



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Unidad de Educación a Distancia y en Línea

Carrera de Administración de Empresas

Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de aliños en el cantón Paquisha, provincia de Zamora Chinchipe.

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

AUTORA:

Cecilia Nataly Paqui Paqui.

DIRECTOR:

Ing. Jorge Oswaldo Mogrovejo León. Mg.

Loja – Ecuador

2024



Universidad
Nacional
de Loja

**Sistema de Información Académico
Administrativo y Financiero - SIAAF**

CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **MOGROVEJO LEON JORGE OSWALDO**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE ALIÑOS EN EL CANTÓN PAQUISHA, PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”**, perteneciente al estudiante **CECILIA NATALY PAQUI**, con cédula de identidad N° 1900748268.

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, 3 de Agosto de 2024



Escaneó el código QR para:
JORGE OSWALDO
MOGROVEJO LEON

F) _____

**DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR**

Autoría

Yo, **Cecilia Nataly Paqui Paqui**, declaro ser autora 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. Adicionalmente, acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Integración Curricular o de Titulación, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Autora: Cecilia Nataly Paqui Paqui.

Cédula de identidad: 190074826-8.

Fecha: 10 de octubre del 2024.

Correo electrónico: cecilia.paqui@unl.edu.ec

Teléfono: 0959725429.

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

Yo, **Cecilia Nataly Paqui Paqui**, declaro ser autor del Trabajo de Integración Curricular denominado: **Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de aliños en el cantón Paquisha, provincia de Zamora Chinchipe**, como requisito para optar el título de: **Licenciada 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 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 o de Titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los diez días del mes de octubre del dos mil veinticuatro.

Firma:

Autora: Cecilia Nataly Paqui Paqui.

Cédula de identidad: 190074826-8.

Dirección: Paquisha, Zamora Chinchipe.

Correo electrónico: cecilia.paqui@unl.edu.ec

Teléfono: 0959725429.

DATOS COMPLEMENTARIOS

Director del Trabajo de Integración Curricular: Ing. Jorge Oswaldo Mogrovejo. Mg.

Dedicatoria

Este trabajo investigativo está dedicado primeramente a Dios por darme sabiduría y fortaleza inquebrantable. A mis padres, por su amor incondicional y constante apoyo en cada paso de mi vida; su confianza en mí se convirtió en mi mayor motivación para lograr mis metas. A mi pareja, por estar a mi lado en todo momento brindandome su apoyo y fuerzas necesarias para continuar luchando día a día ante las adversidades. A mis hijos, Maholy y Santiago, ya que gracias a ellos lucho todos los días por ser mejor y por que les ha tocado sacrificar algunos momentos de estar con su madre. A mis hermanos, por ser mi fuente de alegría y fortaleza, gracias por creer en mí y por todo su apoyo brindado. A mis maestros y mentores, por compartir sus conocimientos y guiarme con paciencia y dedicación, su influencia ha dejado una huella imborrable tanto en mi formación profesional y personal. Finalmente, a todos aquellos que de una u otra manera contribuyeron a la culminación de este proyecto, su apoyo y comprensión han sido invaluable.

Con gratitud y cariño.

Cecilia Nataly Paqui Paqui

Agradecimiento

Expreso mi más profundo agradecimiento a todas las personas que han contribuido de cierta manera a la realización de este trabajo de titulación. Primeramente a Dios, por darme la fortaleza y sabiduría necesaria para poder enfrentar los desafíos presentados a lo largo de todo el camino. A la Universidad Nacional de Loja, por brindarme la oportunidad de cursar y terminar mis estudios superiores. A mi director de tesis, Ing. Jorge Mogrovejo, por su guía, paciencia y valiosos consejos; su conocimiento y experiencia han sido clave para el desarrollo de este trabajo. A todos y cada uno de los maestros, por compartir su sabiduría y por su compromiso con mi formación académica; sus enseñanzas han dejado una huella significativa en mi desarrollo profesional.

Cecilia Nataly Paqui Paqui.

Índice de contenido

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de Autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenido	vii
Índice de tablas.....	xi
Índice de figuras	xiv
Índice de Anexos.....	xv
1. Título	1
2. Resumen	2
2.1 Abstract	3
3. Introducción	4
4. Marco teórico	6
4.1 Marco referencial	6
4.1.1 Antecedentes	7
4.2 Marco conceptual.....	10
4.2.1 Proyectos de inversión	10
4.2.2 Estudio de Factibilidad	11
4.2.3 Estudio de Mercado	11
4.2.4 Estudio Técnico	13
4.2.5 Estudio Administrativo	16
4.2.6 Estudio Económico	20
4.2.7 Evaluación financiera.....	25
5. Metodología	28

5.1	Área de estudio.....	29
5.2	Materiales.....	29
5.3	Enfoque de la investigación	29
5.4	Métodos de investigación.....	30
5.5	Tipos de investigación.....	30
5.6	Técnicas de investigación.....	30
5.7	Población.....	31
5.7.1	Proyección de la población	31
5.7.2	Población de oferentes	32
5.7.3	Muestra demandantes.....	32
5.7.4	Muestra oferentes.....	33
5.8	Procedimiento.....	34
6.	Resultados.....	35
6.1	Análisis e interpretación de la encuesta aplicada a las familias del cantón Paquisha 35	
6.2	Análisis e interpretación de la encuesta realizada a los oferentes.	38
7.	Discusión.....	40
7.1	Estudio de Mercado.....	40
7.1.1	Producto principal.....	40
7.1.2	Producto secundario.....	40
7.2	Mercado demandante	40
7.3	Análisis de la demanda.....	40
7.3.1	Demanda potencial.....	40
7.3.2	Demanda real	41
7.3.3	Demanda efectiva.....	42
7.4	Análisis de la oferta.....	43
7.4.1	Estimación de la oferta.....	43

7.4.2	Oferta Actual.....	43
7.4.3	Demanda insatisfecha	44
7.5	Plan de comercialización del producto.....	45
7.5.1	Producto.	45
7.5.2	Precio.	48
7.5.3	Promoción.....	48
7.5.4	Plaza.....	49
7.6	Estudio Técnico.....	49
7.6.1	Tamaño óptimo	50
7.6.2	Localización del proyecto	51
7.6.3	Ingeniería del proyecto	53
7.6.4	Infraestructura física	57
7.6.5	Distribución de la planta.	57
7.6.6	Proceso de producción	59
7.6.7	Diagrama de flujo	61
7.7	Estudio Administrativo	63
7.7.1	Base legal	63
7.7.2	Estructura Organizacional.....	64
7.7.3	Organigramas.....	64
7.7.4	Manual de Funciones	67
7.8	Estudio Económico	72
7.8.1	Inversiones	72
7.8.2	Financiamiento.....	87
7.8.3	Presupuesto Proyectado	88
7.8.4	Ingresos Totales	90
7.8.5	Clasificación de costos.....	91
7.8.6	Punto de equilibrio.....	94

7.8.7	Estado de Pérdidas y Ganancias	96
7.9	Evaluación financiera.....	96
7.9.1	Flujo de Caja.....	96
7.9.2	Valor Actual Neto (VAN).....	97
7.9.3	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	98
7.9.4	Relación Beneficio Costo (RBC).....	100
7.9.5	Periodo de Recuperación de Capital (PRC).....	101
7.9.6	Análisis de Sensibilidad (AS)	102
8.	Conclusiones.....	105
9.	Recomendaciones.....	106
10.	Bibliografía.....	107
11.	Anexos.....	112

Índice de tablas

Tabla 1. “Estudió de Factibilidad para la Implementación de una Empresa Productora y Comercializadora de Aliño con Tamarindo en la Ciudad de Loja”	6
Tabla 2. “Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de aliño de piña, en la ciudad de Loja”	7
Tabla 3. Distribución muestral por parroquias del cantón Paquisha.....	33
Tabla 4. Oferentes	33
Tabla 5. Consumo de aliños.....	35
Tabla 6. Tipos de aliños	35
Tabla 7. Presentación de aliños.....	35
Tabla 8. Precio de aliño.....	36
Tabla 9. Características del producto	36
Tabla 10. Envases de preferencia.....	36
Tabla 11. Lugar de compra	37
Tabla 12. Cantidad de aliños semanales	37
Tabla 13. Aceptación de creación de empresa productora y comercializadora de aliño	37
Tabla 14. Medios de comunicación de preferencia.....	38
Tabla 15. Oferta del producto	38
Tabla 16. Precios oferentes	38
Tabla 17. Aceptación de oferentes	39
Tabla 18. Demanda potencial.....	41
Tabla 19. Demanda real	41
Tabla 20. Consumo promedio	42
Tabla 21. Demanda Real Anual	42
Tabla 22. Demanda efectiva.....	43
Tabla 23. Venta promedio de aliños	44
Tabla 24. Demanda insatisfecha	44
Tabla 25. Capacidad Instalada	50
Tabla 26. Capacidad utilizada.....	51
Tabla 27. Infraestructura física	57
Tabla 28. Simbología diagrama de flujo	61
Tabla 29. Flujograma del proceso productivo	62
Tabla 30. Manual de funciones del gerente	69
Tabla 31. Manual de funciones de la secretaria	70

Tabla 32. Manual de funciones del obrero.....	71
Tabla 33. Maquinaria y equipo	72
Tabla 34. Equipo de cómputo	73
Tabla 35. Equipo de oficina	73
Tabla 36. Muebles y enseres	74
Tabla 37. Equipos de seguridad e higiene.....	74
Tabla 38. Herramientas	74
Tabla 39. Mobiliario	75
Tabla 40. Resumen inversiones en activo fijo	75
Tabla 41. Depreciación de activos fijos	75
Tabla 42. Proyección de depreciaciones de activos fijos	76
Tabla 43. Resúmenes activos diferidos.....	76
Tabla 44. Amortización de activos diferidos	77
Tabla 45. Materia prima directa.....	78
Tabla 46. Proyección de materia prima	78
Tabla 47. Mano de obra directa	79
Tabla 48. Proyección mano de obra directa	79
Tabla 49. Materia prima indirecta.....	80
Tabla 50. Proyección materia prima indirecta	80
Tabla 51. Servicios Básicos	81
Tabla 52. Proyección Servicios Básicos	81
Tabla 53. Sueldos administrativos	82
Tabla 54. Proyección sueldos y salarios	82
Tabla 55. Arriendo	83
Tabla 56. Proyección arriendo	83
Tabla 57. Útiles de oficina	83
Tabla 58. Proyección de útiles de oficina	84
Tabla 59. Útiles de aseo	84
Tabla 60. Proyección de útiles de aseo	85
Tabla 61. Servicio Básico	85
Tabla 62. Proyección de servicio básico	85
Tabla 63. Publicidad	86
Tabla 64. Proyección publicidad.....	86
Tabla 65. Resúmenes activos circulantes.....	86

Tabla 66. Inversión total del proyecto	87
Tabla 67. Resumen del financiamiento.....	88
Tabla 68. Tabla de amortización.....	88
Tabla 69. Presupuesto proyectado	89
Tabla 70. Ingresos totales.....	90
Tabla 71. Clasificación de costos año 1	91
Tabla 72. Clasificación de costos año 5	92
Tabla 73. Estado de Pérdidas y Ganancias	96
Tabla 74. Flujo de caja.....	97
Tabla 75. Valor Actual Neto	98
Tabla 76. Tasa Interna de Retorno	99
Tabla 77. Relación Beneficio Costo	100
Tabla 78. Periodo de Recuperación de Capital	101
Tabla 79. Análisis de sensibilidad con incremento del 9,99% en los costos	102
Tabla 80. Resultado análisis de sensibilidad con incremento del 9,99% en los costos	103
Tabla 81. Análisis de sensibilidad con disminución del 8,12% en los ingresos	103
Tabla 82. Resultado análisis de sensibilidad con disminución del 8,12% en los ingresos ...	104

Índice de figuras

Figura 1. Mapa del cantón Paquisha.....	29
Figura 2. Canal de comercialización.....	49
Figura 3. Macro localización del proyecto.	52
Figura 4. Micro localización del proyecto	52
Figura 5. Distribución de planta	59
Figura 6. Organigrama estructural	65
Figura 7. Simbología organigramas.....	66
Figura 8. Organigrama funcional.....	66
Figura 9. Organigrama posicional	67
Figura 10. Punto de equilibrio año 1.....	94
Figura 11. Punto de equilibrio año 5.....	95

Índice de Anexos

Anexo 1. Encuesta a demandantes.....	112
Anexo 2. Encuesta a oferentes.....	114
Anexo 3. Certificado de traducción.....	115

1. Título

“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de aliños en el cantón Paquisha, provincia de Zamora Chinchipe”

2. Resumen

El presente trabajo de investigación se realizó en el cantón Paquisha, con la finalidad de evaluar la viabilidad de un producto natural en el mercado, dentro de los objetivos planteados fue realizar el estudio de mercado para determinar la demanda actual, oferta, demanda insatisfecha y plan de comercialización; se efectuó el estudio técnico para determinar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto; el estudio administrativo para establecer la estructura legal y administrativa; así también, el estudio económico o financiero que permitió conocer el tamaño de la inversión, las fuentes de financiamiento y el presupuesto de costos e ingresos y; finalmente la evaluación financiera para establecer la viabilidad del proyecto y su puesta en marcha.

La investigación presenta un enfoque cuantitativo y cualitativo, a través de los métodos inductivo y deductivo, de investigación tipo exploratoria-descriptiva, y se aplicaron algunas técnicas como la encuesta y fuentes bibliográficas para la recopilación de información. Luego de haber analizado tanto la demanda como la oferta, se determinó una demanda insatisfecha de 12.650 unidades para el primer año; la inversión requerida para la ejecución del proyecto es de \$7.611 dólares; el costo de producción para el mismo año es de \$41.525, con un precio de venta al público de \$1,97 por cada frasco de 250 gr; lo cual originará ingresos por ventas con un valor de \$51.076. El punto de equilibrio se determina en un 63,70% de la capacidad instalada, con un ingreso por ventas de \$32.537 para el primer año de vida útil; y, finalmente se aplicaron algunos indicadores de evaluación financiera como: Valor Actual Neto (VAN) que equivale a \$12.689 en valor positivo, Tasa Interna de Retorno (TIR) de 66,92%, Relación Beneficio Costo de \$1,23, Periodo de Recuperación de Capital en 1 año 4 meses 24 días; y, el Análisis de Sensibilidad (AS) que determina un incremento de costos de hasta el 9,99% y una disminución en los ingresos del 8,12%. En conclusión, se considera que el proyecto es viable.

Palabras clave: Proyecto, factibilidad, aliño, inversión

2.1 Abstract

The present research project was conducted in the Paquisha canton, with the aim for evaluating the viability of a natural product in the market. Among the established objectives was to conduct a market study to determine current demand, supply unsatisfied demand, and the marketing plan; a technical study was carried out to determine the size, location and engineering of the Project; an administrative study to establish the legal and administrative structure; as well as an economic or financial study that allowed understanding the size of the investment, sources of financing, and the cost and income budget; and finally the financial evaluation to establish the project viability and its implementation.

The research presents a quantitative and qualitative approach, through inductive and deductive methods, of exploratory descriptive research type, and some techniques such as surveys and bibliographic sources were applied for the information gathering. After analyzing both demand and supply, an unsatisfied demand of 12,650 units was determined for the first year, the required investment for the Project execution is \$ 7, 611; the production cost for the same year is \$ 41, 525, with a retail Price of \$1.97 per 250 gram jar; which will generate sales income of \$51,076. The break even point is determined at 63.70% of the installed capacity, with sales income of \$32,573 for the first year of useful life; and finally, some financial evaluation indicators were applied, such as: net present Value (NPV) amounting to \$ 12.689 in positive value, Internal Rate of Return (IRR) of 66.92% , Benefit_ cost Ratio of \$1.23, Capital Recovery Period of 1 year, 4 months, and 24 days; and Sensitivity Analysis (SA) which determines a cost increase of up 9.99% and a decrease in income of 8.12%. To sum up the project is considered viable.

Keywords: Project, feasibility, dressing, investment

3. Introducción

La agroindustria es un sector dinámico y esencial para la economía global, debido a que no solo proporciona alimentos y materia prima, sino que también genera fuentes de empleo sin la necesidad de mano de obra calificada y desarrollo en diversas regiones del mundo. Su evolución está determinada por los avances tecnológicos, cambios en las preferencias de los consumidores y desafíos ambientales, convirtiéndola en un campo de estudio y trabajo apasionante y en constante cambio.

Dentro de este ámbito se encuentra la elaboración de aliños naturales, que se ha convertido en una actividad económica que ha tenido un gran aporte debido al número de beneficios que ha tenido desde la antigüedad para sazonar sus platos y de esta manera mejorar su sabor.

En el cantón Paquisha no existe empresas que se dediquen a esta actividad, productos similares son traídos desde la ciudad de Loja para ser comercializadas en toda la provincia, además estos vienen con conservantes que podrían causar daños a la salud, sin embargo, las personas las adquieren debido a que no encuentran otra alternativa que ocasione menos perjuicios.

En tal sentido, se ha visto la necesidad de crear un emprendimiento que permitirá satisfacer de manera exitosa las necesidades y requerimientos de la población objeto de estudio, ya que además de generar ingresos económicos para el emprendedor permitirá generar fuentes de trabajo que impulsará el desarrollo socioeconómico del sector.

Para determinar la factibilidad de crear la empresa productora y comercializadora de aliños fue necesario realizar las diferentes etapas de estudio de un proyecto de inversión, ya que cada una de ellas permitió conocer la viabilidad de ejecutar este emprendimiento. Es importante recalcar que para establecer un negocio se debe realizar este tipo de estudio para poder conocer anticipadamente si es factible emprender o no en el negocio y, de esta manera prevenir quiebres empresariales.

La investigación se llevó a cabo en el cantón Paquisha, este lugar fue tomado en consideración debido a que cuenta con un bajo nivel de emprendimientos y con ello se pretende contribuir al desarrollo social y económico de la población.

El presente trabajo se encuentra estructurada de la siguiente manera: **TÍTULO** donde refleja el nombre de la investigación. Se empieza con el **RESUMEN o ABSTRACT** donde se detalla de forma resumida el trabajo en términos precisos y concretos; la **INTRODUCCIÓN** donde se determina la razón de la investigación y en el **MARCO TEÓRICO** se fundamenta la

investigación de forma teórica donde contiene la recopilación bibliográfica, que nos permite descifrar los elementos y conceptos más relevantes; la **METODOLOGÍA**, donde se describieron los materiales y métodos adoptados en la investigación, seguidamente tenemos los **RESULTADOS**, que permitieron extraer información para el desarrollo de las etapas de estudio de factibilidad. La **DISCUSIÓN** se establece en el estudio de mercado donde se determinó la oferta y la demanda; en el estudio técnico se estableció la capacidad instalada, la capacidad utilizada, el tamaño y la localización apropiada para la empresa; el estudio administrativo, en donde se describió la base legal de la constitución de la empresa; en el estudio financiero se determinaron los activos fijos, activos diferidos, activos circulante y estados financieros y; finalmente la evaluación financiera utilizando los indicadores de evaluación: VAN, TIR, RBC, PRC y Análisis de Sensibilidad que permitieron conocer la factibilidad del proyecto y con ello el logro de los objetivos.

Finalmente se describieron las **CONCLUSIONES** y **RECOMENDACIONES** a fin de que sean considerados para la adecuada y oportuna toma de decisiones; además se encuentra la **BIBLIOGRAFÍA** que es un listado de los libros, publicaciones en internet utilizados en el marco teórico, y en **ANEXOS** se encuentran los formatos de las encuestas utilizadas en el estudio de mercado y el certificado de traducción del abstract.

4. Marco teórico

4.1 Marco referencial

De acuerdo a (Rivera, 1998) “Cada investigación toma en cuenta el conocimiento previamente construido, por lo que cada investigación se apropia de parte de la estructura teórica ya existente”. En tal sentido, es necesario analizar y exponer los enfoques teóricos e investigaciones previas en los que se sustentará la presente investigación.

Tabla 1. “Estudio de Factibilidad para la Implementación de una Empresa Productora y Comercializadora de Aliño con Tamarindo en la Ciudad de Loja”

Datos	Contenido
Autor y Año	(Guzmán Celi, 2017)
Fuente	“Estudio de Factibilidad para la Implementación de una Empresa Productora y Comercializadora de Aliño con Tamarindo en la Ciudad de Loja”
Objetivos	Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de aliño con tamarindo en la ciudad de Loja (Guzmán Celi, 2017).
Diseño	El estudio demuestra información de tipo descriptiva con enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo (Guzmán Celi, 2017).
Muestra	Par el cálculo de la muestra se segmentó la población por familias, los datos se obtuvieron del INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censo), indicando que la población de la ciudad de Loja para el 2010 es de (180617 habitantes), con una tasa de crecimiento poblacional de 2,65%. Se aplicaron 396 encuestas a las familias de la ciudad de Loja. (Guzmán Celi, 2017)
Instrumentos	Técnicas utilizadas (observación y encuesta)
Resultados	En el estudio de mercado existe una demanda no satisfecha. En el estudio técnico dispone de todos los equipos e insumos necesarios. El estudio financiero indica que el proyecto es viable según el periodo de evaluación y modo en el que se encuentra planeado. De acuerdo a la evaluación financiera el proyecto si genera utilidades

Nota: Datos obtenidos del trabajo de titulación “Estudio de Factibilidad para la Implementación de una Empresa Productora y Comercializadora de Aliño con Tamarindo en la Ciudad de Loja”.

Tabla 2. “Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de aliño de piña, en la ciudad de Loja”

Datos	Contenido
Autor y Año	(Álvarez Jiménez, 2024)
Fuente	“Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de aliño de piña, en la ciudad de Loja”
Objetivos	Realizar un proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de aliño de piña, en la ciudad de Loja (Álvarez Jiménez, 2024).
Diseño	La investigación fue de tipo exploratorio y descriptivo, de diseño no experimental (Álvarez Jiménez, 2024).
Muestra	Par el cálculo de la muestra se segmentó la población por familias desde los 20 a 65 años y más, los datos se obtuvieron del INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censo), indicando que la población de la ciudad de Loja para el 2022 es de (61226 habitantes), con una población urbana de (214296) con una tasa de crecimiento de los hogares de 3,5%. Y, un promedio de 3 personas por familia. Se aplicaron 382 encuestas a las familias de la ciudad de Loja. (Álvarez Jiménez, 2024)
Instrumentos	Técnicas utilizadas (encuesta y observación)
Resultados	En el estudio de mercado existe una demanda no satisfecha. En el estudio técnico dispone de todos los equipos e insumos necesarios para el desarrollo del proyecto. El estudio financiero muestra que el estudio es viable de acuerdo al periodo de evaluación y modo en el que se encuentra establecido. En la evaluación financiera indica que el proyecto si genera utilidades.

Nota: Datos obtenidos del trabajo de titulación “Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de aliño de piña, en la ciudad de Loja”.

4.1.1 Antecedentes

4.1.1.1 Paquisha Historia y Leyenda

Paquisha se encuentra entre los 812 msnm y 2.400 msnm. La cabecera cantonal de Paquisha esta a 835 msnm y a una distancia de 80 km, con respecto a la capital provincial, limita con el vecino pais del Perú y puede ser parte de los paquetes turisticos que muchas agencias u operadoras turisticas desearian promocionar, por su gran diversidad biológica, al

formar parte de la Cordillera del Cóndor, como por sus diversos atractivos y recursos turísticos que posee. Es conocido a nivel nacional por haber sido escenario de los enfrentamientos bélicos con Perú en el año 1981. Se caracteriza productivamente por su riqueza minera y agrícola, los productos principales que cultivan son: yuca, plátano, naranjilla, hortalizas y especias cuyos cultivos se desarrollan en los suelos aluviales del Río Nangaritza.

4.1.1.2 Historia de los aliños

La elaboración de la industria alimenticia artesanal es muy remota, se podría decir que los musulmanes y los asiáticos comenzaron a utilizarlo desde la antigüedad, debido a sus poderes curativos, para embalsamar, conservar los alimentos, teñirlos, hacer perfumes y por sus poderes mágicos, más que por su importante contribución a la cocina. Se estima que fueron los romanos, los primeros en utilizar, para sazonar sus platos y de esta manera mejorar su sabor. La mayoría de las especias suelen tener un sabor picante o perfumado, almizclado o amaderado, dulce o amargo, sirven para condimentar las comidas y su sabor predomina sobre su aroma, por dicha razón, la gente empezó a consumirlo por la diferencia que le da al momento de condimentar los alimentos cambiando radicalmente su sabor y olor.

En el año 2019, en el sector Puerto Minero perteneciente al cantón Paquisha, un grupo de mujeres soñadoras iniciaron el cultivo de hortalizas bajo invernadero, que lo lograron establecer con el apoyo del Programa de Agricultura familiar ejecutado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) en la provincia de Zamora Chinchipe.

Esta actividad les proporcionó mejorar la dieta nutritiva de sus familias, pero la perspectiva de las cultivadoras era más amplia, por lo que concluyeron en aportar valor agregado y elaborar aliños. En primera instancia lo hicieron para uso del hogar, pero al notar que entre los ingredientes que utilizaron había uno en especial que le daba un sabor incomparable, decidieron comercializarlo en la localidad. El producto tuvo una gran aceptación por lo que decidieron gestionar ante la empresa privada la dotación de maquinaria y la adecuación de un espacio que les permita procesar de una mejor manera y en mayor cantidad sus aliños.

A principios sus productos se ubicaron en los mercados de todo el cantón y provincia. Actualmente la Asociación no se encuentran produciendo, entre los principales problemas presentados para cesar sus actividades se encuentra la falta de un estudio de mercado que permita establecer las necesidades de la población en el uso de aliños naturales, lo que originó inestabilidad económica de las mujeres que se dedicaban a esta actividad productiva. Entre las

principales necesidades que han tenido según las socias de la Organización se menciona, la falta de planificación para la comercialización del producto, consideran que producir aliños es una actividad que no les deja mayores utilidades económicas, esto debido a que no contaban con un plan de marketing a través del cual se pueda dar a conocer el producto entre los consumidores, provocando una inadecuada planificación del precio, de tal forma que no les permite cubrir los gastos ni generar utilidades económicas.

4.1.1.3 El aliño

Es una mezcla de especias y condimentos utilizado para realzar el sabor de diversos alimentos como ensaladas, carnes o pescados. Pueden incluir ingredientes como cúrcuma, cebolla, ajo, vinagre, aceite, entre otros, dependiendo de la receta específica. Además de mejorar el sabor y aroma de los platos, los aliños pueden aportar belleza, elevar el nivel calórico y facilitar la asimilación de los alimentos. (Ecured, 2024)

Según el autor, manifiesta que el aliño es un condimento que sirve para dar sazón y mejorar el gusto de las comidas. Se utilizan para agregar sabor, aroma y textura a los alimentos, y su elección depende del tipo de alimento que se está preparando. Estos pueden ser líquidos o sólidos, y su preparación y conservación pueden variar según la receta y los ingredientes utilizados.

4.1.1.4 Agroindustria

Es el producto de un proceso histórico y se desarrolla en el contexto de la formación económico, social y occidental, y según las leyes de desarrollo propias a esta formación. La dinámica del proceso industrial y alimentario, permite que las teorías de la economía traten de darle interpretaciones novedosas a la evolución observada; la discusión que relaciona la agricultura y la industria cambio hacia la concepción de capital humano. (Alessandrini, 2014)

En tal sentido, se puede decir que la agroindustria es la transformación de especias naturales en nuevos productos para el consumo humano que sirven para satisfacer una necesidad. Se elaboran a partir de plantas y frutos para crear un producto bajo en sustancias químicas.

4.1.1.5 Especias

De acuerdo a (Pérez & Merino, 2022) una especia es un condimento y aromatizante de origen vegetal utilizada para sazonar o preservar las comidas. Las especias son las semillas o

cortezas de las plantas aromáticas, aunque también suele ser utilizado para nombrar a las hojas de ciertas hierbas.

Son una variedad de frutos, hierbas, tubérculos, entre otros de origen vegetal que pueden ser secos o frescos cuya característica esencial es la de realzar el sabor de las comidas. En el presente trabajo se utilizarán estas como materias primas, que mediante una combinación de las mismas se podrá llegar a conseguir los aliños a comercializar.

4.1.1.6 Cebolla

El vocablo latino cepulla llegó a nuestra lengua como cebolla. El término alude a una planta de huerta que pertenece al grupo familiar de las liliáceas y se caracteriza por desarrollar un bulbo compuesto por capas sucesivas que es comestible. Por lo general el concepto de cebolla hace referencia a la planta cuyo nombre científico es *Allium cepa*, aunque existen varios tipos de cebolla que se emplean de diversos modos en la cocina. (Pérez & Gardey, 2017)

Es un vegetal de sabor fuerte y característico que se emplean en muchas recetas de cocina para brindar un aroma y sabor a las comidas. Además es rica en antioxidantes y otros nutrientes beneficios para la salud humana.

4.1.1.7 Sal

“La sal común es un compuesto químico que contiene principalmente cloro y sodio. Es indispensable para la vida y es el aditivo más utilizado en nuestra cocina” (UNEX, 2024)

Este elemento es una de las materias primas a usar en mínima cantidad puesto que se procura conservar un estado de aliños con su sabor natural pero indispensable para complementarlos.

4.2 Marco conceptual

4.2.1 *Proyectos de inversión*

“Son aquellos que requieren recursos para su ejecución y que son evaluados financieramente para ver su factibilidad económica, contrastados con la viabilidad técnica, ambiental, social y jurídica” (Orellana, 2020)

Dentro de una organización, un proyecto se determina como una tarea compleja, esto debido a que se enfrenta a algo inexistente, algo que a medida que pase el tiempo se podrá ir edificando el proyecto en el momento de concebir una idea. (Campoy, 2007)

Entonces, se puede decir que el proyecto es una visión hacia el futuro, primero se debe contar con un plan para determinar la forma en como se va a realizar y finalmente se ejecuta el proyecto.

4.2.2 Estudio de Factibilidad

De acuerdo a (Sapag, 2011) El estudio de factibilidad “es un análisis que realizan las empresas para evaluar la viabilidad y el potencial de éxito de un nuevo negocio o proyecto antes de implementarlo.

El estudio de factibilidad permite determinar la posibilidad de poder desarrollar un negocio o un proyecto que se desea implementar. Sus componentes son los siguientes:

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio administrativo
- Estudio económico o financiero
- Evaluación financiera

4.2.3 Estudio de Mercado

Según (Kotler, 2003) el estudio de mercado “consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización” (pág. 98).

En este apartado se describen los productos o servicios que generará el proyecto, a que mercado se dirigirá, dónde se ubicará geográficamente este mercado, cuál es la oferta y demanda actual de productos y de materias primas. Este estudio es quizá el más importante de todos ya que define, entre otras cosas, los posibles ingresos por ventas del proyecto, lo cual servirá como fundamento para valorar los flujos que permitan pagar la inversión, el costo y generar las ganancias que esperan los inversionistas o entidades financieras.

4.2.3.1 Producto principal

En esta parte se detalla específicamente el producto sobre el cual se establece el proyecto (aliño sólido natural), se señalan todas sus características con sus respectivos empleos y las recompensas para lograr satisfacer una necesidad.

4.2.3.2 Producto secundario

Hace referencia a la materia prima que no es utilizada en un 100%, es decir, el producto origina excedentes que podrían ser utilizados para la elaboración de otros productos valiéndose del mismo componente tecnológico, para ser considerados como tales deben originar algún ingreso ya que su obtención también constituye costos. (Flocert, s,f)

4.2.3.3 Mercado demandante

En esta parte se especifica claramente quienes serán los consumidores finales, he aquí la importancia de identificar las características comunes entre ellos mediante una buena segmentación del mercado en función del: sexo, edad, educación, ingreso, etcétera. Para nuestro caso serán las familias del cantón Paquisha.

4.2.3.4 Análisis de la demanda

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. (Baca, 2013)

Consiste en establecer la cantidad de producto que necesita el mercado para poder satisfacer la demanda de años en el momento actual y durante toda la vida útil del proyecto.

4.2.3.5 Clasificación de la demanda

De acuerdo a (Morales & Morales, 2009) La demanda se clasifica en:

Demanda potencial: Es la cuantificación de los requerimientos de productos de la población, independientemente de que ésta pueda o no adquirirlos.

Demanda real: Es la cantidad de productos que la población puede adquirir, considerando su nivel de compra esto de acuerdo a su nivel de ingresos.

Demanda efectiva: Es la cantidad de bienes y servicios que son requeridos por el mercado, pero presenta algunas restricciones debido a varios factores que impide acceder al producto, aunque se pretenda hacerlo.

Demanda insatisfecha: Es cuando la oferta de un producto o servicio no logra a cubrir las necesidades del mercado.

4.2.3.6 Análisis de la oferta

De acuerdo a (Baca, 2013) el propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc. (pág. 43)

La oferta constituye la cantidad de productos que la empresa está dispuesta a proveer en un mercado explícito, sujetándose a los precios, la competencia y la capacidad de producción. El área de influencia en este caso, comprende todo el cantón Paquisha.

4.2.3.7 Balance Demanda – Oferta

Al conocer la demanda y oferta proyectada nos permitirá conocer la demanda disponible del proyecto de estudio.

4.2.3.8 Comercialización del producto

Son todas las acciones, estrategias, técnicas, métodos y decisiones realizados para lograr la venta del producto dentro del mercado, con la finalidad de obtener altos resultados.

Por ello es muy importante conocer lo que se necesita y los factores que afectan su comercialización. (Euroinnova, s,f)

La comercialización del producto consiste en un conjunto de actividades y estrategias destinadas en vender un producto en el mercado con el propósito de alcanzar los mejores resultados posibles.

4.2.4 Estudio Técnico

Esta etapa comprende aquellas actividades en que se definen las características de los activos fijos (en este caso equipo, maquinaria, instalaciones, terrenos, edificios etc.) que son necesarios para llevar a cabo el proceso de producción de determinado bien o servicio. También en ella se incluye la definición de la materia prima y de los insumos necesarios para elaborar el producto y poner en marcha (y mantener) el funcionamiento de la factoría. (Morales & Morales, 2009)

Esta etapa tiene como propósito establecer las obligaciones necesarias de recursos primordiales para el proceso productivo, contempla los resultados obtenidos en el estudio de mercado para poder determinar la tecnología apropiada, área física y recursos humanos.

4.2.4.1 Capacidad instalada

Hace referencia a la capacidad máxima disponible de producción permanente de la empresa. En esta parte ya se ha hecho un proceso de armonización de todos los equipos y se llega a una conclusión final sobre la cantidad máxima que se puede producir por un turno de trabajo, considerado universalmente en ocho horas. (Flórez, 2010)

Para determinar la producción en función de ésta se considera la producción ininterrumpida las 24 horas durante los 365 días del año.

4.2.4.2 Capacidad utilizada

En este tipo de capacidad solo se reconoce lo que realmente utiliza la empresa para la elaboración del producto final, considerando la existencia de una capacidad que no es aprovechada al máximo.

Se considera el nivel de producción que concierne a las jornadas legales de trabajo establecidas durante el año calendario, es decir, 8 horas diarias por los 264 días del año laborable, se contempla 22 días laborables por cada mes.

4.2.4.3 Localización

(Sapag, 2011) considera que:

La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macro localización, donde se elige la región o zona, y el de la micro localización, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto. (pág. 136)

Para determinar la localización del proyecto es necesario considerar algunos aspectos que tienen que ver con el mercado, el acceso a clientes y proveedores, la infraestructura sanitaria y de servicios.

4.2.4.4 Macro localización.

“Es el área, zona, población o ciudad donde habrá de establecerse la planta o instalaciones, entendido en un ámbito general” (Morales & Morales, 2009).

Para su representación se utilizan mapas geográficos y políticos.

4.2.4.5 Micro localización.

De acuerdo a (Morales & Morales, 2009) En este punto se requiere identificar de manera específica en qué terreno se ubicará la planta o instalaciones que contempla el proyecto

Se utilizan mapas y planos urbanísticos para la presentación del lugar exacto en donde se ejecutará el proyecto.

4.2.4.6 Ingeniería del proyecto

(Pérez A. , Elementos clave en la ingeniería de proyectos, 2015) afirma que:

La ingeniería de proyectos es aquella etapa en la que se definen los recursos necesarios para la ejecución de planes o tareas: máquinas y equipos, lugar de implantación, tareas para el suministro de insumos, recursos humanos, obras complementarias, dispositivo de protección ambiental, entre otros.

En esta parte del estudio se debe ajustar los recursos físicos para las condiciones óptimas de producción, hace referencia principalmente a la construcción de la planta industrial, su aprovisionamiento y las particularidades del producto a ofrecer. Su objetivo es dar respuesta a todo lo concerniente con: instalación y funcionamiento de planta, señalando el proceso de producción así también, la maquinaria y equipo necesario.

4.2.4.7 Componente tecnológico

Consiste en determinar la maquinaria y equipo apropiado a los requerimientos del proceso productivo y que sea afín a los niveles de producción esperados según el nivel de demanda a satisfacer.

4.2.4.8 Distribución de la planta

Según (Jacobs & Chase, 2014) La distribución de planta o layout, es el proceso de clasificación de los elementos que forman el sistema productivo en el espacio físico, de tal manera que se logren los objetivos de producción de la forma más adecuada y eficiente posible. Es estimada como una de las decisiones de diseño más relevantes dentro de la estrategia de operaciones de una organización.

La distribución del área física, así como de la maquinaria y equipo deben brindar buenas condiciones de trabajo, de modo que la operación de la planta sea más económica y con especial cuidado en las condiciones de seguridad industrial.

4.2.4.9 Proceso de producción.

Según (Baca, 2013) el proceso de producción es:

El procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirlas en artículos mediante una determinada función de manufactura. (págs. 101-102)

Esta parte del proyecto refiere al proceso a través del cual se obtendrá el producto final, es importante señalar cada una de las fases del proceso, aunque no de forma concreta, ya que en muchos casos esto se considera como información confidencial solo para uso interno. Luego se debe incluir el flujograma del proceso, estableciendo los tiempos necesarios para cada fase; además, es preciso incluir lo relacionado con el diseño del producto, indicando sus características principales como: estado, color, peso, ciclo de vida, forma, empaque, etcétera.

4.2.4.10 Flujograma del proceso

Es una herramienta que se utiliza para describir paso a paso cada una de las actividades que consta en el proceso productivo. Estos difieren de manera significativa en cuanto a su presentación, debido a que no existe ni se puede adoptar un esquema exacto para su elaboración. El flujograma debe mostrar las actividades y su orden lógico. (Rodrigues, 2024)

El diagrama de flujo o flujograma de proceso utiliza una variedad de símbolos estándar, y cada uno de estos tiene un significado específico, lo que permite una comprensión fácil de cada una de las actividades por parte de los usuarios.

4.2.5 Estudio Administrativo

(Morales & Morales, 2009) Indica que:

El estudio administrativo permite establecer las necesidades de personal administrativo, de equipos y materiales que se necesitarán para hacer funcionar a la organización proyectada. Para ello, se definen los puestos necesarios, así como las líneas de autoridad, responsabilidad y comunicación que faciliten el trabajo del personal y el logro de los objetivos del proyecto de inversión. También se establece el tipo de estructura legal que adoptará la organización. (pág. 35)

Es decir, en esta parte se contempla lo que será la empresa en sus aspectos estructurales de organización establecidos en la normativa legal vigente.

4.2.5.1 Base legal

De acuerdo a (Morales & Morales, 2009) Toda empresa debe constituirse a través de una escritura pública otorgada ante un notario y su inscripción en el Registro Mercantil. Los requisitos mínimos que debe reunir son:

- **Acta constitutiva**, es aquel documento que certifica la conformación legal de la empresa.
- **Razón Social o denominación**, es el nombre bajo el cual operará la empresa, el mismo debe estar conformada de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo estipulado por la ley.
- **Domicilio**, la empresa deberá indicar claramente su dirección domiciliaria en caso de que los clientes o cualquier otra persona natural o jurídica lo requieran.
- **Objeto de la sociedad**, al constituirse la empresa se lo hace con un propósito determinado, sea este, producir, generar o comercializar bienes o servicios, lo cual debe estar muy bien definido, indicando también el sector productivo al que pertenece.
- **Capital social**, es necesario indicar el monto del capital con que la empresa inicia sus operaciones y la forma como éste se ha conformado.
- **Tiempo de duración de la sociedad**, toda actividad tiene un tiempo de vida estimado y sobre el cuál se evaluará posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los previstos, por tal razón la empresa debe indicar para que tiempo o plazo operará.
- **Administradores**, para que una sociedad sea eficiente debe contar con una administración general conformada por un número de personas o una sola persona que será quien responda por las acciones de la misma.

4.2.5.2 Filosofía Empresarial

La filosofía empresarial es un conjunto de principios que se encargan de orientar la toma de decisiones de una empresa. Su principal objetivo es cimentar las bases sobre un negocio, productos y relaciones (Euroinnova, 2024).

4.2.5.3 Misión

Hace referencia a los objetivos de una empresa, sus actividades y la forma en que funciona la misma (Raffino, 2021).

4.2.5.4 Visión

Según (De Azkue, 2024) La visión es lo que la empresa pretende lograr o alcanzar en el futuro, esta propuesta debe ser afanosa, pero posible. Es el camino a perseguir, de tal forma que permita concretar la misión de la organización y se manifiesta con un comunicado temporal y directo.

4.2.5.5 Objetivos empresariales

Los objetivos en una empresa son la base de su existencia. Simbolizan la descomposición a nivel estratégico y de ambiciones que la compañía procura alcanzar en un tiempo determinado (González, 2023).

4.2.5.6 Estructura organizacional

“La estructura organizacional es el sistema mediante el cual se ordenan y dirigen los diferentes componentes de una organización para alcanzar los objetivos propuestos. Este sistema puede incluir normas, funciones y responsabilidades” (Narvaez M. , 2022).

La estructura organizativa en nuestro caso permitirá asignar funciones y responsabilidades a cada uno de sus elementos. Esto permitirá, que los recursos, especialmente el Recurso Humano sea administrado eficientemente. Esta estructura se representa a través de los organigramas que van acompañados con el manual de funciones, en el cual se establecerá los niveles jerárquicos de autoridad.

4.2.5.7 Niveles jerárquicos

Estos niveles se encuentran definidos según el tipo de empresa y de acuerdo con lo establecido por la Ley de Compañías en cuanto a la administración. Estos niveles son:

4.2.5.8 Nivel Ejecutivo.

Será responsable de la gestión operativa de la empresa. Está conformado por el Gerente-Administrador.

4.2.5.9 Nivel Asesor.

Lo constituye el profesional que la empresa contratará de manera temporal, de acuerdo a las necesidades de la misma. Está conformado por un Asesor Jurídico.

4.2.5.10 Nivel de Apoyo.

Este nivel ayuda a los demás niveles administrativos de la empresa para prestar sus servicios con eficacia.

4.2.5.11 Nivel Operativo

Se encuentra constituido por los departamentos que se encargan de la marcha de la empresa, es decir, los departamentos de producción y ventas.

4.2.5.12 Organigramas

El organigrama es la representación gráfica de la estructura de la empresa. Si la empresa sólo requiere un puesto de trabajo, no se realizará dicha representación, pero si existen varios puestos de trabajo, sí es necesario establecer en el organigrama los niveles de responsabilidad y dependencia de dichas personas. (Castro, 2016, pág. 130)

El organigrama de la empresa es la representación simplificada del esquema jerárquico actual dentro de ella, al mismo tiempo nos indica elementos del grupo y sus relaciones respectivas.

4.2.5.13 Organigrama estructural.

Es la representación gráfica de todas las unidades administrativas de la empresa y sus unidades jerárquicas.

4.2.5.14 Organigrama funcional.

Permite conocer las funciones primordiales que tienen establecidas cada jerarquía, asimismo las unidades y sus interrelaciones.

4.2.5.15 Organigrama Posicional.

Recoge los nombres de las personas que corresponden a cada uno de los niveles estructurales y funcionales, en algunos casos puede ser incluido la remuneración de cada puesto.

4.2.5.16 Manual de Funciones

Es un instrumento de trabajo que expresa un conjunto de normas y labores que deben realizar todos quienes conforman la empresa y que desarrollan actividades específicas, su elaboración debe estar establecido de acuerdo a ciertos procedimientos, sistemas, normas y

resumen el establecimiento de guías y orientaciones para desarrollar las labores cotidianas. (Delgado, s,f)

Un manual de funciones comprende el análisis y descripción de los diferentes cargos y herramientas que dan como resultado la eficiencia de la administración de los recursos humanos y permiten elaborar normas de coordinación entre cargos.

4.2.6 Estudio Económico

(Hernández, 2005), define el estudio económico como “una técnica de evaluación del comportamiento operativo de una empresa, que facilita la determinación de la situación actual y predicción de acontecimientos futuros y que, en consecuencia, se orienta hacia la obtención de objetivos preestablecidos”

Este análisis consiste en la inversión necesaria para su implementación, el estudio deberá señalar que el proyecto puede ejecutarse con los recursos económicos adecuados, es decir dará una guía para la administración financiera del proyecto cuando se ejecute y entre en operación.

4.2.6.1 Inversiones y Financiamiento

Inversiones.

La inversión inicial corresponde la adquisición de los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles precisos para la puesta en marcha de la empresa, a excepción del capital de trabajo.

- **Inversión en activos fijos**

Son los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo mobiliario, vehículos, herramientas y otros. Se denomina así porque la empresa no puede prescindir fácilmente de ellos sin que esto ocasione dificultades en sus actividades productivas.

- **Inversiones en activos diferidos**

Son el conjunto de bienes de propiedad de la empresa necesarios para su funcionamiento normal, que incluyen: patentes, marcas, diseños comerciales o industriales, transferencia de tecnología, gastos pre operativo, contratos de servicios, estudios administrativos o de ingeniería, etcétera.

- **Inversión en capital de trabajo**

Se define como la diferencia entre los activos corrientes de la empresa y sus pasivos corrientes. Cuando los activos corrientes exceden a los pasivos corrientes, la empresa tiene un capital de trabajo neto positivo. Cuando los activos corrientes son menores que los pasivos corrientes, la empresa tiene un capital de trabajo neto negativo. (Lawrence & Chad, 2012)

Financiamiento

Son los recursos monetarios financieros exactos para realizar una actividad económica, que generalmente se trata de la realización de préstamos que complementan los recursos propios (Trenza, 2018).

Las fuentes para la adquisición de recursos económicos serán:

- **Fuente Interna.-** está comprendido por las aportaciones de los socios.
- **Fuente Externa.-** está constituida regularmente por las entidades financieras públicas y privadas.

4.2.6.2 Depreciaciones

Según (Morales & Morales, 2009) la depreciación es la deducción progresiva del valor de un activo fijo al atribuir a los costos y gastos una parte proporcional del costo original de dicho activo.

4.2.6.3 Amortizaciones

“Es la disminución del valor de un activo o pasivo con el paso del tiempo” (Pedrosa, 2024).

4.2.6.4 Remuneración

La remuneración es el pago o retribución de un servicio o trabajo establecido en el contrato de trabajo. Es la cantidad de dinero o cosas que se da a una persona a cambio de su servicio o trabajo (Editorial, 2015).

La remuneración también es conocida como salario o sueldo, en tal sentido, la remuneración puede ser vista como una contraprestación en el ámbito laboral, puesto que el trabajador o empleado realiza tareas con el propósito de aumentar su capital y prestigio de la empresa.

4.2.6.5 Análisis o determinación de costos

En esta parte nos apoyamos en la contabilidad de costos, que nos permitirá determinar los costos de producción con el propósito de establecer el costo real de producir o generar el producto. Con estos datos se procederá a fijar el precio del nuevo producto en el mercado.

Costos de Producción.

Están dados por los valores incurridos para la obtención de una unidad de costos, se suman en el producto y quedan adicionados en el inventario hasta la venta de los productos (Rodríguez, 2024).

Costos de Operación.

Incluye los gastos administrativos, financieros, de venta y otros gastos no especificados.

- **Gastos de administración**

Son los gastos esenciales para desarrollar las actividades administrativas de la empresa, ello incluye: remuneraciones, suministro de oficina, servicios básicos, depreciación de activos de oficina, seguros, alquileres, etcétera (Morales & Morales, 2009).

- **Gastos financieros**

Incluyen los valores de pago de intereses y otros rubros causados por el dinero obtenido en calidad de préstamos, comisiones bancarias, etc.

- **Gastos de ventas**

Abarca los valores correspondientes al pago por concepto de acciones que se realizan para afianzar la venta de productos.

- **Otros gastos**

En el caso de que el proyecto se financie con créditos es importante que se pronostique la forma de amortizar la deuda sin depender de manera directa del flujo de caja ya que no se tiene la certeza de conseguir siempre resultados positivos durante la fase de operación.

Costo total de producción.

De acuerdo a (Westreicher, 2020) Constituye el pilar fundamental para el análisis económico del proyecto, puesto que su resultado incide directamente en la rentabilidad y para

su cálculo se estima ciertos elementos como: costo de fabricación, gastos administrativos, gastos de fabricación, gastos financieros, gasto de ventas y otros gastos.

Su fórmula es la siguiente:

$$\text{CTP} = \text{CP} + \text{CO}$$

$$\text{CTP} = \text{CP} + (\text{GA} + \text{GV} + \text{GF} + \text{OG})$$

Nomenclatura

CTP= Costo Total de Producción

CP= Costo de Producción

CO= Costo de Operaciones

GA= Gastos Administrativos

GV= Gasto de Ventas

GF= Gastos Financieros

OG= Otros Gastos

Costo Unitario de Producción.

El costo unitario de producción es igual al resultado de dividir el costo total de producción para el número de unidades producidas durante un periodo determinado. Su fórmula es:

$$\text{CUP} = \text{CTP} / \text{NUP}$$

Nomenclatura

CUP= Costo Unitario de Producción

CTP= Costo Total de Producción

NUP= Número de Unidades Producidas

4.2.6.6 Clasificación de Costos

Esta clasificación es importante para la administración ya que permite evaluar y controlar los costos de los procesos productivos, que servirá a la gerencia para la toma de decisiones. Entre los más importantes tenemos:

Costos fijos

Son aquellos costos no variables con los cambios en el volumen de las ventas o en el nivel de producción, estos pueden ser: alquiler de la planta industrial, depreciación de maquinarias, entre otros (Sapag, 2011).

Costos Variables

“Son los que cambian ante diferentes volúmenes de producción” (Morales & Morales, 2009)

4.2.6.7 Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de resultados es un estado financiero dinámico, ya que la información que proporciona corresponde a un periodo determinado (por lo general un año). De los ingresos se deducen los costos y los gastos, con lo cual, finalmente, se obtienen las utilidades o pérdidas, así como el monto de los impuestos y repartos sobre utilidades. (Morales & Morales, 2009)

Éste permitirá percibir la situación financiera de la empresa en un momento determinado, constituyendo la utilidad o pérdida del ejercicio a través de la comparación de ingresos y egresos.

4.2.6.8 Punto de equilibrio

(Morales & Morales, 2009) Define el punto de equilibrio como “la cantidad de ingresos que igualan a la totalidad de costos y gastos en que incurre normalmente una empresa” (pág. 203).

Es aquel punto donde los ingresos totales son puntualmente semejantes a los costos totales asociados con la venta o elaboración del producto. Se calcula por los siguientes métodos:

- **En función de las ventas**

Se fundamenta en el volumen de ventas y los ingresos económicos que éste genera. Para su cálculo de utiliza la siguiente fórmula:

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

- **En función de la capacidad Instalada**

Establece el porcentaje de capacidad en el que debe trabajar la maquinaria para que la producción pueda generar ventas, de tal forma que permitan cubrir sus costos. Para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{(VT - CVT)} * 100$$

4.2.7 Evaluación financiera

Anna Pérez afirma que la evaluación financiera:

Es el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto. Tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción (Pérez A. , 2021).

La factibilidad del proyecto se determinará en función de varios indicadores, estos son determinados a partir de los ingresos que están pronosticados para la empresa, como resultado de las actividades que desarrollará y considerando los gastos que se requerirán para el buen funcionamiento de la empresa.

4.2.7.1 Flujo de Caja

Es uno de los elementos más importantes del proyecto; debido a que la evaluación se desarrolla en base a estos resultados. Para realizar el flujo de caja se toma como base la información de los estudios: de mercado, técnico y organizacional o administrativo.

El flujo de caja se compone de los siguientes elementos:

- **Inversión inicial.-** representa todos los valores requeridos para poner en funcionamiento la unidad de producción.
- **Los ingresos y egresos de operación.** - constituyen los valores reales de entradas y salidas de dinero en efectivo por ser devengados. No ocurren al mismo tiempo que los flujos reales.
- **Las reinversiones.-** son valores que se contemplan para suplir un activo en el periodo de evaluación.
- **El valor residual.-** constituyen los valores esperados al final de la vida útil del proyecto, se considera como un beneficio neto adicional al periodo de operación.

4.2.7.2 Valor Actual Neto (VAN)

Según (Morales & Morales, 2009) El Valor Actual Neto “se define como la suma de los valores actuales o presentes de los flujos netos de efectivo, menos la suma de los valores presentes de las inversiones netas” (pág. 186).

Los criterios de decisión para este indicador son:

- Si el VAN es positivo se acepta el proyecto
- Si el VAN es negativo se rechaza el proyecto
- Si el VAN es cero queda a criterio del inversionista invertir o no en el proyecto

Su fórmula es la siguiente:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} - I_0$$

F_t= Flujo de caja en cada periodo de tiempo

I₀= Valor del desembolso inicial de la inversión

n= Números de periodos estimados

k= Tipo de interés

Es el indicador más común que permite determinar si se maximiza la inversión, dependiendo de la inversión inicial previa, inversión durante la operación y los flujos netos de efectivo, tasa de descuento y los números de periodos que durará el proyecto.

4.2.7.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es otro criterio utilizado para la toma de decisiones sobre los proyectos de inversión y financiamiento. Es la rentabilidad que ofrece una inversión y se mide en porcentaje sobre la inversión realizada (Sevilla, 2024).

Es un parámetro que indica la viabilidad de un proyecto basándose en la estimación de los flujos de caja que se prevé tener. Su fórmula es la siguiente:

$$TIR = T_m + D_t \left(\frac{VAN_{Menor}}{VAN_{Menor} - VAN_{Mayor}} \right)$$

T_m= Tasa Menor

Dt= Diferencia de tasas

VAN Tm= Valor Actual Neto de la tasa menor

VAN TM= Valor Actual Neto de la tasa mayor

4.2.7.4 Relación Beneficio Costo (RBC)

De acuerdo a (Aguilera, 2017):

Este índice se define como la relación entre los beneficios y los costos o egresos de un proyecto. Su cálculo se efectúa en base de la relación entre el valor actual de las entradas de efectivo futuras y el valor actual del desembolso original. (págs. 322-343)

Un proyecto se acepta o no, en base al siguiente criterio:

- Si la relación ingresos / egresos es igual que 1 el proyecto es indiferente.
- Si la relación ingresos / egresos es mayor que 1 el proyecto es rentable.
- Si la relación ingresos / egresos es menor que 1 el proyecto no es rentable.

Para su cálculo utilizaremos la siguiente fórmula:

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

4.2.7.5 Periodo de Recuperación de Capital (PRC)

Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial del proyecto, para su cálculo se utiliza los valores del flujo neto y el monto de la inversión (Riquelme, 2021).

Un dato muy importante, es actualizar los valores debido a que serán recuperados en un futuro y más aún con la dolarización en nuestro país el dinero pierde su poder adquisitivo con el tiempo.

Su fórmula es la siguiente:

$$\text{PRC} = \text{Año Antes a Cubrir Inversión} \frac{\text{Inversión} - \text{Primer Flujo}}{\text{Flujo de Año supera la Inversión}}$$

4.2.7.6 Análisis de Sensibilidad

(Lawrence & Chad, 2012) Afirman que:

El análisis de sensibilidad es un método conductual que permite a los analistas calcular el VAN de un proyecto considerando diversos escenarios. Un enfoque común en el uso del análisis de sensibilidad es calcular los VAN asociados con las entradas de efectivo pesimistas (peores), más probables (esperadas) y optimistas (mejores). (pág. 415)

El análisis de sensibilidad permitirá medir el cambio en el VAN o TIR cuando se modifique algunos de los factores que establecen la utilidad de la operación del proyecto de factibilidad.

El criterio de evaluación basado en los análisis de sensibilidad es el siguiente:

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

Para su cálculo aplicamos la siguiente fórmula:

$$NTIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

Diferencia de la TIR = TIR del proyecto – Nueva TIR

Porcentaje de Variación = (Diferencia de la TIR/TIR del proyecto)*100

Sensibilidad = % de variación/Nueva TIR

5. Metodología

El presente trabajo se fundamenta en un análisis bibliográfico con respecto a la información más relevante del cantón Paquisha, provincia de Zamora Chinchipe, haciendo énfasis en una investigación de características exploratoria-descriptiva, con enfoque mixto cuantitativo y cualitativo, teniendo como métodos investigativos la aplicación de procesos inductivos y deductivos y con el desarrollo de instrumentos como la encuesta.

5.1 Área de estudio

El estudio se llevó a cabo en el cantón Paquisha, extremo sur del país a una altitud promedio entre 1.606 msnm. Se consideró tanto el área urbana como rural del cantón para atraer la diversidad de la población y las posibles variaciones en la demanda de aliños.

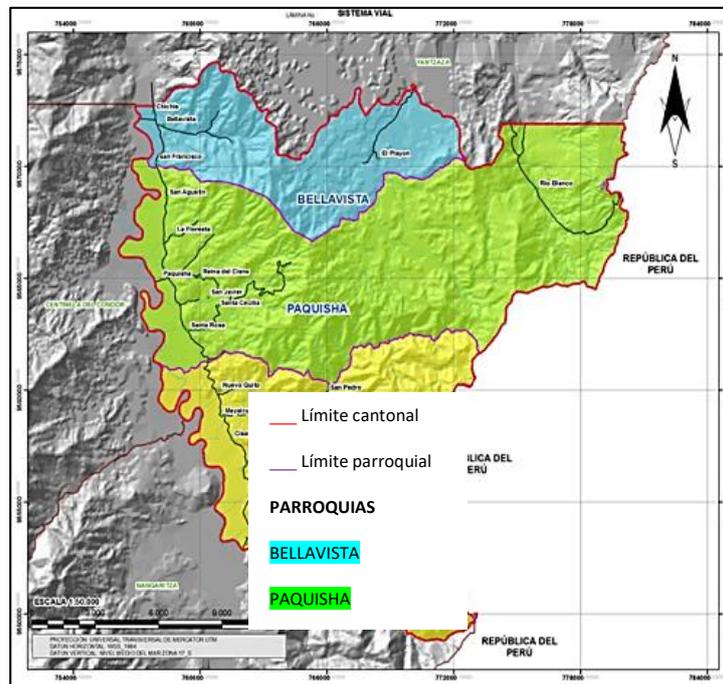


Figura 1. Mapa del cantón Paquisha

Para lograr los objetivos previamente establecidos en el presente estudio se utilizaron los siguientes materiales, métodos, técnicas y procedimientos propios de la investigación de campo.

5.2 Materiales

Para el desarrollo de la investigación se utilizó los siguientes materiales como suministros y equipos de oficina.

Suministros: papelería, esferos, carpetas, clips, entre otros.

Equipos de oficina: computadora, grapadora, perforadora, memoria USB, entre otros.

5.3 Enfoque de la investigación

El enfoque de la investigación es cuantitativo y cualitativo:

Cuantitativo, puesto que la recolección de datos se basa en instrumentos y se obtiene a través de la observación, medición y documentación, estos datos al ser explicados

numéricamente, brindaron información precisa para la toma de decisiones del presente proyecto

Cualitativo, porque la recolección de datos basado en instrumentos permitió investigar opiniones, actitudes, motivos, comportamientos o expectativas acerca del producto a ofrecer, información precisa para la toma de decisiones.

5.4 Métodos de investigación

El desarrollo de este proyecto de investigación se realizó a través de los siguientes métodos:

Inductivo

Este método permitió llegar a conclusiones y recomendaciones, en base a la evaluación de la documentación; apoyándose en la investigación de la realidad de cómo está estructurado el mercado en estudio, cómo es el consumo de aliño y los factores que influyen para dar a conocer el producto o servicio de mejor calidad, se realizó encuestas a las familias del cantón Paquisha para fundamentar esta información.

Deductivo

Este método permitió extraer información de los modelos teóricos como leyes, reglamentos y disposiciones legales para establecer la propuesta de producción y comercialización de aliños, así también los factores que influyen en el mercado en estudio.

5.5 Tipos de investigación

Para abordar el presente trabajo se ha realizado una investigación tipo exploratoria-descriptiva, ya que para el desarrollo de la creación de la empresa productora y comercializadora de aliños se requirió el diseño y formulación del proyecto. Además, permitirá realizar un análisis de los fenómenos que se van estudiar en las diferentes etapas para determinar la viabilidad del proyecto.

5.6 Técnicas de investigación

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizó algunas técnicas que nos permitieron obtener información de gran utilidad y de esa manera alcanzar los objetivos establecidos.

Encuesta

Esta técnica fue utilizada para recopilar información necesaria como los gustos y preferencias de la población escogida.

Esta encuesta se aplicó a 293 familias del cantón Paquisha, con la finalidad de conocer sobre el consumo del aliño, su utilización y comercialización.

Otras técnicas

Se utilizaron fuentes bibliográficas como libros, internet y tesis, esta información fue seleccionada y ordenada para una mejor comprensión del tema acerca de la producción y comercialización del aliño, en el cantón Paquisha.

5.7 Población

La población del cantón Paquisha según el último estudio del Instituto Nacional de Estadística y censo (INEC), realizado en el 2022 es de 4737 habitantes, con una tasa de crecimiento poblacional de 1,7%, por tal motivo se procede a realizar la proyección para el año 2024.

5.7.1 Proyección de la población

Para conocer tanto la población actual como la proyectada se utilizará la siguiente fórmula:

$$Pf = Pi(1 + i)n$$

Pf = Población final al año 2024

Pi= Población inicial al año 2022 (4737)

I= Tasa de crecimiento poblacional de Paquisha que es de 1,7%

n= Número de años transcurridos (2)

$$Pf = 4737(1+0,017)2$$

$$Pf= 4737*1,034289$$

$$Pf= 4899 \text{ habitantes.}$$

A partir de la información de la población, como el consumo de aliños es por familias y comprobando que una familia estándar está compuesta por 4 personas se procedió a dividir para esta cantidad para determinar la cantidad de familias:

$$N = Pf/4$$

$$N= 4889/4$$

$$N= 1224 \text{ familias.}$$

5.7.2 Población de oferentes

Para la oferta se tomó en cuenta un número promedio de locales comerciales que venden este producto o productos similares y que en la actualidad son 6.

5.7.3 Muestra demandantes

A partir del número de familias obtenido se procedió a calcular el tamaño de la muestra que está constituido por la cantidad de personas encuestadas para determinar la factibilidad de implementación de la empresa productora y comercializadora de aliños. En tal sentido se utilizó la siguiente formula:

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

En dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= 1224 familias al año 2024

Z= Nivel de confiabilidad (1,96)

σ= Probabilidad de ocurrencia 50% (0,5)

e= Margen de error 5% (0,05)

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5^2 * 1224}{0,05^2 (1224 - 1) + 1,96^2 * 0,5^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25 * 1224}{0,0025(1223) + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{1.175,53}{0,0025(1223) + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{1.175,53}{3,0575 + 0,9604}$$

$$n = \frac{1.175,53}{4,0179}$$

n= 293 personas a encuestar

Para efectos de este proyecto y para mayor precisión en los resultados se tomó como referencia 293 encuestas que fueron aplicadas a las familias del cantón Paquisha.

Estas encuestas se distribuyeron por parroquias considerando los porcentajes de participación de la población, así tenemos:

Proyección a las parroquias del cantón Paquisha.

Formula.

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

Tabla 3. Distribución muestral por parroquias del cantón Paquisha

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR PARROQUIAS						
Parroquia	Población 2022	Población 2024	Integrantes por familia	Familias	Porcentaje	Encuestas
Paquisha	2253	2330	4	583	48	139
Nuevo Quito	2044	2114	4	529	43	126
Bellavista	440	455	4	114	9	27
Total	4737	4899	4	1224	100	293

Nota: Datos tomados del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC)

5.7.4 Muestra oferentes

Tabla 4. Oferentes

Comercial Gabrielita	1
Comercial Paquisha	1
Comercial Sánchez	1
Comercial Dianita	1
Tienda "María"	1
Mercado Municipal	1
Total	6

Nota: datos tomados de la comisaría municipal de Paquisha

Se realizó una encuesta a todas las 6 tiendas que existen en el sector urbano del cantón Paquisha.

5.8 Procedimiento

Uno de los instrumentos más utilizados en la aplicación de encuestas, son las encuestas en línea, la cual fue aplicado en la presente investigación; éste consistió en diseñar un cuestionario que cumpla con los objetivos del mercado, utilizando preguntas relevantes y claras para recopilar información precisa. La herramienta utilizada para desarrollar la encuesta fue Google Forms, un instrumento fácil de usar y optimizado para móviles. Se procedió a compartir el enlace de la encuesta a través de Facebook, Instagram y Wathssap a las diferentes familias de todas las parroquias del cantón Paquisha para recopilar información de una variedad de fuentes. Una vez aplicados los instrumentos de investigación a la población en estudio, se sistematizó la información de acuerdo a las respuestas obtenidas, representando a través de cuadros y gráficos estadísticos, de esta forma se pudo obtener una mayor comprensión de los datos realizando un análisis e interpretación de la información; estos datos son muy importantes ya que permitió determinar la oferta y demanda, así como la existencia de la demanda insatisfecha.

Luego de haber realizado el estudio de mercado, se desarrolló el estudio técnico, con el objetivo de determinar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto. Una vez realizado estos estudios se procedió a presentar una propuesta organizacional para la nueva empresa, con el fin de establecer su base legal y estructura organizacional; así como también la situación financiera del proyecto, con sus correspondientes conclusiones y recomendaciones.

6. Resultados

RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS DEL CANTÓN PAQUISHA

Las encuestas realizadas a las familias del cantón Paquisha nos permitió conocer datos sobre la conducta de los demandantes, como son los gustos y preferencias; esta información fue procesada y analizada puesto que ayudó a la toma de decisiones correctas en cuanto a nuestro producto y de esta manera conocer si podría ser lanzado al mercado.

6.1 Análisis e interpretación de la encuesta aplicada a las familias del cantón Paquisha

1. ¿Le gusta que su comida sea preparada con aliños?

Tabla 5. Consumo de aliños.

Descripción	Si	No
Demanda potencial	97,6%	2,4%

Nota: En la tabla 5 se identifica la demanda potencial de personas que les gusta los aliños

Encontramos que la mayor parte, es decir, el 97,6% de familias respondió afirmativamente. Derivando de esta manera que existe un alto grado de demanda potencial para nuestro proyecto.

2. ¿Qué tipos de aliños prefiere?

Tabla 6. Tipos de aliños

Descripción	Industrializados	Caseros
Demanda real	60%	40%

Nota: En la tabla 6 se identifica la demanda real de aliños que las familias prefieren

Se evidenció que el 60% de las familias consumen aliños industrializados. Indicando con ello que las familias utilizaran este tipo de aliño puesto que es un producto garantizado y de mejor calidad.

3. ¿En qué presentación adquiere los aliños actualmente?

Tabla 7. Presentación de aliños

Descripción	250 gr	500 gr	750 gr
Presentación	52%	28%	20%

Nota: En la tabla 7 se identifica la presentación de aliños que adquieren las familias

Se evidenció que la mayoría de las personas encuestadas, es decir, el 52% respondieron que adquieren la presentación de 250 gr. Con ello se deduce que las familias prefieren esta presentación porque les resulta más económico.

4. ¿Cuál es el precio que paga por la presentación de 250gr?

Tabla 8. Precio de aliño

Descripción	\$1 - \$1,50	\$1,51 - \$2,00	\$2,01 - \$3,00
Precio	41%	42%	17%

Nota: En la tabla 8 se identifica el precio del frasco de aliño de 250 gr

El 42% de las familias respondieron que adquieren la presentación de 250 gr a un precio promedio de \$1,51 a \$2,00, puesto que es más factible adquirirlo semanalmente y está al alcance de su economía.

5. ¿Qué características toma en cuenta a la hora de comprar los aliños?

Tabla 9. Características del producto

Descripción	Precio	Presentación	Aroma y sabor	Marca
Características	19,7%	16,2%	60,3%	3,8%

Nota: En la tabla 9 indica las características de los aliños que toman en cuenta los consumidores

Se evidenció que la mayoría de familias dijeron que antes de comprar aliños lo primero que toman en cuenta es el aroma y sabor, seguido del precio. Esto nos indica que el nuevo producto a ofrecer debe cumplir necesariamente con estas características.

6. ¿En qué envases adquiere el aliño?

Tabla 10. Envases de preferencia

Descripción	Vidrio	Plástico	Funda o sachet
Envase	48%	35%	17%

Nota: En la tabla10 se identifica los envases en la cual adquieren los aliños

Se constató un porcentaje significativo de familias que prefieren el producto en envase de vidrio, seguido en una presentación de plástico y por último prefieren en sachet o funda. Por lo que se puede deducir que las personas prefieren adquirir el producto en envase de vidrio por su mejor presentación.

7. ¿En qué lugar prefiere buscar los aliños al momento de la compra?

Tabla 11. Lugar de compra

Descripción	Tiendas	Mercado Municipal	Supermercados
Lugar de compra	54	29	17

Nota: En la tabla 11 se evidencia el lugar en que prefieren buscar los aliños al momento de la compra

Se identificó que la mayoría de familias encuestadas prefieren adquirir el producto en las tiendas ya que estas se encuentran más cerca de sus domicilios, seguido en mercado municipal, y finalmente prefieren en los supermercados del cantón. Esto significa que el producto debe ser distribuido en las tiendas que tengan más acogida en el cantón Paquisha.

8. ¿Cuántos frascos de aliño de 250 gr consume a la semana?

Tabla 12. Cantidad de aliños semanales

Descripción	0 - 2 frascos	3 - 5 frascos	6 - 8 frascos
Cantidad	70%	17%	13%

Nota: En la tabla 12 se indica la cantidad de aliño de 250gr que consumen a la semana

Se identificó la cantidad de aliños que las familias consumen al mes, evidenciando un alto porcentaje de consumo de 0 a 2 frascos esto de acuerdo a sus posibilidades económicas.

9. ¿Si se creara una empresa productora y comercializadora de aliños en el cantón Paquisha, Consumiría el producto??

Tabla 13. Aceptación de creación de empresa productora y comercializadora de aliño

DESCRIPCIÓN	Si	No
Demanda efectiva	84%	16%

Nota: En la tabla 13 se describe la demanda efectiva de aceptación del producto

Se identificó un gran porcentaje de demanda efectiva. Deduciendo de esta manera que nuestro proyecto tendrá buena acogida.

10. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer información acerca de la nueva empresa productora y comercializadora de aliño?

Tabla 14. Medios de comunicación de preferencia

Descripción	Televisión	Radio	Internet	Hojas volantes	Vallas publicitarias
Medios de comunicación	31,5	1,4	62,3	3,1	1,7

Nota: En la tabla 14 describe los medios de comunicación que prefieren para conocer información del producto

Se identificó que la mayoría de los encuestados respondieron que prefieren el internet para recibir información acerca de la nueva empresa productora y comercializadora de aliño. Deduciendo con ello que es el medio más viable para el lanzamiento de nuestro proyecto.

6.2 Análisis e interpretación de la encuesta realizada a los oferentes.

1. ¿Qué cantidad de frascos de aliños de 250 gramos vende diariamente?

Tabla 15. Oferta del producto

Descripción	0 a 4	5 a 9	10 a 14
Oferta	66%	17%	17%

Nota: En la tabla 15 se indica la cantidad de frascos de aliños de 250 gramos que venden diariamente.

Se pudo identificar que la mayoría de las tiendas venden un promedio de 0 a 4 frascos de aliño de 250 gramos al día.

2. ¿Cuál es el precio que vende el frasco de aliño de 250 gramos?

Tabla 16. Precios oferentes

DESCRIPCIÓN	\$1- \$1,50	\$1,50 - \$2,00	Más de \$2,00
Precio	33%	67%	0%

Nota: En la tabla 16, muestra el precio que venden el frasco de aliño de 250 gramos

Se pudo verificar que el 67% es decir 4 de las 6 tiendas encuestadas venden el producto a un precio de \$1,50 - \$2,00.

3. ¿Está de acuerdo en que se implementara una empresa productora y comercializadora de aliño?

Tabla 17. Aceptación de oferentes

Descripción	Si	No
Aceptación	33%	67%

Nota: En la tabla 17, indica si los oferentes están de acuerdo en que se creara una empresa productora y comercializadora de aliño.

Se llegó a la conclusión de que existe un alto porcentaje de oferentes que no están de acuerdo que se crea una empresa de este tipo, ya que se convertiría en una desventaja para ellos por la cual disminuirían sus ventas.

7. Discusión

7.1 Estudio de Mercado

El estudio de mercado es un instrumento de mucha importancia para un proyecto de factibilidad, puesto que permite recolectar información referente a la demanda, oferta, precio y comercialización, sus resultados permiten orientar la propuesta técnica, en otras palabras, sirve de antecedente necesario para el análisis técnico, económico y financiero del proyecto de investigación. El presente proyecto tendrá una vida útil de 5 años.

7.1.1 *Producto principal*

Nuestro producto principal a comercializarse es el aliño natural que se ofrecerá a las familias del cantón Paquisha.

7.1.2 *Producto secundario*

La empresa creada no cuenta con productos secundarios, puesto que utiliza toda la materia y no existe ningún tipo de residuos.

7.2 Mercado demandante

El mercado demandante para la nueva empresa dedicada a la producción y comercialización de aliños, fueron las familias del cantón Paquisha.

7.3 Análisis de la demanda

El análisis de la demanda permitió medir el volumen de un bien o servicio que el consumidor podría adquirir de la producción del proyecto.

La demanda se relaciona a los distintos niveles de precio y condiciones de venta, estos factores se proyectan en un tiempo determinado para satisfacer las necesidades, está representada por todas las personas que están dispuestas a consumir el producto, en tal sentido determinaremos la demanda potencial, demanda real y demanda efectiva.

Mediante este análisis podremos conocer si este proyecto es factible o no

7.3.1 *Demanda potencial*

Para determinar la demanda potencial del cantón Paquisha se tomó en consideración el porcentaje de familias que les gusta que sus comidas sean preparadas con aliños es decir el 97,6% la población encuestada como lo indica la tabla 3.

Se proyectó la población para 5 años con una tasa de crecimiento poblacional de 1,7%, la cual fue tomada en referencia a la tasa de crecimiento de la provincia de Zamora Chinchipe.

Tabla 18. Demanda potencial

Años	Tasa de crecimiento	Población Proyectada	Demanda potencial
	0,017		97,6%
2024		1224	1195
2025		1266	1236
2026		1332	1300
2027		1425	1390
2028		1550	1513
2029		1715	1674

Nota: Datos obtenidos de la tabla 5 donde indica el porcentaje de la demanda potencial

7.3.2 *Demanda real*

Está compuesta por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan actualmente en el mercado. Para determinar la demanda real del presente proyecto se tomó en consideración la demanda potencial que es de 1.195 y su proyección respectiva y, las respuestas obtenidas en la tabla 4, donde se determinó que el 60% de las familias del cantón Paquisha consumen aliños industrializados.

Tabla 19. Demanda real

Años	Demanda potencial	% Consumen	Demanda real
2024	1195	60%	717
2025	1236	60%	741
2026	1300	60%	780
2027	1390	60%	834
2028	1513	60%	908
2029	1674	60%	1004

Nota: Datos obtenidos de la tabla 6 donde indica el porcentaje de la demanda real

A continuación, se realizó el cálculo del consumo promedio de aliño al año, de la siguiente manera:

Tabla 20. Consumo promedio

Descripción	Frecuencia	PM	Promedio
0 - 2 frascos	200	1	200
3 - 5 frascos	50	4	200
6 - 8 frascos	36	7	252
Total	286	12	652

Nota: Datos obtenidos de la tabla 12 donde indica el consumo promedio de aliños a la semana

$$\text{PROMED MENSUAL} = \sum \text{PROM} / N \quad \text{PROMED ANUAL} = \text{PROMED MENSUAL} \times 12$$

$$\text{PROMED MENSUAL} = 652 / 286 \quad \text{PROMED ANUAL} = 2 \times 12$$

$$\text{PROMED MENSUAL} = 2 \quad \text{PROMED ANUAL} = 24$$

Finalmente calculamos la demanda real así:

Tabla 21. Demanda Real Anual

Años	Demanda real	Promedio Anual	Demanda real anual en frascos
2024	717	24	17203
2025	741	24	17792
2026	780	24	18715
2027	834	24	20021
2028	908	24	21781
2029	1004	24	24100

Nota: Datos obtenidos de la tabla 19 y 20 respectivamente

7.3.3 Demanda efectiva

Para determinar la demanda efectiva del proyecto de factibilidad se consideró el porcentaje de aceptación del nuevo producto (aliño natural), que sería el 84% según lo menciona la tabla 11.

Tabla 22. Demanda efectiva

Años	Demanda real anual en frascos	Porcentaje de aceptación	Demanda efectiva en frascos anuales
2024	17203	84%	14450
2025	17792	84%	14946
2026	18715	84%	15721
2027	20021	84%	16818
2028	21781	84%	18296
2029	24100	84%	20244

Nota: Datos obtenidos de la tabla 13 donde indica el porcentaje de aceptación del nuevo producto

7.4 Análisis de la oferta

Por oferta se entiende a la cantidad de productos que la empresa está dispuesta a vender en un mercado fijo, considerando los precios de la competencia y de la capacidad de producción.

7.4.1 Estimación de la oferta

Es necesario mencionar que en el cantón Paquisha no existe ninguna empresa que se dedique a esta actividad, sin embargo, se consideró como oferta a cierto número de tiendas que venden productos similares, por tal razón se ha considerado como competencia para nuestro producto.

El propósito de este análisis es establecer de forma cuantitativa la cantidad de aliños que se estén comercializando en el mercado, área de influencia del proyecto.

7.4.2 Oferta Actual

La oferta actual se consideró a la cantidad de aliños que se está ofertando en el mercado objetivo. Para determinar la oferta actual se consideró la cantidad de venta diaria de aliños por las tiendas oferentes para conocer cuál es la venta promedio anual. Con esta información se procedió a calcular el promedio de la oferta.

Tabla 23. Venta promedio de aliños

Descripción	Frecuencia	PM	Promedio
0 a 4 frascos	4	2	8
5 a 9 frascos	1	7	7
10 a 14 frascos	1	12	12
TOTAL	6	21	27

Nota: Los datos se obtuvieron de la tabla 15 donde indica la cantidad de frascos vendidos diariamente

Con estos resultados se calcula de venta promedio a través del siguiente proceso:

$$\text{PROMEDIO DIARIO} = \sum \text{PROMEDIO} / N$$

$$\text{PROMEDIO DIARIO} = 27/6$$

$$\text{PROMEDIO DIARIO} = 5$$

Se identificó que la venta promedio diaria de aliños que realizan las tiendas encuestadas es de 5 frascos, esto lo multiplicamos por los 30 días del mes y obtenemos 150 frascos al mes, esto multiplicado por los 12 meses que tiene el año obtenemos como resultado final 1.800 frascos de aliños vendidos, que sería la oferta.

7.4.3 *Demanda insatisfecha*

La demanda insatisfecha es la diferencia entre la demanda efectiva y la oferta. Para su cálculo fue necesario conocer preliminarmente la demanda efectiva y oferta del producto (aliño). De acuerdo a lo antes mencionado tenemos:

Tabla 24. Demanda insatisfecha

Años	Demanda efectiva en frascos	Oferta anual	Demanda insatisfecha en frascos
2024	14450	1800	12650
2025	14946	1800	13146
2026	15721	1800	13921
2027	16818	1800	15018

2028	18296	1800	16496
2029	20244	1800	18444

Nota: Los datos se obtuvieron de la tabla 22 y 23 respectivamente

7.5 Plan de comercialización del producto

El plan de comercialización permitió definir los lineamientos de distribución de bienes y servicios adoptando ciertas estrategias de mercado como son: producto, precio, plaza y promoción, para poseionar el producto en el mercado.

Así también, nos ayudó a identificar lo que cliente desea, indicando la presentación requerida y de esta manera poder satisfacer sus necesidades llegando a poseionar el producto en el mercado.

7.5.1 Producto.

El producto es un punto preciso que da inicio a una idea de negocio, representa los bienes que la empresa pretende vender y los cuales deben reunir ciertas características. Para su análisis es importante relacionar las características del producto y del consumidor, y de esta manera adaptar el producto de acuerdo al mercado, objetivo que se logra al aplicar las encuestas. En tal sentido, se debe aplicar ciertas estrategias planificadas y diseñadas tomando en cuenta los gustos y preferencias de los consumidores y la dinámica comercial del mercado. Algunas estrategias a desarrollar son las siguientes:

- Utilizar materia prima de calidad.
- Trabajar con tecnología adecuada que no represente incremento de costos.
- Realizar controles de calidad constantes.

Descripción del producto

Empaquetado

Para la presentación del producto se ha considerado los gustos y preferencias de los clientes según los datos obtenidos de las encuestas. Es decir, la presentación será en frascos de vidrio con un contenido de 250 gramos, este material será biodegradable, por lo que se podrá dar un doble uso y contribuir al cuidado del medio ambiente, también contará con su respectiva etiqueta con la información nutricional respectiva.

Etiqueta

La etiqueta es un elemento clave para identificar, describir y diferenciar nuestro producto de la competencia. Esta incluye el nombre de la empresa, cantidad, ingredientes, logotipo, indicaciones, semaforización nutricional, valor nutricional y precio; los colores van de acuerdo a los del producto y se combinan adecuadamente.



Para la selección de los colores de la marca del producto se ha considerado el tono de los elementos y sus significados

Amarillo: hace referencia a los alimentos ricos en vitamina C y vitamina A, que ofrecen un efecto protector para la vista del cliente.

Verde: Representa las verduras y hortalizas ricos en clorofila, que cuentan con propiedades antioxidantes y brindan una buena presentación del producto.

Al convertirse en atractivos para la vista del cliente y generar confianza, se decidió utilizar estos colores para el diseño del logotipo y presentación del producto

Nombre

Para establecer el nombre de la empresa se tomó en cuenta algunas razones: la tradición y el sabor que el producto agrega al momento de preparar sus comidas.

El nombre de la empresa será **“SAZÓN TRADICIONAL CIA LTDA”**

Slogan

Para determinar el slogan se buscó una frase que represente la tradición y que sea llamativa ante la vista del cliente, puesto que el producto a ofrecer es el aliño netamente tradicional.

“ESENCIA Y TRADICIÓN EN CADA COMIDA”

Logotipo

El logotipo es un distintivo entre la competencia y los consumidores para poder ser reconocida fácilmente.



Envase

El envase será de vidrio con tapa a presión para proporcionar una buena presentación, mayor seguridad y que mantenga el producto fresco, y de esta manera brindarle al cliente confianza al momento de adquirir un producto de calidad.



7.5.2 Precio.

El precio es el valor del bien o servicio en el mercado, medido de acuerdo a las posibilidades que el consumidor esté dispuesto a pagar para obtenerlos. Las dos determinantes principales a la hora de establecer el precio son los costos y la competencia.

En tal sentido, el precio se estimó de acuerdo a los precios de la competencia, tomando en cuenta los costos de producción adicionando un margen de utilidad establecido.

7.5.3 Promoción.

La promoción es un instrumento fundamental del marketing, con la cual la empresa pretende transmitir las características del producto a sus clientes, para que ellos sientan la necesidad de adquirirlos.

A través de la encuesta realizada a los demandantes se pudo conocer que toman en cuenta las promociones a la hora de comprar aliños. Por tal razón, se ha determinado como estrategia de promoción las siguientes:

- Se ofrecerá buenos precios.
- Descuentos en fechas especiales.
- Premios a los mejores clientes.

7.5.4 Plaza.

El producto se distribuiría en todo el cantón Paquisha donde se determinará un canal de comercialización apropiado para poder llegar hacia el consumidor final. Se ha determinado como estrategias de comercialización las siguientes:

- Los aliños se ofrecerán en las tiendas, micro mercados, kioscos y otros lugares los cuales serán nuestros intermediarios, a los que se les dará un 15% de utilidad lo cual será entregado en producto y no en descuento al precio.
- En los restaurantes y asaderos se ofrecerá el producto y solo bajo pedido se podrá realizar presentaciones de mayor cantidad.
- El producto también se ofrecerá fuera del cantón para ir ampliando la cobertura en la provincia de acuerdo hasta donde se pueda elevar el nivel de producción.

Los canales de comercialización que se utilizará se sintetizan de la siguiente manera:

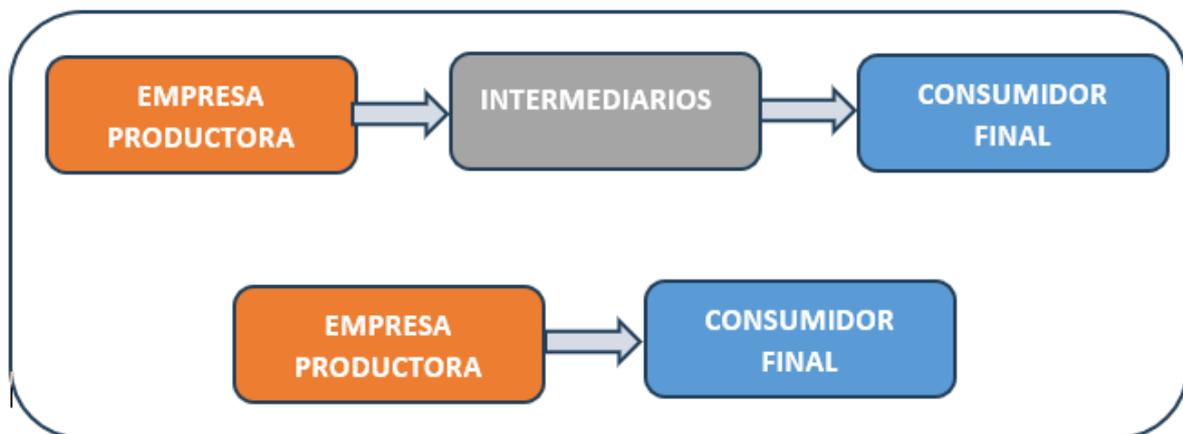


Figura 2. Canal de comercialización.

7.6 Estudio Técnico

El objetivo principal es determinar los requerimientos necesarios para el proceso de producción considerando los datos obtenidos previamente en el estudio de mercado. En esta parte del proyecto se determinan ciertos aspectos como el tamaño, la localización y la ingeniería del mismo, representando de esta forma todo lo relacionado con la capacidad instalada y utilizada, la ubicación óptima y las características de la tecnología utilizada en el proceso productivo.

7.6.1 *Tamaño óptimo*

La determinación del tamaño es un proceso complejo puesto que se deben tomar en cuenta algunos factores tales como, el tamaño del mercado, la disponibilidad de la materia prima, el espacio físico y la disponibilidad de la mano de obra.

7.6.1.1 **Capacidad instalada**

Se determina el máximo nivel posible de alcanzar con los recursos tanto humanos y materiales y trabajando de manera integrada. Para este proyecto se ha considerado la capacidad del factor tecnológico; la licuadora industrial tiene la posibilidad de triturar 5 litros convertidos en gramos, 5.000 gramos de materia prima dividido para 250 gramos que es la presentación del producto y nos dio como resultado 20 frascos por proceso productivo, en este caso como se realizará 6 procesos productivos que tiene una duración de 24 horas nos da un total de 120 frascos diarios, esto multiplicado por los 30 días del mes obtenemos 3600 frascos de aliño mensuales, y finalmente multiplicamos por los 12 meses del año y obtenemos 43.200 frascos al año.

Tabla 25. Capacidad Instalada

Capacidad Instalada						
Número de frascos por proceso	Número de procesos al día	Número de frascos diarios	Días	Número de frascos mensuales	Meses	Número de frascos anuales
20	6	120	30	3600	12	43200

Nota: Capacidad instalada de acuerdo al componente tecnológico

7.6.1.2 **Capacidad utilizada**

Es el nivel de producción con el que trabaja el factor humano y tecnológico, esta capacidad estará determinada de acuerdo al nivel de demanda que se pretenda cubrir durante un determinado periodo de tiempo.

Para determinar la capacidad utilizada se tomó en cuenta el componente humano y tecnológico y el porcentaje de producción que se va a ofertar para lograr cubrir la demanda insatisfecha; por tal razón, se realizará 45 frascos por proceso productivo, es decir, en 2 procesos productivos que dura 8 horas ósea un día laborable se producen 90 frascos de aliño de 250 gramos. Si la empresa trabaja 24 días al mes (lunes a sábado) nos da como resultado

2.160 frascos mensuales, a esto le multiplicamos por los 12 meses del año y obtenemos un resultado final de 25.920 frascos de aliño de 250 gramos al año, pese al haber adquirido equipamiento básico industrial y haber considerado un 60% de su capacidad instalada, la producción en estas condiciones cubre un 100% de la demanda insatisfecha

Tabla 26. Capacidad utilizada

Capacidad Utilizada						
Número de frascos por proceso	Número de procesos al día	Número de frascos diarios	Días	Número de frascos mensuales	Meses	Número de frascos anuales
45	2	90	24	2160	12	25920

Nota: Se especifica la capacidad utilizada en base a la capacidad instalada y días laborables

7.6.2 Localización del proyecto

La ubicación más apropiada será la que permita lograr los objetivos definidos en el proyecto. La selección de la localización se definió en dos ámbitos: la macro localización dónde se eligió la zona más atractiva y la micro localización, que determinó el lugar específico donde se instalará el proyecto.

7.6.2.1 Macro localización.

Hace referencia a la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, proyectándose a un mercado de incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación es necesario apoyarse en mapas geográficos y políticos.

La empresa se situará en el cantón Paquisha provincia de Zamora Chinchipe.

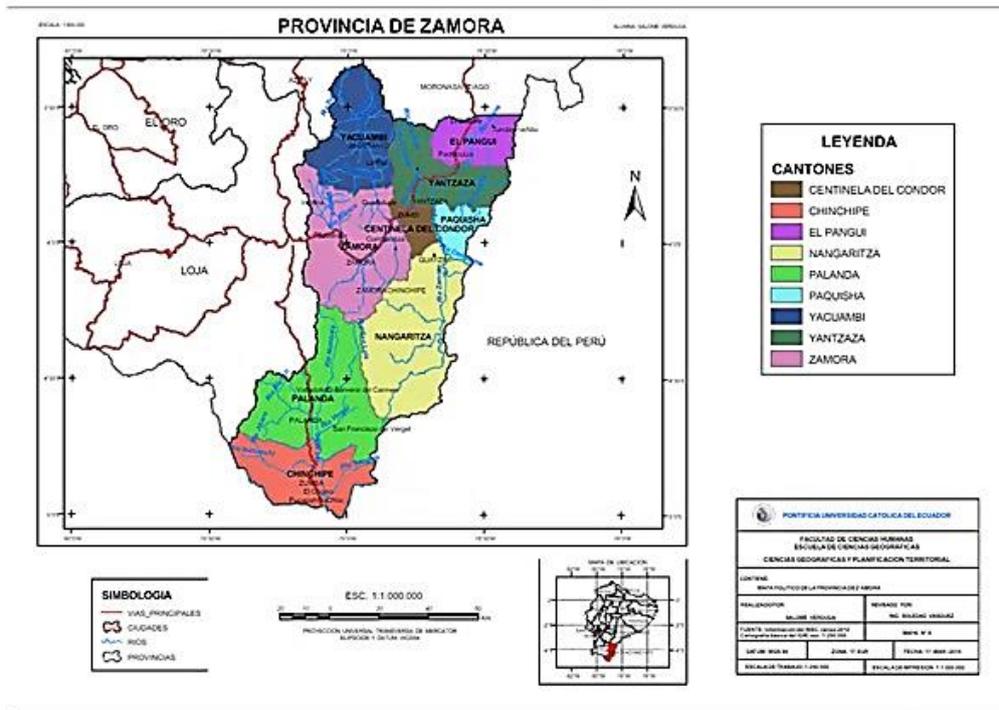


Figura 3. Macro localización del proyecto.

7.6.2.2 Micro localización.

El lugar exacto donde se ubicará la empresa será en las calles Pio Jaramillo Alvarado y Rio Cenepa, Barrio Central, se ha considerado ubicar en este lugar por la facilidad de arrendar el local a un precio cómodo. A continuación, se presenta la imagen donde se pondrá en marcha la empresa.

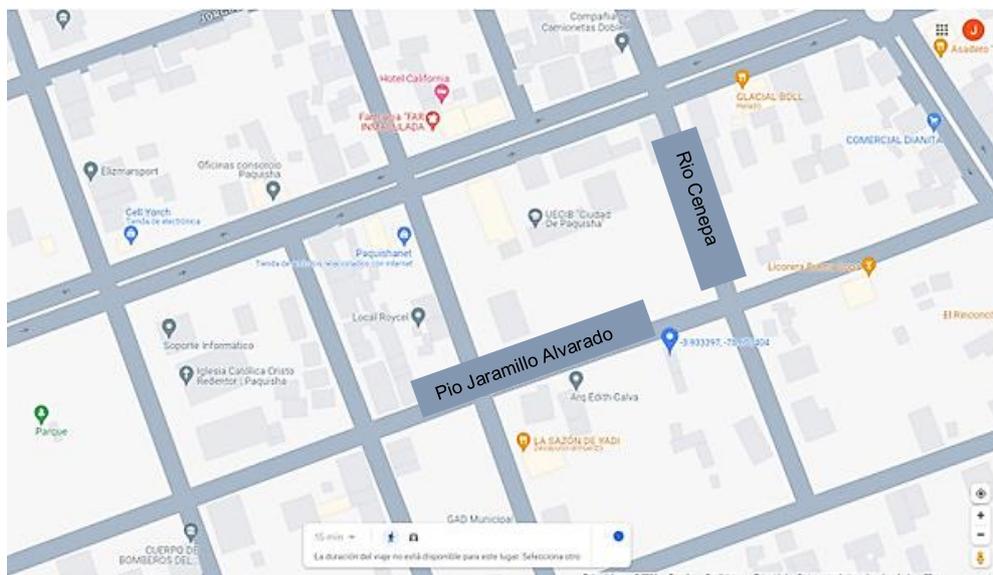


Figura 4. Micro localización del proyecto

7.6.3 Ingeniería del proyecto

Es el estudio técnico de los procesos que son indispensables para producir, esencialmente se trata de calcular a ciencia cierta que materias primas intervienen en el proceso productivo, la mano de obra necesaria, los materiales indirectos y principalmente la determinación de la maquinaria, sus características, tamaño, precio, calidad; también se estudia en esta parte, la incidencia de los precios y la distribución de los equipos en la planta.

Componente Tecnológico

Para desarrollar el proceso productivo, es necesario utilizar máquinas adecuadas con un alto nivel tecnológico, para obtener una mayor producción, con el fin de ofrecer un buen producto y en óptimas condiciones.

La maquinaria tecnológica requerida para la elaboración del aliño se describe a continuación:

- **Licuada industrial**



Características

- ✓ Capacidad: 5 litros.
- ✓ Construida en acero inoxidable AISI 304 uso gastronómico.
- ✓ Estructura metálica interna de gran resistencia.
- ✓ Vaso en acero inoxidable volcable de 1.5" de espesor calidad AISI 304.

- ✓ Contiene 02 garruchas giratorias.
- ✓ Motor US MOTORS hermético de 1.5 Hp.
- ✓ Mueble de base de soporte de tubo redondo de acero inoxidable.
- ✓ Tapa de acero inoxidable.
- ✓ Robustas cuchillas endurecidas hechas en acero inoxidable.
- ✓ Medida 0.35 x 0.45 x 1.10 m de alto.
- ✓ Frecuencia energía monofásica 220V / Hz

- **Refrigeradora**



Características

- ✓ Capacidad Total: 370 litros
- ✓ Estilo de puertas Top Freezer 2 puertas
- ✓ Manijas Externa Laterales
- ✓ Antihuellas de Acero Inoxidable
- ✓ Dispensador de Agua
- ✓ Acabado Laminada

- ✓ Balcones deslizables para Poder Regular
- ✓ Bandejas de vidrio templado
- ✓ Iluminación interior luz LED
- ✓ Doble cajón de frutas y verduras
- ✓ Consumo energético A
- **Vitrina Exhibidora**



Características

- ✓ Refrigerante Ecoamigable R290
- ✓ Litraje: 288 Lt
- ✓ Fácil acceso al control de temperatura a través del copete publicitario
- ✓ Puerta con protección Low-E impide el ingreso de Rayos UV al producto
- ✓ Botón de desempañador, el cual se puede activar para mayor visibilidad cuando sea necesario
- ✓ Parrillas metálicas anti-corrosivas resistencia 50kg, con recubrimiento antibacterial
- ✓ Iluminación led mejorado
- ✓ Ventilador y aspas más grandes

- ✓ Copete publicitario
- ✓ Tamaño: Alto:152cm Ancho:61cm Prof: 63cm
- **Equipo de seguridad y aseo**



- **Cofias, guantes y mascarilla**



- **Botes de plástico**



Herramientas

- **Utensilios de cocina**



7.6.4 *Infraestructura física*

Hace referencia a la parte física de la empresa, se determina el tamaño de cada área requerida para el cumplimiento de las actividades en la fase operativa. Para realizar este estudio fue necesario contar con la ayuda de un profesional en construcción.

Tabla 27. Infraestructura física

Área	Dimensión
Administrativa	50m ²
Producción	74m ²
Contabilidad y secretaria	38m ²
Almacenamiento	48m ²
TOTAL	210m²

Nota: Elaborado por profesionales en materia de construcción

7.6.5 *Distribución de la planta.*

La planta de producción del presente proyecto, estará dividido en cuatro áreas que se describen a continuación:

Área administrativa

- **Gerencia:** Aquí se encontrará el responsable de la administración de la empresa y control del grupo de trabajo.
- **Sala de espera:** se encontrará en esta área para una mejor atención a los clientes y proveedores.
- **Sanitarios:** Será de uso exclusivo del personal de esta área.

Área de Producción

- **Producción:** En esta área se encontrará la maquinaria y materiales necesarios para el proceso productivo.
- **Envasado y etiquetado:** Aquí se envasará y etiquetará el producto para su posterior almacenamiento y comercialización.
- **Bodega para materia prima:** se almacenará la materia prima necesaria para el proceso productivo

Área de contabilidad y secretaria

- **Secretaria:** En esta área se encontrará la responsable de manejar la correspondencia y el control contable de la entidad.
- **Ventas:** Aquí se ubicará la vitrina refrigeradora con productos terminados disponibles para la venta.

Área de almacenamiento

- **Desechos:** En esta área se almacenará los desechos residuales del proceso productivo y la empresa en general para su posterior tratamiento.
- **Sanitarios:** Será de uso general.

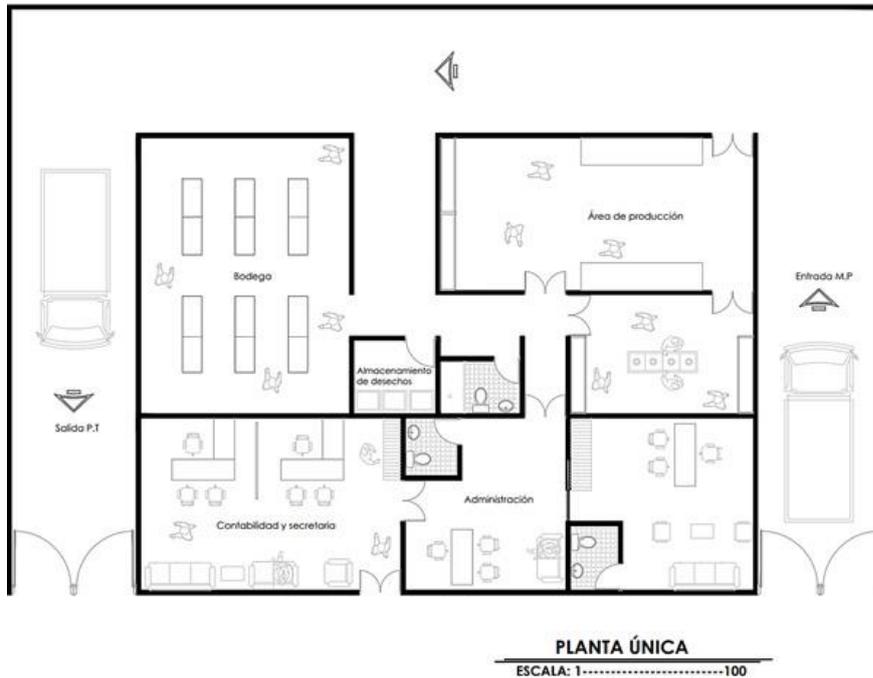


Figura 5. Distribución de planta

7.6.6 *Proceso de producción*

El procedimiento a seguir para realizar la producción y comercialización de aliños es la siguiente:

1. **Obtención de la materia prima**

En esta parte se procede a adquirir la materia prima adecuada para el proceso productivo y así ofrecer a los clientes un producto de calidad, este proceso tiene una duración de 10 minutos.

2. **Selección y clasificación de la materia prima**

Se selecciona la mejor materia prima para elaborar un producto 100% de calidad, para este proceso se toma un tiempo de 35 minutos.

3. **Control de calidad**

Se revisa que la materia prima se encuentre en óptimas condiciones para luego empezar el proceso de elaboración, aquí se toma un tiempo de 10 minutos.

4. **Lavar y picar la materia prima**

La materia prima se lava con abundante agua, y luego se pica, este proceso toma una duración de 50 minutos.

5. Licuado de la materia prima

Se procede a colocar la materia prima picada en la licuadora para triturar todos los ingredientes a utilizarse, este proceso se toma un tiempo de 15 minutos.

6. Mezclar todos los ingredientes

Se procede a mezclar todos los demás ingredientes y se toma un tiempo de 5 minutos.

7. Control de calidad

Una vez elaborado el aliño se procede hacer el control del producto para este proceso se toma un tiempo de 5 minutos.

8. Envasado

Se envasa en frascos de vidrio para una mejor protección, este proceso tiene una duración de 20 minutos.

9. Sellado

El producto final es sellado, para lo cual se toma un tiempo de 15 minutos.

10. Etiquetado

Se procede a colocar el logotipo de la empresa, para este proceso es necesario un tiempo de 25 minutos

11. Control de calidad

Finalmente, se realiza un control de calidad para verificar que no exista ninguna falla en el envase, para ello se toma un tiempo de 10 minutos.

12. Almacenamiento

Se procede a su respectivo acopio en el área de almacenamiento, este proceso dura un tiempo de 25 minutos.

13. Distribución

El producto será almacenado en nuestras instalaciones para una venta directa al consumidor y también a las tiendas y mercados de la localidad.

El proceso técnico resumido en la ingeniería del proyecto debe ser adecuado para optimizar la calidad al máximo y así minimizar costos.

7.6.7 Diagrama de flujo

El diagrama de procesos nos permite representar gráficamente el proceso de operación e inspección de las actividades que se realizan.

Tabla 28. Simbología diagrama de flujo

Actividad	Simbología	Definición
Operación		Al producir o realizar algo
Demora		Retrasa proceso siguiente
Operación combinada		Al realizar una operación e inspección al mismo tiempo
Inspección		Verificar
Almacenaje		Al proteger productos o materiales
Transporte		Al cambiar de lugar o mover algo

Nota: Se describe la simbología del proceso productivo.

A continuación, se presenta un proceso productivo de 160 frascos de aliño.

Tabla 29. Flujograma del proceso productivo

Actividades	●	■	◻	◐	▽	➔	TIEMPO
Inicio ➔							
1. Obtención de la materia prima							10 min
2. Selección y clasificación de la M.P.							35 min
3. Control de calidad							10 min
4. Lavar y picar la M.P.							50 min
5. Licuar la M.P.							15 min
6. Mezclar todos los ingredientes							5 min
7. Control del producto							5 min
8. Envasado							20 min
9. Sellado							15 min
10. Etiquetado							25 min
11. Control del producto final							10 min
12. Almacenamiento							25 min
13. Distribución						Fin	
TIEMPO							225 min (3 horas 45 min).

7.7 Estudio Administrativo

7.7.1 Base legal

Toda empresa para poder ejercer libremente debe cumplir ciertos requisitos demandados por la ley, estos son:

7.7.1.1 Razón Social

El tipo de compañía a constituirse es de responsabilidad limitada, por consiguiente, la razón Social será “SAZÓN TRADICIONAL CIA. LTDA.”

7.7.1.2 Objetivo Social

Al crear esta empresa se pretende aportar a la población del cantón Paquisha.

Para su creación es muy importante reunir ciertos aspectos relacionados con la actividad organizacional como: establecer el tipo de empresa, marco jurídico, niveles jerárquicos, organigramas, de tal manera que se convierta en una garantía para la automatización y coordinación de sus recursos con el propósito de maximizar la eficiencia para el cumplimiento de los objetivos preestablecidos.

7.7.1.3 Duración

Este proyecto tendrá un tiempo de duración de 5 años de vida útil, después de inscrita en el registro mercantil y aprobado por la superintendencia de compañías; una vez transcurrido este tiempo se deberá tomar la decisión de reinvertir o cerrar la empresa.

7.7.1.4 Domicilio

La empresa “Sazón Tradicional Cia Ltda” se encontrará ubicada en el cantón Paquisha, Parroquia Paquisha, barrio Central, en las calles Pío Jaramillo Alvarado y Río Cenepa.

7.7.1.5 Capital

El capital con el que se constituirá la empresa será el 50% aporte de los socios y el otro 50 % se financiará mediante crédito.

7.7.1.6 Filosofía Empresarial

Sazón Tradicional es una marca nueva que busca innovar en sabores y presentaciones, integrando la rica cultura y tradiciones culinarias de Zamora Chinchipe en sus productos, lo cual le permite fortalecer su identidad local y atraer a quienes buscan autenticidad.

7.7.1.7 Misión

Ofrecer a nuestros clientes productos de la más alta calidad elaborados con ingredientes naturales y frescos. Nos comprometemos a promover un estilo de vida saludable y sostenible, a través de la producción de aliños que realcen el sabor de los alimentos de una manera natural y equilibrada.

7.7.1.8 Visión

Nuestra visión es ser reconocidos como la empresa líder en la producción y comercialización de aliños de alta calidad en la región, destacando por nuestra innovación, sostenibilidad y compromiso con la comunidad. Aspiramos a llevar los sabores auténticos de Paquisha a los locales a nivel nacional y más allá, promoviendo la riqueza gastronómica de nuestra tierra y contribuyendo al desarrollo económico y social de nuestra localidad.

7.7.1.9 Objetivos

- Desarrollar y mantener altos estándares de calidad en la producción de aliños, utilizando ingredientes frescos y naturales que resalten los sabores de la gastronomía local.
- Contribuir al desarrollo de la comunidad local mediante la creación de fuentes de empleo, el apoyo a iniciativas comunitarias y la colaboración con productores locales.

7.7.2 Estructura Organizacional

Esta estructura organizativa estará constituida a través de organigramas los cuales permitirán establecer los niveles jerárquicos de la empresa. También se contará con un manual de funciones para cada empleado.

7.7.3 Organigramas

La organización cuenta con los departamentos necesarios para un mejor funcionamiento los cuales han sido determinados de acuerdo a los requerimientos principales.

Utilizamos una de las formas más comunes de representar gráficamente a una empresa como lo es a través de organigramas.

7.7.3.1 Organigrama Estructural.

Es la representación gráfica de la estructura organizacional de la empresa que permite imaginar cada uno de los puestos que la conforman y de esta manera determinar los niveles jerárquicos.

7.7.3.2 Organigrama Funcional.

Permite conocer las funciones más relevantes que deben desempeñar y cumplir cada uno de los departamentos que conforman la estructura organizacional.

7.7.3.3 Organigrama Posicional.

Determina el número de empleados que laboran en cada uno de los departamentos con su respectiva remuneración.

Organigrama estructural de la empresa “Sazón Tradicional Cía. Ltda.”



Figura 6. Organigrama estructural

SIMBOLOGÍA	SIGNIFICADO
	Autoridad
└─┬─┘ █	Dependencia
└─┬─┘ █	Asesoría permanente
- - -┬─┘ █	Asesoría Ocasional

Figura 7. Simbología organigramas

Organigrama funcional de la empresa “Sazón Tradicional Cía. Ltda.”



Figura 8. Organigrama funcional

Organigrama Posicional de la empresa “Sazón Tradicional Cía. Ltda.”



Figura 9. Organigrama posicional

7.7.4 Manual de Funciones

Manual de Funciones de la Empresa “Sazón Tradicional Cía. Ltda.”

El objetivo principal de estos manuales, es el de dar a conocer a los miembros que conforman la empresa sobre los distintos aspectos mencionados anteriormente, y de esta manera minimizar el desconocimiento de las obligaciones que les compete a cada uno, la duplicación de funciones, lentitud y dificultades innecesarias en la producción o ejecución del servicio, el desconocimiento de los procedimientos administrativos, entre otros.

El manual de funciones comprende lo siguiente:

- Relación de dependencia (Ubicación interna)
- Dependencia jerárquica (Relaciones de autoridad)
- Naturaleza del trabajo (Características principales de la ejecución en el puesto de trabajo)
- Tareas principales
- Responsabilidades
- Requerimientos del puesto

El presente manual se ha elaborado con la finalidad de que la empresa cuente con un documento que exprese como está organizada la empresa “Sazón Tradicional Cía. Ltda.”. Es muy importante que la organización cuente con este tipo de información, para que los empleados conozcan exactamente cuáles son sus funciones, y de igual manera a quién están subordinados.

Tabla 30. Manual de funciones del gerente



CÓDIGO: 001
TÍTULO DEL PUESTO: Gerente
JEFE INMEDIATO: Junta General de Accionistas
NIVEL JERÁRQUICO: Ejecutivo

NATURALEZ DEL TRABAJO

- Planificar, Organizar, Dirigir y Controlar las actividades que se efectúen en la empresa, con el fin de lograr los objetivos previamente establecidos.

CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO

- Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de organización en general.
- Actuar con independencia profesional utilizando su criterio para la solución de los problemas relativos al cargo.

FUNCIONES BÁSICAS

- Cumplir con las disposiciones dadas en el directorio e informar sobre la marcha de la misma.
- Diseñar, implementar y mantener procedimientos de compras del material que se requiere para realizar dicho proceso.
- Tramitar órdenes, controles, documentos autorizados; aprobando, autorizando y legalizando para un buen desenvolvimiento.
- Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la empresa.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN: Título Profesional de Ingeniero en Administración en Empresas.

EXPERIENCIA: En dirección y negociación.

EDAD: 35 años (mínimo)

ACTITUDES: Responsable, Respetuoso, Tolerante, Criterio, Autonomía, Puntualidad.

RESPONSABILIDADES ADQUIRIDAS: Controlar al personal para garantizar un buen funcionamiento de la empresa.

Nota: Se describen las actividades a cumplir de acuerdo al cargo

Tabla 31. Manual de funciones de la secretaria



CÓDIGO: 002
TÍTULO DEL PUESTO: Secretaria
JEFE INMEDIATO: Gerente
NIVEL JERÁRQUICO: Auxiliar

NATURALEZ DEL TRABAJO

- Ejecutar labores de secretaria en apoyo a la gestión administrativa de cada una de las unidades en la que está inmersa la empresa.

CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO

- Tener conocimientos de normas y procedimientos contables de la organización.
- Se requiere eficiencia, responsabilidad, puntualidad y discreción en el desarrollo de todas las funciones.
- Mantener en orden toda la documentación que esté bajo su cargo.

FUNCIONES BÁSICAS

- Editar y documentar oficios, memorandos y más documentos similares.
- Llevar la contabilidad diaria y presentar balances y declaraciones de impuestos.
- Asistir a reuniones de trabajo
- Recibir, registrar, tramitar y controlar la correspondencia.
- Atender al público personal o telefónicamente.

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN: Título de Licenciada en secretaria ejecutiva y tener conocimiento en Contabilidad.

EXPERIENCIA: 2 años en funciones similares.

EDAD: 23 años en adelante.

ACTITUDES: Responsable, Respetuoso, Tolerante, Criterio, Autonomía, Puntualidad.

RESPONSABILIDADES ADQUIRIDAS: Habilidad para ejecutar cabalmente las órdenes recibidas de manera rutinaria.

Nota: Se describen las actividades a cumplir de acuerdo al cargo.

Tabla 32. Manual de funciones del obrero



CÓDIGO: 003
TÍTULO DEL PUESTO: Obrero
JEFE INMEDIATO: Gerente
NIVEL JERÁRQUICO: Operativo

NATURALEZ DEL TRABAJO

- Realizar actividades de producción en la planta.

CARACTERÍSTICAS DEL TRABAJO

- Asumir un rol protagónico en los diversos ámbitos empresariales que le corresponda ejercer, para impulsar su desarrollo.
- Capacidad de trabajar bajo presión y tomar decisiones éticas y socialmente responsables.

FUNCIONES BÁSICAS

- Supervisar el proceso de producción.
- Realiza la administración de los programas de ingeniería del producto, supervisa y cotiza cambios al producto, identificación de ahorros de costos o mejora continua.
- Coordina y Controla las actividades técnico-operativas del proceso de producción.
- Verifica las condiciones y disponibilidad de los equipos de producción

REQUISITOS MÍNIMOS

EDUCACIÓN: Bachiller.

EXPERIENCIA: 1 a 2 años en funciones similares.

EDAD: 19 años en adelante.

ACTITUDES: Responsable, Respetuoso y Puntualidad.

Nota: Se describen las actividades a cumplir de acuerdo al cargo

7.8 Estudio Económico

El estudio económico permite determinar los recursos monetarios necesarios para la ejecución y el desarrollo del proyecto. Aquí se analizó lo siguiente:

7.8.1 Inversiones

En esta parte se cuantificaron los recursos monetarios necesarios para la creación y puesta en marcha del proyecto, y que está constituido por el activo fijo, activo diferido y los recursos necesarios para realizar el proceso productivo y las ventas a lo que generalmente se conoce como capital de trabajo.

Estas inversiones fijas se utilizan para adquirir todos los activos, que serán empleados por la empresa para la producción y comercialización de aliños, a lo largo de su vida útil. Se clasifican de la siguiente manera:

7.8.1.1 Activos Fijos

Son los bienes que la empresa utilizará de manera constante para efectuar sus operaciones, y son indispensables para la elaboración diaria del producto, como resultado de ello tendrán desgastes y sufrirán depreciaciones por el tiempo en que serán utilizados estos son:

- ✓ Maquinaria y equipo
- ✓ Equipos de Computo
- ✓ Equipo de oficina
- ✓ Muebles y Enseres
- ✓ Equipos de Seguridad e Higiene
- ✓ Herramientas
- ✓ Mobiliario

Maquinaria y Equipo

Corresponde a la maquinaria y equipo que forma parte del proceso productivo, de acuerdo a los estudios de ingeniería y aspectos técnicos del proyecto.

Tabla 33. Maquinaria y equipo

Maquinaria y Equipo			
Maquinaria y equipo	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total

Licuada industrial 5 litros	1	250	250
Refrigeradora 2 puertas	1	600	600
Vitrina refrigeradora exhibidora	1	650	650
Total			1500

Nota: Maquinaria y equipo necesario para el proceso de producción

Equipo de Cómputo

Son activos que tienen una vida útil muy corta por motivos de obsolescencia tecnológica. Este equipo será empleado para el manejo del registro de clientes.

Tabla 34. Equipo de cómputo

Equipo de computo			
Equipo de computo	Cantidad	Valor U.	Valor T.
Computadora	1	600	600
Impresora	1	457,7	457,7
Total			1057,7

Nota: Información extraída de tienda comercial

Equipo de oficina

Son activos que tienen una vida útil muy corta por motivos de obsolescencia tecnológica. Este equipo será empleado para la comunicación y registrar el movimiento financiero de la organización.

Tabla 35. Equipo de oficina

Equipo de oficina			
Equipo de oficina	Cantidad	Valor U.	Valor T.
Sumadora	1	25	25
Total			25

Nota: Información extraída de tienda comercial

Muebles y Enseres

Son todos aquellos activos que no se clasifican en otros rubros y que son bienes muebles de uso en planta u oficinas.

Tabla 36. Muebles y enseres

Muebles y enseres			
Muebles y enseres	Cantidad	Valor U.	Valor T.
Escritorio ejecutivo	1	250	250
Escritorio	1	60	60
Silla giratoria	1	40	40
Sillas de oficina	2	30	60
Total			410

Nota: Información extraída de tienda comercial

Equipo de Seguridad e Higiene

Tabla 37. Equipos de seguridad e higiene

Equipos de Seguridad e Higiene			
Equipos de Seguridad e Higiene	Cantidad	Valor U.	Valor T.
Mandiles	3	3	9
Cofias desechables	6	0,25	1,5
Guantes	6	0,15	0,9
Mascarillas	6	0,15	0,9
Total			12,3

Nota: Información extraída de tienda comercial

Herramientas

Son todas aquellas herramientas necesarias para procesar bajo alguna técnica como cortar, pelar, remover, etc; puesto que ayudan a la fabricación del producto.

Tabla 38. Herramientas

Herramientas			
Herramientas	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Cuchillos	3	2,50	7,5
Tabla de picar	2	2,00	4
Bandejas plásticas	4	4,00	16
Cucharones	2	3,00	6
Total			33,5

Nota: Información extraída de tienda comercial

Mobiliario

Tabla 39. Mobiliario

Mobiliario			
Mobiliario	Cantidad	Valor U.	Valor T.
Extintor de 10 libras	1	45,00	45
Letrero	1	100,00	100
Total			145

Nota: Información extraída de tienda comercial

RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS

Tabla 40. Resumen inversiones en activo fijo

Resumen de inversiones en activos fijos	
Activos	Valor Total
Maquinaria y Equipo	1500
Equipos de computación	1057,7
Equipo de oficina	25
Muebles y enseres	410
Equipos de Seguridad e Higiene	12,3
Herramientas	33,5
Mobiliario	145
Subtotal	3183,5
Imprevisto 5%	159,18
Total	3343

Nota: Se describe todos los activos fijos para la empresa

Depreciación de activos fijos

Tabla 41. Depreciación de activos fijos

Resumen de depreciaciones					
Descripción	Valor	% depreciación	Valor residual	Vida útil	Depreciación Anual
Maquinaria y equipo	1500	10%	150	10	135

Equipos de computación	1057,7	20%	212	3	282
Equipo de oficina	25	10%	2,5	10	2
Muebles y enseres	410	10%	41	10	37
Total			405,0		456

Nota: Se describe la depreciación de activos fijos de la empresa

Proyección de Depreciación de activos fijos

Tabla 42. Proyección de depreciaciones de activos fijos

Proyección de depreciaciones	
Años	Proyección 1,7%
1	456
2	464
3	472
4	480
5	488

Nota: Se describe la proyección de depreciación de activos fijos para los años de vida útil de la empresa

7.8.1.2 Activos Diferidos

Conforman todos aquellos que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para el desarrollo del proyecto y pueden ser amortizados.

Tabla 43. Resúmenes activos diferidos

Resumen de activos diferidos	
Detalle	Costo
Permiso de funcionamiento	500
ARCSA	105
Firma electrónica	40
Sub. Total	645
Imprevisto 5%	32,25
Total	677,25

Nota: Se describe todos los activos diferidos para la empresa

Amortización de Activos Diferidos

Es la aplicación a gastos de un activo diferido en proporción a su valor y al tiempo de vida útil.

Tabla 44. Amortización de activos diferidos

Amortización de activos diferidos			
Año	Valor del activo	Amortización	Valor T.
1	677	67,73	609,53
2	610	67,73	541,80
3	542	67,73	474,08
4	474	67,73	406,35
5	406	67,73	338,63
6	339	67,73	270,90
7	271	67,73	203,18
8	203	67,73	135,45
9	135	67,73	67,72
10	67,72	67,73	0,00

Nota: Se describe la amortización de los activos diferidos

7.8.1.3 Activo Circulante o Capital de Trabajo

Comprende las inversiones que la empresa debe realizar para cubrir los requerimientos de operación, tales como: materia prima directa, mano de obra directa, materiales indirectos, materiales de aseo, servicios básicos, gastos administrativos y gastos de ventas.

Está formado por el capital de trabajo que necesita la empresa “Sazón Tradicional Cía. Ltda.” Para atender las operaciones relacionadas a la venta del aliño.

Costos Primos

Son todos los materiales y mano de obra que intervienen en el proceso productivo de forma directa, también es conocido como costo primario, y se detalla como el conjunto de costos incurridos que pueden ser identificados en la elaboración del producto.

Materia prima directa

Integran los elementos básicos para la elaboración del producto, en este caso serían: el cilantro, apio, perejil, ajo, cebolla, aceite, pimienta, etc. Los cuales permitirán obtener un producto apto para el consumo humano como es el aliño natural; el costo de la materia prima es el siguiente:

Tabla 45. Materia prima directa

Materia prima directa						
Detalle	Cantidad	Medida	Precio x gramo	Precio Diario	Precio Mensual	Precio Anual
Cilantro	1950	gramos	0,003	6,00	144	1728
Perejil	1950	gramos	0,003	6,00	144	1728
Cebolla blanca	1500	gramos	0,002	3,00	72	864
Apio	975	gramos	0,003	3,00	72	864
Ajo	2500	gramos	0,004	9,00	216	2592
Sal	2000	gramos	0,001	2,00	48	576
Pimiento	4500	gramos	0,0013	6,00	144	1728
Cebolla	10000	gramos	0,0009	9,00	216	2592
Aceite	300	mililitros	0,02	5,25	126	1512
TOTAL			0,04	49,25	1182	14184

Nota: Se describe la materia prima necesaria para la elaboración producto

Proyección de la Materia Prima Directa

La proyección se realizará con el 1,7% que es la tasa de inflación del año 2024.

Tabla 46. Proyección de materia prima

Proyección de la materia prima	
Años	Proyección 1,7%
1	14184
2	14425
3	14670
4	14920
5	15173

Nota: Se describe la proyección de la materia prima para los años de vida útil de la empresa

Mano de Obra Directa

Esta parte está conformada por quienes intervienen directamente en el proceso productivo. Incluye los costos del personal relacionado directamente con la transformación de

la materia prima hasta obtener el producto final. Constituyen los obreros que reciben una remuneración correspondiente al salario mínimo, más los beneficios de la ley.

Tabla 47. Mano de obra directa

Mano de obra directa	
Detalle	Obreros
Sueldo Básico	460
Décimo Tercero	38
Décimo Cuarto	38
Vacaciones	19
Aporte Patronal 11,15%	51
Fondos de Reserva 8,33%	38
Aporte al SECAP, IECE 1%	4,6
Subtotal	650
Número de obreros	1
TOTAL MENSUAL	650
TOTAL ANUAL	7800

Nota: Se describe la inversión en mano de obra directa de la empresa

Proyección mano de obra directa

La proyección se realizará con el 1,7% que es la tasa de inflación del año 2024.

Tabla 48. Proyección mano de obra directa

Proyección de la mano de obra directa	
Años	Proyección 1,7%
1	7800
2	7933
3	8068
4	8205
5	8345

Nota: Se describe la proyección de la mano de obra directa para los años de vida útil de la empresa

Costos generales de Fabricación

Se llaman costos al igual que la materia prima y la mano de obra, debido a que son capitalizados en el inventario de productos terminados. Constituye todos los valores indirectos que no se pueden asignar a unidades de costos o trabajo específico.

Materia prima indirecta

Son aquellos materiales que intervienen en la elaboración del producto o forman parte de él y que no puede ser medido con exactitud cuánto concierne a cada unidad de producto terminado.

Tabla 49. Materia prima indirecta

Materia prima indirecta				
Detalle	Cantidad	Valor Unitario \$	Valor Mensual	Valor Anual
Frascos	25920	0,08	172,80	2073,60
Etiquetas	25920	0,02	43,20	518,40
Total			216,00	2592,00

Nota: Se describe la materia prima indirecta para la elaboración del producto

Proyección de Materiales Indirectos

La proyección se realizará con el 1,7% que es la tasa de inflación del año 2024.

Tabla 50. Proyección materia prima indirecta

Proyección materia prima indirecta	
Años	Proyección 1,7%
1	2592
2	2636
3	2681
4	2726
5	2773

Nota: Se describe la proyección de la materia prima indirecta para los años de vida útil de la empresa

Servicios Básicos

Considerando la diversidad de recursos utilizados en el sistema productivo es muy importante que al buscar el lugar adecuado para la ubicación del proyecto se considere la disponibilidad de ciertos servicios básicos como: agua potable y energía eléctrica.

Tabla 51. Servicios Básicos

Servicios Básicos						
Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Precio x gramo	Precio Diario	Valor Mensual	Valor Anual
Agua Potable	m3	90	0,00	0,25	6	72
Energía Eléctrica	Kw/h	150	0,00	0,40	9,6	115
Total				0,65	15,6	187

Nota: Se describe los servicios básicos necesarios para la elaboración del producto

Proyección de Servicios Básicos

La proyección se realizará con el 1,7% que es la tasa de inflación del año 2024.

Tabla 52. Proyección Servicios Básicos

Proyección de Servicios Básicos	
Años	Proyección 1,7%
1	187
2	190
3	194
4	197
5	200

Nota: Se describe la proyección de los servicios básicos para los años de vida útil de la empresa

COSTOS DE OPERACIÓN

Comprende los gastos administrativos, de ventas, financieros y otros no señalados.

Gastos Administrativos

Son aquellos gastos necesarios para desarrollar las actividades administrativas de la organización, entre ellos tenemos: remuneraciones administrativas, arriendo, útiles de aseo y oficina.

Personal Administrativo

Incluye el gasto de los sueldos y salarios del personal que no intervienen directamente en el proceso productivo, pero que son indispensables para el buen funcionamiento de la empresa.

Dentro de la parte administrativa se cuenta con un gerente cuya remuneración es de \$460,00; una secretaria-contadora que será contratada ocasionalmente cuya remuneración es de \$250,00.

Tabla 53. Sueldos administrativos

Sueldos Administrativos		
Detalle	Gerente	Secretaria
Sueldo	460	250
Décimo Tercero	38	21
Décimo Cuarto	38	38
Vacaciones	19	19
Aporte Patronal 11,15%	51	28
Fondos de Reserva 8,33%	38	21
Aporte al SECAP, IECE 1%	5	3
TOTAL MENSUAL	650	380
TOTAL ANUAL	7800	4554
TOTAL DE SUELDOS	12355	

Nota: Se describe los sueldos administrativos para el personal de la empresa

Proyección de Sueldos Administrativos

La proyección se realizará con el 1,7% que es la tasa de inflación del año 2024.

Tabla 54. Proyección sueldos y salarios

Proyección Sueldos Administrativos	
Años	Proyección 1,7%
1	12355
2	12565
3	12779
4	12996
5	13217

Nota: Se describe la proyección de sueldos administrativos para los años de vida útil de la empresa

Arriendo

Debido a que no se cuenta con un lugar propio para ubicar la empresa, se ha decidido arrendar un local, el cual debe encontrarse en perfectas condiciones y en un punto estratégico para el buen desarrollo de la empresa, su costo es de \$250,00.

Tabla 55. Arriendo

Arriendo			
Detalle	Cantidad	Valor Mensual	Valor Anual
Arriendo	1	250	3000
Total		250	3000

Nota: Se describe el valor de arriendo del local de la empresa

Proyección Arriendo

La proyección se realizará con el 1,7% que es la tasa de inflación del año 2024.

Tabla 56. Proyección arriendo

Proyección Arriendo	
Años	Proyección 1,7%
1	3000
2	3051
3	3103
4	3156
5	3209

Nota: Se detalla la proyección del arriendo para los años de vida útil de la empresa

Materiales o Útiles de Oficina

Comprende los elementos esenciales para que el personal del apoyo pueda realizar sus actividades de la mejor manera

Tabla 57. Útiles de oficina

Útiles de oficina				
Detalle	Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Anual
Facturas	Paquetes	3	7	21,00
Papel Bond	Resmas	1	4,75	4,75
Esferos	Docena	1	3	3,00

Total	14,75	29
--------------	--------------	-----------

Nota: Se describe los útiles de oficina para la empresa

Proyección de útiles de oficina

La proyección se realizará con el 1,7% que es la tasa de inflación del año 2024.

Tabla 58. Proyección de útiles de oficina

Proyección Útiles de oficina	
Años	Proyección 1,7%
1	29
2	29
3	30
4	30
5	31

Nota: Se detalla la proyección de útiles de oficina para la empresa

Materiales o Útiles de Aseo

Está constituido por aquellos gastos que se ocasionan al adquirir implementos necesarios para el mantenimiento y aseo de la empresa para todo el año.

Tabla 59. Útiles de aseo

Útiles de Aseo				
Detalle	Medidas	Cantidad	Valor Unitario	Valor Anual
Tachos para basura	Unidad	2	10	20,00
Escoba	Unidad	3	2,25	6,75
Trapeador	Unidad	2	2,75	5,50
Recogedor	Unidad	2	1,25	2,50
Detergente	5 kilos	2	10	20,00
Papel Higiénico	Institucional	3	3,25	9,75
Jabón Líquido	Unidad	3	3,00	9,00
Total			32,5	74

Nota: Se describe los útiles de aseo necesarios para la empresa

Proyección de Útiles de Aseo

La proyección se realizará con el 1,7% que es la tasa de inflación del año 2024.

Tabla 60. Proyección de útiles de aseo

Proyecciones útiles de Aseo	
Años	Proyección 1,7%
1	74
2	75
3	76
4	77
5	79

Nota: Se detalla la proyección de los útiles de aseo para los años de vida útil de la empresa

Servicio Básico

Constituye los costos por pago de internet necesario para realizar actividades administrativas.

Tabla 61. Servicio Básico

Servicio Básico					
Detalle	Unidad de medida	Cantidad	Precio	Valor Mensual	Valor Anual
Internet		1	20,00	20	240
Total				20	240

Nota: Se describe los servicios básicos necesarios para el buen funcionamiento de la empresa

Proyección de Servicio Básico

Tabla 62. Proyección de servicio básico

Servicio Básico (internet)	
Años	Proyección 1,7%
1	240
2	244
3	248
4	252
5	257

Nota: Se detalla la proyección de los servicios básicos para los años de vida útil de la empresa

GASTOS DE VENTAS

En este rubro se incluyen los valores de pago por concepto de actividades realizadas para la venta del producto y brindar las condiciones adecuadas para que el producto pueda llegar al mercado.

Publicidad

Es una forma de comunicación que permitirá incrementar el consumo del producto a través de distintos medios de comunicación, su propósito es motivar a los futuros clientes.

Tabla 63. Publicidad

Publicidad				
Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Diseños	1	10	10,00	120,00
Total			10	120,00

Nota: Se describe los gastos en publicidad necesarios para la venta del producto

Proyección de Publicidad

La proyección se realizará con el 1,7% que es la tasa de inflación del año 2024.

Tabla 64. Proyección publicidad

Proyección Publicidad	
Años	Proyección 1,7%
1	120
2	122
3	124
4	126
5	128

Nota: Se detalla la proyección de la publicidad para los años de vida útil de la empresa

RESUMEN DE ACTIVOS CIRCULANTES

Tabla 65. Resúmenes activos circulantes

Resumen de Activos Circulantes		
Activos	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Materia prima directa	1182	14184
Mano de obra directa	650	7800
Materia prima indirecta	216	2592
Servicios Básicos	15,6	187
Sueldos Administrativos	1030	12355

Arriendo	250	3000
Útiles de oficina	15	29
Útiles de Aseo	33	74
Publicidad y Propaganda	10	120
Servicio Básico (internet)	20	240
Subtotal	3420	40581
Imprevisto 5%	171	2029,04
Total	3591	43043

Nota: Se detalla los activos circulantes o capital de trabajo necesario para la empresa

INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO

Tabla 66. Inversión total del proyecto

INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO	
Activo	Valor Total
Activo Fijo	3343
Activo Diferido	677
Activo Circulante	3591
Total	7611

Nota: Se describe la inversión total de todos los activos de la empresa

7.8.2 *Financiamiento*

Es necesario obtener los recursos económicos necesarios para su funcionamiento, por tal razón la empresa “Sazón Tradicional Cía. Ltda” recurrirá a fuentes internas y externas.

Fuentes Internas

Los fondos se cubrirán con aportaciones de los socios; mismos que corresponden a \$1.903 por socio, según lo acordado en la minuta de constitución de la empresa, esto sumado para los dos socios, nos da un total de \$3.806 que equivale el 50%.

Fuentes Externas

Para cubrir el 100% de la inversión total, que corresponde al 50% es decir, \$3806, se recurrirá al sistema financiero, en este caso se solicitará un préstamo al Ban Ecuador, por la facilidad de acceder a un microcrédito empresarial para 5 años plazo con una tasa de interés del 11,63% con pagos semestrales.

Tabla 67. Resumen del financiamiento

Resumen del Financiamiento		
Fuentes	Monto	Participación %
Interna	3806	50,0%
Externa	3806	50,0%
Totales	7611	100%

Nota: Se describe el resumen del financiamiento de la inversión del proyecto

Tabla 68. Tabla de amortización

Tablas de Amortización Alemana								
AÑO	SEMESTRE	SALDO INICIAL	AMORTIZACIÓN	INTERESES	DIVIDENDO SEMESTRAL	DIVIDENDO ANUAL	SALDO FINAL	INTERESES TOTALES
1	1	3806	381	221	602	1182	3425	420
	2	3425	381	199	580		3045	
2	1	3045	381	177	558	1093	2664	332
	2	2664	381	155	535		2283	
3	1	2283	381	133	513	1005	1903	243
	2	1903	381	111	491		1522	
4	1	1522	381	89	469	916	1142	155
	2	1142	381	66	447		761	
5	1	761	381	44	425	828	381	66
	2	381	381	22	403		0	

Nota: Se detalla la amortización del capital del crédito de Ban Ecuador

7.8.3 Presupuesto Proyectado

La elaboración del presupuesto de los costos de ingresos es fundamental en todo proyecto puesto que constituye la información base para realizar las herramientas o estados financieros que permitan efectuar la evaluación financiera que es la parte donde se determinará la factibilidad del proyecto.

Una vez que la empresa “Sazón Tradicional Cía. Ltda” haya realizado el presupuesto anual se procederá a proyectar para los 4 años restantes de vida útil de la empresa, por tal razón se debe poner especial cuidado al realizar los estados financieros proyectados, porque se constituirán en un marco de referencia de toda la compañía.

Los presupuestos permiten construir los costos para el primer año de producción, y a continuación se proyecta los datos con el 1,7% en base a la inflación estimada por el Banco Central del Ecuador que permite obtener los costos para los 5 años de vida útil del proyecto,

adicionalmente se considera los rubros del cuadro de inversiones, las depreciaciones de activos fijos, y los gastos financieros provenientes del crédito adquirido.

Tabla 69. Presupuesto proyectado

Presupuesto Proyectado					
COSTOS	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	1	2	3	4	5
COSTO PRIMO					
Materia prima directa	14184	14425	14670	14920	15173
Mano de obra directa	7800	7933	8068	8205	8345
Materia prima indirecta	2592	2636	2681	2726	2773
Total Costo primo	24576	24994	25419	25851	26291
COSTO DE PRODUCCION					
Servicios Básicos	187	190	194	197	200
Total Costo de Producción	187	190	194	197	200
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	24764	25185	25613	26048	26491
GASTOS DE OPERACIÓN					
ADMINISTRATIVO					
Sueldos Administrativos	12355	12565	12779	12996	13217
Útiles de oficina	29	29	30	30	31
Útiles de Aseo	74	75	76	77	79
Arriendo	3000	3051	3103	3156	3209
Servicio Básico (internet)	240	244	248	252	257
Deprec. Equipo de oficina	2	2	2	2	2
Deprec. Equipo de Computación	282	282	282	282	282
Deprec. Muebles y Enseres	37	37	37	37	37
Deprec. Maquinaria y equipo	135	135	135	135	135
Total Gastos Administrativos	16153	16420	16692	16968	17248
VENTAS					
Publicidad y Propaganda	120	122	124	126	128
Total de Gastos de ventas	120	122	124	126	128
FINANCIEROS					
Interés por préstamo	420	332	243	155	66
Amortiz. De Acti. Diferido	67,73	67,73	67,725	67,73	67,73

Total de Gastos financiero	488	400	311	223	134
TOTAL DE COSTO DE OPERACIÓN	16762	16942	17127	17316	17511
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	41525	42127	42740	43365	44002

Nota: Datos obtenidos del resumen de activos, amortizaciones y depreciaciones

7.8.4 Ingresos Totales

Los ingresos son el resultado de la venta de bienes o servicios que origina el proyecto, en este caso la producción de aliños naturales.

Cálculo del precio

Se considera un margen de utilidad bruta por unidad de producto del 23% en función de la competencia.

Costo Unitario de Producción

Para la determinación del precio para su comercialización aplicamos la siguiente fórmula:

Costo Unitario = Costo Total / Unidades producidas

$$\text{Costo Unitario} = \frac{41.525}{25.920}$$

Costo Unitario= 1,60

PVP= Costo Unitario + Margen de Utilidad

$$\text{PVP} = 1,60 + 0,37$$

PVP=1,97

ING= PVP * Unidades Producidas

$$\text{ING} = 1,97 * 25.920$$

ING= 51.076

Una vez determinado el precio de venta del aliño de 250 gramos para los 5 años, luego se determina el presupuesto anual de ingresos, el cual detallamos a continuación:

Tabla 70. Ingresos totales

Ingresos Totales

Años	Costos Totales	Unidades Producidas	Costo Unitario	Margen Utilidad 23%	PVP	Ventas Totales
1	41525	25920	1,60	0,37	1,97	51076
2	42127	30240	1,39	0,32	1,71	51816
3	42740	34560	1,24	0,28	1,52	52570
4	43365	38880	1,12	0,26	1,37	53339
5	44002	43200	1,02	0,23	1,25	54122

Nota: Tabla de ingresos por ventas de cada año

7.8.5 Clasificación de costos

La estructura de costos y gastos para la empresa “Sazón Tradicional Cía. Ltda” está constituido por los costos de producción como materiales directos, mano de obra directa, gastos de operación conformados de: gastos financieros y otros gastos. A continuación, se analiza y clasifica los componentes de ingresos, costos y gastos calculados que permiten realizar un análisis de costos mediante la obtención de:

Costos fijos

Son aquellos costos que se mantienen fijos durante el periodo completo de producción. Se incide en los mismos durante todo el transcurso del tiempo y no varían como resultado de cambios en el proceso productivo.

Costos Variables

Son gastos que se realizan en proporción al aumento o disminución de los volúmenes de producción o ventas.

Costos Totales

Es la suma total de los costos fijos y variables. Tal como se indica en la siguiente tabla:

Tabla 71. Clasificación de costos año 1

Clasificación de costos		
Detalle	AÑO 1	
	Costos Fijos	Costos Variables

COSTOS PRIMOS		
Materia prima directa		14184
Mano de obra directa		7800
Materiales indirectos		2592
Total Costo primo	0	24576
COSTO DE PRODUCCION		
Servicios Básicos		187
Total Costo de Producción	0	187
GASTOS DE OPERACIÓN		
ADMINISTRATIVO		
Sueldos Administrativos	12355	
Útiles de oficina	29	
Útiles de Aseo	74	
Arriendo	3000	
Servicio Básico (internet)	240	
Deprec. Equipo de oficina	2	
Deprec. Equipo de Computación	282	
Deprec. Muebles y Enseres	37	
Deprec. Maquinaria y equipo	135	
Total Gastos Administrativos	16153	0
VENTAS		
Publicidad	120	
Total de Gastos de venta	120	0
FINANCIEROS		
Interés por préstamo	420	
Amortiz. de Acti. Diferido	67,73	
Total de Gastos financiero	488	0
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	16762	24764
TOTAL DE COSTOS	41525	

Nota: Datos obtenidos de la tabla de presupuesto proyectado para el año 1

Tabla 72. Clasificación de costos año 5

Clasificación de Costos	
AÑO 5	

Detalle	Costos Fijos	Costos Variables
COSTOS PRIMOS		
Materia prima directa		15173
Mano de obra directa		8345
Materiales indirectos		2773
Total Costo primo	0	26291
COSTO DE PRODUCCION		
Servicios Básicos		200
Total Costo de Producción		200
GASTOS DE OPERACIÓN		
ADMINISTRATIVO		
Sueldos Administrativos	13217	
Útiles de oficina	31	
Útiles de Aseo	79	
Arriendo	3209	
Servicio Básico (internet)	257	
Deprec. Equipo de oficina	2	
Deprec. Equipo de Computación	282,05	
Deprec. Muebles y Enseres	37	
Deprec. Maquinaria y equipo	135	
Total Gastos Administrativos	17248	0
VENTAS		
Publicidad	128	
Total de Gastos de venta	128	0
FINANCIEROS		
Interés por préstamo	66	
Amortiz. de Acti. Diferido	67,73	
Total de Gastos financiero	134	0
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	17511	26491
TOTAL DE COSTOS	44002	

Nota: Datos obtenidos de la tabla de presupuesto proyectado para el año 5

7.8.6 Punto de equilibrio

PRIMER AÑO

MÉTODO MATEMÁTICO

- En función de la capacidad instalada

$$P.E = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} * 100$$

$$P.E = \frac{16.762}{51.076 - 24.764} * 100$$

$$P.E = 63,70\%$$

- En función de las ventas

$$P.E = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$P.E = \frac{16.762}{1 - \frac{24.764}{51.076}}$$

$$P.E = 32.537$$

MÉTODO GRÁFICO

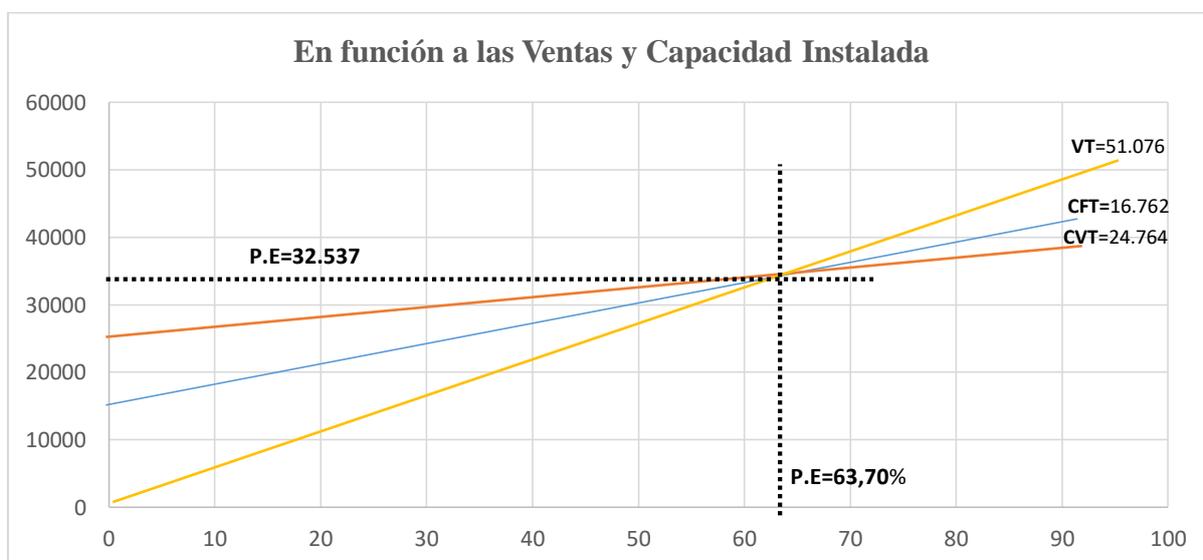


Figura 10. Punto de equilibrio año 1

Análisis

En su primer año de vida útil el punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaje a una capacidad instalada del **63,70%** y con un ingreso en las ventas de **\$32.537**. En este punto la empresa no gana ni pierde.

QUINTO AÑO

MÉTODO MATEMÁTICO

- **En función de la capacidad instalada**

$$P.E = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} * 100$$

$$P.E = \frac{17.511}{54.122 - 26.491} * 100$$

$$P.E = 63,37\%$$

- **En función de las ventas**

$$P.E = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$P.E = \frac{17.511}{1 - \frac{26.491}{54.122}}$$

$$P.E = 34.299$$

MÉTODO GRÁFICO

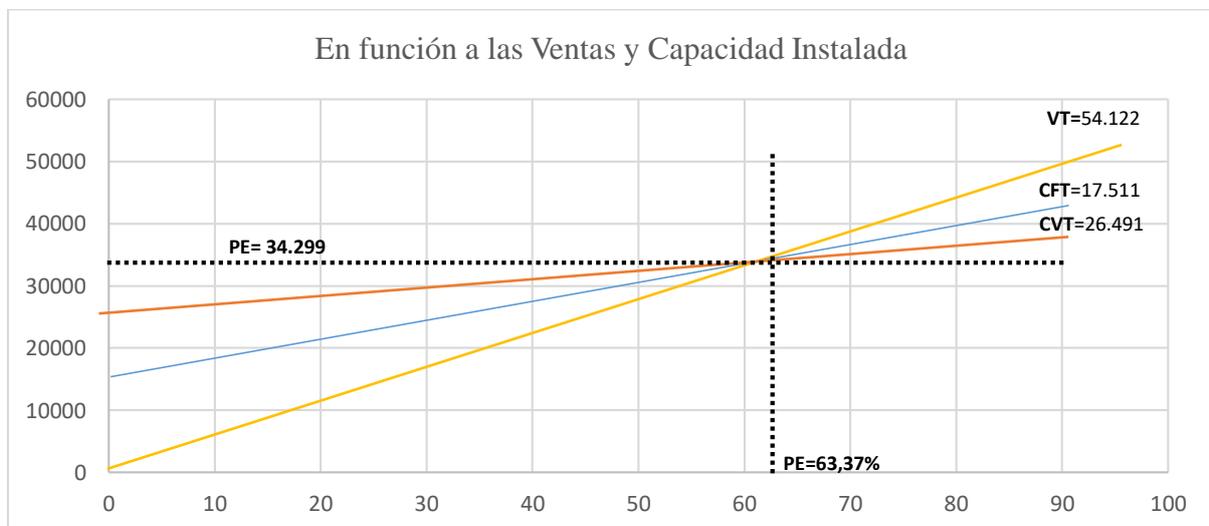


Figura 11. Punto de equilibrio año 5

Análisis

En su quinto año de vida útil el punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaje a una capacidad instalada del **63,37%** y con un ingreso en las ventas de **\$34.299**. En este punto la empresa no gana ni pierde.

7.8.7 Estado de Pérdidas y Ganancias

Tabla 73. Estado de Pérdidas y Ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	51076	51816	52570	53339	54122
(-) Costos Totales	41525	42127	42740	43365	44002
(=) Utilidad Bruta	9551	9689	9830	9974	10120
(-) Trabajador 15%	1433	1453	1475	1496	1518
(=) Utilidad antes de impuestos	8118	8236	8356	8478	8602
(-) Impuesto a la Renta 22%	1786	1812	1838	1865	1893
(=) Utilidades antes de Reservas	6332	6424	6517	6613	6710
(-) Reserva 10%	633,22	642,39	651,74	661,27	670,98
(=) Utilidad Líquida	5699	5781	5866	5951	6039

Nota: Estado de pérdidas y ganancias

7.9 Evaluación financiera

En relación al tercer objetivo se determinó el: realizar el estudio económico y evaluación financiera de la propuesta presentada en el presente proyecto para determinar respectivos indicadores de análisis financieros, mismos que permitieron conocer la rentabilidad del proyecto. Esta evaluación se fundamentó en los criterios más utilizados como son: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (RBC), Periodo de Recuperación de Capital, (PRC) y Análisis de Sensibilidad.

Para llevar a cabo esta evaluación fue necesario contar con herramientas básicas como es el flujo de caja y el presupuesto pre formado realizados previamente.

7.9.1 Flujo de Caja

El flujo de caja permite especificar las necesidades reales de efectivo a lo largo de la vida útil del proyecto. Se realiza una comparación de ingresos y egresos, en base a los datos

que emite puede fijarse los momentos en donde se requiere incrementar ingresos ya sea a través de aportes de socios o de intermediarios financieros.

Este flujo de caja se lo realiza primeramente para el año cero, tomando como referencia los datos de la inversión inicial y, el flujo resultante se considera como caja inicial del siguiente periodo y así continuamente hasta llegar a los 5 años de vida útil.

Tabla 74. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
INGRESOS	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
	0	1	2	3	4	5
Ventas		51076	51816	52570	53339	54122
Crédito (5 años)	3806					
Capital Propio	3806					
Valor Residual						
(=) TOTAL INGRESOS	7611	51076	51816	52570	53339	54122
EGRESOS						
Activo Fijo	3343					
Activo Diferido	677					
Activo Circulante	3591					
Presupuesto general		41525	42127	42740	43365	44002
Depreciación de activos fijos		456,20	463,96	471,85	479,87	488,03
Amortización de Activos Diferi.		67,73	67,73	67,73	67,73	67,73
15% Utilidad a Trabajadores		1433	1453	1475	1496	1518
22% Impuestos a la Renta		1786	1812	1838	1865	1893
Amortización de Capital		380,57	380,57	380,57	380,57	380,57
(=)TOTAL DE EGRESOS	7611	45648	46304	46973	47654	48349
FLUJO NETO DE CAJA	0	5428	5512	5597	5685	5774

Nota: Datos obtenidos de las tablas 42, 66, 67, 69, 70, 71, 72 y 74

7.9.2 Valor Actual Neto (VAN)

Es el primer indicador que define la factibilidad del proyecto. Se representa en términos absolutos el valor actual de los recursos obtenidos al final de la vida útil del proyecto de inversión. Para ello se debe actualizar a una tasa de descuento que sea igual al costo de oportunidad o al costo del capital.

Se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Si el VAN es positivo se acepta el proyecto
- Si el VAN es negativo se rechaza el proyecto
- Si el VAN es cero queda a criterio del inversionista invertir o no en el proyecto

Tabla 75. Valor Actual Neto

VAN			
Años	Flujo Neto	Tasa Actualizada 11,63%	Flujo Neto Actualizado
0	7611		
1	5428	0,89582	4862
2	5512	0,80249	4423
3	5597	0,71888	4024
4	5685	0,64399	3661
5	5774	0,57689	3331
	Total		20300
	(-) Inversión		7611
	(=) VAN		12689

Nota: Datos obtenidos de la tabla 75

VAN= Sumatoria Flujo Neto – Inversión

VAN= 20.300 – 7.611

VAN= 12.689

Análisis

Se concluye que las sumatorias de los flujos netos descontados a una tasa ponderada de 11,63% de acuerdo a la tasa referencial actual del ban Ecuador para microcréditos, es mayor a uno, por lo tanto, admitimos que el proyecto es factible y se puede recuperar la inversión y exceder la rentabilidad exigida en \$12.689.

7.9.3 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es la tasa de interés, a la cual debemos descontar los flujos netos generados por el proyecto, a lo largo de su vida útil para que estos se igualen con la inversión. Para ello consideramos lo siguiente:

- Si la TIR es mayor que el costo de oportunidad o de capital, el proyecto de acepta.
- Si la TIR es igual que el costo de oportunidad o de capital, la realización del proyecto queda a criterio del inversionista.
- Si la TIR es menor que el costo de oportunidad o de capital, el proyecto de rechaza.

Fórmula

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

Tabla 76. Tasa Interna de Retorno

TIR					
Años	Flujo Neto	Factor 66%	VAN (Menor)	Factor 67%	VAN (Mayor)
1	5428	0,60241	3270	0,59880	3250,11
2	5512	0,36290	2000	0,35856	1976,27
3	5597	0,21861	1224	0,21471	1201,78
4	5685	0,13169	749	0,12857	730,85
5	5774	0,07933	458	0,07699	444,49
	SUMAN		7700		7603
	(-) Inversión		7611		7611
	Total		89		-8

Nota: Datos obtenidos del flujo de caja

Aplicación de la fórmula

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

$$TIR = 66 + 1 \left(\frac{89}{89 - (-8)} \right)$$

$$TIR = 66 + 1 \left(\frac{89}{97} \right)$$

$$TIR = 66 + 1(0,92)$$

$$TIR = 66,92\%$$

Análisis

Se determinó que la TIR es de 66,92%, es mayor que el costo del capital (11,63%), determinada por el interés del préstamo requerido, esto nos indica que la inversión brinda un alto nivel de rendimiento y por lo tanto puede ser ejecutado.

7.9.4 Relación Beneficio Costo (RBC)

Este indicador, se expresa como la cantidad obtenida como beneficio por cada dólar invertido, para la toma de decisiones se considera lo siguiente:

- RBC > 1 Se puede ejecutar el proyecto
- RBC = 1 Es indiferente ejecutar el proyecto
- RBC < 1 Se rechaza el proyecto

Fórmula

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

Tabla 77. Relación Beneficio Costo

Relación Beneficio Costo						
Años	Costo Original	Factor 11,63%	Costo Actualizado	Ingreso Original	Factor 11,63%	Ingreso Actualizado
1	41525	0,89582	37199	51076,05	0,89582	45754,77
2	42127	0,80249	33806	51815,71	0,80249	41581,45
3	42740	0,71888	30725	52569,81	0,71888	37791,45
4	43365	0,64399	27926	53338,57	0,64399	34349,28
5	44002	0,57689	25384	54122,25	0,57689	31222,75
SUMAN			155040			190700

Nota: Datos obtenidos de la tabla de presupuesto proyectado

Aplicación de la fórmula

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

$$RBC = \frac{190700}{155040}$$

RBC= 1,23 Dólares

Análisis

Se determina que la Relación Beneficio Costo para el proyecto es mayor que 1, esto quiere decir que, es aceptable la ejecución del proyecto. Lo que expresa que por cada dólar invertido se obtendrá 0,23 centavos de utilidad.

7.9.5 *Periodo de Recuperación de Capital (PRC)*

Este indicador, permite conocer el tiempo en que se va recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de inversión.

Es importante actualizar estos valores, debido a que estos serán recuperados en un futuro y con la dolarización en nuestro país, el dinero pierde su poder adquisitivo con el paso del tiempo.

Tabla 78. Periodo de Recuperación de Capital

PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL			
Años	INVERSIÓN	FLUJO NETO	FLUJO ACTUALIZADO
0			
1		5428	5428
2		5512	10939
3	7611	5597	16537
4		5685	22221
5		5774	27995
	Total		83119
	(-) Inversión		7611
	(=) VAN		75508

Nota: Datos obtenidos del flujo de caja

$$\text{PRC} = \text{Año Antes a Cubrir Inversión} \frac{\text{Inversión} - \text{Primer Flujo}}{\text{Flujo de Año supera la Inversión}}$$

$$\text{PRC} = 1 + \frac{7.611 - 5.428}{5.512}$$

$$\text{PRC} = 1 + \frac{2.183}{5.512}$$

$$\text{PRC} = 1 + 0,40$$

$$\text{PRC} = 1,40$$

- ✓ 1,40 = **1 año**
- ✓ 0,40 * 12 = 4,80 = **4 meses**
- ✓ 0,80 * 30 = **24 días**

Análisis

Se demuestra que la inversión inicial será recuperada en 1 año, 4 meses y 24 días, este periodo es muy inferior a los años de vida útil del proyecto, por lo tanto, se deduce que es viable.

7.9.6 Análisis de Sensibilidad (AS)

Todo tipo de análisis requiere de estimaciones sobre variables que intervienen en el proceso, las cuales están sujetas a cambios por variaciones que pueden llegar a producirse a lo largo de la vida útil del proyecto. Es decir, este indicador permite determinar qué tan sensible es el presupuesto determinado frente a cambios como son: la disminución de ingresos o el aumento de costos.

Este análisis se efectuó considerando como parámetros un aumento del 9,99% en los costos y una disminución del 8,12% en los ingresos. Para la toma de decisiones se debe considerar lo siguiente:

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

Tabla 79. Análisis de sensibilidad con incremento del 9,99% en los costos

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DEL 9,99% EN LOS COSTOS								
Años	Costo Original	Costo Total 9,99%	Ingreso Original	Flujo Neto	Fact .Act. 66%	ACTUALIZACIÓN		
						VAN Menor	Fact .Act. 67%	VAN Mayor
1	41525	45672,79	51076	5403,26	0,60241	3254,98	0,59880	3235,49
2	42127	46334,20	51816	5481,51	0,36290	1989,23	0,35856	1965,47
3	42740	47008,52	52570	5561,29	0,21861	1215,77	0,21471	1194,06
4	43365	47695,95	53339	5642,61	0,13169	743,10	0,12857	725,46
5	44002	48396,73	54122	5725,52	0,07933	454,23	0,07699	440,79
SUMA						7657,30		7561,27
- INVERSIÓN						7611		7611
VAN						46		-50

Nota: Datos obtenidos de la tabla de presupuesto proyectado

$$NTIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$NTIR = 66 + 1 \left(\frac{46}{46 - (-50)} \right)$$

$$NTIR = 66 + 1 \left(\frac{46}{96} \right)$$

$$NTIR = 66 + 1(0,48)$$

$$NTIR = 66,48\%$$

$$TIR \text{ del proyecto} = 66,92\%$$

Tabla 80. Resultado análisis de sensibilidad con incremento del 9,99% en los costos

Diferencia de la TIR	Porcentaje de Variación	Sensibilidad
DIF. TIR = 66,92% - NTIR	%VAR= (Diferencia de la TIR/TIR del proyecto) *100	Sensibilidad = % de variación/Nueva TIR
DIF. TIR = 66,92 - 66,48	%VAR= (0,44 / 66,92) *100	Sensibilidad = 66% / 66,48%
DIF. TIR = 0,44	%VAR= 66%	Sensibilidad = 0,99277

Nota: Datos obtenidos de la tabla 80

Análisis

Para el presente proyecto, se estima que el porcentaje máximo en el incremento de los costos que podrá llegar a soportar la empresa para alcanzar flujos netos positivos es de 9,99%, ya que con este valor se obtiene una sensibilidad del 0,99277 que es menor a uno, esto quiere decir que el proyecto no es sensible a esta variación.

Tabla 81. Análisis de sensibilidad con disminución del 8,12% en los ingresos

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DEL 8,12% EN LOS INGRESOS								
Años	Ingreso Total	Ingreso disminuido 8,12%	Costo Original	Flujo Neto	Fact .Act. 66%	ACTUALIZACIÓN		
						Fact .Act. 67%	Fact .Act. 67%	Fact .Act. 67%
1	51076	46928,67	41525	5403,43	0,60241	3255,08	0,59880	3235,59
2	51816	47608,28	42127	5481,68	0,36290	1989,29	0,35856	1965,54

3	52570	48301,14	42740	5561,46	0,21861	1215,81	0,21471	1194,10
4	53339	49007,47	43365	5642,79	0,13169	743,12	0,12857	725,48
5	54122	49727,52	44002	5725,69	0,07933	454,24	0,07699	440,80
SUMA						7657,54		7561,51
- INVERSIÓN						7611		7611
VAN						46		-50

Nota: Datos obtenidos de la tabla de presupuesto proyectado

$$NTIR = T_m + Dt \left(\frac{VAN \text{ menor}}{VAN \text{ menor} - VAN \text{ mayor}} \right)$$

$$NTIR = 66 + 1 \left(\frac{46}{46 - (-50)} \right)$$

$$NTIR = 66 + 1 \left(\frac{46}{96} \right)$$

$$NTIR = 66 + 1 (0,48)$$

$$NTIR = 66,48\%$$

$$TIR \text{ del proyecto} = 66,92\%$$

Tabla 82. Resultado análisis de sensibilidad con disminución del 8,12% en los ingresos

Diferencia de la TIR	Porcentaje de Variación	Sensibilidad
DIF. TIR = 66,92% - NTIR	%VAR= (Diferencia de la TIR/TIR del proyecto) *100	Sensibilidad = % de variación/Nueva TIR
DIF. TIR = 66,92 - 66,48	%VAR= (0,44 / 66,92) *100	Sensibilidad = 66% / 66,48%
DIF. TIR = 0,44	%VAR= 66%	Sensibilidad = 0,99277

Nota: Datos obtenidos de la tabla 82

Análisis

Para el presente proyecto, se estima que el porcentaje máximo en la disminución de los ingresos que podrá llegar a soportar la empresa para alcanzar flujos netos positivos es de 8,12%, ya que con este valor se obtiene una sensibilidad del 0,99277 que es menor a uno, esto quiere decir que el proyecto no es sensible a esta variación.

8. Conclusiones

Al finalizar este trabajo de investigación se puede concluir que:

- Al realizar el estudio de mercado se pudo conocer que la demanda efectiva de aliños es de 14.450 unidades; también se determinó la oferta existente en el cantón Paquisha que corresponde a 1.800; la relación entre estos dos valores permitió determinar la demanda insatisfecha que es de 12.650.
- La planta de producción contará con una capacidad instalada de 43.200 frascos de aliños al año, pero solamente se utilizará el 60% de esta capacidad para el primer año dando un total de 25.920 unidades. El proyecto se ubicará en el cantón Paquisha en las calles Pio Jaramillo Alvarado y Rio Cenepa, Barrio Central.
- La empresa productora y comercializadora de aliños naturales se constituirá legalmente y su razón social será “Sazón Tradicional”, dispondrá de cuatro áreas distribuidas de la siguiente manera: área administrativa, área de producción, área de contabilidad y secretaría y área de almacenamiento, cada una de estas áreas cuenta con un manual de funciones esencial para el desarrollo de cada una de las actividades y funcionamiento óptimo de la empresa.
- En el estudio económico, se asume que la inversión necesaria para implementación del proyecto es de \$7.611, de los cuales el 50% será financiado con capital propio dando un total de \$3.806 y la otra parte es capital externo por el mismo monto, que será financiado a través de un préstamo en Ban Ecuador con una tasa de interés del 11,63% a un plazo de 5 años
- En relación al costo total de producción que tiene el proyecto para el primer año de vida útil es de \$41.525 dólares, este dato se infiere con las unidades producidas que es de 25.920, y se obtiene el costo unitario de cada frasco de aliño que es de \$1,60 dólares, al cual se añade un margen de utilidad del 23%, lo que resulta un precio de venta al público de \$1,97 dólares. Este resultado se multiplica por las unidades producidas y se obtiene un total de ingresos por ventas de \$51.076 dólares.
- A través de la evaluación financiera se obtuvo un VAN de \$12.689; la TIR de 66,92%; la RBC es de \$1,23; la inversión se podrá recuperar en 1 año, 4 meses y 24 días; y finalmente, el análisis de sensibilidad para alcanzar flujos netos positivos es de 9,99% en incremento en los costos y el 8,12% en disminución de los ingresos.

9. Recomendaciones

Al finalizar el presente proyecto de factibilidad se recomienda lo siguiente:

- Es pertinente la puesta en marcha de la propuesta del proyecto de inversión puesto que no existe cuantiosa oferta y existe un gran porcentaje de demanda insatisfecha del producto.
- Es importante aprovechar el nivel máximo de la capacidad instalada, esto con la finalidad de obtener mayor rentabilidad, de tal manera que la empresa a crearse mantenga una situación económica eficiente.
- La contratación del personal para la entidad debe llevarse a cabo de manera técnica, de tal forma que se logre un buen desempeño de los empleados en las diferentes áreas de trabajo que conforman la empresa “Sazón Tradicional”.
- La ejecución del proyecto es rentable desde la posición financiera, tal como se lo expresa matemáticamente, teniendo en cuenta que esto dependerá en gran parte de una buena administración de la empresa.
- Al determinar que el proyecto es viable para ejecutarse, se recomienda poner en marcha, debido a su alto porcentaje de rentabilidad para los inversionistas y el aporte que tendrá en el desarrollo del sector productivo de la localidad.

10. Bibliografía

- Aguilera, A. (2017). El costo-beneficio como herramienta de decisión en la inversión en actividades científicas. *Scielo*, 322-343.
- Alessandrini, M. (2014). *Buenas prácticas con las plantas medicinales en comunidades de la Amazonía ecuatoriana*. Obtenido de <http://site.ebrary.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=10876782&ppg=7#>
- Álvarez Jiménez, E. d. (2024). "*Proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de aliño de piña, en la ciudad de Loja*" [Tesis de Grado, Universidad Nacional de Loja]. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/30104>
- Baca, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*. México, D.F: Mc Graw Hill.
- Campeen, A. (22 de Noviembre de 2003). *Estrategia de precios y fijación de precios*. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/estrategia-de-precios-y-fijacion-de-precios/>
- Campoy, D. (2007). *Como gestionar y planificar un proyecto en la empresa*. España: Ideaspropias.
- Castro, I. (2016). *De la start-up a la empresa*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- De Azkue, I. (5 de Julio de 2024). *Misión y Visión*. Obtenido de Concepto: <https://concepto.de/mision-y-vision/>
- Delgado, F. (s,f). *Conoce porqué el manual de funciones es importante*. Obtenido de SMS Auditores del Ecuador: <https://smsecuador.ec/manual-de-funciones/>
- Ecured. (2024). *Aliño*. Obtenido de <https://www.ecured.cu/Ali%C3%B1o>
- Editorial, E. (02 de Agosto de 2015). *Remuneración*. Obtenido de Significados.com: <https://www.significados.com/remuneracion/>
- Euroinnova. (1970). *Qué es la comercialización de un producto*. Obtenido de EUROINNOVA: <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-la-comercializacion-de-un-producto>
- Euroinnova. (8 de Julio de 2024). *Qué es la filosofía empresarial*. Obtenido de <https://www.euroinnova.com/blog/que-es-la-filosofia-empresarial>

- Euroinnova. (s,f). *Que es la comercialización de un producto*. Obtenido de Euroinnova: <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-la-comercializacion-de-un-producto>
- Finanzas, M. d. (2024). *Ciclo del proyecto*. Obtenido de Ministerio de Economía y Finanzas: https://www.mef.gob.pe/mefportal35/index.php?option=com_content&view=article&id=876&Itemid=100884&lang=es#:~:text=El%20Ciclo%20de%20Proyecto%20contempla,la%20de%20mayor%20rentabilidad%20social.
- Finanzas, M. d. (2024). *Post inversión*. Obtenido de Ministerio de Economía y Finanzas: https://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=312&Itemid=101139&lang=es#:~:text=La%20postinversi%C3%B3n%20comprende%20la%20operaci%C3%B3n,de%20su%20operaci%C3%B3n%20y%20mantenimiento.
- Flocert. (s,f). *Producto secundario*. Obtenido de Flocert: <https://www.flocert.net/es/glossary/producto-secundario/#:~:text=Un%20producto%20secundario%20es%20un,un%20coproducto%20o%20un%20residuo.>
- Flórez, J. (2010). *Proyecto de inversión para las PYME*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Franklin, E. (2009). *Organización de Empresas*. México: Mc Graw-Hill Educación.
- González, X. (20 de Septiembre de 2023). *Objetivos empresariales: Qué son y qué tipos hay*. Obtenido de OBS Business School: <https://www.obsbusiness.school/blog/objetivos-empresariales-que-son-y-que-tipos-hay>
- Guzmán Celi, L. K. (2017). *"Estudio de Factibilidad para la Implementación de una Empresa Productora y Comercializadora de Aliño con Tamarindo en la Ciudad de Loja"*[Tesis de Grado, Universidad Nacional de Loja]. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/19795/1/Lesly%20Katherine%20Guzm%c3%a1n%20Celi.pdf>
- Hernández, J. (3 de Noviembre de 2005). *Técnicas de análisis financiero. Los indicadores financieros*. Obtenido de gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/tecnicas-de-analisis-financiero-los-indicadores-financieros/>
- Jacobs, R., & Chase, R. (2014). *Administración de Operaciones Producción y Cadena de Suministro*. México, D.F: Mc Graw-Hill Educación.
- Kotler, P. (2003). *Los 80 conceptos esenciales de marketing de la A a la Z*. Pearson.

- Lawrence, G., & Chad, Z. (2012). *Principios de Administración Financiera*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- López, A. (3 de Mayo de 2022). *Qué es el diseño de productos: entiende el concepto y conoce sus etapas*. Obtenido de Rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/disenio-de-productos/>
- López, F. (1 de Marzo de 2020). *Reservas*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/reservas.html>
- Méndez, D. (9 de Enero de 2024). *Definición de Tamaño de muestra*. Obtenido de Economíasimple.net: <https://economiasimple.net/glosario/tamano-de-muestra>
- Mete, M. (2014). Valor Actual Neto y Tasa de Retorno: Su utilidad como herramientas para el análisis y evaluación de proyectos de inversión. *Scielo*, 67-85.
- Mete, M. (2014). VALOR ACTUAL NETO Y TASA DE RETORNO: SU UTILIDAD COMO HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN. *Scielo*, 67-85.
- Morales, A., & Morales, J. (2009). *Proyectos de inversión*. México, D.F: Mc Graw-Hill Educación.
- Nájera, A. (2 de Marzo de 2021). *Capacidad instalada, utilizada y ociosa*. Obtenido de RPJM Consultoría: <https://www.rpjmconsultoria.com/post/capacidad-instalada-utilizada-y-ociosa>
- Narvaez, M. (16 de Julio de 2022). *Estructura organizacional: Definición, beneficios y tipos*. Obtenido de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/estructura-organizacional/>
- Narvaez, O. (2009). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Escuela Superior de Administración Pública.
- Orellana, P. (1 de Marzo de 2020). *Proyecto de Inversión*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/proyecto-de-inversion.html>
- Pedrosa, S. (25 de enero de 2024). *Amortización: Qué es, elementos y ejemplos*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/amortizacion.html>

- Pérez, A. (20 de Julio de 2015). *Elementos clave en la ingeniería de proyectos*. Obtenido de OBS Business School: <https://www.obsbusiness.school/blog/elementos-clave-en-la-ingenieria-de-proyectos>
- Pérez, A. (23 de Abril de 2021). *Estudio Financiero: en qué consiste y cómo llevarlo a cabo*. Obtenido de OBS Business School: <https://www.obsbusiness.school/blog/estudio-financiero-en-que-consiste-y-como-llevarlo-cabo>
- Pérez, J., & Gardey, A. (21 de noviembre de 2017). *Cebolla - Qué es, definición y concepto*. Obtenido de Definición.de: <https://definicion.de/cebolla/>
- Pérez, J., & Merino, M. (8 de noviembre de 2022). *Especia - Qué es, en la medicina, definición y concepto*. Obtenido de Definición.de: <https://definicion.de/especia/>
- Quiroa, M. (20 de Marzo de 2024). *Estudio de factibilidad: Qué es y qué tipos hay*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>
- Raffino, E. e. (5 de Agosto de 2021). *Misión*. Obtenido de Concepto: <https://concepto.de/mision/#:~:text=Misiones%20religiosas-,%C2%BFQu%C3%A9%20es%20misi%C3%B3n%3F,con%20la%20acci%C3%B3n%20de%20enviar.>
- Restrepo, S. (s,f). *Evaluación Financiera de Proyectos: Cómo optimizar las decisiones de inversión en su empresa*. Obtenido de Herramientas Empresariales. Cámara de Comercio de Medellín: <http://herramientas.camaramedellin.com.co/Inicio/Buenaspracticasesempresariales/BibliotecaGerenciaEstrategica/Evaluaci%C3%B3nFinancieradeProyectosC%C3%B3mooptimizar.aspx>
- Riquelme, M. (16 de Julio de 2021). *Periodo de recuperación del Capital (PRC)*. Obtenido de WEByempresas: <https://www.webyempresas.com/periodo-de-recuperacion-del-capital-prc/>
- Rivera, P. (1998). Marco Teórico elemento fundamental en el proceso de investigación científica. *Tópicos de Investigación y Postgrado*, 233-240.
- Rodrigues, N. (21 de Marzo de 2024). *Diagrama de flujo de proceso: qué es, cómo se hace y ejemplos*. Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-diagrama-flujo-procesos#que-es>

- Rodriguez, C. (5 de Marzo de 2024). *¿Qué son los costos de producción? Elementos y cálculo.* Obtenido de INESEM Business School: <https://www.inesem.es/revistadigital/gestion-empresarial/que-son-los-costos-de-produccion-elementos-y-calculo/>
- Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión Formulación y evaluación.* Chile: Pearson Educación.
- Sevilla, A. (2 de febrero de 2024). *¿Qué es la TIR?* Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Trenza, A. (25 de Junio de 2018). *¿Cuáles son las fuentes de financiación de una empresa mas usadas?* Obtenido de anatreza: <https://anatreza.com/fuentes-de-financiacion-empresa/>
- UNEX. (2024). *LA SAL DE LA VIDA.* Obtenido de Portal de la Uex: <https://www.unex.es/estudiar-en-la-uex/otras-propuestas-formativas/mayores/destacados/revistaam/aula26.21>
- Vega, D. (29 de Noviembre de 2016). *Presupuesto Projectado.* Obtenido de Prezi: <https://prezi.com/5gu0t1myli9y/presupuesto-proyectado/>
- Westreicher, G. (1 de Abril de 2020). *Coste Total.* Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/coste-total.html>

11. Anexos

Anexo 1. Encuesta a demandantes

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA Y EN LÍNEA

Objetivo. - Esta encuesta tiene como finalidad recolectar información referente al consumo de aliños y la aceptación de un nuevo producto natural. Aclaremos que tiene un carácter netamente académico.

Estimado señor/a, solicitamos su colaboración para la recolección de información.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente la pregunta antes de contestarla.

Marque con una X una alternativa según corresponda su respuesta.

1. ¿Le gusta que su comida sea preparada con aliños?

- a) Si ()
- b) No ()

2. ¿Qué tipos de aliños prefiere?

- a) Naturales ()
- b) Industrializados ()

3. ¿En qué presentación adquiere los aliños actualmente?

- a) 250 gr ()
- b) 500 gr ()
- c) 750 gr ()

4. ¿Cuál es el precio que paga por la presentación de 250gr?

- a) \$1 - \$1,50
- b) \$1,51 – \$2,00
- c) \$2,01 - \$3,00

5. ¿Qué características toma en cuenta a la hora de comprar los aliños?

- a) Precio ()
- b) Presentación ()
- c) Aroma y sabor ()
- d) Marca ()

6. ¿En qué envases adquiere el aliño?

- a) Envase de vidrio ()

b) Envase de plástico ()

c) Sachet o funda ()

7. ¿En qué lugar prefiere buscar sus aliños al momento de la compra?

a) Tiendas ()

b) Mercado municipal ()

c) Supermercados ()

8. ¿Cuántos frascos de aliño de 250 gr consume a la semana?

a) 0 - 2 frascos

b) 3 - 5 frascos

c) 6 - 8 frascos

9. ¿Si se creara una empresa productora y comercializadora de aliños en el cantón Paquisha, Consumiría el producto?

a) Si ()

b) No ()

10. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría conocer información acerca de la nueva empresa productora y comercializadora de aliño?

a) Televisión ()

b) Radio ()

c) Internet ()

d) Hojas volantes ()

e) Vallas publicitarias ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA Y EN LÍNEA

Objetivo.- Esta encuesta tiene como finalidad recolectar información referente al consumo de aliños y la aceptación de un nuevo producto natural. Aclaremos que tiene un carácter netamente académico.

Estimado señor/a, solicitamos su colaboración para la recolección de información.

INSTRUCCIONES: Lea detenidamente la pregunta antes de contestarla.

Marque con una X una alternativa según corresponda su respuesta.

1. ¿Qué cantidad de frascos de aliños de 250 gramos vende diariamente?

a) 0 a 4 ()

b) 5 a 9 ()

c) 10 a 14 ()

2. ¿Cuál es el precio que vende el frasco de aliño de 250 gramos?

a) \$1- \$1,50 ()

b) \$1,50 - \$2,00 ()

c) Más de \$2,00 ()

3. ¿Está de acuerdo en que se implementara una empresa productora y comercializadora de aliño?

a) Si ()

b) No ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Loja 8 de octubre del 2024

CERTIFICADO DE TRADUCCIÓN

Yo, **Mercy Yolanda Paqui Gualan**, con número de cédula **1900783802**, con el título de **Licenciada en Ciencias de la Educación mención Inglés** otorgado por la Universidad Nacional de Loja.

CERTIFICO:

Que he realizado la traducción de español al idioma inglés del resumen del presente estudio investigativo denominado **“Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de aliños en el cantón Paquisha, provincia de Zamora Chinchipe”** de autoría de **Cecilia Nataly Paqui Paqui**, portadora de la cédula de identidad número **1900748268**, estudiante de la carrera de Administración de Empresas de la Unidad de Educación a Distancia y en Línea de la Universidad Nacional de Loja. Dicho estudio se encontró bajo la dirección del ing. **Jorge Oswaldo Mogrovejo León. Mgtr.**, previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando al interesado hacer uso del presente en lo que éste creyera conveniente.



Lic. Mercy Yolanda Paqui Gualan.
C.I.: 1900783802