en el mercado. Se toma en cuenta las 4 P's (Producto, Precio, Plaza, Promoción), los cuales sirven para determinar los canales de comercialización y publicidad que se utilizarán para dar a conocer el producto en el mercado.

7.1.12. Producto

El producto a elaborar son las gomitas a base de vodka sabor a manzana, el cual tiene una presentación en fundas de polietileno de 125 gramos. Para su elaboración se utilizan cantidades exactas de gelatina sin sabor, agua, vodka y azúcar, garantizando una textura suave junto a un toque de dulzor y alcohol. Este producto está planeado para disfrutarse en bajas cantidades, y es apto para consumir en cualquier momento, su sabor es atractivo el cual deja una sensación fresca y entretenida desde el primer bocado.

Tabla 36
Características del Producto

Producto	Gomitas a base de Vodka sabor a manzana
Nombre del producto:	Vodka Gummies
Ingredientes principales:	Gelatina sin sabor, agua, vodka sabor a manzana, y azúcar
Alcohol:	4% de alcohol
Presentación:	Funda de polietileno de 125 gramos
Envase:	Funda de polietileno cómoda, que muestra el nombre, características e información más relevante del producto

Nota. Elaboración del autor

7.1.12.1. Marca

La marca hace referencia a la representación gráfica que va a tener el producto elaborado, esto con el fin de facilitar su identificación por medio de colores llamativos y su nombre comercial.

Figura 1
Marca del Producto



Nota. Elaboración del autor

7.1.12.2. Slogan

Un slogan es una frase corta y atractiva que representa el producto que a su vez lo promociona, así captando la atención de los clientes.

Figura 2
Slogan del Producto

**“SABOR Y DIVERSIÓN
EN UNA MORDIDA”**

Nota. Elaboración del autor

7.1.12.3. Etiqueta

La etiqueta es una parte esencial que contiene toda la información del producto. En este caso, la etiqueta de la funda de gomitas consta del nombre, marca, ingredientes, instrucciones de uso, código de barras, fecha de elaboración y caducidad del producto.

7.1.12.4. Presentación del Producto

El producto de gomitas se presentará en envases de fundas de polietileno de 125 gramos, las cuales están adaptadas para mantener la frescura y calidad del producto. En este envase se colocará la etiqueta con toda la información y características del producto, conservándolo a temperatura ambiente y con una advertencia de consumo para mayores de edad.

Figura 3
Presentación del Producto



Nota. Elaboración del autor

7.1.13. Precio

Para determinar el precio del producto se tomó en cuenta varios aspectos claves como el precio de la competencia, la inversión del proyecto, el presupuesto de costos, la capacidad utilizada, el costo unitario y el margen de utilidad. Al analizar todos estos aspectos, con un porcentaje del se determinó un precio de venta para el primer año de \$1,00 dólar por funda de gomitas a base de Vodka sabor a manzana.

7.1.14. Plaza

La plaza se refiere a la ubicación en donde se ubicará la empresa para la producción y comercialización del producto de gomitas, además se tomó en cuenta que debe ser de fácil acceso para el ingreso de proveedores y distribuidores. Todo esto se realizó con el fin de minimizar costos y maximizar ganancias, además de ser una ventaja competitiva al momento de comercializar.

En base a los datos analizados en las encuestas y entrevistas, se realizará la venta de manera directa al público y también se utilizará la estrategia B2B, es decir se venderá el producto a otras empresas o negocios, especialmente a las tiendas que son los lugares de compra más frecuentados por los encuestado, y también a los micro mercados y supermercados dispuestos a vender nuestro producto.

Figura 4

Canal de distribución



Nota. Elaboración del autor

7.1.15. Promoción

La promoción del producto se refiere a las estrategias que se utilizarán para dar a conocer el producto al mercado actual, esto con la finalidad de atraer la atención de los clientes hacia el producto y venderlo en el acto.

En este caso, para promocionar las gomitas a base de vodka sabor a manzana se tendrá en cuenta dos tipos de promociones, esto basado en los resultados obtenidos de la encuesta.

- **Descuento en compras:** Se realizará descuentos por la compra al por mayor del producto, en este caso, por la compra de 24 fundas de gomitas, se realizará un descuento del 5% al precio final.
- **Degustaciones gratuitas en tiendas:** Se realizarán convenios con las bodegas o supermercados en las que se vendan las fundas de gomitas, esto con el fin de realizar degustaciones en los días más ajetreados, 1 vez a la semana, durante los primeros 3 meses. De tal manera, dar a conocer el producto a la población lojana.

7.1.16. Publicidad

La publicidad es de gran relevancia para informar sobre el producto a la población lojana. Se compone de actividades de paga que se realiza en diferentes medios con el fin de dar a conocer el producto y generar un mayor alcance.

En tal caso, de acuerdo a las encuestas aplicadas, se realizará la publicidad por los medios digitales, esto debido a su popularidad y facilidad de llegar a más personas.

- **Facebook:** Se realizará la creación de una cuenta y una página en Facebook para generar publicaciones acerca de la empresa y sus productos. Además, se realizarán publicidades pagadas 2 veces al mes, cada una con un costo de \$10,00 dólares; esto durante el primer año de vida útil del proyecto.
- **TikTok:** De igual manera se creará una cuenta comercial en esta página, en donde se realizarán publicaciones de videos acerca de la empresa y sus productos; y asimismo, se realizarán 2 publicaciones mensuales de \$10,00 dólares, está durante el primer año de vida útil del proyecto.

Cabe recalcar que, si estas estrategias de utilización de medios digitales tienen éxito, se lo seguirá utilizando permanentemente en la empresa.

7.2. Estudio Técnico

El estudio técnico se encarga de realizar los análisis correspondientes de acuerdo a los recursos internos y externos de la empresa, es decir, se toma en consideración la infraestructura,

la localización, la capacidad, los recursos (materiales, económicos, tecnológicos y mano de obra), y el proceso de producción de las gomitas a base de vodka sabor a manzana.

7.2.1. Tamaño y Localización

7.2.1.1. Tamaño

El tamaño se refiere a la cantidad de producción que tendrá la empresa durante un tiempo determinado. En este apartado se consideran aspectos esenciales del estudio de mercado, como es la demanda insatisfecha, para de esa manera determinar la capacidad a utilizar, y la participación en el mercado que tendrán las gomitas a base de vodka sabor a manzana.

7.2.1.1.1. Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el rendimiento máximo de producción que tiene la empresa en un tiempo determinado. En el caso de la producción de gomitas se toma en cuenta la maquinaria completa de producción de gomitas, que es capaz de producir 12.500 gramos de gomitas cada hora, dato el cual se calcula para un día de 24 horas y un año natural de 365 días respectivamente.

Tabla 37
Capacidad Instalada

Mini máquina de fabricación automática de dulces	Producción en gramos por hora	Día (24 horas)	Año (365 días)
1	12.500	300.000	109.500.000

Nota. Elaboración del autor

Análisis. La maquinaria que se utiliza cumple con todo el rol de la producción de las gomitas, la cual produce 12.500 gramos de gomitas por hora, en un día (24 horas) produce 300.000 gramos; y finalmente en un año (365 días) produce un total de 109.500.000 gramos. Todo esto es la capacidad de producción máxima con una utilización continua y sin parar de la maquinaria.

7.2.1.1.2. Capacidad Utilizada

La capacidad utilizada se refiere a la cantidad que la empresa cree adecuada para producir durante un período de tiempo determinado. Para la producción de gomitas, se utiliza una

maquinaria completa de producción que operara 4 horas diarias, durante 264 días laborales al año.

Tabla 38
Capacidad Utilizada

Mini máquina de fabricación automática de dulces	Producción en gramos por hora	Día (4 horas)	Año (264 días)
1	12.500	50.000	13.200.000

Nota. Datos obtenidos de la tabla 36.

Análisis. En este caso, de acuerdo al flujograma del proceso de producción, la maquinaria operará durante 4 horas diarias, en las que producirá un total de 50.000 gramos de gomitas; esto lo realizará en un total de 264 días al año, en lo cual produce 13.200.00 gramos de gomitas a base de vodka sabor a manzana.

7.2.1.1.3. Capacidad de reserva

La capacidad de reserva se refiere a la cantidad disponible de producción que tiene la empresa una vez se termina el proceso de producción, se utiliza normalmente cuando exista mayor demanda insatisfecha del producto, con el fin de cubrir esta necesidad.

Tabla 39
Capacidad de Reserva

Años	Capacidad Instalada	Capacidad utilizada	Capacidad de reserva
1	109.500.000	13.200.000	96.300.000
2	109.500.000	13.200.000	96.300.000
3	109.500.000	13.200.000	96.300.000
4	109.500.000	13.200.000	96.300.000
5	109.500.000	13.200.000	96.300.000

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 36 y la Tabla 37.

Análisis. Al comparar la capacidad instalada y la utilizada, se conoce que la capacidad de reserva para cada año de vida útil del proyecto es de 96.300.000 gramos anuales de gomitas a base de vodka sabor a manzana. Esta capacidad de reserva es de utilidad cuando el mercado experimente cambios y la empresa necesite cubrir una mayor demanda.

7.2.1.1.4. Participación en el mercado

Se refiere al porcentaje del mercado que la empresa cubrirá con la producción y comercialización de sus productos.

Tabla 40
Participación en el mercado

Años	Demanda Insatisfecha	Capacidad Utilizada	Participación en el mercado
1	300.456.259	13.200.000	4,39%
2	298.993.794	13.200.000	4,41%
3	294.959.102	13.200.000	4,48%
4	285.777.862	13.200.000	4,62%
5	266.568.295	13.200.000	4,95%

Nota. Datos obtenidos de la Tabla 34 y la Tabla 37

Análisis. En el caso de la nueva unidad productiva de gomitas a base de vodka sabor a manzana, comenzará el primer año cubriendo un 4,39% del mercado; y para el quinto año cubrirá un 4,95% del mercado. Cabe recalcar que estos porcentajes pueden variar dependiendo de la acogida, demanda y expansión de las gomitas a base de vodka sabor a manzana en el mercado.

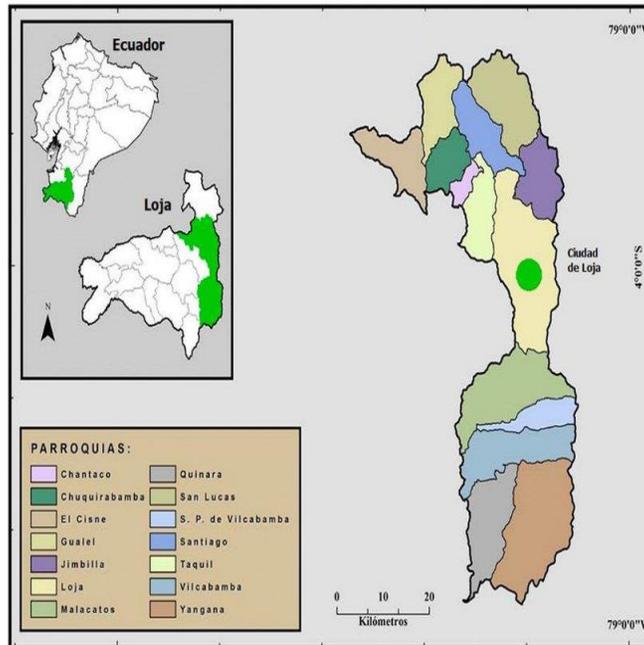
7.2.1.2. Localización

La localización de la nueva empresa productora y comercializadora de gomitas a base de vodka sabor a manzana es de gran importancia a considerar, ya que se deben considerar aspectos fundamentales como son los costos mínimos y la facilidad de acceso a los recursos necesarios para su funcionamiento.

7.2.1.2.1. Macro Localización

En base al estudio realizada, se toma en cuenta que la región más ventajosa para la localización de la empresa es en el País de Ecuador, en la región 7, Provincia de Loja, Cantón Loja, Ciudad de Loja; debido a que esta ciudad se encuentra cerca de todos los recursos necesarios para iniciar las operaciones respectivas de la empresa.

Figura 5
Macro Localización



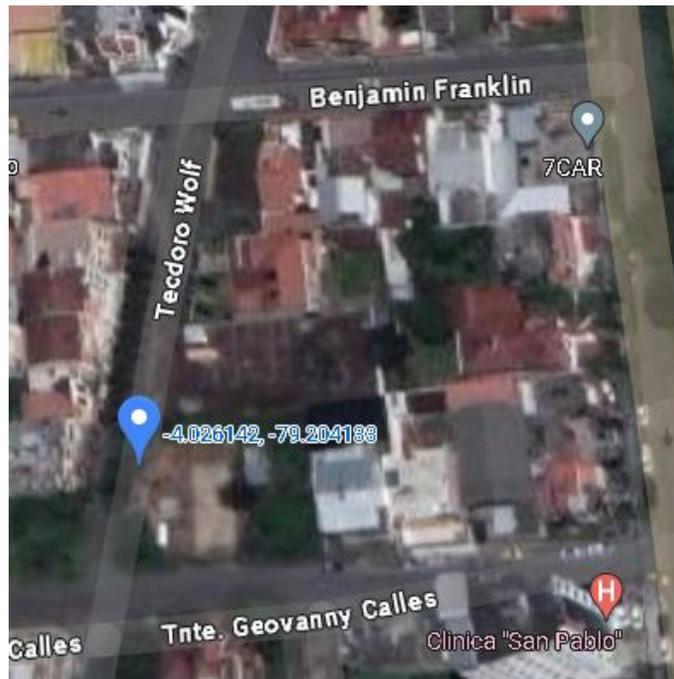
Nota. Elaboración del autor

7.2.1.2.2. *Micro Localización*

La micro localización es la ubicación específica en donde se colocará la nueva unidad productiva de la empresa para su funcionamiento. Se toma en cuenta aspectos como factores legales, costos, accesibilidad, disponibilidad de servicios básicos.

Es por ello que, la empresa se ubicará en la ciudad de Loja, en la calle Teodoro Wolf, entre la calle Benjamín Franklin y la calle Tnte. Geovanny Calles; donde se realizará el alquiler de un local a bajo costo con un espacio adecuado, además cuenta con todos los servicios básicos.

Figura 6
Micro Localización



Nota. Obtenido de Google Maps

7.2.1.2.3. Factores de Localización

Los factores de localización hacen referencia a los aspectos detallados que se toman en cuenta para ubicar correctamente la nueva empresa, y no existan problemas para su funcionamiento.

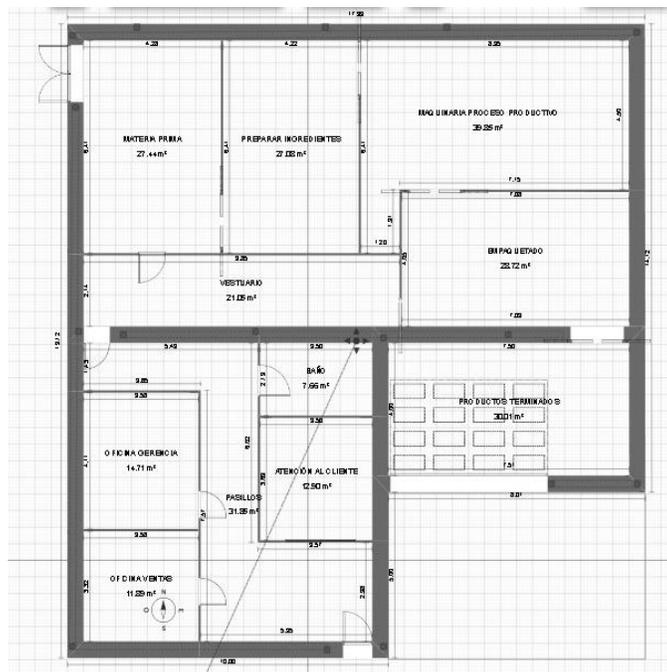
- **Medios de transporte:** Se dispone de los medios de transporte necesarios para trasladar la materia prima y los productos terminados.
- **Disponibilidad de mano de obra:** En la localidad de Loja existe un considerable movimiento migratorio de personas del medio rural, lo que garantiza la adecuada disponibilidad de trabajadores y profesionales especializados.
- **Cercanía de las fuentes de abastecimiento:** Los proveedores de materias primas operan en la localidad de Loja, cercanas a la ubicación deseada.
- **Sistema de Agua Potable:** El diseño incluye la planificación de conducción, almacenamiento, conexiones a sistemas de hidrantes y red de distribución.
- **Sistema de Alcantarillado:** Comprende el alcantarillado sanitario y el pluvial.

- **Sistema Energía Eléctrica:** La localización cuenta con una red de distribución principal y también de una red de alumbrado público.

7.2.2. Distribución de la Planta

La distribución de la planta se basa en el espacio físico que ocupara la empresa para realizar sus funciones operativas. En este caso, la empresa contará con un tamaño de 300 metros cuadrados, los cuales serán utilizados para todas las áreas.

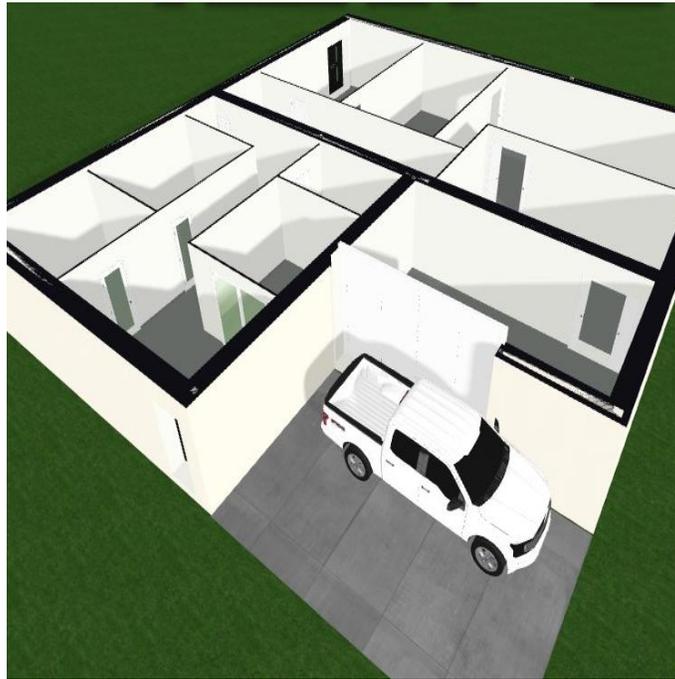
Figura 7
Diseño de la planta



Nota. Elaboración del autor

Figura 8

Diseño externo de la empresa



Nota. Elaboración del autor

7.2.2.1. Descripción de la Planta

- **Oficina Gerencia.** Es la oficina que ocupará el gerente y la secretaria de la empresa para desarrollar sus actividades correspondientes. El espacio será de 15 metros cuadrados.
- **Oficina Ventas.** Es la oficina en donde estará el encargado de las ventas y finanzas de la empresa. El espacio será de 12 metros cuadrados.
- **Atención al cliente.** Es el área en donde se recibirá y atenderá a los clientes con respecto a dudas, sugerencias, reclamos o pedidos a la empresa. Su espacio será de 12 metros cuadrados.
- **Baño.** Es el área de aseo personal para empleados o clientes. Su espacio será de 8 metros cuadrados.
- **Vestuario.** Es el área en donde los trabajadores del área de producción se cambiarán por su uniforme adecuado de trabajo; aquí se incluyen armarios para cada empleado. Su espacio será de 22 metros cuadrados.

- **Recepción de materia prima.** Es el área en donde se recibirá y almacenará la materia prima por parte de los proveedores. Su espacio será de 30 metros cuadrados.
- **Preparación de ingredientes.** Es el área en donde se preparará los ingredientes necesarios para iniciar la fase de producción. Su espacio será de 30 metros cuadrados.
- **Área de producción.** Es el área en donde estará la maquinaria necesaria para iniciar las actividades productivas. Su espacio será de 45 metros cuadrados.
- **Área de empaquetado.** Es el área en donde se ubicará la maquinaria para empaquetar y sellar el producto terminado. Su espacio será de 32 metros cuadrados.
- **Almacén.** Es el área en donde se guardará todos los productos terminados y listos para su venta o distribución. Su espacio será de 32 metros cuadrados.
- **Garaje/Parquadero.** Es el área en donde se ubicará el vehículo que se encarga de distribuir los productos terminados a sus socios comerciales. Su espacio será de 30 metros cuadrados.

7.2.3. Ingeniería del Proyecto

La ingeniería del proyecto se compone de todos los recursos que se necesitan para el correcto funcionamiento de las actividades de producción y comercialización de gomitas a base de vodka sabor a manzana.

7.2.3.1. Equipos y materiales de producción

Son todos aquellos equipos y materiales indispensables para la producción de las gomitas a base de vodka, los cuales deben cumplir con los estándares de calidad y cantidad de acuerdo a la demanda insatisfecha para una producción eficaz. Es por ello que se describen los siguientes equipos y materiales:

Tabla 41
Equipos y materiales

Equipos y materiales	Descripción
	<p>Mini máquina de fabricación automática de dulces de goma</p> <p>Es una máquina que realiza todo el proceso de producción de las gomitas, la cual produce un total de 12.500 gramos de gomitas por cada hora. Tiene una garantía de 3 años.</p>

Equipos y materiales	Descripción
	<p align="center">Máquinas de embalaje de multifunción automática</p> <p>Se dedica a empacar y sellar las fundas de polietileno de las gomitas, teniendo una capacidad de 150 fundas por hora.</p>
	<p align="center">Balanza Electrónica</p> <p>Se encarga de tomar el peso exacto de materiales a utilizar en el proceso de producción, para tener una producción eficaz.</p>
	<p align="center">Mesa de Acero Inoxidable</p> <p>Son utilizadas para el control de calidad de los ingredientes y su preparación.</p>
	<p align="center">Notebook Dell</p> <p>Es utilizada para todos los procesos informáticos y electrónicos en el área de administración.</p>
	<p align="center">Impresora</p> <p>Es utilizada para la impresión de documentos que sean necesarios en la empresa.</p>
	<p align="center">Cámaras de seguridad</p> <p>Son utilizadas para la vigilancia y seguridad tanto interna como externa de la empresa, con el fin de reducir posibles problemas o agravios en contra de la empresa, sus empleados o clientes.</p>

Nota. Elaboración del autor

7.2.4. Descripción del Proceso de Producción

Para la producción de las gomitas, se toma en cuenta los siguientes procesos que continuación se describen.

- **Recepción de materia prima (30 minutos):**

Se recibe la materia prima necesaria para la producción, realizando la correcta comprobación de ingredientes frescos y sin equivocación en la orden de pedido y entrega.

- **Preparación de Ingredientes (30 minutos):**

En primer lugar, se realiza la preparación de los ingredientes, midiendo las cantidades necesarias para la producción diaria de gomitas. En este caso se preparan los ingredientes de gelatina sin sabor, vodka sabor a manzana y los gramos de azúcar.

- **Mezcla y Calentamiento (60 minutos):**

La producción de gomitas se realiza en una sola máquina que se encarga de todo el proceso de producción. Esta máquina primero realiza la mezcla y calentamiento de los ingredientes antes mencionados hasta obtener una mezcla homogénea.

- **Cocción Controlada (45 minutos):**

Seguidamente realiza la cocción a temperaturas poco calientes con el fin de disolver completamente la gelatina y fusionar los sabores de manera equilibrada.

- **Moldeado de las Gomitas (45 minutos):**

Y por consiguiente la mezcla obtenida se coloca en moldes con las formas de las gomitas asegurando una distribución uniforme de la mezcla, y así obteniendo unidades consistentes.

- **Enfriamiento y Solidificación (60 minutos):**

Se realiza el correcto enfriamiento de las gomitas, para que así se solidifiquen y no presenten fallos como desintegrarse al momento de desmoldar.

- **Desmoldado (30 minutos):**

Las gomitas se desmoldan de manera lenta para así no tengan ningún daño en su presentación.

- **Empaquetado y Sellado (120 minutos):**

Se trasladan las gomitas a la maquina encargada del empaquetado y sellado de fundas de polietileno de 125 gramos. Esto se realiza en un ambiente fresco y sin humedad.

- **Almacenamiento y Distribución (60 minutos):**

Se trasladan las fundas de gomitas al almacén, y se las empaca en cartones para su correcta distribución a los socios comerciales, y siga así su correspondiente venta.

7.2.4.1. Flujograma de procesos

El flujograma de procesos detalla gráficamente todas las actividades con sus respectivos tiempos y simbología correspondiente al momento del proceso productivo.

Tabla 42

Simbología del flujograma de procesos

Símbolos	Significado
	Inspección
	Operación
	Operación Demorada
	Espera
	Transporte
	Almacenamiento

Nota. Elaboración del autor

Tabla 43
Flujograma de procesos

Fases	Proceso Productivo	Inspección	Operación	Operación Demora	Espera	Transporte	Almacenamiento	Tiempo minutos
								
1	Recepción de materia prima		X					30
2	Preparación de Ingredientes	X	X					30
3	Mezcla y Calentamiento			X				60
4	Cocción Controlada		X					45
5	Moldeado de las Gomas			X				45
6	Enfriamiento y Solidificación				X			60
7	Desmoldado			X				30
8	Empaquetado y sellado			X				120
9	Almacenamiento						X	60
Total, en horas								480

Nota. Elaboración del autor

En base al flujograma de procesos se describe cada una de las actividades que se realiza en el proceso de producción, esto con su respectivo tiempo. En ello se producen 400 fundas diarias de gomitas a base de vodka sabor a manzana.

7.2.5. Requerimiento del Personal

7.2.5.1. Mano de Obra

Se refiere a todos los trabajadores que participan directa o indirectamente en el proceso de producción de las gomitas a base de vodka sabor a manzana, en tal caso los empleados deben estar capacitadas en el manejo de la materia prima y la maquinaria utilizada, además deben ser responsables y dedicados al trabajo. Se contará con 2 obreros y con un jefe de producción que supervise todos los procesos productivos.

Tabla 44*Mano de Obra*

Cantidad	Detalle	Descripción
2	Obreros	Mano de Obra Directa
1	Jefe de Producción	Mano de Obra Indirecta

Nota. Elaboración del autor**7.2.5.2. Personal Administrativo**

Es todo el personal que trabaja en las áreas de administración, finanzas y ventas, los cuales se encargan de cumplir con los objetivos establecidos, mediante la toma de decisiones, redacción de documentos, cuentas de finanzas, planes de ventas, marketing, y temas legales.

Tabla 45*Personal Administrativo*

Cantidad	Detalle	Descripción
1	Gerente	Nivel Ejecutivo
1	Asesor Jurídico	Nivel Asesor
1	Secretaria	Nivel de Apoyo
1	Jefe de Finanzas	Nivel Operativo
1	Jefe de Ventas	Nivel Operativo

Nota. Elaboración del Autor**7.3. Estudio Legal****7.3.1. Forma Jurídica de Constitución**

De acuerdo a la naturaleza de la empresa, se la necesita inscribir en la Superintendencia de Compañías, en donde antes de dar inicio a sus actividades, se debe revisar la legislación tributaria y contar con todos los permisos de funcionamientos que requiere este tipo de empresa según la ley del país, esto con el fin de evitar cualquier tipo de inconveniente o problema para el futuro de la empresa.

7.3.2. Tipo Legal de la Empresa

De acuerdo a la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación y la Ley de Compañías, la empresa se conformará como Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada (EURL), o para abreviar empresa unipersonal; en donde una sola persona se hace cargo de todas las obligaciones, responsabilidades, beneficios y riesgos que conlleva este tipo de empresa.

7.3.3. Requerimientos Para la Constitución

Para constituir una empresa de carácter unipersonal, se tienen que cumplir con los siguientes requisitos:

- Ser una persona mayor de edad.
- Denominación de la razón social o nombre de la empresa, el cual debe ser único y que no esté registrado en la Superintendencia de Compañías o en los Catastros del Servicio de Rentas Internas.
- Obtener el Registro Único del Contribuyente (RUC) para fines de tramites fiscales y tributarios.
- Definir el tipo de actividad económica que tendrá la empresa de acuerdo al Código Único de Actividades Económicas (CIU).
- Obtener el permiso de funcionamiento que otorga el municipio de la ciudad donde se conformará la empresa.
- El propietario aportará con el monto capital inicial que tendrá la empresa, el cual debe ser avalado por un Banco que otorgará un certificado que demuestra el capital de la empresa.

7.3.4. Requerimientos Para su Funcionamiento

Para que una empresa inicie con sus respectivas actividades, en primer lugar, debe cumplir con los requisitos obligatorios de funcionamiento de acuerdo al documento de la Tasa de Habilitación y Control de Actividades Económicas emitida por el municipio local.

7.3.4.1.Registro RUC

Es obligatorio para toda persona tanto natural como jurídica que tenga que cumplir con sus responsabilidades y obligaciones tributarias al momento de ejercer alguna actividad económica en el país. Se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI) en donde debe cumplir ciertos requisitos.

7.3.4.2.Requisitos para abrir por primera vez el RUC como persona natural

- Tener tu cedula de identidad y certificado de votación junto a su respectiva copia.

- Copia de la planilla de un servicio básico (agua, luz, teléfono).
- Actividad económica que va a realizar.

7.3.4.3. Patente Municipal.

Es el permiso que otorga el municipio a cualquier persona natural o jurídica que lleve a cabo alguna actividad económica de cualquier índole. El trámite se lo realiza en el municipio, y se debe cumplir con los siguientes requisitos.

- Formulario de declaración de inicio de Actividad Económica.
- Cedula de identidad y certificado de votación.
- Copia del RUC.
- En caso de haber adquirido algún préstamo para iniciar la actividad económica, una copia de la tabla de amortización.
- En caso de transporte, copia de la matrícula del vehículo.
- En caso de arrendar un local, copia del contrato de arrendatario.
- Certificado de no adeudar al municipio.
- Copia del Permiso de Funcionamiento de Bomberos.
- Pago de impuestos de patentes y servicios administrativos.

7.3.4.4. Permiso de Funcionamiento de Bomberos.

Este permiso es necesario para mantener la seguridad del negocio, siendo así que de acuerdo a la actividad económica que se realiza, se otorga la Licencia Única de Actividad Económica, en este caso para la producción de gomitas a base de vodka sabor a manzana se requiere licencia de clase B, para lo cual se realiza una inspección del área física de la empresa, en donde se genera un informe positiva acerca de poder empezar las actividades, y por ende debes cumplir con ciertos requisitos para obtener la licencia.

- Copia del RUC.
- Copia de la Patente Municipal.
- Pago de la tasa de Bomberos.
- Rellenar la solicitud para obtener el permiso de funcionamiento.
- Copia del informe de la inspección.

- Tener instrumentos de seguridad funcionales, extintores y alarma de incendios.

7.3.4.5. Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud.

Este permiso es concedido a todos los negocios de producción y comercialización de alimentos, con el fin de salvaguardar la salud de los consumidores. Para obtener este permiso se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Rellenar un formulario de solicitud.
- Redactar una declaración jurada.
- Presentar la cedula de identidad y el certificado de votación junto a su respectiva copia.
- Comprobante de pago de planillas de servicios básicos.
- Copia del RUC.
- Copia del Permiso de Funcionamiento de Bomberos.
- Presentar la cartera de productos y servicios de la empresa.

7.4. Estudio Administrativo

7.4.1. Filosofía Empresarial.

7.4.1.1. Misión de la empresa

Ser una empresa dedicada a la producción y comercialización de gomitas a base de vodka sabor manzana, ofreciendo nuevas experiencias y sabores en cada bocado. Comprometidos con ofrecer un producto de calidad junto a una excelente atención al cliente.

7.4.1.2. Visión de la empresa

Posicionar la empresa mediante la producción y comercialización de productos que conlleven nuevas experiencias a los clientes o consumidores. Para el año 2028 ser reconocidos a nivel provincial como una empresa que ofrece innovación y creatividad en cada producto, satisfaciendo las diferentes necesidades de los clientes y demostrando un alto perfil profesional mediante la atención al cliente y los socios comerciales.

7.4.1.3. Valores de la empresa

Transparencia. La empresa y su personal ejecutarán todas sus actividades con transparencia, desde la adquisición de los ingredientes hasta la elaboración del producto, brindando a los clientes seguridad y confianza.

Responsabilidad. La empresa se compromete a ser responsable acerca del impacto que genera en la comunidad y el medio ambiente, controlando la gestión de recursos y desperdicios que se generan en el proceso productivo.

Compromiso. La empresa garantiza la utilización de ingredientes de calidad, y el manejo de maquinaria especializada para la elaboración de sus productos. Además, se compromete a generar promover la economía y participar en causas benéficas que aporten al desarrollo de las comunidades.

Ética. La empresa garantiza implementar la ética en todos sus niveles jerárquicos, con el fin de crear y mantener un entorno laboral saludable y una comunicación eficaz.

Trabajo en Equipo. Motivar a todo el personal de la empresa, garantizando un excelente entorno laboral y realizando actividades que promuevan el trabajo en equipo.

7.4.1.4. Políticas de la empresa.

- ✓ El horario de entrada es de 08H00 am hasta las 17H00 pm. Con un respectivo descanso de una hora desde las 12H00 hasta las 13H00.
- ✓ Los empleados del área de producción tendrán que cumplir con un uniforme establecido durante sus jornadas laborales.
- ✓ Se realizarán capacitaciones semestralmente acerca de las deficiencias que se observen en ese tiempo.
- ✓ Se garantiza la seguridad de todo el personal de la empresa, otorgando equipos de protección y herramientas de seguridad.
- ✓ Garantizar la calidad de los ingredientes mediante un cumplimiento estricto de control de calidad.

7.4.2. Estructura Organizacional

La estructura organizacional de una empresa indica los diferentes puestos, funciones y responsabilidades que tiene cada empleado, para ello se hace uso de organigramas y manuales de funciones.

7.4.2.1. Niveles Jerárquicos

Los niveles jerárquicos se establecen de acuerdo al tipo de empresa que se está conformando en base al estudio legal, esto con el fin de conocer los diferentes niveles de autoridad que se tendrá dentro de la empresa.

Nivel Legislativo. Es la máxima autoridad en la empresa, este rol se abarca dependiendo del tipo de empresa conformada, en la mayoría de los casos es la Junta de Socios.

Nivel Ejecutivo. A partir de este nivel se conforma la empresa unipersonal que abarca este proyecto, en donde el puesto será representado por el gerente de la empresa.

Nivel Asesor. Se encarga de manejar y asesorar en todos los asuntos legales de la empresa, el puesto a cargo es el de asesor jurídico.

Nivel Auxiliar. En este nivel se tiene empleado a una secretaria que ayude en el manejo de información y apoyo en todas las áreas de la empresa.

Nivel Operativo. Este nivel se conforma por todas las áreas que operan en la empresa. Los roles que se cumplen son empleados del área de producción, finanzas y ventas.

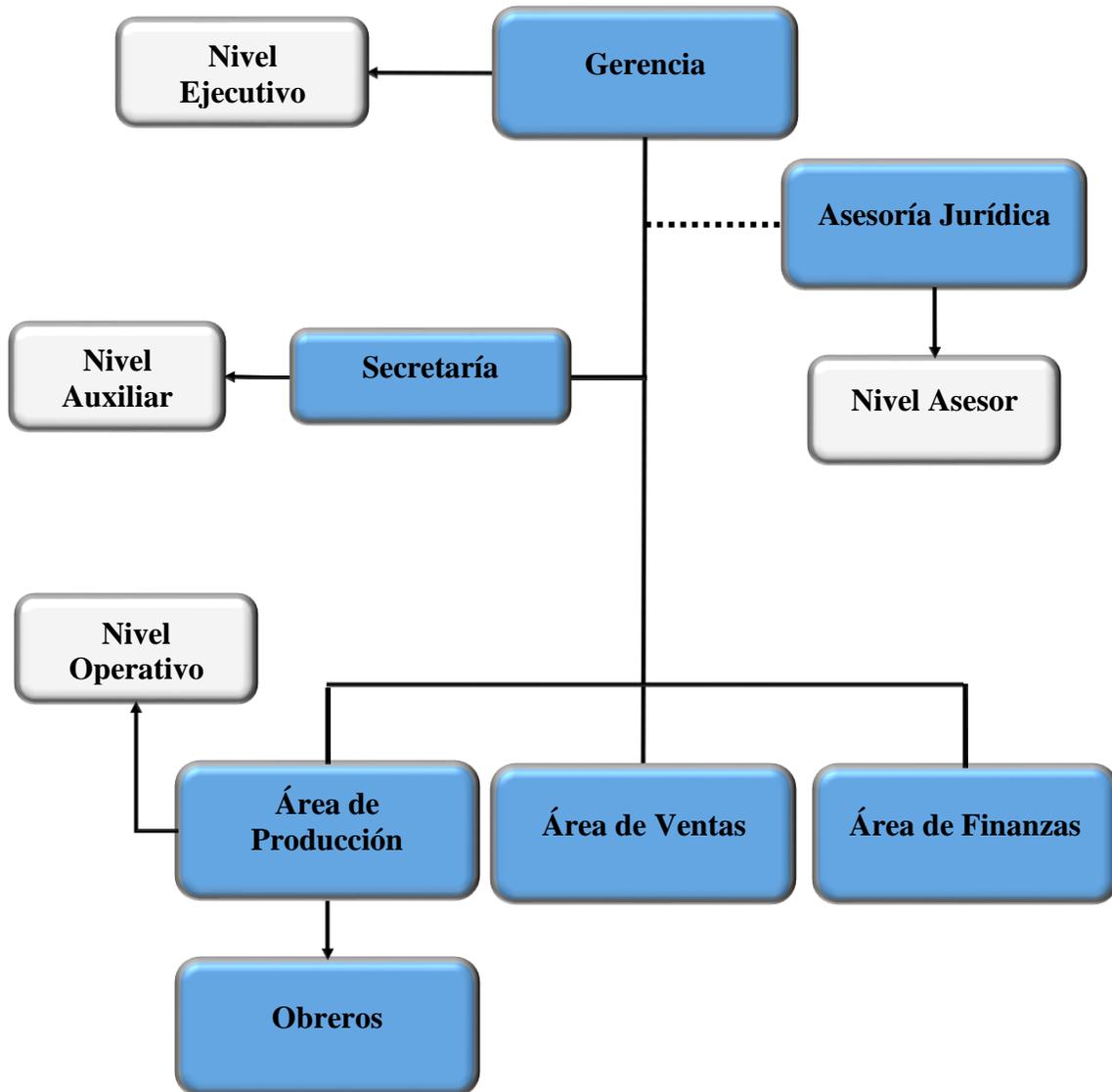
7.4.3. Organigrama

Los organigramas son representaciones gráficas de la estructura organizativa y los niveles jerárquicos que debe tener la empresa.

7.4.3.1. Organigrama Estructural

Este tipo de organigrama describe la estructura de la empresa, partiendo de una línea de autoridad. Se indican todos los puestos de la empresa con su respectivo nivel jerárquico.

Figura 9
Organigrama Estructural

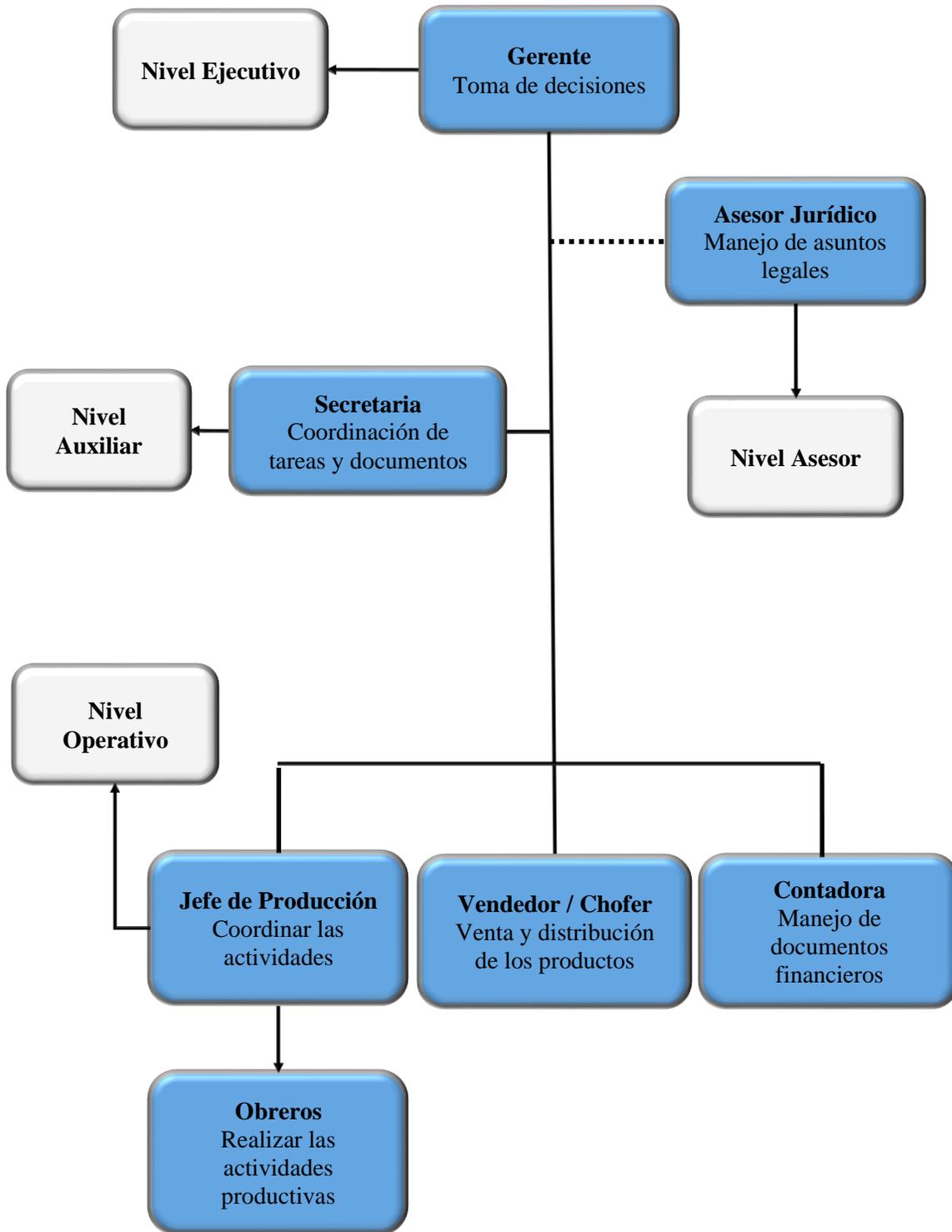


Nota. Elaboración del Autor

7.4.3.2. Organigrama Funcional

El organigrama funcional es la representación gráfica de cada puesto de la empresa con las respectivas funciones que cumple cada uno.

Figura 10
Organigrama Funcional

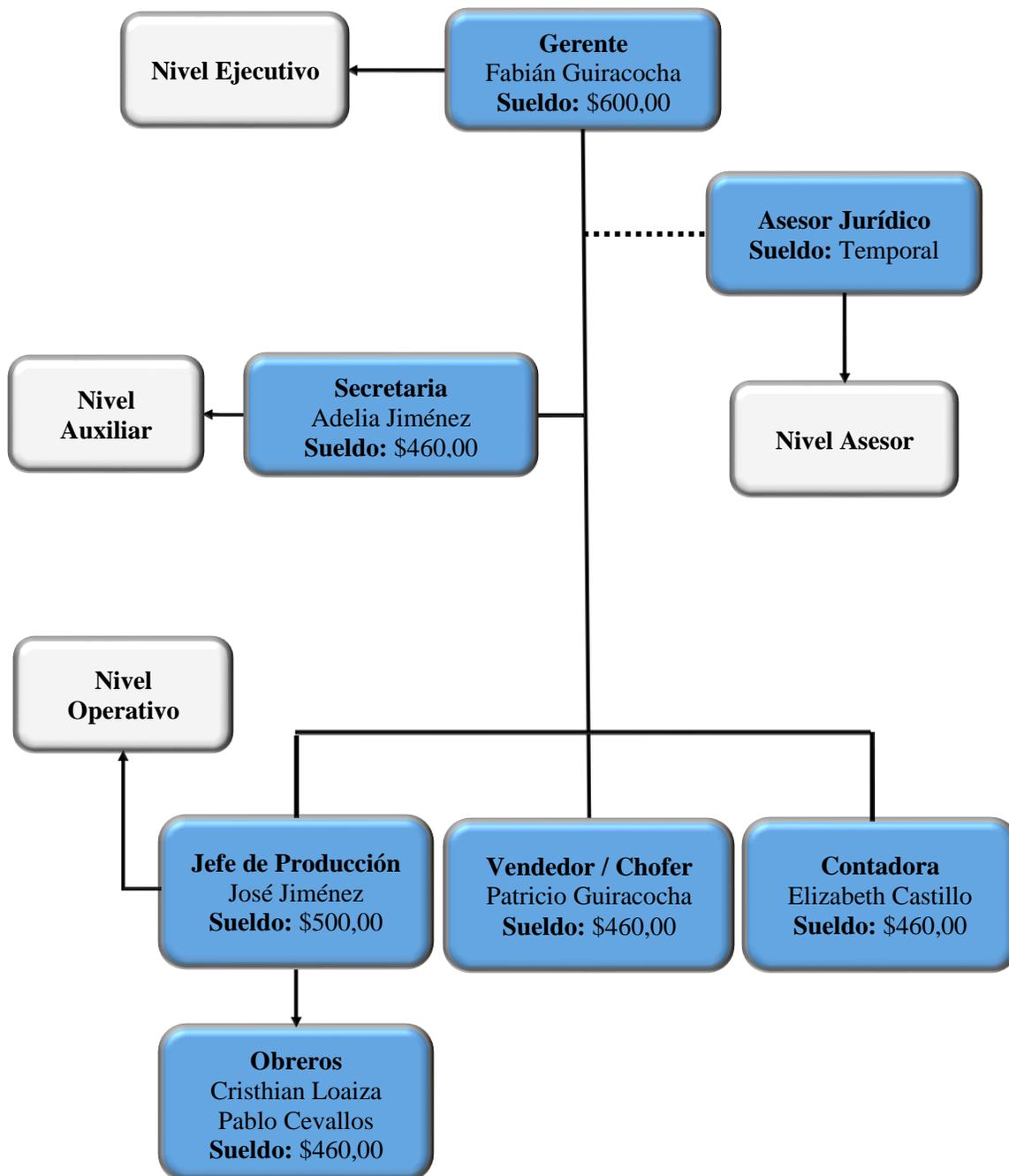


Nota. Elaboración del autor

7.4.3.3. Organigrama Posicional

En este organigrama se describe cada puesto de la empresa con el nombre del encargado y el sueldo que recibe al estar en esa posición.

Figura 11
Organigrama Posicional



Nota. Elaboración del autor

7.4.4. Manual de Funciones

Los manuales de funciones detallan toda la información esencial sobre los puestos de trabajo, junto a sus respectivas funciones y requisitos a cumplir, necesarios para el desarrollo correcto de las actividades.

7.4.5. Descripción de Puestos y Funciones

Tabla 46

Manual de Funciones del Gerente

Manual de Funciones del Gerente	
Código:	001
Nivel jerárquico:	Nivel Ejecutivo
Área del puesto:	Gerencia
Nombre del puesto:	Gerente
Jefe Inmediato:	Ninguno
Subalternos:	Todo el personal
Objetivo Principal del puesto:	
Liderar y coordinar todas las actividades que se realizan en cada área de la empresa. Garantizar el cumplimiento de los objetivos planteados por la empresa y realizar la toma de decisiones correctas.	
Funciones especiales del puesto:	
<ul style="list-style-type: none">✓ Supervisar las actividades diarias que se realizan en cada área de la empresa.✓ Aplicación correcta de las políticas y objetivos empresariales.✓ Formulación de estrategias a corto y largo plazo para mejorar la efectividad en la empresa.✓ Identificar las oportunidades y amenazas a la empresa.✓ Plantear y aplicar soluciones a problemas que afecten a la empresa.✓ Liderar y motivar al personal para mejorar la eficiencia en las operaciones.✓ Garantizar un entorno laboral positivo y una comunicación eficaz entre el personal.✓ Se encarga de la selección, capacitación y contratación de personal.✓ Participa en la redacción de documentos financieros y da la aprobación en todos ellos.✓ Participa en la elaboración de estrategias de marketing para publicitar los productos.✓ Recopila y analiza información necesaria para la toma de decisiones.	
Requisitos mínimos del puesto:	
<ul style="list-style-type: none">✓ Título universitario en alguna carrera administrativa.✓ Experiencia de mínimo 1 año en algún puesto parecido.✓ Habilidades de liderazgo, toma de decisiones, comunicación y resolución de problemas.✓ Trabajar bajo presión.✓ Ética empresarial.✓ Conocimientos técnicos en diversas áreas de la empresa.	

Nota. Elaboración del autor

Tabla 47*Manual de Funciones del Asesor Jurídico*

Manual de Funciones del Asesor Jurídico	
Código:	002
Nivel jerárquico:	Nivel Asesor
Área del puesto:	Asesoría Jurídico
Nombre del puesto:	Asesor Jurídico
Jefe Inmediato:	Gerente
Subalternos:	Ninguno
Objetivo Principal del puesto:	
Manejar todos los documentos legales de la empresa y resolución de problemas en relación a las leyes para el correcto funcionamiento de las actividades ejecutadas por cada área de la empresa.	
Funciones especiales del puesto:	
<ul style="list-style-type: none">✓ Proporciona asesoramiento legal de las operaciones realizadas✓ Se encarga de la redacción de documentos legales como contratos, acuerdos, operaciones comerciales, y problemas legales.✓ Mantenerse informado acerca de los cambios de las leyes en el Ecuador que afecten directa o indirectamente a la empresa.✓ Resolución de medidas legales en caso de problemas.✓ Desarrollo de leyes y políticas dentro de la empresa de acuerdo a las leyes del país.✓ Proporciona capacitaciones o charlas al personal de la empresa acerca de leyes de conocimiento general que afecten a sus puestos y funciones de trabajo.✓ Asesoramiento legal y colaboración con el gerente acerca de asuntos o problemas legales.	
Requisitos mínimos del puesto:	
<ul style="list-style-type: none">✓ Título universitario en derecho.✓ Licencia para ejercer como abogado.✓ Experiencia laboral mínima de 3 años relacionada a la actividad económica de la empresa.✓ Experiencia práctica en casos legales.✓ Conocimientos técnicos en legislación comercial y alimentaria.✓ Habilidad de análisis de documentos legales.✓ Habilidad de resolución de problemas.✓ Capacidad de trabajar bajo presión.✓ Habilidades de comunicación.✓ Capacidad de enseñanza.✓ Ética empresarial.	

Nota. Elaboración del autor

Tabla 48*Manual de Funciones de la Secretaria*

Manual de Funciones de la Secretaria	
Código:	003
Nivel jerárquico:	Nivel Auxiliar
Área del puesto:	Secretaría
Nombre del puesto:	Secretaria
Jefe Inmediato:	Gerente
Subalternos:	Ninguno
Objetivo Principal del puesto: Manejo y administración de documentos generales de la empresa, coordinando tareas y facilitando la comunicación interna y externa.	
Funciones especiales del puesto: <ul style="list-style-type: none">✓ Organización de los horarios de cada tarea que debe cumplir su superior inmediato de manera eficiente.✓ Recordatorio de citas y fechas importantes.✓ Organización de documentos e informes desde los más básicos hasta los más relevantes.✓ Manejo de correspondencia tanto física como digital.✓ Coordinación de la comunicación interna y externa de la empresa.✓ Recepción y atención al cliente y socios comerciales.✓ Preparación y elaboración de documentos e informes.✓ Revisión de documentos de todas las áreas de la empresa.✓ Dentro de su capacidad, proporcionar ayuda en problemas u obstáculos que se presenta en las áreas de la empresa.	
Requisitos mínimos del puesto: <ul style="list-style-type: none">✓ Diploma de bachiller.✓ Experiencia mínima de 1 año en puestos relacionados.✓ Conocimientos de programas básicos de oficina.✓ Habilidades de recopilación y organización de documentos e información.✓ Habilidades de comunicación y atención al cliente.✓ Capacidad de trabajar bajo presión.✓ Capacidad de aprendizaje y adaptación✓ Ética empresarial.✓ Actitud positiva y orientada a la resolución de problemas.	

Nota. Elaboración del autor

Tabla 49*Manual de Funciones del Jefe de Producción*

Manual de Funciones del Jefe de Producción	
Código:	004
Nivel jerárquico:	Nivel Operativo
Área del puesto:	Área de Producción
Nombre del puesto:	Jefe de Producción
Jefe Inmediato:	Gerente
Subalternos:	Obreros

Objetivo Principal del puesto:

Lidera y supervisa todas las actividades y operaciones productivas relacionadas a su área, garantizando la seguridad de sus subalternos, verificando la calidad y eficiencia en el cumplimiento de los estándares para la elaboración de los productos.

Funciones especiales del puesto:

- ✓ Planificaciones de informes que detallan los procesos productivos, y supervisando su correcto cumplimiento.
 - ✓ Revisión de ingredientes, calidad y cantidad.
 - ✓ Redacción de informe de solicitud de ingredientes.
 - ✓ Liderar los subalternos para un trabajo eficaz.
 - ✓ Optimización de los recursos en el área de producción.
 - ✓ Realización del control de calidad de los ingredientes.
 - ✓ Identificar oportunidades de mejora en el proceso de producción.
 - ✓ Redacción de informes diarios detallando mejoras o problemas.
 - ✓ Verificación de mantenimiento de la maquinaria.
 - ✓ Garantizar la seguridad del área de producción.
-

Requisitos mínimos del puesto:

- ✓ Título universitario relacionado a la actividad económica del área de producción, especialmente ingenierías.
 - ✓ Experiencia mínima de 1 año relacionado al puesto.
 - ✓ Conocimientos en manejo de maquinaria.
 - ✓ Habilidades de liderazgo, comunicación y resolución de problemas.
 - ✓ Habilidad en mejora de procesos.
 - ✓ Conocimientos del proceso productivo y control de calidad.
 - ✓ Capacidad de trabajar bajo presión.
 - ✓ Capacidad de aprendizaje y adaptación.
 - ✓ Ética empresarial
-

Nota. Elaboración del autor

Tabla 50*Manual de Funciones de los Obreros*

Manual de Funciones de los Obreros	
Código:	005
Nivel jerárquico:	Nivel Operativo
Área del puesto:	Área de Producción
Nombre del puesto:	Obreros
Jefe Inmediato:	Jefe de Producción
Subalternos:	Ninguno
Objetivo Principal del puesto: Participación directa en el área de producción, siguiendo los lineamientos correctos de los procesos productivos, asegurando la calidad y eficiencia en la elaboración del producto.	
Funciones especiales del puesto: <ul style="list-style-type: none">✓ Manejo de maquinaria y equipos de producción.✓ Recepción de los ingredientes.✓ Almacenamiento de los ingredientes.✓ Preparación correcta de los ingredientes a utilizar en el proceso productivo.✓ Preparación correcta de la maquinaria.✓ Supervisión de los tiempos adecuados al operar la maquinaria.✓ Reportar cualquier problema o anomalía que suceda en el proceso de producción a su jefe inmediato.✓ Realización de la movilización del producto terminado al almacén.✓ Embalaje correcto del producto terminado.✓ Realización de informe verbales o escritos al jefe inmediato acerca de las cantidades de producción diaria.✓ Realización de limpieza en el área de producción.✓ Seguir las políticas y leyes establecidas por la empresa.	
Requisitos mínimos del puesto: <ul style="list-style-type: none">✓ Diploma de bachillerato.✓ Edad menor a 35 años.✓ Experiencia en el manejo de maquinaria.✓ Habilidades de aprendizaje y adaptación.✓ Habilidades de comunicación y resolución de problemas.✓ Capacidad de trabajar bajo presión.✓ Buena condición física.✓ Ética empresarial.	

Nota. Elaboración del autor

Tabla 51*Manual de Funciones del Vendedor/Chofer*

Manual de Funciones del Vendedor/Chofer	
Código:	006
Nivel jerárquico:	Nivel Operativo
Área del puesto:	Área de Vendedor
Nombre del puesto:	Vendedor/Chofer
Jefe Inmediato:	Gerente
Subalternos:	Ninguno

Objetivo Principal del puesto:

Se encarga de la venta de los productos tanto a los socios comerciales como a clientes, gestiona la distribución de los productos y asegura la satisfacción de los clientes.

Funciones especiales del puesto:

- ✓ Preparación de los productos terminados para su venta.
- ✓ Transporte y entrega de los productos terminados.
- ✓ Mantener una actitud positiva al momento de entregar los productos.
- ✓ Atención de consultas básicos de los clientes.
- ✓ Recepción de pedidos programados.
- ✓ Identificación de nuevos canales de distribución y socios comerciales.
- ✓ Gestión de los productos terminados.
- ✓ Formulación de propuestas de promociones y publicidades al jefe inmediato.
- ✓ Manejo de las redes sociales como medios publicitarios.
- ✓ Registrar detalladamente todas las entregas relacionadas tanto a socios comerciales como a clientes.
- ✓ Proponer ideas o soluciones para abarcar una mayor área de venta.
- ✓ Informar acerca de problemas al jefe inmediato.

Requisitos mínimos del puesto:

- ✓ Diploma de bachillerato.
- ✓ Experiencia como vendedor.
- ✓ Licencia de conducir.
- ✓ Habilidades de comunicación y resolución de problemas.
- ✓ Habilidades de perseverancia y convencimiento.
- ✓ Habilidades de atención al cliente.
- ✓ Capacidad de aprendizaje y adaptación.
- ✓ Capacidad de trabajar bajo presión.
- ✓ Capacidad de trabajar de manera autónoma.
- ✓ Buena condición física.
- ✓ Ética empresarial

Nota. Elaboración del autor

Tabla 52*Manual de Funciones de la Contadora*

Manual de Funciones de la Contadora	
Código:	007
Nivel jerárquico:	Nivel Operativo
Área del puesto:	Área de Finanzas
Nombre del puesto:	Contadora
Jefe Inmediato:	Gerente
Subalternos:	Ninguno

Objetivo Principal del puesto:

Revisión y elaboración de documentos y estados financieros de la empresa, garantizando la integridad y transparencia en los mismos; además sugerir consejos que ayuden en la toma de decisiones que afecten las finanzas de la empresa.

Funciones especiales del puesto:

- ✓ Registrar todos los movimientos financieros que se generan en la empresa diaria, semanal, mensual y anualmente.
- ✓ Actualización de los estados financieros de manera constante.
- ✓ Revisión de los documentos financieros.
- ✓ Encontrar soluciones para la reducción de gastos innecesarios en las actividades empresariales.
- ✓ Realización de análisis financieros que apoyen la toma de decisiones.
- ✓ Asegura el cumplimiento de las responsabilidades y obligaciones fiscales de la empresa.
- ✓ Preparación de declaración de impuestos.
- ✓ Tener conocimiento de leyes fiscales que afecten a la empresa.
- ✓ Colaborar en la elaboración de los presupuestos de la empresa.
- ✓ Identificar disminución de gastos en la búsqueda de diferentes proveedores con precios más accesibles.
- ✓ Identificar y abordar posibles riesgos financieros.

Requisitos mínimos del puesto:

- ✓ Título universitario en contabilidad o finanzas.
- ✓ Experiencia mínima de 3 años.
- ✓ Habilidades de comunicación y resolución de problemas.
- ✓ Conocimientos legales básicos.
- ✓ Conocimientos de programas básicos de oficina.
- ✓ Capacidad de trabajar bajo presión.
- ✓ Capacidad de trabajar en equipo.
- ✓ Ética empresarial.

Nota. Elaboración del autor

7.5. Estudio Financiero

7.5.1. Inversiones y Financiamiento

7.5.1.1. Inversiones

Las inversiones hacen referencia a todas las erogaciones que la empresa tiene en la fase preoperativa y operativa del proyecto. Se realizan inversiones indispensables para el funcionamiento de la empresa, como en los activos fijos, activos diferendos y activos circulantes o capital de trabajo.

7.5.1.1.1. Inversiones en Activos Fijos

La inversión en activos fijos abarca todos los bienes tangibles que la empresa necesita adquirir para el inicio de sus actividades administrativas y operativas. Entre los bienes tenemos:

Maquinaria y Equipo: Son aquellos bienes que se utilizan directamente para la producción de gomitas a base de vodka sabor a manzana en el área de producción de la empresa.

Tabla 53
Maquinaria y Equipo

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Mini máquina de fabricación automática de dulces de goma	1	3.999,00	3.999,00
Máquinas de embalaje de multifunción automática	1	2.300,00	2.300,00
TOTAL			6.299,00

Nota. Información obtenida de la Tabla 40.

Herramientas: Son todos los instrumentos necesarios que intervienen y facilitan la ejecución del proceso productivo.

Tabla 54 *Herramientas*

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Balanza Electrónica	2	235,00	470,00
TOTAL			470,00

Nota. Información obtenida de la Tabla 40.

Muebles y enseres del área de producción: Son aquellos bienes que intervienen indirectamente en el proceso productivo del área de producción.

Tabla 55*Muebles y enseres del área de producción*

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Sillas de metal	3	60,00	180,00
Mesa de Acero Inoxidable	1	105,00	105,00
TOTAL			285,00

Nota. Información obtenida de la Tabla 40.

Muebles y enseres del área de administración: Son todos los bienes que facilitan el desarrollo de las actividades administrativas.

Tabla 56*Muebles y enseres del área de administración*

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Escritorio ejecutivo	2	249,00	498,00
Silla de oficina giratoria	2	120,00	240,00
Armario de Oficina	2	230,00	460,00
Pizarra blanca	1	110,00	110,00
Mesa de reuniones	1	237,00	237,00
Sillas de metal	8	60,00	480,00
TOTAL			2.025,00

Nota. Elaboración del autor.

Muebles y enseres del área de ventas: Son los bienes que interviene para un correcto funcionamiento de las actividades del área de ventas.

Tabla 57*Muebles y enseres del área de ventas*

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Escritorio ejecutivo	1	149,00	149,00
Silla de oficina giratoria	1	120,00	120,00
Armario de Oficina	1	230,00	230,00
TOTAL			499,00

Nota. Elaboración del autor.

Equipos de Computación: Son aquellos componentes tecnológicos necesarios para el procesamiento de información de la empresa en el área administrativa y de ventas.

Tabla 58*Equipos de Computación*

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Notebook Dell	3	699,00	2.097,00
Impresora	1	155,00	155,00
TOTAL			2.252,00

Nota. Elaboración del autor.

Reinversión de Equipos de Computación: Se realiza la reinversión de los componentes tecnológicos de acuerdo a su vida útil y la tasa de inflación del 1,35% que se tiene actualmente en el año 2024.

Tabla 59*Reinversión de Equipos de Computación*

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Notebook Dell	3	708,44	2.125,31
Impresora	1	157,09	157,09
TOTAL			2.282,40

Nota. Elaboración del autor.

Vehículo: Hace referencia al medio de transporte necesario para la adquisición de ingredientes como de la distribución del producto terminado.

Tabla 60*Vehículo*

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Camión de carga	1	14.000,00	14.000,00
TOTAL			14.000,00

Nota. Elaboración del autor.

Equipos de Seguridad: Son los instrumentos necesarios que salvaguardan la seguridad de la empresa-

Tabla 61*Equipos de Seguridad*

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cámaras de seguridad	5	125,00	625,00
TOTAL			625,00

Nota. Elaboración del autor.

7.5.1.1.2. Resumen de Activos Fijos

Tabla 62

Resumen de Activos Fijos

Detalle	Costo Total
Maquinaria y Equipo	6.299,00
Herramientas	470,00
Muebles y enseres del área de producción	285,00
Muebles y enseres del área de administración	2.025,00
Muebles y enseres del área de ventas	499,00
Equipos de Computación	2.252,00
Vehículo	14.000,00
Equipos de Seguridad	625,00
TOTAL	26.455,00

Nota. Información obtenida de la Tabla 52, 53, 54, 55, 56, 57, 59 y 60.

7.5.1.1.3. Depreciación de Activos Fijos

Tabla 63

Depreciación de Activos Fijos

Activos	Vida Útil	% Depreciación	Valor	Depreciación Anual	Valor Rescate
Maquinaria y Equipo	10	10,00%	6.299,00	629,90	3.149,50
Herramientas	10	10,00%	470,00	47,00	235,00
Muebles y enseres del área de producción	10	10,00%	285,00	28,50	142,50
Muebles y enseres del área de administración	10	10,00%	2.025,00	202,50	1.012,50
Muebles y enseres del área de ventas	10	10,00%	499,00	49,90	249,50
Equipos de Computación	3	33,00%	2.252,00	743,16	0,00
Reinversión de Equipos de Computación	3	33,00%	2.282,40	753,19	753,19
Vehículo	5	20,00%	14.000,00	2.800,00	0,00
Equipos de Seguridad	10	10,00%	625,00	62,50	312,50
Total			28.737,40	5.316,65	5.854,69

Nota. Información obtenida de las Tabla 58 y 61.

7.5.1.2. Inversión en Activos Diferidos

Son todos los valores que incurren para obtener los permisos necesarios para el funcionamiento de la empresa, todo ello es otorgado por la ley.

Tabla 64
Activos Diferidos

Activo	Costo Total
Estudio Preliminar	500,00
Registro de la marca	208,00
Constitución de la Empresa	825,00
Registro Sanitario	340,34
Instalación de Internet	50,00
Instalación de las Cámaras de seguridad	100,00
Total	2.023,34

Nota. Elaboración del autor

7.5.1.2.1. Amortización de Activos Diferidos

Tabla 65
Amortización de Activos Diferidos

Años	Amortización	Saldo
0		2.023,34
1	404,67	1.618,67
2	404,67	1.214,00
3	404,67	809,34
4	404,67	404,67
5	404,67	0,00

Nota. Información obtenida de la Tabla 63.

7.5.1.3. Inversiones del Capital de Trabajo

Se refiere a todos aquellos bienes tangibles e intangibles que la empresa necesita para iniciar sus operaciones. En tal caso, se calcula los gastos mensuales y anuales necesarios para la producción y comercialización de gomitas a base de vodka sabor a manzana.

7.5.1.3.1. Costo de Producción

a) Costo Primo

Cantidad de Materia Prima Directa: Para conocer la cantidad de materia prima directa, se calcula las cantidades necesarias para la producción de una unidad de producto; y así aplica una regla de tres para conocer las cantidades exactas de materia prima directa para la producción anual de la capacidad instalada en la empresa.

Tabla 66

Cantidad de Materia Prima Directa

Unidad	Gramos	Gelatina sin sabor (gramos)	Agua (ml)	Vodka (ml)	Azúcar (Gramos)
1	125	5	110	5	5
105.600	13.200.000	528.000	11.616.000	528.000	528.000
CANTIDADES TOTALES		528 Kilogramos	12 metros cúbicos	528 litros	5 quintales

Nota. Información obtenida de la Tabla 37.

Análisis. Para la producción de 105.600 unidades de fundas de gomitas de 125 gramos, es necesario utilizar 528 kilogramos de gelatina sin sabor, 12 metros cúbicos de agua, 528 litros de vodka sabor a manzana y 5 quintales de Azúcar.

Materia Prima Directa: Se refiere a todos los materiales que intervienen directamente con la producción de las gomitas a base de vodka sabor a manzana.

Tabla 67

Materia Prima Directa

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total Anual	Costo Total Mensual
1 Kg	Gelatina sin Sabor	528	4,50	2.376,00	198,00
1 quintal	Azúcar	5	30,00	158,40	13,20
1 litro	Vodka Sabor a Manzana	528	4,00	2.112,00	176,00
Total				4.646,40	387,20

Nota. Información obtenida de la Tabla 65.

Agua Potable en el área de Producción: Es un recurso que se utiliza directamente en la producción del producto, siendo así que de los 40 metros cúbicos que se utiliza mensualmente en todas las áreas de la empresa, el área de producción ocupa un 85% del agua, obteniendo así un total de 34 metros cúbicos de agua.

Tabla 68*Agua Potable en el área de Producción*

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad mensual	Costo Unitario	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
m 3	Agua Potable	34	0,50	17,00	204,00
Total				17,00	204,00

Nota. Elaboración del autor.

Remuneración de MOD: Se refiere a la remuneración que se entrega al personal que participa directamente en la transformación de la materia prima en un producto terminado. Este apartado se lo realiza en base a las leyes vigentes del país, en donde el sueldo mínimo o sueldo básico es de \$460,00 dólares americanos.

Tabla 69*Remuneración de MOD*

Especificación	Obreros
Salario	460,00
Décimo Tercer Sueldo	38,33
Décimo Cuarto Sueldo	38,33
Aporte Patronal IESS (11,15%)	51,29
Fondos de reserva (8,33%)	38,32
Vacaciones	19,17
Total	645,44
Número de Obreros	2
Total, Mensual	1.290,88
Total, Anual	15.490,59

Nota. Elaboración del autor

b) Costo de Fabricación o Transformación

Son aquellos costos que intervienen de manera indirecta en la elaboración del producto terminado.

Materiales Indirectos: Son todos aquellos materiales que son utilizados de manera indirecta en la fabricación del producto.

Tabla 70
Materiales Indirectos

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total Anual	Costo Total Mensual
Paquete de 500 unidades	Fundas plásticas de polietileno de 125 gramos	211	12,50	2.640,00	220,00
Paquete de 25 unidades	Cajas de Cartón	1	8,00	8,00	0,67
Paquete de 25 unidades	Cinta de embalaje	1	10,00	10,00	0,83
Total				2.658,00	221,50

Nota. Elaboración del autor

Remuneración de MOI: Es la remuneración que recibe el personal que participa indirectamente en la elaboración del producto. En este caso se le otorga al jefe de producción que se encarga de la supervisión del área de producción.

Tabla 71
Remuneración de MOI

Especificación	Jefe de Producción
Salario	500,00
Décimo Tercer Sueldo	41,67
Décimo Cuarto Sueldo	38,33
Aporte Patronal IESS (11,15%)	55,75
Fondos de reserva (8,33%)	41,65
Vacaciones	20,83
Total Mensual	698,23
Total Anual	8.378,80

Nota. Elaboración del autor

Energía Eléctrica en el área de Producción: Es un recurso indispensable para la empresa, la cual utiliza 240 kilovatios de energía para su funcionamiento mensual; en donde el área de producción utiliza el 80% de toda la energía, gastando así un total de 192 kilovatios mensuales.

Tabla 72*Energía Eléctrica en el área de Producción*

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad mensual	Costo Unitario	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
kW	Energía Eléctrica	192	0,10	19,20	230,40
Total				19,20	230,40

Nota. Elaboración del autor

Arriendo en el área de Producción: La empresa al arrenda un local paga un total de \$350,00 dólares, en donde el área de producción ocupa el 60%, por ende esta área paga un valor mensual de \$210,00 dólares.

Tabla 73*Arriendo en el área de Producción*

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad mensual	Costo Unitario	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
	Arriendo	1	210,00	210,00	2.520,00
Total				210,00	2.520,00

Nota. Elaboración del autor

Suministros de Trabajo: Son todos los materiales que necesita el área de producción para cumplir con sus actividades operativas.

Tabla 74*Suministros de Trabajo*

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Total Anual	Costo Total Mensual
Caja	Guantes de látex	12	5,20	62,40	5,20
Caja	Mascarillas	12	2,25	27,00	2,25
Caja	Cofias para el cabello	12	9,60	115,20	9,60
Set	Uniformes de Trabajo	6	22,00	132,00	11,00
Set	Delantales	6	6,00	36,00	3,00
Total				372,60	31,05

Nota. Elaboración del autor

Implementos de Seguridad: Son todos los elementos necesarios en el área de producción para garantizar la seguridad del personal, los recursos materiales y recursos tecnológicos.

Tabla 75
Implementos de Seguridad

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Total Anual	Costo Total Mensual
Set	Botiquín de primeros auxilios	3	30,00	90,00	7,50
Unidad	Exintor	3	25,00	75,00	6,25
Paquete	Señalética de seguridad	6	12,00	72,00	6,00
Total				237,00	19,75

Nota. Elaboración del autor

Implementos de Producción: Son aquellos elementos secundarios que se necesitan en el área de producción para facilitar el trabajo.

Tabla 76
Implementos de Producción

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Total Anual	Costo Total Mensual
Unidad	Estantería de metal	3	75,00	225,00	18,75
Total				225,00	18,75

Nota. Elaboración del autor

Útiles de Aseo: Hacen referencia a todos los elementos necesarios para la limpieza del área de producción.

Tabla 77
Útiles de Aseo

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Total Anual	Costo Total Mensual
Unidad	Escoba	1	3,50	3,50	0,29
Unidad	Trapeador	1	3,50	3,50	0,29
Unidad	Recogedor	1	3,00	3,00	0,25
Unidad	Cubo de basura de acero inoxidable	2	5,63	11,26	0,94
Paquete	Jabón Líquido	4	3,00	12,00	1,00
Unidad	Desinfectante	4	4,50	18,00	1,50
Paquete	Franelas	4	2,00	8,00	0,67
Paquete	Papel Higiénico	4	5,50	22,00	1,83
Paquete	Fundas Basureras	4	3,25	13,00	1,08
Total				94,26	7,86

Nota. Elaboración del autor

Mantenimiento de Maquinaria y Equipo: Es un procedimiento que se realiza de manera periódica a las máquinas y equipos del área de producción para garantizar su funcionamiento, alargando su vida útil y evitando posibles accidentes.

Tabla 78

Mantenimiento de Maquinaria y Equipo

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Total Anual	Costo Total Mensual
Unidad	Mantenimiento	3	100,00	300,00	25,00
Total				300,00	25,00

Nota. Elaboración del autor

c) Gastos Administrativos

Son aquellos gastos que incurren en el cumplimiento de las actividad del área administrativa de la empresa.

Sueldos Administrativos: Corresponden a las remuneraciones que se realizan al personal administrativo, que se encarga de realizar todas las funciones correspondientes a la gestión de la empresa.

Tabla 79

Sueldos Administrativos

Especificación	Gerente	Secretaria/Contadora
Salario	600,00	460
Décimo Tercer Sueldo	50,00	38,33
Décimo Cuarto Sueldo	38,33	38,33
Aporte Patronal IESS (11,15%)	66,90	51,29
Fondos de reserva (8,33%)	49,98	38,32
Vacaciones	25,00	19,17
Subtotal Mensual	830,21	645,44
Total Mensual	1.475,65	
Total Anual	17.707,86	

Nota. Elaboración del autor

Agua Potable en el Área de Administración: De igual manera, de los 40 metros cúbicos que utiliza toda la empresa, el área administrativa hace uso de un 10% del agua, teniendo así un total de 3 metros cúbico de agua.

Tabla 80*Agua Potable en el Área de Administración*

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad mensual	Costo Unitario	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
m3	Agua Potable	3	0,50	1,70	20,40
Total				1,70	20,40

Nota. Elaboración del autor

Energía Eléctrica en el Área de Administración: Asimismo, de los 240 metros cúbicos que ocupa la empresa, el área administrativa hace uso de un 10%, lo cual representa un total de 24 kilovatios mensuales.

Tabla 81*Energía Eléctrica en el Área de Administración*

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad mensual	Costo Unitario	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
kW	Energía Eléctrica	24	0,10	2,40	28,80
Total				2,40	28,80

Nota. Elaboración del autor

Arriendo en el Área de Administración: Igualmente, de los \$350,00 que se paga de arriendo por la empresa, el área administrativa ocupa un 20%, representando así un total de \$70,00 dólares mensuales.

Tabla 82*Arriendo en el Área de Administración*

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad mensual	Costo Unitario	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
	Arriendo	1	70,00	70,00	840,00
Total				70,00	840,00

Nota. Elaboración del autor

Servicio de Internet: Este servicio es de gran importancia ya que su uso se hace presente en la mayoría de actividades administrativas.

Tabla 83
Servicio de Internet

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad mensual	Costo Unitario	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
Mbps	Servicio de Internet	40	0,63	25,00	6.600,00
Total				25,00	6.600,00

Nota. Elaboración del autor

Suministros de Oficina: Son todos los materiales que la empresa requiere para facilitar el desarrollo de sus actividades diarias.

Tabla 84
Suministros de Oficina

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Total Anual	Costo Total Mensual
Unidad	Grapadora	3	3,00	9,00	0,75
Unidad	Perforadora	3	3,00	9,00	0,75
Unidad	Calculadora	3	15,00	45,00	3,75
Paquete	Esferos	3	7,50	22,50	1,88
Unidad	Archivadores	6	2,50	15,00	1,25
Paquete	Papel Boom A4	6	3,25	19,50	1,63
Caja	Grapas	4	4,00	16,00	1,33
Total				136,00	11,33

Nota. Elaboración del autor

Útiles de Aseo: Son todos los elementos necesarios para realizar el aseo o limpieza dentro del área de administración para mantener un entorno laboral saludable, y tener una buena imagen empresarial hacia los clientes y socios comerciales.

Tabla 85
Útiles de Aseo

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Total Anual	Costo Total Mensual
Unidad	Escoba	1	3,50	3,50	0,29
Unidad	Trapeador	1	3,50	3,50	0,29
Unidad	Recogedor	1	3,00	3,00	0,25
Unidad	Cubo de basura de acero inoxidable	3	5,63	16,89	1,41

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Total Anual	Costo Total Mensual
Paquete	Jabón Líquido	2	3,00	6,00	0,50
Unidad	Desinfectante	2	4,50	9,00	0,75
Paquete	Franelas	2	2,00	4,00	0,33
Paquete	Papel Higiénico	2	5,50	11,00	0,92
Paquete	Fundas Basureras	2	3,25	6,50	0,54
Total				63,39	5,28

Nota. Elaboración del autor

d) Gastos de Ventas

Los gastos de ventas son aquellos que cubren la distribución, entrega y promoción de los productos de la empresa.

Publicidad: Son las estrategias de marketing que se utilizarán para llegar a los clientes y dar a conocer los productos de la empresa. Todo ello se elabora de acuerdo al plan de comercialización propuesto en el estudio de mercado.

Tabla 86
Publicidad

Detalle	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Total Anual	Costo Total Mensual
Publicidad en Facebook	24	10,00	240,00	20,00
Publicidad en TikTok	24	7,00	168,00	14,00
Degustaciones	12	10,00	120,00	10,00
Total			528,00	44,00

Nota. Elaboración del autor

Combustible y Lubricantes: Es el valor que se paga para el correcto funcionamiento del vehículo.

Tabla 87
Combustibles y Lubricantes

Detalle	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Total Anual	Costo Total Mensual
Diesel	48	15,00	720,00	60,00
Total			720,00	60,00

Nota. Elaboración del autor

Mantenimiento de Vehículo: Se refiere al procedimiento de examinación y reparación de cualquier inconveniente que tenga el vehículo e impida su correcto funcionamiento.

Tabla 88

Mantenimiento de Vehículo

Detalle	Cantidad Anual	Costo Unitario	Costo Total Anual	Costo Total Mensual
Cambio de aceite	4	35,00	140,00	11,67
Juego de llantas	1	200,00	200,00	16,67
Total			340,00	28,33

Nota. Elaboración del autor

Agua Potable en el Área de Ventas: En tal caso, de los 40 metros cúbicos que usa la empresa; el área de ventas ocupará un 5% de agua, siendo así que utiliza una cantidad de 2 metros cúbicos mensuales.

Tabla 89

Agua Potable en el Área de Ventas

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad mensual	Costo Unitario	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
m3	Agua Potable	2	0,50	0,85	10,20
Total				0,85	10,20

Nota. Elaboración del autor

Energía Eléctrica en el Área de Ventas: En tal caso, de los 240 kilovatios que utiliza la empresa, el área de ventas ocupa un 10% que equivale 24 kilovatios mensuales.

Tabla 90

Energía Eléctrica en el Área de Ventas

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad mensual	Costo Unitario	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
kW	Energía Eléctrica	24	0,10	2,40	28,80
Total				2,40	28,80

Nota. Elaboración del autor

Arriendo en el Área de Ventas: De los \$350,00 que paga la empresa, el área de ventas representa un 20% del espacio físico, teniendo así un valor mensual a pagar de \$70,00 dólares.

Tabla 91*Arriendo en el Área de Ventas*

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad mensual	Costo Unitario	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
	Arriendo	1	70,00	70,00	840,00
Total				70,00	840,00

Nota. Elaboración del autor

Permiso de Bomberos: Es el valor a pagar anualmente a los Bomberos de acuerdo a las leyes del país, esto con el fin de obtener el permiso de funcionamiento de la empresa activo.

Tabla 92*Permiso de Bomberos*

Unidad de Medida	Detalle	Cantidad anual	Costo Unitario	Costo Total Anual	Costo Total Mensual
	Permiso de Bomberos	1	50,00	50,00	4,17
Total				50,00	4,17

Nota. Elaboración del autor

Sueldo Personal de Ventas: Es la remuneración que se le otorga al personal que trabaja en el área de ventas, el cual se encarga de la distribución y entrega de los productos.

Tabla 93*Sueldo Personal de Ventas*

Especificación	Vendedor/Chofer
Salario	460,00
Décimo Tercer Sueldo	38,33
Décimo Cuarto Sueldo	38,33
Aporte Patronal IESS (11,15%)	51,29
Fondos de reserva (8,33%)	38,32
Vacaciones	19,17
Total	645,44
Total Anual	7.745,30

Nota. Elaboración del autor

7.5.1.3.2. Resumen del Capital de Trabajo

Tabla 94

Resumen de Capital de Trabajo

Cuenta	Total Anual
Costos de Producción	
Costos Primos	
Materia Prima Directa	4.646,40
Remuneración de MOD	15.490,59
Costos Indirectos de Fabricación	
Materiales Indirectos	2.658,00
Remuneración de MOI	8.378,80
Agua Potable en el área de Producción	204,00
Energía Eléctrica en el área de Producción	230,40
Arriendo en el área de Producción	2.520,00
Suministros de Trabajo	372,60
Implementos de seguridad	237,00
Implementos de producción	225,00
Útiles de Aseo	94,26
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo	300,00
Costos de Operación	
Gastos Administrativos	
Sueldos Administrativos	17.707,86
Agua Potable en el área de Administración	20,40
Energía Eléctrica en el área de Administración	28,80
Arriendo en el área de Administración	840,00
Servicio de Internet	6.600,00
Suministros de Oficina	136,00
Útiles de Aseo	63,39
Gastos de Ventas	
Publicidad	528,00
Combustibles y Lubricantes	720,00
Mantenimiento de vehículo	340,00
Agua Potable en el área de Ventas	10,20
Energía Eléctrica en el área de Ventas	28,80
Arriendo en el área de Ventas	840,00
Permiso de Bomberos	50,00

Cuenta	Total Anual
Sueldo del Personal de Ventas	7.745,30
Costo Total Anual	71.015,79
Costo Total Mensual	5.917,98

Nota. Información obtenida desde la Tabla 66 hasta la Tabla 92.

7.5.1.4. Resumen Total de Inversión

Tabla 95

Resumen Total de la Inversión

Año 1	
Detalle	Costo Total
Activos Fijos	26.455,00
Activos Diferidos	2.023,34
Activos Circulantes	5.917,98
Total	34.396,32

Nota. Información obtenida de la Tabla 61, Tabla 63 y Tabla 93

7.5.1.5. Financiamiento

Son las fuentes de financiamiento por las cuales se obtendrá el dinero necesario cubrir la inversión necesaria para el primer año de funcionamiento de la empresa. Se presentan dos tipos de financiamiento: Interno y Externo

Tabla 96

Financiamiento

Financiamiento	Porcentaje	Valor
Financiamiento Interno	27%	9.396,32
Financiamiento Externo	73%	25.000,00
Total		34.396,32

Nota. Información obtenida de la Tabla 94

El 27% de la inversión necesario será proporcionado por el capital propio; mientras que el 73% restante será obtenido mediante un crédito al Banco Central del Ecuador (BCE) a una tasa de interés efectiva del 9,76%, con pago anuales durante 5 años.

Tabla 97

Amortización del Crédito

Año	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	25.000,00	0,00	0,00	

Año	Saldo	Capital	Interés	Cuota
1	20.885,45	4.114,55	2.440,00	6.554,55
2	16.369,32	4.516,13	2.038,42	6.554,55
3	11.412,41	4.956,91	1.597,65	6.554,55
4	5.971,71	5.440,70	1.113,85	6.554,55
5	0,00	5.971,71	582,84	6.554,55

Nota. Información obtenida del Banco Central del Ecuador

7.5.2. Presupuestos de Costos Proyectados

El presupuesto de costos proyectados refleja todos los costos que tendrá el proyecto durante los 5 años de vida útil estimados. Siendo así que se considera la tasa de inflación del 1,35% que tiene el año 2024 para realizar las respectivas proyecciones.

Tabla 98

Presupuestos de Costos Proyectados

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de Producción					
Costo Primo					
Materia Prima Directa	4.646,40	4.709,13	4.772,70	4.837,13	4.902,43
Remuneración de MOD	15.490,59	15.699,71	15.911,66	16.126,47	16.344,18
Total de Costo Primo	20.136,99	20.408,84	20.684,36	20.963,60	21.246,61
Costos Indirectos de Fabricación					
Materiales Indirectos	2.658,00	2.693,88	2.730,25	2.767,11	2.804,46
Remuneración de MOI	8.378,80	8.491,91	8.606,55	8.722,74	8.840,50
Agua Potable en el área de Producción	204,00	206,75	209,55	212,37	215,24
Energía Eléctrica en el área de Producción	230,40	233,51	236,66	239,86	243,10
Arriendo en el área de Producción	2.520,00	2.554,02	2.588,50	2.623,44	2.658,86
Suministros de Trabajo	372,60	377,63	382,73	387,89	393,13
Implementos de seguridad	237,00	240,20	243,44	246,73	250,06
Implementos de producción	225,00	228,04	231,12	234,24	237,40
Útiles de Aseo	94,26	95,53	96,82	98,13	99,45
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo	300,00	304,05	308,15	312,31	316,53
Depreciación de maquinaria y equipo	629,90	629,90	629,90	629,90	629,90
Depreciación de muebles y enseres del área de producción	28,50	28,50	28,50	28,50	28,50

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total de Costos Indirectos de Fabricación	15.878,46	16.083,93	16.292,18	16.503,23	16.717,14
Total de Costos de Producción	36.015,45	36.492,77	36.976,54	37.466,83	37.963,74
Costos de Operación					
Gastos Administrativos					
Sueldos Administrativos	17.707,86	17.946,91	18.189,20	18.434,75	18.683,62
Depreciación de Equipos de Cómputo	743,16	743,16	743,16	743,16	743,16
Depreciación de Equipos de Seguridad	62,50	62,50	62,50	62,50	62,50
Depreciación muebles y enseres del área de administración	202,50	202,50	202,50	202,50	202,50
Agua Potable en el área de Administración	20,40	20,68	20,95	21,24	21,52
Energía Eléctrica en el área de Administración	28,80	29,19	29,58	29,98	30,39
Arriendo en el área de Administración	840,00	851,34	862,83	874,48	886,29
Servicio de Internet	6.600,00	6.689,10	6.779,40	6.870,92	6.963,68
Suministros de Oficina	136,00	137,84	139,70	141,58	143,49
Útiles de Aseo	63,39	64,25	65,11	65,99	66,88
Amortización de Activos diferidos	404,67	404,67	404,67	404,67	404,67
Total de gastos Administrativos	26.809,27	27.152,13	27.499,61	27.851,78	28.208,70
Gastos de Ventas					
Publicidad	528,00	535,13	542,35	549,67	557,09
Combustibles y Lubricantes	720,00	729,72	739,57	749,56	759,67
Mantenimiento de vehículo	340,00	344,59	349,24	353,96	358,74
Sueldo del Personal de Ventas	7.745,30	7.849,86	7.955,83	8.063,23	8.172,09
Agua Potable en el área de Ventas	10,20	10,34	10,48	10,62	10,76
Energía Eléctrica en el área de Ventas	28,80	29,19	29,58	29,98	30,39
Arriendo en el área de Ventas	840,00	851,34	862,83	874,48	886,29
Permiso de Bomberos	50,00	50,68	51,36	52,05	52,76
Depreciación de muebles y enseres de ventas	49,90	49,90	49,90	49,90	49,90
Depreciación de vehículo	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00	2.800,00
Total de Gastos de Ventas	13.112,20	13.250,74	13.391,15	13.533,46	13.677,68
Gastos Financieros					

Rubro	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses del préstamo	2.440,00	2.038,42	1.597,65	1.113,85	582,84
Total de Gastos Financieros	2.440,00	2.038,42	1.597,65	1.113,85	582,84
Total de Costos de Operación	42.361,47	42.441,28	42.488,40	42.499,08	42.469,23
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN	78.376,92	78.934,06	79.464,94	79.965,92	80.432,97

Nota. Información obtenida de la Tabla 64, Tabla 93 y Tabla 96.

7.5.3. Determinación de Ingresos

7.5.3.1. Costo Unitario de Producción

Para determinar el costo unitario de producción se aplica la siguiente fórmula:

$$CUP = \frac{CTP}{NUP}$$

$$CUP = \frac{\$78.377}{105.600}$$

$$CUP = \$0,74 \text{ por unidad producida en el primer año}$$

En donde:

CUP = Costo Unitario de Producción

CTP = Costo Total de Producción

NUP = Número de Unidades Producidas

Tabla 99

Costo Unitario de Producción

Año	Costo de Producción	Unidades Producidas	Costo Unitario de Producción
1	78.377	105.600	0,74
2	78.934	105.600	0,75
3	79.465	105.600	0,75
4	79.966	105.600	0,76
5	80.433	105.600	0,76

Nota. Información obtenida de la Tabla 65 y la Tabla 97

7.5.3.2. Precio de Venta

Para determinar el precio de venta por cada unidad se debe considerar el margen de utilidad que se piensa ganar, en donde se considera un margen del 30%; siendo así se aplica la siguiente fórmula:

$$PVP = CUP * \%U$$

$$PVP = \$0,74 * 30\%$$

$$PVP = \$0,96 \text{ por unidad vendida en el primer año}$$

En donde:

CUP = Costo Unitario de Producción

%U = Margen de Utilidad

PVP = Precio de Venta

Tabla 100
Precio de Venta

Año	Costo de Unitario de Producción	Margen de Utilidad	PVP	Ajuste de PVP
1	0,74	30%	0,96	1,00
2	0,75	30%	0,97	1,00
3	0,75	30%	0,98	1,00
4	0,76	30%	0,98	1,00
5	0,76	30%	0,99	1,00

Nota. Información obtenida de la Tabla 98.

Al observar que el PVP calculado es cercano al precio de la competencia, se realiza un ajuste del PVP, obteniendo así un PVP de \$1,00 por unidad vendida.

7.5.3.3. Ingresos

Los ingresos se calculan en base al precio de venta por unidad y por las unidades producidas anualmente, siendo así que se aplica la siguiente fórmula:

$$Ingresos = PVP * NUP$$

$$\text{Ingresos} = \$1,00 * 105.600$$

Ingresos = \$105.600 ingreso en dólares en el primer año

En donde:

NUP = Número de Unidades Producidas

PVP = Precio de Venta

Tabla 101

Ingresos por Ventas

Año	Unidades Producidas	PVP	Ingreso por Ventas
1	105.600,00	1,00	105.600,00
2	105.600,00	1,00	105.600,00
3	105.600,00	1,00	105.600,00
4	105.600,00	1,00	105.600,00
5	105.600,00	1,00	105.600,00

Nota. Información obtenida de la Tabla 65 y la Tabla 99.

7.5.4. Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias resumen los ingresos y egresos que tiene la empresa en un determinado periodo de tiempo, permitiendo determinar la viabilidad del proyecto en base a la utilidad líquida obtenida en cada año de vida útil del proyecto.

Para ello, también se toma en consideración la Ley de Régimen Tributario que menciona el valor a pagar de impuesto a la fracción básica y el porcentaje de tipo marginal dependiendo de la utilidad antes de los impuestos que tenga la empresa.

Tabla 102

Impuesto a la fracción Básica y % Tipo Marginal

Límite Inferior	Límite Superior	Impuesto a la fracción básica	Tipo marginal %
	20.000,00	60,00	0,00%
20.000,01	50.000,00	60,00	1,00%
50.000,01	75.000,00	360,00	1,25%
75.000,01	100.000,00	675,50	1,50%
100.000,01	200.000,00	1.047,50	1,75%
200.000,01	300.000,00	2.797,52	2,00%

Nota. Información obtenida de la Ley de Régimen Tributario

Tabla 103*Estado de Pérdidas y Ganancias*

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. Ingresos					
Ventas	105.600,00	105.600,00	105.600,00	105.600,00	105.600,00
Total, de Ingresos	105.600,00	105.600,00	105.600,00	105.600,00	105.600,00
2. Egresos					
Costo de Producción	36.015,45	36.492,77	36.976,54	37.466,83	37.963,74
Costo de Operación	42.361,47	42.441,28	42.488,40	42.499,08	42.469,23
Total, de egresos	78.376,92	78.934,06	79.464,94	79.965,92	80.432,97
(1 - 2) Ganancias Gravables	27.223,08	26.665,94	26.135,06	25.634,08	25.167,03
(-) 15% Trabajadores	4.083,46	3.999,89	3.920,26	3.845,11	3.775,05
(=) Utilidad antes de Impuestos	23.139,62	22.666,05	22.214,80	21.788,97	21.391,97
(-) Porcentaje de tipo marginal	231,40	226,66	222,15	217,89	213,92
(-) Impuesto a la fracción Básica	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
(=) Utilidad Líquida	22.848,22	22.379,39	21.932,66	21.511,08	21.118,05

Nota. Información obtenida de la Tabla 97, Tabla 100 y Tabla 101.

7.5.5. Clasificación de Costos

La clasificación de costos establece todos los costos fijos y variables que existen en el proyecto en un determinado periodo de tiempo.

Tabla 104*Clasificación de Costos*

Rubros	Año 1		Año 3		Año 5	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
Costos de Producción						
Costo Primo						
Materia Prima Directa		4.646,40		4.772,70		4.902,43
Remuneración de MOD	15.490,59		15.911,66		16.344,18	
Total de Costo Primo	15.490,59	4.646,40	15.911,66	4.772,70	16.344,18	4.902,43
Costos Indirectos de Fabricación						
Materiales Indirectos		2.658,00		2.730,25		2.804,46
Remuneración de MOI	8.378,80		8.606,55		8.840,50	
Agua Potable en el área de Producción		204,00		209,55		215,24

Rubros	Año 1		Año 3		Año 5	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
Energía Eléctrica en el área de Producción		230,40		236,66		243,10
Arriendo en el área de Producción	2.520,00		2.588,50		2.658,86	
Suministros de Trabajo		372,60		382,73		393,13
Implementos de seguridad		237,00		243,44		250,06
Implementos de producción		225,00		231,12		237,40
Útiles de Aseo		94,26		96,82		99,45
Mantenimiento de Maquinaria y Equipo	300,00		308,15		316,53	
Depreciación de maquinaria y equipo	629,90		629,90		629,90	
Depreciación de muebles y enseres del área de producción	28,50		28,50		28,50	
Total de Costos Indirectos de Fabricación	11.857,20	4.021,26	12.161,61	4.130,57	12.474,29	4.242,84
Total de Costos de Producción	27.347,79	8.667,66	28.073,27	8.903,27	28.818,47	9.145,28
Costos de Operación						
Gastos Administrativos						
Sueldos Administrativos	17.707,86		18.189,20		18.683,62	
Depreciación de Equipos de Cómputo	743,16		743,16		743,16	
Depreciación de Equipos de Seguridad	62,50		62,50		62,50	
Depreciación muebles y enseres del área de administración	202,50		202,50		202,50	
Agua Potable en el área de Administración	20,40		20,95		21,52	
Energía Eléctrica en el área de Administración	28,80		29,58		30,39	
Arriendo en el área de Administración	840,00		862,83		886,29	
Servicio de Internet	6.600,00		6.779,40		6.963,68	
Suministros de Oficina	136,00		139,70		143,49	
Útiles de Aseo	63,39		65,11		66,88	
Amortización de Activos diferidos	404,67		404,67		404,67	

Rubros	Año 1		Año 3		Año 5	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
Total de gastos Administrativos	26.809,27	0,00	27.499,61	0,00	28.208,70	0,00
Gastos de Ventas						
Publicidad	528,00		542,35		557,09	
Combustibles y Lubricantes	720,00		739,57		759,67	
Mantenimiento de vehículo	340,00		349,24		358,74	
Sueldo del Personal de Ventas	7.745,30		7.955,83		8.172,09	
Agua Potable en el área de Ventas	10,20		10,48		10,76	
Energía Eléctrica en el área de Ventas	28,80		29,58		30,39	
Arriendo en el área de Ventas	840,00		862,83		886,29	
Permiso de Bomberos	50,00		51,36		52,76	
Depreciación de muebles y enseres de ventas	49,90		49,90		49,90	
Depreciación de vehículo	2.800,00		2.800,00		2.800,00	
Total de Gastos de Ventas	13.112,20	0,00	13.391,15	0,00	13.677,68	0,00
Gastos Financieros						
Intereses del préstamo	2.440,00		1.597,65		582,84	
Total de Gastos Financieros	2.440,00	0,00	1.597,65	0,00	582,84	0,00
Total de Costos de Operación	42.361,47	0,00	42.488,40	0,00	42.469,23	0,00
Total de Costos Fijos y Variables	69.709,26	8.667,66	70.561,67	8.903,27	71.287,69	9.145,28
Costo Total	78.376,92		79.464,94		80.432,97	

Nota. Información obtenida de la Tabla 96 y Tabla 97

7.5.6. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el nivel donde los ingresos son iguales a los egresos, teniendo como resultado que la empresa no obtenga ni pérdidas ni ganancias.

Se determina el punto de equilibrio mediante dos formas:

En función de la capacidad utilizada: Se calcula el porcentaje de unidades producidas que la empresa vende en un determinado periodo de tiempo, lo cual no genere pérdidas ni ganancias.

En función de las ventas: Se calcula el número de unidades producidas vendidas las cuales no generen ni pérdidas ni ganancias.

Se calcula el punto de equilibrio para el primer, tercer, y quinto año de vida útil.

Año 1

Punto de equilibrio en función de la capacidad utilizada

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{\text{ventas totales} - \text{costo variable total}} * 100$$

$$PE = \frac{69.709,23}{105.600,00 - 8.667,66} * 100$$

$$PE = \frac{69.709,23}{96.932,34} * 100$$

$$PE = 0,7192 * 100$$

$$PEC = 71,92\%$$

Punto de equilibrio en función de las ventas

$$PE = \frac{\text{costo fijo total}}{1 - \frac{\text{costo variable total}}{\text{ventas totales}}}$$

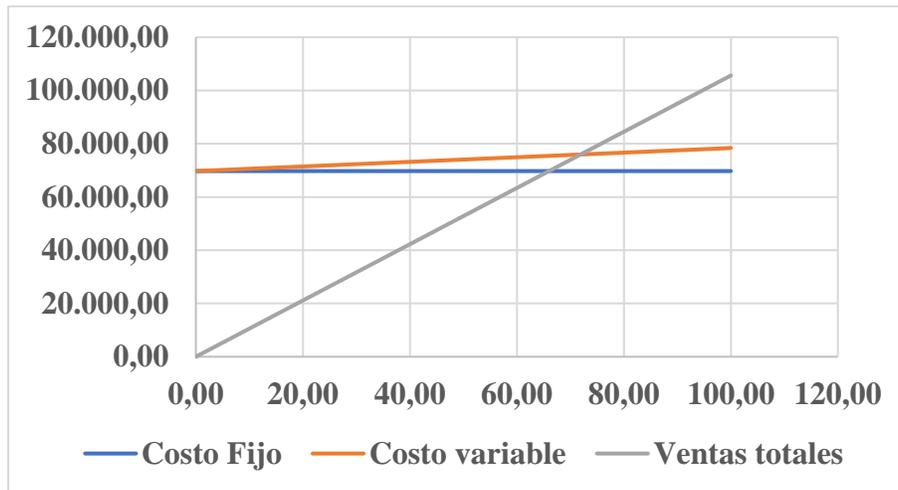
$$PE = \frac{69.709,23}{1 - \frac{8.667,66}{105.600,00}}$$

$$PE = \frac{69.709,23}{1 - 0,08}$$

$$PE = \frac{69.709,23}{0,92}$$

$$PEV = 75.942,64$$

Figura 12
Punto de Equilibrio Año 1



Nota. Elaboración del autor

Análisis. De acuerdo a la Figura 12, se observa que el punto de equilibrio se cumple cuando se la capacidad utilizada de la empresa es de 71,92%, y se generan ventas iguales a \$75.942,64 dólares.

Año 3

Punto de equilibrio en función de la capacidad utilizada

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{\text{ventas totales} - \text{costo variable total}} * 100$$

$$PE = \frac{70.561,67}{105.600,00 - 8.903,27} * 100$$

$$PE = \frac{70.561,67}{96.696,73} * 100$$

$$PE = 0,7297 * 100$$

$$PEC = 72,97\%$$

Punto de equilibrio en función de las ventas

$$PE = \frac{\text{costo fijo total}}{1 - \frac{\text{costo variable total}}{\text{ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{70.561,67}{1 - \frac{8.903,27}{105.600,00}}$$

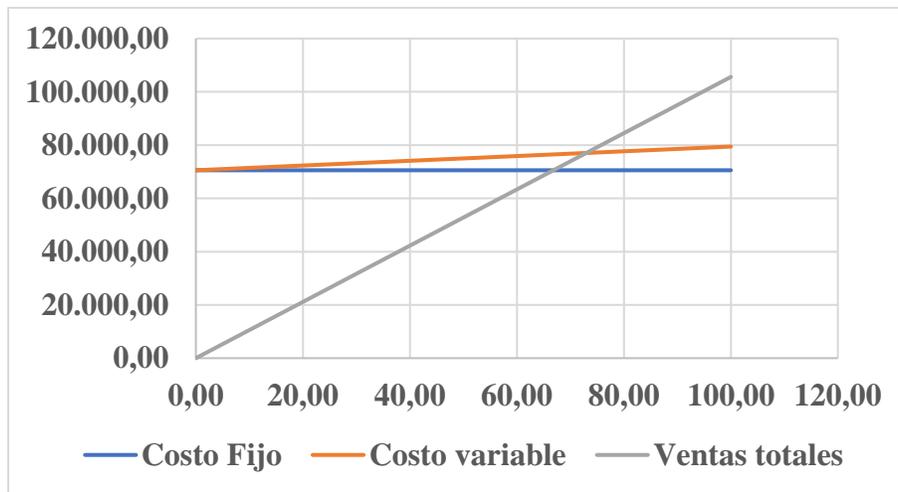
$$PE = \frac{70.561,67}{1 - 0,08}$$

$$PE = \frac{70.561,67}{0,92}$$

$$PEV = 77.058,57$$

Figura 13

Punto de Equilibrio Año 3



Nota. Elaboración del autor

Análisis. Según la Figura 13, el punto de equilibrio se da cuando la capacidad utilizada de la empresa es del 72,97%, y se generan ventas iguales a \$77.058,57 dólares.

Año 5

Punto de equilibrio en función de la capacidad utilizada

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{\text{ventas totales} - \text{costo variable total}} * 100$$

$$PE = \frac{71.287,69}{105.600,00 - 9.145,28} * 100$$

$$PE = \frac{71.287,69}{96.454,72} * 100$$

$$PE = 0,7391 * 100$$

$$PEC = 73,91\%$$

Punto de equilibrio en función de las ventas

$$PE = \frac{\text{costo fijo total}}{1 - \frac{\text{costo variable total}}{\text{ventas totales}}}$$

$$PE = \frac{71.287,69}{1 - \frac{9.145,28}{105.600,00}}$$

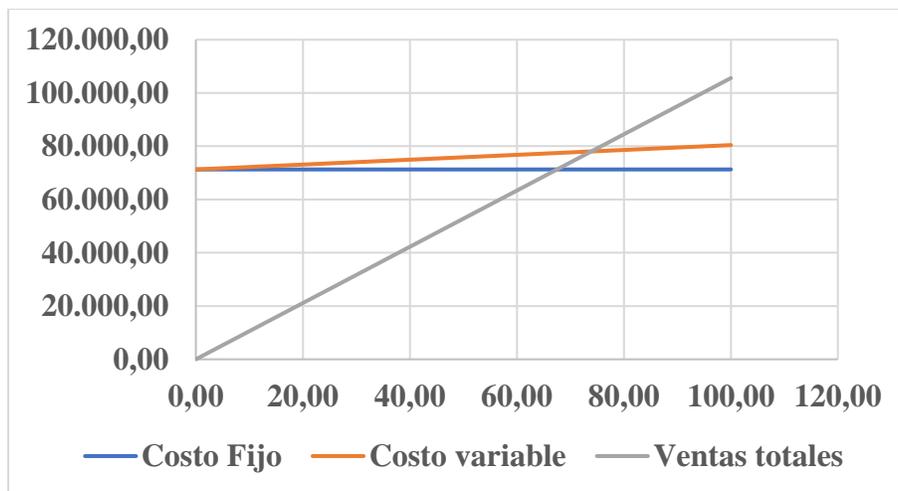
$$PE = \frac{71.287,69}{1 - 0,09}$$

$$PE = \frac{71.287,69}{0,91}$$

$$PEV = 78.046,78$$

Figura 14

Punto de Equilibrio Año 5



Nota. Elaboración del autor

Análisis. Y, por último, como se observa en la Figura 14, para llegar al punto de equilibrio en el año 5 se debe tener una capacidad utilizada del 73,91%, y se deben generar ventas iguales a \$78.046,78 dólares.

7.5.7. Flujo de Caja

El flujo de caja representa los ingresos y egresos que ha existido en la empresa en cada año de su vida útil.

Tabla 105
Flujo de Caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1. Ingresos						
Ventas		105.600,00	105.600,00	105.600,00	105.600,00	105.600,00
Saldo Anterior		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Crédito	25.000,00					
Capital Propio	9.396,32					
Valor residual						5.854,69
Total, de Ingresos	34.396,32	105.600,00	105.600,00	105.600,00	105.600,00	111.454,69
2. Egresos						
Activo Fijo	26.455,00					
Activo Diferido	2.023,34					
Activo Circulante	5.917,98					
Costo de Producción		36.015,45	36.492,77	36.976,54	37.466,83	37.963,74
Costo de Operación		42.361,47	42.441,28	42.488,40	42.499,08	42.469,23
Amortización del crédito		6.554,55	6.554,55	6.554,55	6.554,55	6.554,55
Total, de Egresos	34.396,32	84.931,47	85.488,61	86.019,49	86.520,47	86.987,52
(=) Utilidad antes de Impuesto trabajadores		20.668,53	20.111,39	19.580,51	19.079,53	24.467,17
(-) 15% Trabajadores		3.100,28	3.016,71	2.937,08	2.861,93	3.670,08
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta		17.568,25	17.094,68	16.643,44	16.217,60	20.797,10
(-) Porcentaje tipo marginal		175,68	170,95	166,43	162,18	207,97
(-) Impuesto a la Fracción Básica		60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
(=) Utilidad antes de Reserva Legal		17.332,57	16.863,74	16.417,00	15.995,43	20.529,12
(-) 10% de Reservas		1.733,26	1.686,37	1.641,70	1.599,54	2.052,91
(=) Utilidad Líquida		15.599,31	15.177,36	14.775,30	14.395,88	18.476,21
(+) Depreciaciones		5.316,65	5.316,65	5.316,65	5.316,65	5.316,65
(+) Amortización de activos diferidos		404,67	404,67	404,67	404,67	404,67
FLUJO NETO DE CAJA	0,00	21.320,63	20.898,68	20.496,62	20.117,21	24.197,53

Nota. Información obtenida de la Tabla 94, Tabla 95, Tabla 97, Tabla 100 y Tabla 101.

7.6. Evaluación Financiera

La evaluación financiera se basa en el análisis de diferentes factores que influyen en la toma de decisiones acerca de la viabilidad y rentabilidad del proyecto en un determinado periodo de tiempo.

Es por ello que se realiza análisis de factores como son el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (RBC), el Periodo de Recuperación de Capital (PRC), y el Análisis de Sensibilidad (AS) tanto en el incremento de costos como en la disminución de ingresos.

Para el correcto desarrollo de los indicadores de la evaluación financiera, se tomará en cuenta el 9,76% de la tasa efectiva del financiamiento como la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR).

7.6.1. Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto, esto con el fin de conocer si se va a ganar o perder al realizar la inversión en este proyecto.

Tabla 106
Valor Actual Neto

Años	Flujos Netos	Factor de Actualización	Flujos Netos Actualizados
0	34.396,32	9,76%	
1	21.320,63	0,911079	19.424,77
2	20.898,68	0,830064	17.347,25
3	20.496,62	0,756254	15.500,65
4	20.117,21	0,689007	13.860,89
5	24.197,53	0,627740	15.189,75
Sumar Total Flujos Netos Actualizados			81.323,32
(-) Inversión Inicial			-34.396,32
VAN			46.927,00

Nota. Información obtenida de la Tabla 95 y Tabla 104

Para calcular el factor de actualización se aplica la siguiente fórmula:

$$FA = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

El valor actual neto se determina de la con la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum \text{flujos actualizados} - \text{inversión}$$

$$VAN = 81.323,32 - 34.396,32$$

$$VAN = 46.927,00$$

Análisis. En base a los cálculos realizados, se conoce que el VAN es positivo, con un total de \$46.927,00 dólares. Esto significa que al invertir en este proyecto se obtendrán ganancias que aumentarán en relación a los años de vida útil del proyecto.

7.6.2. Tasa Interna de Retorno

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de interés o rentabilidad de la inversión, en donde se determina el porcentaje de beneficio o pérdida al invertir en el proyecto. Los criterios de aceptación del TIR son:

TIR > a la tasa mínima de rendimiento exigida, se acepta el proyecto

TIR = a la tasa mínima de rendimiento exigida, es indiferente llevar a cabo el proyecto.

TIR < a la tasa mínima de rendimiento exigida, debe rechazarse el proyecto.

Tabla 107
Tasa Interna de Retorno

Años	Flujo Neto	Factor de	VAN Menor	Factor de	VAN Mayor
		Actualización 54%		Actualización 55%	
0	34.396,32				
1	21.320,63	0,649351	13.844,56	0,645161	13.755,24
2	20.898,68	0,421656	8.812,06	0,416233	8.698,72
3	20.496,62	0,273803	5.612,03	0,268537	5.504,11
4	20.117,21	0,177794	3.576,72	0,173250	3.485,31
5	24.197,53	0,115451	2.793,62	0,111774	2.704,66
Total			34.639,00		34.148,05
(-) Inversión Inicial			-34.396,32		-34.396,32
TIR			242,67		-248,28

Nota. Información obtenida de la Tabla 105

Para realizar el cálculo de la TIR se utiliza las siguientes fórmulas:

$$VAN Tm = VAN - inversión$$

$$VAN Tm = 34.639,00 - 34.396,32$$

$$VAN Tm = 242,67$$

$$VAN TM = VAN - inversión$$

$$VAN TM = 34.148,05 - 34.396,32$$

$$VAN TM = -248,28$$

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM} \right)$$

$$TIR = 54 + 1 \left(\frac{242,67}{242,67 - (-248,28)} \right)$$

$$TIR = 54 + 1 \left(\frac{296,80}{490,95} \right)$$

$$TIR = 54 + 1(0,49)$$

$$TIR = 54 + 0,49$$

$$TIR = 54,49\%$$

Análisis. La TIR es de 54,49%, un valor mayor al TMAR del 9,76%, por lo cual se acepta el proyecto de acuerdo al primer criterio que se plantea, es rentable.

7.6.3. *Relación Beneficio Costo*

Indicador que permite determinar el rendimiento que se obtiene por cada dólar invertido en el proyecto. Los criterios a evaluar en la RBC son:

- RBC < 1, el proyecto no rentable
- RBC = 1, Se deja al criterio del inversionista
- RBC > 1, el proyecto es rentable

Tabla 108*Relación Beneficio Costo*

Años	Ingresos Originales	Egresos Originales	Factor de Actualización	Ingresos Actualizados	Egresos Actualizados
1	105.600,00	78.376,92	0,911079	96.209,91	71.407,55
2	105.600,00	78.934,06	0,830064	87.654,80	65.520,35
3	105.600,00	79.464,94	0,756254	79.860,43	60.095,68
4	105.600,00	79.965,92	0,689007	72.759,13	55.097,07
5	105.600,00	80.432,97	0,627740	66.289,30	50.490,96
Total				402.773,58	302.611,61

Nota. Información obtenida de la Tabla 97, Tabla 100 y Tabla 105

En este caso se realiza los siguientes cálculos.

$$RBC = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

$$RBC = \frac{402.773,58}{302.611,61}$$

$$RBC = 1,33$$

Análisis. Como se observa, la RBC es de 1,33, que, de acuerdo a los criterios, el proyecto es rentable para su ejecución; además, se conoce que por cada dólar invertido se obtiene 0,33 centavos de dólar de utilidad.

7.6.4. Período de Recuperación de Capital

El PRC permite determinar el tiempo en que la empresa recuperará la inversión, se determina mediante los valores del flujo de caja y la inversión.

Tabla 109*Período de Recuperación de Capital*

Años	Flujos Netos	Factor de Actualización	Flujos Actualizados
0	34.396,32		
1	21.320,63	0,911079	19.424,77
2	20.898,68	0,830064	17.347,25
3	20.496,62	0,756254	15.500,65
4	20.117,21	0,689007	13.860,89
5	24.197,53	0,627740	15.189,75
Total			81.323,32

Años	Flujos Netos	Factor de Actualización	Flujos Actualizados
Años	1,86	1	años
Meses	0,86 * 12	10	meses
Días	0,36 * 30	11	días

Nota. Información obtenida de la Tabla 105

Es necesario aplicar la siguiente fórmula para calcular el PRC.

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{Flujo neto del año que supere la inversión}} \right)$$

$$PRC = 2 + \left(\frac{34.396,32 - 36.772,03}{17.347,25} \right)$$

$$PRC = 2 + \left(\frac{-2.375,70}{17.347,25} \right)$$

$$PRC = 2 + (-0,14)$$

$$PRC = 1,86$$

- El 1,86 indica que la inversión del proyecto se la recupera en 1 año.
- El 0,86 se lo multiplica por los 12 meses del año se obtiene como resultado 10,36 es decir que tenemos 10 meses.
- Y finalmente el 0,36 se lo multiplica por 30 días, y se obtiene como resultado 11 días.

Análisis. En base a los cálculos realizados, se conoce que la inversión de \$34.396,32 dólares se recuperarán en 1 año, 10 meses y 11 días.

7.6.5. Análisis de Sensibilidad

En un proyecto es importante efectuar el análisis de sensibilidad, ya que este indicador mide la resistencia del proyecto ante situaciones que comúnmente se dan dentro de una economía, por ejemplo: la disminución de los ingresos y el incremento de los costos. Los criterios de decisión respecto al análisis de sensibilidad son:

- Sensibilidad < 1, el proyecto sensible a cambios
- Sensibilidad = 1, No hay ningún efecto sobre el proyecto
- Sensibilidad > 1, el proyecto no sensible a cambios

Tabla 110*Análisis de Sensibilidad con el Incremento en los Costos*

Años	Costo Original	Costo Incrementado	Ingresos Totales	Flujo Neto	Factor de Actualización 35%	VAN Menor	Factor de Actualización 36%	VAN Mayor
0		13,75%						
1	78.376,92	89.153,75	105.600,00	16.446,25	0,740741	12.182,41	0,735294	12.092,83
2	78.934,06	89.787,49	105.600,00	15.812,51	0,548697	8.676,28	0,540657	8.549,15
3	79.464,94	90.391,37	105.600,00	15.208,63	0,406442	6.181,43	0,397542	6.046,07
4	79.965,92	90.961,23	105.600,00	14.638,77	0,301068	4.407,27	0,292310	4.279,07
5	80.432,97	91.492,50	105.600,00	14.107,50	0,223014	3.146,16	0,214934	3.032,18
Total						34.593,54		33.999,31
(-) Inversión Inicial								
						-34.396,32		-34.396,32
Total						197,22		-397,02

Nota. Información obtenida de la Tabla 95, Tabla 98 y Tabla 101

Para determinar la viabilidad del proyecto con el AS en incremento de costos se aplica las siguientes fórmulas:

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM} \right)$$

$$NTIR = 35 + 1 \left(\frac{197,22}{197,22 - (-397,02)} \right)$$

$$NTIR = 35 + 1 \left(\frac{197,22}{594,24} \right)$$

$$NTIR = 35 + 1(0,33)$$

$$NTIR = 35 + 0,33$$

$$NTIR = 35,33\%$$

A continuación, se calcula la diferencia de tasa, es decir la nueva TIR, con la TIR inicial:

$$DTIR = TIR - NTIR$$

$$DTIR = 54,49 - 35,33$$

$$DTIR = 19,16$$

Continuamente, se calcula el % de variación de la siguiente manera.

$$\%V = \frac{DTIR}{TIR} * 100$$

$$\%V = \frac{19,16}{54,49} * 100$$

$$\%V = 0,3516 * 100$$

$$\%V = 35,16$$

Finalmente se realiza el cálculo del análisis de sensibilidad:

$$AS = \frac{\%V}{NTIR}$$

$$AS = \frac{35,16}{35,33}$$

$$AS = 0,995250$$

Análisis. En base a los resultados, se obtiene una sensibilidad del 0,995250, valor que es menor a 1, y el cual cumple con el tercer criterio, es decir, el proyecto no es sensible a cambios, en este caso, el proyecto soporta hasta un 13,75% en incremento de costos.

Tabla 111*Análisis de Sensibilidad con la Disminución de Ingresos*

Años	Costo Original	Ingreso Original	Ingreso Disminuido	Flujo Neto	Factor de Actualización 35%	VAN Menor	Factor de Actualización 36%	VAN Mayor
0			10,30%					
1	78.376,92	105.600,00	94.723,20	16.346,28	0,740741	12.108,35	0,735294	12.019,32
2	78.934,06	105.600,00	94.723,20	15.789,14	0,548697	8.663,45	0,540657	8.536,52
3	79.464,94	105.600,00	94.723,20	15.258,26	0,406442	6.201,60	0,397542	6.065,80
4	79.965,92	105.600,00	94.723,20	14.757,28	0,301068	4.442,95	0,292310	4.313,71
5	80.432,97	105.600,00	94.723,20	14.290,23	0,223014	3.186,91	0,214934	3.071,46
Total						34.603,27		34.006,81
(-) Inversión Inicial						-34.396,32		-34.396,32
Total						206,95		-389,51

Nota. Información obtenida de la Tabla 95, Tabla 98 y Tabla 101

Para determinar correctamente si el proyecto es viable, se debe realizar algunas ecuaciones para calcular la Nueva Tasa Interna de Retorno (NTIR):

$$NTIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM} \right)$$

$$NTIR = 35 + 1 \left(\frac{206,95}{206,95 - (-389,51)} \right)$$

$$NTIR = 35 + 1 \left(\frac{206,95}{596,46} \right)$$

$$NTIR = 35 + 1(0,35)$$

$$NTIR = 35 + 0,35$$

$$NTIR = 35,35\%$$

A continuación, se calcula la diferencia de tasa, es decir la nueva TIR, con la TIR inicial:

$$DTIR = TIR - NTIR$$

$$DTIR = 54,49 - 35,35$$

$$DTIR = 19,15$$

Continuamente, se calcula el % de variación de la siguiente manera.

$$\%V = \frac{DTIR}{TIR} * 100$$

$$\%V = \frac{19,15}{54,49} * 100$$

$$\%V = 0,3514 * 100$$

$$\%V = 35,14$$

Finalmente se realiza el cálculo del análisis de sensibilidad:

$$AS = \frac{\%V}{NTIR}$$

$$AS = \frac{35,14}{35,35}$$

$$AS = 0,994043$$

Análisis. A partir de los resultados calculados, se determina que la sensibilidad es del 0,994043, el cual cumple con el tercer criterio mencionado, dando a entender que el proyecto no es sensible a cambios, además soporta hasta un 10,30% en cambios en la disminución de ingresos.

8. Conclusiones

Finalizando la investigación, se procede a realizar las respectivas conclusiones de los puntos más importantes en relación a los estudios del proyecto de la empresa productora y comercializadora de gomitas a base de vodka sabor a manzana.

- De acuerdo al estudio de mercado, se concluye que existe un mercado potencial para las gomitas a base de vodka, esto debido a que el 94% de la población está dispuesta a comprar el producto.
- En los resultados de la demanda insatisfecha, se determina una enorme demanda insatisfecha para el primer año de 298.993.794 gramos de gomitas. Esto indica que existe un gran pedido del producto que no cumple con las necesidades de los clientes, una oportunidad en el mercado.
- En el estudio técnico se concluye que la empresa tiene una capacidad instalada de 109.500.000 gramos anuales, en donde al trabajar 4 horas diarias, durante 264 días al año, se determina una capacidad utilizada de 13.200.000 gramos de gomitas producidas al año, lo cual cubre en el primer año una participación en el mercado del 4,39%.
- La empresa labora en un local arrendado de 300 m² y estará ubicada en la ciudad de Loja, en la calle Teodoro Wolf, entre la calle Benjamín Franklin y la calle Tnte. Geovanny Calles.
- En cuanto al estudio legal y administrativo, la empresa se conformó con una compañía de responsabilidad limitada, cuya razón social es “Productora Gummies.”; la cual tendrá una vida útil de 5 años.
- Respecto al estudio económico, se calcula que la inversión inicial para el funcionamiento de la empresa es de \$34.396,32 dólares, el cual el 27% de la inversión será capital propio, y el 73% será financiado por un crédito del Banco Central del Ecuador, con un plazo de 5 años y una tasa de interés efectiva del 9,76%, con pagos anuales.
- El costo de producción de las gomitas a base de vodka para el primer año es de \$78.376,92 dólares, en donde tendrá un costo unitario de 0,74 centavos, y con una utilidad del 30%, la unidad de gomitas será vendida a \$1,00 dólar; obteniendo unos

ingresos de \$105.600,00 dólares anuales; en donde la utilidad líquida será de \$22.848,22 dólares para el primer año.

- Finalmente, para concluir acerca de la viabilidad del proyecto, se considera los indicadores de la evaluación financiera, para lo que se parte como base del TMAR del 9,76%, en donde se obtiene un VAN positivo de \$46.927,00 dólares; seguido de una TIR de un 54,49%, valor mayor al TMAR; un PRC de 1 año, 10 meses y 11 días; una RBC de 0,33 centavos de utilidad por cada dólar invertido. En el análisis de sensibilidad (AS) con disminución en los ingresos se determina que resiste cambios de hasta un 10,30%; y en el caso del incremento de costos soporta cambios de hasta un 13,75%. Todos estos indicadores revelan que el proyecto es viable para su aplicación.

9. Recomendaciones

Se realizan las siguientes recomendaciones en base a las conclusiones.

- De acuerdo a los resultados de los estudios, se recomienda empezar la ejecución del proyecto, esto debido a que es viable en la ciudad de Loja. Además, contribuirá al aspecto socioeconómico de la ciudad; y abrirá plazas de empleos a sus residentes.
- Dar a conocer el producto por los diferentes medios de comunicación seleccionados por los encuestados. Además, fomentar su consumo y comercialización en la ciudad.
- Actualizar constantemente la información del proyecto, con el fin de prepararse a cambios radicales en el mercado y no afecten la rentabilidad del proyecto.
- Tener en cuenta la demanda, la oferta y los cambios que surgen en el mercado, con el fin de aprovechar las oportunidades y maximizar las ventas.
- Fomentar valores y políticas que ayuden a construir una comunicación sólida con la sociedad.
- Invertir en la diversificación de productos, para tener mayor alcance, superando las expectativas de los clientes y satisfaciendo sus necesidades.
- Realizar innovaciones en las diferentes áreas de la empresa junto a sus recursos, para maximizar ganancias y minimizar costos.

10. Bibliografía

- Arguello Pazmiño, A. M., Llumiguano Poma, M. E., Gavilánez Cárdenas, C. V., & Torres Ordoñez, L. H. (2020). *Administración de Empresa: Elementos Básicos*. Guayas: Pons Publishing House / Pons ASBL. Obtenido de <https://shre.ink/8dIC>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2024). *Ley de Régimen Tributario Interno*. Ecuador: Comisión de Legislación y Codificación. Obtenido de <https://shre.ink/8dvE>
- Ayala Pozo, E. D. (2019). Plan de negocios para la elaboración y comercialización de gomitas masticables con sabor a mora endulzada con miel de abeja en el sector centro norte de Quito. *Escuela de Negocios*. Obtenido de <https://shre.ink/8syN>
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. México: McGrawHill. Obtenido de <https://shre.ink/2vtb>
- Barreros Ortiz, J. (2022). *Elaboración de un proyecto de factibilidad para la instalación de una microempresa de gomitas nutricionales en el cantón Salcedo*. Salcedo: Universidad Técnica de Ambato. Obtenido de <https://shre.ink/2Ieb>
- Brume Gonzáles, M. J. (2019). *Estructura organizacional*. Barranquilla: Institución Universitaria Itsa. Obtenido de <https://shre.ink/8dfS>
- Calvo Langarica, C. (2019). *Análisis e interpretación de estados financieros*. Ciudad de México: McGraw Hill.
- Carrillo Rosero, D. A., Vega Falcón, V., & Navas Alcívar, S. (2019). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN*. Quito: Editorial Jurídica del Ecuador. Obtenido de <https://shre.ink/2e1M>
- Cevallos Vique, V., Esparza Paz, F. F., Balseca Castro, J. E., & Chafra Granda, J. L. (2022). *Formulación y evaluación de proyectos para financiamiento*. Guayaquil: CIDE EDITORIAL. Obtenido de <https://shre.ink/2enf>
- Córdoba Padilla, M. (2011). *Formulación y evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones S.A.S. Obtenido de <https://shre.ink/2vio>

- Gerardo Serrano, F. (2020). *Proyectos de Inversión*. Ciudad de México: Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V. Obtenido de <https://shre.ink/8dIU>
- INEC. (2023). *Índice de Precio al Consumidor (IPC)*. Obtenido de Ecuador En Cifras: <https://shre.ink/2Irj>
- León, J., Maticorena, L., Ludeña, C., Farfán Renato, & Montoya Patricia. (2014). *DISEÑO DE UNA LÍNEA DE PRODUCCIÓN DE HELADOS DE CREMA A BASE DE LICOR EN PIURA*. Piura: Universidad de Piura. Obtenido de <https://shre.ink/2Ieh>
- Lira Briceño, P. (2021). *Evaluación de Proyectos de Inversión*. Bogotá: Ediciones de la U. Obtenido de <https://shre.ink/8d81>
- Mandagarán Rivas, G. (2023). *Formulación y evaluación de proyectos: Análisis de inversiones de activos fijos en entornos emergentes*. Buenos Aires: Alfaomega. Obtenido de <https://shre.ink/8dIp>
- Ministerio de Economía y Finanzas - MEF. (2019). *Guía General para la Identificación, Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Perú: Dirección General de Programación Multianual de Inversiones - DGPMI. Obtenido de <https://shre.ink/8YEQ>
- Ministerio de Salud Pública. (2018). *ENCUESTA STEPS ECUADOR*. Obtenido de Ministerio de Salud Pública: <https://shre.ink/2IrD>
- Mondragón Puerto, D. (2017). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Fondo Editorial Areandino. Obtenido de <https://shre.ink/2v2u>
- Morales Castro, A., & Morales Castro, J. A. (2009). *Proyectos de Inversión. Evaluación y Formulación*. México: McGrawHill. Obtenido de <https://shre.ink/2vFJ>
- Murcia Murcia, J. D., Díaz Piraquive, F. N., Medellín Duarte, V., Santana Vilorio, L., Oñate Bello, G. A., Rodríguez Murcia, S. Y., . . . Rodríguez López, G. F. (2019). *Proyectos / Formulación y criterios de evaluación*. Colombia: Alpha Editorial. Obtenido de <https://shre.ink/8dg2>
- Pasaca Mora, M. E. (2017). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. Loja: GRAFICPLUS.

Sapag Chain, N. (2011). *Proyectos de Inversión. Formulación y evaluación*. Santiago de Chile: Pearson Educación. Obtenido de <https://shre.ink/2ezR>

Sarmiento Rojas, J. A., Sánchez Hernández, W. E., Güiza Pinzón, F. D., Barajas Sanabria, M. A., & Cuítiva Ruiz, R. K. (2022). *Formulación de proyectos de inversión pública*. Boyacá: Editorial UPTC. Obtenido de <https://shre.ink/8YEc>

Vela Reategui, S. J., Diaz Viteri, J. E., & Vidaurre Rojas, P. (2022). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión: Conceptos Básicos*. Tarapoto: Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú .

Viñán Villagrán, J., Puente Riofío, M., Ávalos Reyes, J., & Córdova Prócel, J. (2018). *Proyectos de Inversión: Un Enfoque Práctico*. Riobamba: SPOCH. Obtenido de <https://shre.ink/8dMh>

11. Anexos

Anexo 1

Encuesta a la población de la ciudad de Loja

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



Como estudiante de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, me complace contar con su valiosa colaboración en esta encuesta. Su participación es fundamental para el desarrollo del trabajo de integración curricular, que tiene como propósito determinar los gustos y preferencias de los consumidores en la ciudad de Loja respecto a la adquisición de gomitas a base de vodka sabor a manzana.

1. Genero

- Masculino
- Femenino

2. ¿En qué rango de edad está usted?

- 20 a 24 años
- 25 a 29 años
- 30 a 34 años
- 35 a 39 años
- 40 a 44 años
- 45 a 49 años
- 50 a 54 años

3. ¿Usted consume gomitas (dulces)?

- Si
- No

Si su respuesta es negativa, se le agradece por el tiempo, puede finalizar la encuesta.

4. ¿Qué tipos de gomitas consume?

- Gomitas ácidas
- Gomitas azucaradas
- Gomitas confitadas
- Gomitas de colores
- Otros

5. ¿De cuántos gramos usted adquiere las gomitas y a qué precio?

Gramos	Precio					
	\$ 0,50	\$ 1,00	\$ 1,25	\$ 1,50	\$ 2,00	Más de \$ 2,00
80 gr						
125 gr						
225 gr						

6. ¿Cuántas unidades de gomitas compra mensualmente?

Gramos	Cantidad			
	1 a 3 unidades	4 a 6 unidades	7 a 9 unidades	Más de 10 unidades
80 gr				
125 gr				
225 gr				

7. ¿Normalmente en que lugares adquiere las gomitas?

- Tiendas
- Micro mercados
- Supermercados
- Otro

8. Al momento de comprar gomitas ¿Qué aspectos considera de mayor relevancia?

- Precio

- Calidad
- Cantidad
- Marca
- Sabor

9. ¿Qué tipo de promoción ha recibido al momento de adquirir gomitas?

- Descuento en compras
- Producto adicional
- Degustaciones

10. ¿Por qué medio de comunicación usted se ha enterado de la venta de gomitas?

- Facebook
- Instagram
- WhatsApp
- Tik Tok
- Radio
- Televisión
- Prensa
- Hojas Volantes
- Ninguna
- Otra

11. En caso de implementar una empresa productora y comercializadora de gomitas a base de vodka sabor a manzana, en la ciudad de Loja ¿Estaría usted dispuesto a adquirir el producto?

- Si
- No

12. ¿En qué presentación le gustaría adquirir las gomitas a base de vodka?

- Fundas plásticas de polietileno
- Envase de plástico

- Envase de vidrio

13. ¿Qué tipo de promoción preferiría al comprar el producto?

- Descuentos en compras
- Cupones para futuras compras
- Participación en sorteos
- Degustaciones gratuitas en tiendas
- Otro

14. ¿A través de que medio de comunicación le gustaría que se promocionara el producto?

- Facebook
- Instagram
- WhatsApp
- Tik Tok
- Radio
- Televisión
- Prensa
- Hojas Volantes
- Otro

Anexo 2

Encuesta a los oferentes de la ciudad de Loja



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Como estudiante de la carrera de Administración de Empresas, me complace contar con su colaboración en esta encuesta. Su participación es fundamental para trabajo de integración curricular, que tiene como propósito entender mejor las preferencias de los consumidores en la ciudad de Loja respecto a la adquisición de gomitas a base de vodka sabor a manzana.

Nombre de la empresa:

1. ¿En su empresa vende gomitas?

- Si
- No

2. ¿De cuántos gramos usted vende las gomitas y a qué precio?

Gramos	Precio					
	\$ 0,50	\$ 1,00	\$ 1,25	\$ 1,50	\$ 2,00	Más de \$ 2,00
80 gr						
125 gr						
225 gr						

3. ¿Cuántas unidades de gomitas vende mensualmente?

Gramos	Cantidad				
	1 a 100 unidades	101 a 200 unidades	201 a 300 unidades	301 a 400 unidades	401 a 500 unidades
80 gr					
125 gr					
225 gr					

4. ¿En qué presentación vende las gomitas?

- Funda de plástico de polietileno
- Envase de plástico
- Envase de vidrio

- Otra

5. ¿Qué aspectos consideran los consumidores al momento de adquirir las gomitas?

- Precio
- Calidad
- Sabor
- Marca

6. ¿Qué tipo de promociones ofrece en su negocio?

- Muestras gratis
- Degustaciones
- Descuentos
- Sorteos
- Ninguna
- Otra

7. ¿Si se implementara una empresa productora y comercializadora de gomitas a base de vodka sabor a manzana, en la ciudad de Loja, usted estaría dispuesto a adquirir el producto para comercializarlo?

- Si
- No

Anexo 3

Entrevista al proveedor

1. ¿Nos podrías contar un poco sobre tu empresa?
2. ¿Cómo describirías la calidad de la gelatina sin sabor ?
3. ¿Cuánto cuesta el kilogramo de la gelatina sin sabor?
4. ¿Cuál es el precio del quintal de azúcar y del litro de vodka sabor a manzana?
5. ¿Cuáles son las formas de pago que ofrecen?
6. ¿En cuánto tiempo suelen entregar los pedidos?
7. ¿Tienen descuentos por pedidos grandes?
8. ¿Estarían interesados en ser nuestro proveedor?

Anexo 4

Certificado de Inglés

Loja, 27 de mayo de 2024

Lic.

Viviana Valdivieso Loyola Mg. Sc.

DOCENTE DE INGLÉS

A petición verbal de la parte interesada:

CERTIFICA:

Que, desde mi legal saber y entender, como profesional en el área del idioma inglés, he procedido a realizar la traducción del resumen, correspondiente al Trabajo de Integración Curricular, titulado: **“Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de gomitas a base de vodka sabor a manzana, en la ciudad de Loja”**, de la autoría de: **Fabián Alexander Guiracocha Jiménez**, portador de la cédula de identidad número **1106067802**

Para efectos de traducción se han considerado los lineamientos que corresponden a un nivel de inglés técnico, como amerita el caso.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando al portador del presente documento, hacer uso del mismo, en lo que a bien tenga.

Atentamente. -



Firmado electrónicamente por:
**VIVIANA DEL CISNE
VALDIVIESO LOYOLA**

Lic. Viviana Valdivieso Loyola Mg. Sc.

1103682991

N° Registro Senescyt 4to nivel **1031-2021-2296049**

N° Registro Senescyt 3er nivel **1008-16-1454771**