



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Administración de Empresas

**Proyecto de inversión para la producción de licor artesanal
“licores caña del valle” en la parroquia Malacatos y su
comercialización en la ciudad de Loja**

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

AUTORA:

Nicol Janela González Sarango

ASESORA:

Lic. Zoila Mónica Ortega Pesantez Mg. Sc.

Loja – Ecuador

2024



UNL

Universidad
Nacional
de Loja

Sistema de Información Académico
Administrativo y Financiero - SIAAF

CERTIFICADO DE CULMINACIÓN Y APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, **ORTEGA PESANTEZ ZOILA MONICA**, director del Trabajo de Integración Curricular denominado "**Proyecto de inversión para la producción de licor artesanal "Licores Caña del Valle" en la parroquia Malacatos y su comercialización en la ciudad de Loja**", perteneciente al estudiante **NICOL JANELA GONZALEZ SARANGO**, con cédula de identidad N° **1950075760**.

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, 2 de Agosto de 2024



ZOILA MONICA ORTEGA
PESANTEZ

F)

DIRECTOR DE TRABAJO DE INTEGRACIÓN
CURRICULAR



Certificado TIC/TT.: UNL-2024-001750

1/1
Educamos para Transformar

Autoría del Trabajo de Integración Curricular

Yo, **Nicol Janela González Sarango**, 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, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de identidad: 1950075760

Fecha: 28/11/2024

Correo electrónico: nicol.gonzalez@unl.edu.ec

Teléfono: 0990825508

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

Yo, Nicol Janela González Sarango, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **“Proyecto de inversión para la producción de licor artesanal “Licores Caña del Valle” en la parroquia Malacatos y su comercialización en la ciudad de Loja”**, como requisito para optar por 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 que realice un tercero.

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

Firma:

Autora: Nicol Janela González Sarango

Cédula: 1950075760

Dirección: Daniel Álvarez

Teléfono: 0990825508

DATOS COMPLEMENTARIOS

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

Dedicatoria

Este proyecto lo dedico primeramente a Dios quien me dio la sabiduría, salud y fortaleza para alcanzar una de las metas más anheladas de mi vida.

A mis amados padres, Juan y Gloria por brindarme su apoyo y amor incondicional, sin ellos esto no hubiera sido posible, siempre les estaré infinitamente agradecida por brindarme sus palabras de aliento cuando sentía que ya no podía más y por siempre recordarme que soy capaz de lograr todo aquello que me proponga.

A mi pequeña hermana Dayana, por estar presente cuando más lo he necesitado y demostrarme su infinito amor hacia a mí.

A mis demás familiares, amigos y compañeros quienes me han apoyado y acompañado durante este transcurso universitario, siempre supieron sacarme una sonrisa aun estando en mis peores momentos y me demostraron su lealtad incondicional.

Nicol Janela González Sarango

Agradecimiento

Expreso mi profundo agradecimiento a Dios por permitirme culminar mis estudios de tercer nivel y llenarme de sabiduría y valentía para afrontar todas las dificultades que se me presentaron en el camino.

Agradezco también a mi familia por brindarme todo su apoyo y ser mi motivación para cumplir este sueño.

A la Universidad Nacional de Loja por permitirme formarme en ella, a todos los docentes de la carrera de Administración de Empresas por los conocimientos adquiridos durante estos cuatro años.

Agradezco también a mi tutora Lcda. Mónica Ortega por guiarme, brindarme su ayuda durante todo el transcurso para desarrollar el presente Trabajo de Integración Curricular, y por impartirme sus conocimientos, sin su ayuda esto no hubiera sido posible.

Nicol Janela González Sarango

Índice de contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenidos	vii
Índice de tablas	x
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
4.2. Marco conceptual.....	7
4.2.1. Historia del licor.....	7
4.1.2. El licor.....	7
4.1.3. Clasificación de los licores.....	8
4.1.4. La caña de azúcar	8
4.1.5. Características de la caña de azúcar	8
4.1.6. Usos de la caña de azúcar.....	8
4.1.7. Los Proyectos de Inversión	9
4.1.8. Estudios del Proyecto de Inversión	10
4.1.9. Estudio Técnico.....	13
4.1.10. Estudio Financiero.....	21
4.1.11. Evaluación financiera.....	25
5. Metodología	28
5.1. Área de estudio	28
5.2. Enfoque de investigación.....	28
5.3. Método de Investigación.....	28

5.4. Técnicas	29
5.3.8. Encuestas	29
5.3.9. Entrevista.....	29
5.5. Tipo de Investigación	29
5.6. Diseño de la investigación	29
5.7. Población de estudio	29
5.8. Proyección de la población.....	29
5.8.1. Población de Oferentes.....	30
5.9. Cálculo de la muestra.....	30
5.10. Procedimiento	31
6. Resultados.....	32
6.1. Resultados de la encuesta aplicada a la población de la ciudad de Loja	32
6.2. Resultados de la encuesta aplicada a los oferentes de licor de caña de la ciudad de Loja. 38	
7. Discusión.....	42
7.1. Estudio de Mercado	42
7.1.1. Producto Principal	42
7.1.2. Productos Sustitutos	42
7.1.3. Productos Complementarios	42
7.1.4. Mercado demandante	42
7.1.5. Análisis de la Demanda.....	43
7.1.6. Análisis de la oferta.....	45
7.1.7. Demanda insatisfecha.....	46
7.2. Plan de comercialización	47
7.2.1. Producto	47
7.2.2. Precio.....	49
7.2.3. Plaza	49
7.2.4. Promoción	50
7.2.5. Publicidad.....	51
7.3. Estudio técnico.....	52
7.3.1. Tamaño y localización	53
7.3.2. Localización	55
7.3.3. Ingeniería del proyecto.....	57

7.4.	Estudio organizacional.....	64
7.4.1.	Diseño organizacional	64
7.4.2.	Base legal	64
7.4.3.	Filosofía empresarial.....	66
7.4.4.	Estructura organizacional.....	67
7.5.	Estudio financiero	78
7.5.1.	Inversiones	78
7.5.2.	Activos fijos	78
7.5.3.	Activos diferidos	83
7.5.4.	Activos circulantes	84
7.5.5.	Resumen de la inversión	93
7.5.6.	Financiamiento	95
7.5.7.	Análisis de costos	97
7.5.8.	Determinación de ingresos	100
7.5.9.	Clasificación de los costos	101
7.5.10.	Punto de equilibrio	104
7.5.11.	Estado de pérdidas y ganancias.....	107
7.5.12.	Flujo de caja	107
7.6.	Evaluación financiera	108
7.6.1.	Valor Actual Neto (VAN).....	108
7.6.2.	Tasa Interna de Retorno	109
7.6.3.	Relación beneficio costo	110
7.6.4.	Periodo de recuperación de capital (PRC)	111
7.6.5.	Análisis de sensibilidad.....	112
8.	Conclusiones	115
9.	Recomendaciones	116
10.	Bibliografía	117
11.	Anexos	121

Índice de tablas

Tabla 1. Proyección de la población de la ciudad de Loja.....	30
Tabla 2. Edad	32
Tabla 3. Género.....	32
Tabla 4. Consumo de licor	32
Tabla 5. Consumo de licor de caña	33
Tabla 6. Marcas de licor de caña de mayor preferencia.....	33
Tabla 7. Presentación en ml de adquisición	33
Tabla 8. Precio por compra de licor de caña.....	34
Tabla 9. Cantidad de consumo de licor de caña en ml.....	34
Tabla 10. Lugar de compra de licor de caña	35
Tabla 11. Aceptación de comercialización de licor de caña “Caña del Valle”	35
Tabla 12. Lugar de compra de mayor preferencia	36
Tabla 13. Precio a pagar por el licor de caña “Caña del Valle”.....	36
Tabla 14. Medio de comunicación de mayor preferencia.....	36
Tabla 15. Tipo de promoción de mayor preferencia.....	37
Tabla 16. Red social de mayor preferencia.....	37
Tabla 17. Nombre del emprendimiento o propietario.....	38
Tabla 18. Tiempo en el mercado.....	38
Tabla 19. Presentación en ml	39
Tabla 20. Venta semanal de licor de caña.....	39
Tabla 21. Precio de venta de licor de caña.....	40
Tabla 22. Tipo de promoción.....	40
Tabla 23. Medio de comunicación.....	41
Tabla 24. Adquisición del licor de caña para su comercialización.....	41
Tabla 25. Población Proyectada.....	42
Tabla 26. Demanda Potencial	43
Tabla 27. Demanda real	43
Tabla 28. Demanda Efectiva.....	44
Tabla 29. Demanda efectiva en producto.....	44
Tabla 30. Oferentes de licor de caña de la ciudad de Loja	45
Tabla 31. Promedio mensual de venta de licor de caña	45
Tabla 32. Oferta total de licor de caña en el mercado.....	45

Tabla 33. Proyección de la oferta.....	46
Tabla 34. Demanda insatisfecha	46
Tabla 35. Presupuesto de publicidad.....	52
Tabla 36. Capacidad instalada	53
Tabla 37. Capacidad utilizada.....	54
Tabla 38. Capacidad de reserva	54
Tabla 39. Participación en el mercado	55
Tabla 40. Maquinarias y equipos	57
Tabla 41. Simbología del flujograma.....	61
Tabla 42. Flujograma de procesos	61
Tabla 43. Balance de materiales	64
Tabla 44. Manual de funciones del gerente	71
Tabla 45. Manual de funciones de asesor jurídico.....	72
Tabla 46. Manual de funciones de contadora	73
Tabla 47. Manual de funciones de técnico de elaboración de licores y envasador.....	74
Tabla 48. Manual de funciones para cañicultor	75
Tabla 49. Manual de funciones para hortelano	76
Tabla 50. Manual de funciones para moedor	77
Tabla 51. Manual de funciones para destilador	77
Tabla 52. Manual de funciones para vendedor	78
Tabla 53. Terreno.....	79
Tabla 54. Construcciones.....	79
Tabla 55. Maquinaria y equipo	79
Tabla 56. Herramientas	80
Tabla 57. Vehículo.....	80
Tabla 58. Equipo de cómputo	80
Tabla 59. Reinversión de equipo de cómputo.....	81
Tabla 60. Equipo de oficina	81
Tabla 61. Muebles y enseres	81
Tabla 62. Equipos de seguridad	82
Tabla 63. Resumen de activos fijos	82
Tabla 64. Depreciación de activos fijos	82
Tabla 65. Activos diferidos.....	83

Tabla 66. Materia prima directa.....	84
Tabla 67. Mano de obra directa año 1	84
Tabla 68. Mano de obra directa año 2 al 5.....	85
Tabla 69. Resumen de costo de producción.....	85
Tabla 70. Materia prima indirecta.....	86
Tabla 71. Energía eléctrica producción.....	86
Tabla 72. Suministros de trabajo.....	86
Tabla 73. Resumen costos indirectos de fabricación	87
Tabla 74. Sueldos y salarios de administración año 1	87
Tabla 75. Sueldos y salarios de administración año 2 al 5	88
Tabla 76. Agua potable administración	88
Tabla 77. Energía eléctrica administración.....	88
Tabla 78. Teléfono	89
Tabla 79. Internet	89
Tabla 80. Útiles de oficina	89
Tabla 81. Útiles de aseo y limpieza	90
Tabla 82. Permiso de funcionamiento.....	90
Tabla 83. Insumos de seguridad.....	90
Tabla 84. Resumen de los de gastos de administración	91
Tabla 85. Sueldo personal de ventas año 1	91
Tabla 86. Sueldos y salarios del personal ventas año 2 al 5	92
Tabla 87. Publicidad y propaganda.....	92
Tabla 88. Combustible y lubricante	93
Tabla 89. Mantenimiento de vehículo.....	93
Tabla 90. Resumen gastos de ventas.....	93
Tabla 91. Resumen de inversion	94
Tabla 92. Financiamiento.....	95
Tabla 93. Amortización del crédito.....	95
Tabla 94. Amortización de activos diferidos	97
Tabla 95. Presupuestos proyectados	98
Tabla 96. Costo unitario de producción	100
Tabla 97. Precio de venta.....	100
Tabla 98. Ingresos de venta.....	100

Tabla 99. Clasificación de los costos	101
Tabla 100. Punto de equilibrio año 1	104
Tabla 101. Punto de equilibrio año 5	105
Tabla 102. Estado de pérdidas y ganancias.....	107
Tabla 103. Flujo de caja.....	107
Tabla 104. Valor Actual Neto	108
Tabla 105. Tasa interna de retorno (TIR)	109
Tabla 106. Relación beneficio costo	110
Tabla 107. Periodo de recuperación de capital (PRC)	111
Tabla 108. Análisis de sensibilidad - incremento del 10% en costos	113
Tabla 109. Análisis de sensibilidad con disminución de 7,34 en los costos.....	114

Índice de figuras

Figura 1. Mapa de la ciudad de Loja	28
Figura 2. Marca del producto.....	47
Figura 3. Etiqueta.....	48
Figura 4. Presentación del producto	49
Figura 5. Canal de distribución.....	49
Figura 6. Descuentos.....	50
Figura 7. Página de Facebook.....	51
Figura 8. Página de Instagram	51
Figura 9. Macro Localización	55
Figura 10. Micro localización	56
Figura 11. Distribución de la planta.....	59
Figura 12. Diagrama de flujo	63
Figura 13. Organigrama estructural	68
Figura 14. Organigrama funcional.....	69
Figura 15. Organigrama posicional	70
Figura 16. Punto de equilibrio año 1.....	105
Figura 17. Punto de equilibrio año 5.....	106

Índice de anexos

Anexo 1. Encuesta a los demandantes	121
Anexo 2. Encuesta a los oferentes	124
Anexo 3. Certificado de traducción del resumen.....	125

1. Título

Proyecto de inversión para la producción de licor artesanal “licores caña del valle” en la parroquia Malacatos y su comercialización en la ciudad de Loja.

2. Resumen

El presente proyecto de inversión tiene como propósito determinar la factibilidad para la producción de licor artesanal “Licores Caña del Valle” en la parroquia Malacatos y la comercialización en la ciudad de Loja. Se plantearon varios objetivos como realizar el estudio de mercado, en el cual se llevó a cabo un análisis de la demanda, la oferta y la demanda insatisfecha y el desarrollo del plan de comercialización; el estudio técnico que permitió determinar el tamaño, localización y la ingeniería del proyecto; el estudio organizacional, en el cual se determinó la base legal y estructura organizacional; el estudio financiero que permitió analizar todos los aspectos financieros del emprendimiento y la evaluación financiera para determinar la factibilidad del proyecto a través de los diferentes indicadores. El enfoque utilizado en la investigación fue de carácter cuantitativo, el tipo de investigación exploratorio-descriptivo y el método deductivo. Se aplicaron 399 encuestas a personas de 18 a 65 años de la ciudad de Loja y a 13 productores de licor de caña, que permitieron obtener una demanda insatisfecha de 1.551.253 unidades para el primer año, la capacidad utilizada es de 17.333 unidades anuales. La inversión para el proyecto es de \$51.887,11, los ingresos de ventas para el primer año son de \$124.754, 90 y el punto de equilibrio en función a la capacidad instalada es del 57%, con ventas de \$70.681,65. Además, se determinó que el Valor Actual Neto es de \$36.530,92; la Tasa Interna de Retorno de 40,24%; la Relación Beneficio Costo de \$1,31 obteniendo una ganancia de 0,31 centavos por cada dólar invertido; el Periodo de Recuperación del Capital es de 2 años y 9 meses; el Análisis de Sensibilidad con un incremento del 10% y con una disminución del 7,34% en los costos es de 0,98; siendo factible el proyecto.

Palabras clave: proyecto, factibilidad, licor, artesanal, inversión.

2.1. Abstract

The purpose of this investment project is to determine the feasibility for the production of handmade liquor “Licores Caña del Valle” in the parish of Malacatos and its commercialization in the city of Loja. Several objectives were proposed, such as a market study, in which an analysis of the demand, supply and unsatisfied demand and the development of the marketing plan were carried out; the technical study that allowed determining the size, location and engineering of the project; the organizational study, in which the legal basis and organizational structure were determined; the financial study that allowed analyzing all the financial aspects of the enterprise and the financial evaluation to determine the feasibility of the project through the different indicators. The approach used in the research was quantitative, the type of research was exploratory-descriptive and the method was deductive. A total of 399 surveys were applied to people between 18 and 65 years of age in the city of Loja and to 13 sugarcane liquor producers, which allowed obtaining an unsatisfied demand of 1,551,253 units for the first year; the capacity used is 17,333 units per year. The investment for the project is \$51,887.11, the sales income for the first year is \$124,754.90 and the break-even point based on the installed capacity is 57%, with sales of \$70,681.65. In addition, it was determined that the Net Present Value is \$36,530.92; the Internal Rate of Return is 40.24%; the Benefit-Cost Ratio is \$1.31 obtaining a profit of 0.31 cents for each dollar invested; the Capital Recovery Period is 2 years and 9 months; the Sensitivity Analysis with an increase of 10% and with a decrease of 7.34% in costs is 0.98; being the project feasible.

Key words: project, feasibility, liquor, artisanal, investment.

3. Introducción

El proyecto de inversión contribuye en la determinación de la factibilidad de un proyecto que se pretenda llevar a cabo mediante varios estudios como: estudio de mercado, técnico, organizacional, financiero y evaluación financiera. Por ello, es importante que se considere este análisis previo a la ejecución de un proyecto, garantizando así el éxito del mismo.

El país cuenta con una producción considerable de caña de azúcar principalmente en las provincias de Guayas, Los Ríos, Cañar, Loja Carchi e Imbabura, generando 40.00 fuentes de empleo directas y 150.000 indirectas (Armijos, 2024). La producción de caña de azúcar en Ecuador ha tenido un crecimiento significativo en los últimos años gracias a la implementación de nuevas tecnologías y prácticas sostenibles. En la parroquia Malacatos existe una producción considerable de caña de azúcar, es por ello que el emprendimiento “Licores Caña del Valle” vio la oportunidad de aprovechar al máximo esta materia prima local a través de la elaboración de bebidas alcohólicas a base de la misma.

El presente proyecto se fundamenta en la producción significativa de caña de azúcar que existe en la parroquia Malacatos, la cual es reconocida por la calidad de sus cultivos y la tradición en la elaboración de productos a base de la caña. Además, de que esta actividad genera numerables fuentes de empleo a los habitantes de la localidad. Con la finalidad de dar a conocer el licor artesanal “Caña del Valle” se plantea llevar a cabo su producción en la parroquia Malacatos y comercialización en la ciudad de Loja.

El objetivo principal de la investigación es realizar un proyecto de inversión para comercializar el licor artesanal que se produce en la parroquia Malacatos dentro de la ciudad de Loja. A su vez, este objetivo desglosa en varios objetivos específicos como son realizar el estudio de mercado, el estudio técnico, estudio organizacional, estudio financiero y por último la evaluación financiera que permitió determinar la factibilidad del producto a través de indicadores como el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital y Análisis de Sensibilidad.

El proyecto se encuentra estructurado primeramente por el **tema** en el cual consta el nombre y el área de estudio; el **resumen** informa de manera breve los resultados obtenidos en la investigación; la **introducción** describe de forma sencilla y concreta las ideas principales; el **marco teórico** se compone de información según autores confiables acerca de conceptos relacionados al tema de estudio para una mejor comprensión del proyecto; la **metodología** describe las técnicas y los procedimientos que se llevaron a cabo para recoger la información

sobre el fenómeno de estudio; en los **resultados** se encuentran los análisis e interpretación de los datos que se obtuvieron al emplear los diferentes instrumentos de recolección de información: la **discusión** se compone de los diferentes estudios realizados como el estudio de mercado, técnico, organizacional, financiero y la evaluación financiera para determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto; las **conclusiones** están sustentadas en la información que se obtuvo durante el estudio y las **recomendaciones** planteadas para el propietario del emprendimiento; la **bibliografía** en la que constan las diferentes de las fuentes de información que se utilizaron y finalmente, los **anexos** que sirven como respaldo de la información presentada.

4. Marco teórico

4.1. Marco referencial

Para tener un conocimiento más amplio acerca del tema de investigación se recurrió a la revisión de trabajos de titulación que sean afines al tema planteado.

Patiño (2019) en su trabajo de investigación “Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de licor de cerezas en la ciudad de Loja” tiene como objetivo determinar la factibilidad del proyecto para implementar la empresa, para ello se plantearon objetivos específicos, el primero consiste en realizar un estudio de mercado para medir el grado de aceptación del producto, el segundo, fue realizar el estudio técnico para establecer el tamaño, localización, ingeniería del proyecto y la estructura orgánica-funcional del proyecto, como tercer objetivo, definir establecer la estructura económica-financiera para determinar la inversión del proyecto, financiamiento, entre otros factores. El cuarto y último objetivo, desarrollar la evaluación financiera del proyecto mediante indicadores financieros, utilizando varios materiales y métodos mediante los cuales se pudo obtener información, por medio de encuestas, entrevista, observación directa, revisión bibliográfica y tamaño de la muestra que dio un total de 399 encuestas aplicadas a personas entre los 18 a 60 años de edad de la ciudad de Loja. Se llegó a la conclusión de que el proyecto es factible por la rentabilidad que ofrece, por tanto, se recomienda que se implemente.

Monar (2022) en su trabajo titulado “Proyecto de factibilidad para elaborar licor artesanal en base de frutas y aguardiente y, comercializar en el Distrito Metropolitano de Quito” plantea que el objetivo de la investigación es determinar la factibilidad de la elaboración y comercialización de licor artesanal en la ciudad de Quito ya que la producción del mismo es baja y no existe conocimiento acerca del producto. Se utilizó el método deductivo, tomando en cuenta información primaria, secundaria y los instrumentos de encuesta e información in situ. Se determinó la ubicación geográfica, tamaño y estructura organizacional del proyecto. Por último, se concluye que el proyecto es favorable para ser ejecutado y ofrece rentabilidad.

El trabajo de investigación de Quizhpilema y Cuenca (2022) denominado “Estudio de factibilidad de una microempresa de producción y comercialización de licor artesanal en el cantón Cumandá, provincia de Chimborazo, Ecuador” busca determinar la rentabilidad para la creación de un centro de comercialización de licores artesanales, el primer objetivo específico fue conocer los lineamientos y fundamentos teóricos para desarrollar el proyecto. El segundo objetivo fue evaluar la conveniencia del proyecto, para lo cual se elaboró el estudio de mercado que permitió determinar la oferta y la demanda, se estimó el precio del producto y se definió el

canal de distribución del producto. Se realizó el estudio técnico del lugar más conveniente para establecer el proyecto y que sea rentable. Se llevó a cabo la evaluación económica por medio de métodos de evaluación financiera y estados financieros. En el análisis costo-beneficio se estableció que de cada \$1 invertido se recuperaba \$1,65, determinando que la recuperación de inversión es de 3 años. Por último, se comprobó que el proyecto tiene una rentabilidad alta y puede ser ejecutado.

4.2. Marco conceptual

4.2.1. Historia del licor

Reyes et al. (2011) manifiesta que la producción de licores tuvo lugar en la antigüedad ya que los documentos antiguos señalan que fue en la época de Hipócrates, el cual manifestaba que los ancianos destilaban ciertas hierbas y plantas, ya que servían para tratar enfermedades o como tónicos. Esto es verídico, por una parte, puesto que la menta contribuye a una buena digestión. Los antiguos no tenían conocimiento acerca de los licores y la destilación se descubrió durante la Edad Media. En Alejandría, los árabes fueron quienes aprendieron sobre la destilación, para posteriormente difundirla y propiciar su práctica, la perfección de su instrumento, el alambique y la aparición de los elixires. Los antepasados de la Edad Media siguiendo la misma práctica de los antiguos consumían licores fabricados por medio del mosto de uvas, en el cual maceraban plantas aromáticas y con propiedades medicinales, los cuales se denominaban vinos de hierbas siendo utilizados como remedios medicinales.

Con el pasar de los años fue mejorando el procedimiento de destilación obteniendo alcoholes más puros, siendo necesario el uso de plantas, frutas y especias para que estos fueran más agradables. Además, se comenzó a utilizar el azúcar lo que originó una gran variedad de licores. En la modernidad, los italianos se convirtieron en los líderes de elaboración de licores y lo siguen siendo hasta la actualidad (Reyes et al., 2011).

4.1.2. El licor

Según la Norma Técnica Ecuatoriana del Servicio Ecuatoriano de Normalización NTE INEN 1837 (2016) el licor es una bebida alcohólica que surge mediante la destilación de mostos fermentados, mezclando aguardientes, alcohol etílico rectificado o bebidas alcohólicas destiladas o combinaciones de estos, que pueden o no contener sustancias de origen vegetal, extractos de infusiones, percolaciones, maceraciones o destilaciones de dichos productos, o también con sustancias aromatizantes, que pueden ser edulcoradas o no, a las cuales es posible agregar ingredientes y aditivos alimentarios permitidos para el consumo humano.

4.1.3. Clasificación de los licores

La NTE INEN 1837 también clasifica los licores de la siguiente manera:

- **Licor seco:** producto que contiene hasta 50 gramos de azúcar por cada litro.
- **Licor semiseco:** producto que contiene entre 51 hasta 100 gramos por litro.
- **Licor dulce:** producto que contiene entre 101 gramos hasta 250 gramos de azúcar por litro.
- **Licor crema o crema:** producto que tiene una consistencia viscosa y su contenido de azúcar es mayor a 251 gramos por litro.
- **Licor escarchado:** producto con gran cantidad de azúcar y en el que se forman cristales de azúcar.

4.1.4. La caña de azúcar

La caña de azúcar, *Saccharum officinarum* L., es una gramínea que tiene su origen en Nueva Guinea, fue cultivada por primera vez en el Sureste Asiático y la India occidental. Alrededor del año 327 A.C era un cultivo bastante relevante en el subcontinente indio. Llegó a Egipto cerca del año 647 D.C. y aproximadamente un siglo después a España. Así, fue extendiéndose en gran parte de las regiones tropicales y sub-tropicales. Fue llevada a las islas del Caribe en los viajes de Cristóbal Colón para luego pasar a la parte continental americana, específicamente a la zona tropical (CONADESUCA, 2015).

4.1.5. Características de la caña de azúcar

La caña de azúcar se caracteriza por ser capaz de adaptarse a suelos, clima, manejo, topografía, fertilidad y manejo agronómico, además por la gran capacidad de producción de materia verde y seca por cada unidad de área que esta tiene, está disponible en temporadas en la que la presencia de pastos es escasa y posee un valor agregado ya que utiliza biomasa no industrializable (puntas, hojas, retoños, tallos inmaduros) (Ramírez, et al. 2014).

4.1.6. Usos de la caña de azúcar

Por medio de la fotosíntesis, la caña de azúcar produce carbohidratos, celulosa y otros compuestos, destacando el jugo de sacarosa, que se extrae y cristaliza para producir el azúcar y otros insumos mediante los cuales se producen varios derivados, entre ellos el etanol, que se lo considera como una fuente de energía más sustentable. Los subproductos principales en la industria del azúcar son la melaza (miel incristalizable y el bagazo (fibra) (CONADESUCA, 2015).

Ríos y Delgado (2008) manifiestan que la caña de azúcar también puede ser usada como fuente de fibra y carbohidratos para alimentar animales por su alta producción de biomasa por unidad de superficie. Del mismo modo destaca los subproductos más importantes:

- **Melaza:** es utilizada para producir alcohol y como alimento para ganado. Por cada tonelada de caña pueden resultar entre 11 a 32 litros.
- **Cachaza:** se obtiene al extraer y filtrar el jugo, se usa como alimento y abono orgánico. Se producen 0,04t por cada tonelada de caña.
- **Bagazo:** su clasificación está compuesta por meollo y fibra. El meollo puede ser hidrolizado y así obtener alimento para animales y la fibra se usa como combustible, además en la producción de furfural que tiene una variedad de usos en procesos industriales y de la cual se puede obtener alcohol furfuril, diacetyl, acetoin y 6-2-3 pentadiona. Además, ha surgido algunas industrias en torno a l uso del bagazo para producir pulpa de papel, tableros aglomerados, sin dejar de lado la generación de energía eléctrica que se puede vender a la red o ser intercambiada por gas para el funcionamiento de las calderas.

Las bebidas destiladas conocidas como aguardientes y licores, son aquellas que contienen más de 20 grados de alcohol. Hay una gran variedad de bebidas que surgen del proceso de destilación de la caña de azúcar como el ron, los licores, anís, amaretto, entre otros más (Gobierno de México, 2015).

4.1.7. Los Proyectos de Inversión

Definición. Se refiere a destinar recursos financieros, humanos y materiales con el propósito de satisfacer alguna necesidad del ser humano. Así mismo, abarcan los diversos cálculos y planes que se llevan a cabo. (Morales y Morales, 2009, p.9).

Etapas del Proyecto de Inversión. Morales y Morales (2009) describen las siguientes etapas que tiene un proyecto de inversión:

Identificación de la idea

Los proyectos de inversión parten desde la identificación de problemas, así como sus causas para poder determinar soluciones para los mismos. Es importante tener un conocimiento muy amplio acerca de los aspectos económicos, legales y sociales y de las tendencias que pueden ocasionar un cambio en estos, ya que contribuirá al planteamiento de ideas innovadoras para dar solución a los problemas de las organizaciones.

Formulación y evaluación

Está constituida por tres etapas:

- **Perfil:** aquí se elige la alternativa de solución que se considere más acertada analizando criterios de mercado, técnicos y financieros. Además, se detalla la razón por la cual se eligió esa alternativa frente a las demás y las ventajas que se obtendrán.
- **Prefactibilidad:** el estudio de prefactibilidad se lo realiza mediante fuentes de información que sirven de ayuda para tener un panorama de la inversión. El cual se constituye del estudio de mercado, técnico, administrativo y financiero.
- **Factibilidad o proyecto final:** se lleva a cabo mediante fuentes de información primarias y basándose en antecedentes. La determinación de las variables del entorno en el que estará ubicada la empresa tiene que asemejarse a las que se generaron en los estudios previos. Los datos sobre el mercado, económicos y financieros deben ser precisos y demostrativos para tomar una decisión enmarcada en la realidad, se pueden considerar estudios de sensibilidad acerca de los cambios en los precios de los productos o insumos.

Decisión

Luego de haber desarrollado el estudio de mercado, técnico, administrativo y financiero, mismos que forman parte de los proyectos de inversión se puede decidir si se aprueba o rechaza un proyecto de inversión.

Al haber realizado los diferentes estudios se poseen fundamentos para analizar y evaluar varios componentes de los proyectos de inversión en los que consta la comercialización, funcionamiento administrativo, procesos de producción y rendimientos financieros que influyen en la decisión acerca de ejecutar o no el proyecto (pp. 25, 29-31, 34-35).

4.1.2.1. Estructura del Proyecto de Inversión. Como menciona Pasaca (2017) la estructura de un proyecto de inversión está conformada por mínimo cuatro estudios que son: el de mercado, el técnico, el financiero y la evaluación financiera, dependiendo de la actividad correspondiente (p. 30).

4.1.8. Estudios del Proyecto de Inversión

4.1.2.2. El Estudio de Mercado

a. Información Base

Pasaca (2017) menciona que se refiere a los resultados obtenidos por medio de fuentes primarias y que fueron recopilados utilizando varias técnicas de investigación como encuestas, entrevistas, observación directa, constatación física y con procesos como el censo, muestreo, entre otros.

Es crucial tener en cuenta que para realizar las entrevistas, observación y constatación física se debe elaborar una guía que direcciona hacia los elementos que se pretende conocer.

Para aplicar encuestas se deben considerar los siguientes aspectos:

1. En poblaciones muy pequeñas como comunidades rurales, lo más recomendable es encuestar a toda la población, lo que se denominaría censo.
2. Si la población es bastante grande o infinita la mejor opción es realizar un muestreo, aquí es necesario determinar el tamaño de la muestra (pp. 32-33)

b. Producto Principal

Se refiere a la descripción del producto que se va a ofrecer en el mercado con el fin de satisfacer las necesidades humanas, detallando las características principales en conjunto con una representación gráfica que muestre dichas características (Pasaca, 2017, p.41).

c. Producto Secundario

Se detallan los productos que resultan al quedar residuos de la materia prima utilizada, aunque no en todos los casos existirán productos secundarios (p.44)

d. Productos Sustitutos

Aquellos productos que pueden sustituir al producto principal ya que satisfacen una misma necesidad (p.44)

e. Productos Complementarios

Los productos que permiten que se haga uso del producto principal, no en todos los productos será necesario el uso de un producto complementario para cumplir con las necesidades (Pasaca, 2017, p.44).

f. Mercado Demandante

Identificar a aquellas personas que consumirán el producto, conociendo las características similares entre sí por medio de la segmentación del mercado considerando aspectos como sexo, edad, ingresos, residencia, educación, entre otros (p.45).

g. Análisis de la Demanda

Según Pasaca (2017) el estudio en el cual se determina la condición en la que se encuentra la demanda del producto, analizando el mercado potencial para así obtener la demanda insatisfecha que enmarcará el proyecto. La demanda pueda estar cubierta en cuestión de cantidad, pero no en calidad o precio, lo que ocasiona que siga existiendo una necesidad y por lo tanto se necesite un nuevo proyecto.

La demanda se la puede definir como la cantidad de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir con el fin de satisfacer una necesidad bajo un determinado precio.

Mediante el análisis de la demanda se pretende establecer y cuantificar las fuerzas del mercado que están inmersas en los requerimientos de un producto y del mismo modo determinar las oportunidades que tiene el producto para cubrir los requerimientos que tiene el mercado (pp. 45-46).

El mismo autor en su obra menciona algunos tipos de demanda en cuestión de cantidad como las que se mencionan a continuación:

- **Demanda Potencial**

Se refiere a la cantidad de bienes o servicios de cierto producto que pueden ser consumidos en el mercado.

- **Demanda Real**

La cantidad de bienes o servicios de un producto que son consumidos en el mercado.

- **Demanda Efectiva**

La cantidad de bienes o servicios de la nueva unidad de productiva, que requiere el mercado, aunque se deberá tomar en cuenta que los consumidores por situación económica, nivel de ingresos o algún otro aspecto no tenga la disponibilidad de adquirirlo pese a quiera hacerlo. La conforman aquellas personas que tienen el deseo y la capacidad para realizar la compra, siendo parte de la demanda insatisfecha que se busca atender con el proyecto (pp. 45-46).

h. Estudio de la oferta

La oferta se refiere a la cantidad de un bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer bajo cierto precio (Sapag y Sapag, 2008, p.55).

Los ofertantes se refieren directamente a la competencia, es por ello que se debe analizar la situación en la que se encuentran siempre y cuando estén alineados al proyecto, con el fin de conocer y comprender algunos factores importantes como la capacidad instalada para determinar si puede producir más o no, el mismo producto, para saber su calidad, presentación, empaque, la tecnología que utilizan, entre otros (Pasaca, 2017, p.50).

i. Comercialización del producto

Arboleda (1998) define la comercialización como el intercambio de los bienes y servicios que se da entre los productores y los consumidores o usuarios.

Entre los canales básicos de distribución se destacan los que se utilizan para productos de consumo y para los productos intermedios y de capital. El canal directo es aquel en el que el producto llega directamente al consumidor y cuando interviene un tercero entre el productor y el consumidor se denomina canal indirecto, dicho tercero se lo conoce como intermediario (p. 56).

4.1.9. Estudio Técnico

Viñán et al. (2018) “El estudio técnico es fundamental en un proyecto de inversión, ya que es en este dónde se estudia la localización y tamaño óptimo de las instalaciones ilustradas así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del proyecto” (p.30).

a. Ingeniería del proyecto

Arboleda (1998) manifiesta que: “La ingeniería del proyecto se refiere a aquella parte del estudio que se relaciona con su etapa técnica; es decir, con la participación de los ingenieros en las actividades de estudio, instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto” (p.175).

- Proceso de producción

Hace referencia a la etapa en la que se obtienen productos manufacturados mediante la transformación de algunos materiales o insumos haciendo uso de la tecnología, materiales y fuerzas de trabajo como la mano de obra y materia prima (Córdoba, 2011).

- Diseño del producto

Pasaca (2017) manifiesta que el producto que se obtendrá con el proyecto tiene que diseñarse de manera que cumpla con las características que esperan los consumidores o usuarios de él para así satisfacer su necesidad. En cuanto a su diseño es importante que se tomen en cuenta los gustos y preferencias del mercado demandante, como puede ser:

- Componentes
- Forma
- Medidas
- Presentación
- Unidad de medida
- Tiempo de vida útil, entre otros.

- Flujograma del proceso

El flujograma es aquel en el que se describen una a una las diferentes actividades que conlleva el proceso productivo, estos pueden ser distintos en cada caso, ya que no siguen una estructura fija como tal, el proyectista lo elaborará libremente a su imaginación, pero debe

constar en él todas las actividades involucradas y mantener una secuencia lógica del proceso (Pasaca, 2017).

- **Componente tecnológico**

El mismo autor Pasaca (2017) señala que se refiere a la delimitación de la maquinaria y equipo que se va a necesitar en el proceso productivo y que debe cumplir con los niveles de producción que se esperan en función de la demanda que se pretende satisfacer. Es fundamental la información acerca de la demanda insatisfecha y su porcentaje para poder determinarlo.

Del mismo modo indica que la tecnología que se vaya a utilizar no debe ser acorde a las características que tenga el mercado, no tiene que ser la más alta ni la más básica para el proceso, evitando en parte que se desperdicie la capacidad instalada y en otra considerar que la unidad productiva puede extenderse con un futuro.

- **Infraestructura física**

Está vinculada con la parte física de la empresa, se definen las áreas necesarias para poder llevar a cabo las actividades en la etapa de operación. Será óptimo e indispensable asesorarse con profesionales en construcción, además la tecnología debe relacionarse con el mercado y la probable expansión que pudiera tener en un futuro la empresa (Pasaca, 2017).

- **Distribución en planta. (Maquinaria y Equipo)**

Pasaca (2017) afirma que consiste en organizar de forma física los componentes que competen a una empresa industrial o de servicios. Se establecen los espacios esenciales para llevar a cabo los movimientos, almacenaje y demás actividades que se vayan a realizar en la instalación.

Se refiere a poseer la maquinaria y herramientas necesarias para el proceso productivo, tanto el área física como la maquinaria y equipo deben ofrecer condiciones adecuadas de trabajo, de manera que la operación de la planta resulte más económica, precautelando además la seguridad industrial para el empleado. En una distribución adecuada debe existir:

1. **Control:** se deben controlar todos los elementos que forman parte del proceso para que exista armonía en el trabajo.
2. **Movilización:** las actividades se deben realizar sin obstaculizar la circulación del personal ni interrumpir otras operaciones.
3. **Distancia:** cada una de las operaciones se deben llevar a cabo en tiempos óptimos de manera que no se generen demoras por la distancia que existe entre los recursos usados para las operaciones.

4. **Seguridad:** en todas las operaciones se debe garantizar la seguridad de los trabajadores.
5. **Espacio:** el espacio de trabajo deber ser considerado a lo largo, ancho y alto.
6. **Flexibilidad:** la distribución debe poder modificarse cuando se requiera, sin interrumpir el trabajo.
7. **Globalidad:** la distribución debe incluir todos los elementos del proceso en un solo ambiente (Pasaca, 2017).

b. Tamaño y localización

- **Tamaño**

“El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata” (Arboleda, 1998)

✓ **Capacidad instalada**

Se refiere al nivel más alto de producción o prestación de servicios que mediante con el uso de la maquinaria, equipos e infraestructura con la que se cuenta, los trabajadores consiguen de forma permanente (Córdoba, 2011).

✓ **Capacidad utilizada**

Nivel de producción mediante el cual la maquinaria trabaja, se determina por el nivel de demanda que se pretende cumplir en un tiempo establecido (Pasaca, 2017).

• **Localización**

Tiene que ver con identificar y estudiar las variables para así buscar la localización que brinde mayores ganancias o el costo unitario más bajo. Es el lugar apto en el cual se ubicará la unidad de producción y el factor que más contribuye para conseguir una mayor rentabilidad del proyecto (Morales y Morales, 2018).

✓ **Micro localización**

Morales y Morales (2018) plantean que la micro localización muestra la alternativa más conveniente para la instalación del proyecto en la macro zona escogida, además incluye la investigación y comparación de los costos de cada una de las opciones o alternativas. Debe ser señalada con la ubicación del proyecto en el plano del lugar en cual va a operar.

Por otra parte, Pimentel (2008) manifiesta que se relaciona con la serie de pasos que se siguen para seleccionar el terreno en el que se va a sentar la nueva unidad productiva de bienes o servicios. El lugar de ubicación de la nueva empresa más ventajoso es aquel que tenga un

costo bajo, considerando el tipo de actividad, el costo total de producción y distribución de la mercancía a los clientes.

✓ **Macro localización**

Según manifiestan Corrillo y Gutiérrez (2016) la macro localización: “consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto, en el país o en el espacio rural y urbano de alguna región”.

✓ **Factores de localización**

Se refiere a los elementos que harán que funcione normalmente la empresa, como adquisición de materia prima, vías de comunicación favorables, mano de obra calificada, servicios básicos como luz, agua, teléfono y el mercado al que se dirige el producto (Pasaca, 2017).

c. Diseño Organizacional

• **Base legal**

Pasaca (2017) afirma que la base legal establece la viabilidad de un proyecto bajo las normas legales que lo rigen, uso de productos, subproductos, patentes, entre otros. Considera la legislación laboral y la forma en la que influye en la contratación, aportaciones sociales y diversas obligaciones laborales, es un aspecto importante porque un proyecto que puede ser muy rentable, tal vez no sea factible por incumplir una norma legal.

Tipos de compañías

En la legislación tributaria del Ecuador existe algunos tipos de compañías como: La Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, La Compañía en Nombre Colectivo, La Compañía de Responsabilidad Limitada, La Compañía en Comandita Simple, La Compañía Anónima, La Compañía en Comandita por Acciones y la Compañía de Economía Mixta. Se debe contar con el apoyo de profesionales en derecho (Pasaca, 2017).

• **Misión**

La misión se refiere a la razón de ser de la empresa respondiendo al interrogante de por qué y para qué existe. Además, indica la intención que tiene en el entorno, así como su manera de actuar, sus valores, su ideología y lo que desea ser y hacia dónde pretende llegar (Hernández, 2014).

• **Visión**

Hernández (2017) plantea que la visión por su parte determina lo que desea ser en futuro la empresa y la posición que pretende tener en la sociedad. Explica la forma en que quiere ser considerada, valorada y percibida en un futuro.

- **Valores, principios**

Son las creencias referentes a las conductas personales o sociales que se prefieren ante otras. En las empresas, representan las creencias duraderas que se tienen al dirigir y realizar negocios que han sido considerados exitosos y por tanto se transmiten a los demás. En sí, establecen cómo y qué realizar para considerar como adecuadas ciertas formas de comportamiento en la empresa (Hernández, 2014).

- **Formalidades para ejercer una actividad económica**

El Servicio de Rentas Internas (SRI) establece que aquellas personas que estén realizando una actividad económica deberán obligatoriamente inscribirse en el RUC, además, emitir y entregar comprobantes de venta que sean autorizados el SRI, presentar la declaración de los impuestos y cancelarlos conforme a la actividad económica que estén realizando.

Los pasos para comenzar un nuevo negocio son los siguientes:

- **Tipo de contribuyente**

Hay algunos tipos de contribuyentes que se ajustan dependiendo la actividad económica a realizar.

Personas naturales: Aquellas personas nacionales o extranjeras que llevan a cabo actividades económicas lícitas que pueden estar o no estar obligadas a llevar contabilidad.

Sociedades: cualquier entidad que esté dotada o no de personas jurídicas, conforma una unidad económica o un patrimonio independiente de sus miembros, según lo que estipula el artículo 98 de la Ley de Régimen Tributario Interno.

- **Inscripción en el RUC**

Se dará inicio al ciclo del contribuyente con la inscripción en el Registro Único de Contribuyentes (RUC).

- **Emisión de comprobantes**

Una vez inscrito pasa a formar parte activa de los contribuyentes. La emisión de comprobantes de venta sirve para respaldar las transacciones que se llevan a cabo en el negocio y para ello existen algunos tipos dependiendo el tipo de negocio.

- **Declaración de impuestos**

La declaración de los impuestos se lleva a cabo conforme al tipo de negocio y tipo de contribuyente.

- **Pago de impuestos**

Pagar los impuestos correspondientes permite estar al día con las obligaciones tributarias, el SRI pone a disposición algunos canales de pago con el fin de que estas transacciones se realicen de manera ágil y segura.

- **Registro Único de Contribuyentes (RUC)**

Según el SRI el Registro Único de Contribuyentes “es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y proporcionar esta información a la Administración Tributaria”. Además, se refiere al número de identificación que se asigna a las personas naturales o sociedades, que son titulares de bienes o derechos de los que deben pagar impuestos. Así mismo, establece los requisitos que se deben cumplir para inscribirse en el RUC.

Requisitos para obtener el RUC

- Cédula de identidad o de ciudadanía original (ecuatorianos y extranjeros residentes).
- Pasaporte y tipo de visa vigente para extranjeros no residentes u original de la credencial de refugiado.
- Certificado de votación.

Para verificar el lugar en el que se desarrolla la actividad económica se puede presentar cualquiera el original y entregar una copia de alguno de los siguientes documentos de los últimos tres meses:

- Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono)
- Original y copia del estado de cuenta bancario, de tarjeta de crédito o de telefonía celular.
- Original y copia de la factura por el servicio de televisión pagado o servicio de internet.
- Original y copia de cualquier documento emitido por una institución pública que de mencione la dirección exacta del contribuyente.
- Original y copia de la escritura de compra-venta del inmueble, u original y copia del certificado del Registro de la Propiedad.
- Contrato de Concesión Comercial o Contrato en Comodato.
- Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio.
- **Tasa de bomberos:**

La tasa de bomberos se refiere al valor fijo mensual, como resultado de calcular un determinado porcentaje sobre el salario básico. A los residenciales se les aplica el 0,5%, a los comerciantes el 1,5%, pequeños industriales el 3% y para la gran industria el 6% (El Comercio, 2015).

- **Patente municipal:**

“La patente municipal es un permiso que otorga el Municipio a las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimientos en el cantón, que realizan permanentemente actividades económicas, comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales” (Municipalidad de Santo Domingo, 2017).

El Municipio de Loja establece los siguientes requisitos para realizar el pago del impuesto de patente municipal:

Requisitos para obtener patente de personas naturales

1. Copia de RUC.
2. Copia de la declaración del Impuesto a la Renta, IVA o RISE, según el caso.
3. Copia del pago de la tasa de bomberos.

Requisitos para obtener patente de personas jurídicas

1. Copia de declaración del Impuesto a la Renta.
2. En caso de poseer sucursales en varios cantones, presentar Cuadro de Distribución del impuesto del 1.5 x Mil a los Activos.
3. Copia de la escritura de la Constitución de la empresa (solo para los que inician actividades).
4. Copia del pago de la tasa de bomberos en caso de haberlo cancelado.

- **Notificación sanitaria**

“La Notificación Sanitaria de Alimentos Procesados es un certificado que permite su importación y comercialización bajo los requisitos de la normativa vigente, para garantizar que sea inocuo para el consumo humano” (Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria, s.f.).

Así mismo, ARCSA define a un alimento procesado como la materia alimenticia natural o artificial que ha sido transformada, modificada y conservada mediante un procedimiento tecnológico para el consumo humano, que se distribuye y comercializa en envases etiquetados con una marca determinada. Se consideran también a las bebidas alcohólicas y no alcohólicas, aguas de mesa, condimentos, especias y aditivos alimentarios. Como se puede observar en este grupo están integrados los licores al ser bebidas alcohólicas.

Así mismo ARCSA establece los siguientes requisitos para solicitar la Notificación Sanitaria:

- Permiso de Funcionamiento Arcsa vigente.
 - Descripción e interpretación del código de lote firmado por el representante legal o técnico.
 - Diseño de etiqueta o rótulo del o los productos.
 - Especificaciones físicas y químicas del material de envase, bajo cualquier formato emitido por el fabricante o distribuidor.
 - Descripción general del proceso de elaboración del producto firmado por el representante legal o técnico.

Requisitos para notificación sanitaria de bebidas alcohólicas

- Diseño de etiquetas del producto.
- Código de lote.
- Proceso de producción.
- Especificaciones técnicas de los envases a usar.
- Datos personales para facturación.
- Ensayos de laboratorio.
- Formulación e ingredientes del producto.
- **Permiso de funcionamiento**

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria define describe al permiso de funcionamiento como “el documento otorgado por la ARCSA a los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria que cumplen con todos los requisitos para su funcionamiento, establecidos en la normativa vigente, a excepción de los establecimientos de servicios de salud”.

- **Estructura empresarial**

En la etapa de operación se deberá establecer la estructura organizacional, para así poder delegar funciones y responsabilidades a cada elemento que forma parte de la empresa. Es representada a través de organigramas acompañados de manuales de funciones, esta estructura forma parte de la departamentalización (Pasaca, 2017, p. 69).

Guayllas (2014) describe los niveles jerárquicos que conforman la estructura organizacional:

Nivel legislativo: el nivel más alto de la empresa, quienes disponen las políticas y reglas bajo las que se van a realizar las diferentes operaciones. Está compuesto por socios legales representados por la presidencia para que puedan actuar.

Nivel ejecutivo: dentro de este nivel se encuentra el gerente- administrador, nombrado por el nivel legislativo y asume el cargo de la gestión operativa de la empresa.

Nivel asesor: conformado por el órgano que debe orientar las decisiones referentes a situaciones laborales y relaciones judiciales que tiene la empresa ya sea con otras empresas o con sus clientes.

Nivel auxiliar o de apoyo: aquí se encuentran todos los puestos de trabajo que se relacionan con las actividades administrativas de la empresa, la autoridad que tienen es mínima y su responsabilidad es obedecer las órdenes dictadas por los niveles ejecutivos.

Nivel operativo: dentro de este nivel constan los puestos de trabajo que se relacionan con la prestación del servicio, dicho de otra manera, las actividades operativas de la empresa.

✓ **Departamentalización**

Vincula áreas, divisiones y unidades de una empresa o proyecto con actividades que se relacionan y que están bajo la responsabilidad de ciertos funcionarios (Córdoba, 2011).

✓ **Organigramas**

“Es una herramienta fundamental en toda empresa y sirve para conocer la estructura general de la organización. Son sistemas de organización que se representa en forma intuitiva y con objetividad” (Mondragón, 2017)

✓ **Manuales de funciones**

Pasaca (2017) menciona que en un manual de funciones debe constar la información sobre ciertos puntos:

- Identificación del puesto.
- Relación de dependencia (Ubicación interna).
- Dependencia jerárquica.
- Naturaleza del trabajo.
- Tareas principales y secundarias.
- Responsabilidades.
- Requerimientos para el puesto.

4.1.10. Estudio Financiero

a. Inversiones y financiamiento

- **Inversiones**

Se refiere a la inversión inicial compuesta por los activos fijos, tangibles e intangibles que se necesitan para operar y el capital de trabajo (Córdoba, 2011).

✓ **Inversiones en activos fijos**

Está relacionada con la infraestructura física que se necesita en un proyecto para que pueda operar, como son: terreno, maquinaria, equipos, vehículos, edificaciones. Así mismo, estos pueden constituir el patrimonio del proyecto (Mondragón, 2017).

✓ **Inversión en activos diferidos**

Mondragón (2017) manifiesta que se relaciona con los gastos anticipados que se amortizan durante el periodo de operación del proyecto, entre estos están el estudio de prefactibilidad o de factibilidad, gastos de constitución, de montaje, gastos de puesta en marcha, imprevistos, intereses que corresponden al periodo preoperativo del proyecto.

✓ **Inversiones en capital de trabajo**

“La inversión en capital de trabajo corresponde al conjunto de recursos necesarios, sobre todo en la etapa inicial del proyecto en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto” (Viñán et al., 2018).

• **Financiamiento**

Según Viñán et al. (2018) las empresas se pueden financiar mediante inversiones o recursos ajenos, el financiamiento con recursos propios se representa en acciones comunes o preferentes, en cambio, el financiamiento con recursos ajenos se realiza mediante créditos bancarios, bonos o arrendamiento financiero que puede necesitar la empresa.

b. Análisis de costos

Para realizar este análisis se acude a la contabilidad de costos, misma que maneja los costos totales de producción para determinar el costo real de producción de un bien o prestación de un servicio con el fin de establecer el precio de venta del nuevo producto (Pasaca, 2017).

• **Costo total de producción**

Pasaca (2017) postula que está conformado por el costo de producción, fabricación o transformación denominado (CP) y los costos de operación (CO).

Sirve como base la evaluación financiera del proyecto, su valor influye en la rentabilidad y para calcularlo se toma en cuenta el costo de producción, fabricación o transformación y los costos de operación.

Fórmula:

$$CTP= CP+CO$$

• **Costo unitario de producción**

Pasaca (2017) manifiesta que para determinar el costo unitario de producción se considera el costo total y el número de unidades producidas durante el período, obteniendo la siguiente fórmula:

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

c. Determinación de ingresos

- **Establecimiento del precio de venta**

El mismo autor Pasaca (2017) menciona que el precio de venta se establece utilizando como base el costo total de producción bajo el que asignará un margen de utilidad y determina dos métodos para ello:

- a. Método rígido:** también conocido como método del costo total debido a que define el costo de unitario total y posteriormente incluye un cierto margen de utilidad.

Fórmula:

$$\text{PVP}=\text{CUP} + \text{MU}$$

PVP= Precio de venta al público

CUP= Costo Unitario de producción

MU= Margen de utilidad

- b. Método flexible:** Considera varios elementos del mercado como las sugerencias acerca de los precios, condición de la demanda, precio de la competencia, regulación de precios, entre otros (Pasaca, 2017).

- **Ingresos**

Viñan et al. (2018) afirma que son el componente más importante del proyecto, estos se obtienen de las ventas de los productos o servicios, subproductos, desperdicios y desechos que surgen en el sistema productivo. La fórmula para calcularlos es la siguiente:

$$\text{I}=\text{Q}*\text{P}$$

Siendo:

I= ingresos.

q= número de productos.

p= precio.

c. Presupuesto proyectado

Es una herramienta financiera que permite estimar los ingresos que va a generar el proyecto además de los costos que se tendrán. El presupuesto debe estar conformado por los ingresos y egresos, el mismo sirve para planificar y controlar el aspecto financiero del proyecto (Pasaca, 2017).

d. Estado de pérdidas y ganancias

Es la principal herramienta que sirve para medir la rentabilidad de una empresa a lo largo del tiempo. Su representación es de manera escalonada o progresiva con el fin de que permita estudiar la utilidad o la pérdida que se obtiene al restar cada tipo de gasto (Block et al., 2013).

e. Punto de equilibrio

Pasaca (2017) manifiesta que el punto de equilibrio integra los diversos elementos fundamentales de las posibles utilidades o pérdidas a distintos niveles de producción, siendo un instrumento apropiado para tomar decisiones.

También, menciona que es el punto de producción donde los ingresos cubren a los egresos de la empresa de manera que no existe ni pérdida ni ganancia, se da un equilibrio entre los costos y los ingresos.

Se puede calcular utilizando los siguientes métodos:

1. En función de las ventas

Está basado en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que origina. Su fórmula es:

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

Dónde:

PE= punto de equilibrio

CFT= Costo fijo total

1= constante matemática

CVT= Costo variable total

VT= Ventas totales

2. En función de la capacidad instalada

Está basado en la capacidad de producción, establece el porcentaje de capacidad bajo el que la maquinaria tiene que trabajar de manera que su producción genere ventas para cubrir los costos, su fórmula es:

$$PE = \frac{CFT}{VT/CVT} * 100$$

3. En función de la producción

Se basa en el volumen de producción y establece la cantidad mínima de producción que mediante su venta los ingresos tengan la posibilidad de cubrir los costos ocasiona.

4. Representación gráfica

Se representan gráficamente las curvas de costos y de ingresos en un plano cartesiano (Pasaca, 2017).

4.1.11. Evaluación financiera

Arboleda (1998) menciona que la evaluación financiera determina si los ingresos obtenidos son mayores al dinero que aporta. Se basa en la cantidad de dinero que recibe, entrega o deja de recibir el inversionista, además, utiliza precios del mercado o precios financieros para realizar la estimación de las inversiones, los costos de operación y de financiamiento y los ingresos que el proyecto está generando.

a. Flujo de caja

Pasaca (2017) menciona que es la diferencia entre los ingresos y los egresos, influyen de forma directa en la capacidad de la empresa para realizar el pago de deudas o la compra de activos. Para calcularlo no se consideran como egresos las depreciaciones ni amortizaciones de activos diferidos puesto que no son desembolsos económicos.

Está compuesto por la inversión inicial, ingresos y egresos de operación, reinversiones y valor residual o de salvamento.

Hay dos tipos de flujos de caja, financiero y económico. El financiero se lo obtiene mediante la resta de los ingresos totales y los egresos totales, permite generar información acerca de la situación de la empresa a terceras personas y está basado en el movimiento de efectivo (ingresos y gastos). El flujo económico en el cual a la diferencia de los ingresos y egresos se suma los valores de las amortizaciones y depreciaciones debido a que no egresan de la empresa o no se pagan, está basado en el movimiento real de efectivo (ingresos y egresos que se pagan), y es útil en la toma de decisiones de la empresa (Pasaca, 2017).

b. Valor Actual Neto

El valor actual neto es el método más utilizado y aprobado por los evaluadores de proyectos. Examina el excedente que resulta luego de adquirir la rentabilidad esperada y después de haber recuperado la inversión. Se calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, se proyectan desde el primer periodo de operación, y se resta la inversión inicial (Sapag, 2011).

$$\text{VAN} = \text{Valor Actual de flujos Netos de Caja} - \text{Inversión}$$

c. Tasa Interna de Retorno

Se encarga de medir porcentualmente la rentabilidad y es la tasa que ocasiona que el VAN tenga un valor de cero, en otras palabras, se refiere a la tasa de descuento que hace que

el valor presente de los flujos de efectivo que se esperan de un proyecto iguale su costo inicial (Viñán et al., 2018).

Fórmula

$$TIR = r_1 + (r_2 - r_1) \left[\frac{VAN}{VAN_1 - VAN_2} \right]$$

Nomenclatura

r_1 = Tasa de actualización del VAN_1 .

r_2 = Tasa de actualización del VAN_2 .

VAN_1 = VAN positivo.

VAN_2 = VAN negativo.

d. Relación Costo-Beneficio

Según Pasaca (2017) este hace posible medir el rendimiento obtenido de cada inversión monetaria realizada, permite tomar la decisión acerca de si el proyecto se aprueba o rechaza tomando en cuenta lo siguiente:

- Si la relación ingresos/ egresos es=1 el proyecto es indiferente.
- Si la relación es >1 el proyecto es rentable.
- Si la relación es <1 el proyecto no es rentable.

La fórmula es la siguiente:

$$RBC = \left(\frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Costos Actualizados}} \right) - 1$$

e. Periodo de Recuperación de Capital

El Período de Recuperación es otro aspecto a tener en cuenta cuando se evalúa un proyecto ya que permite conocer en qué tiempo se podrá recuperar la inversión que se realizó, así como el capital, de esta manera se determina la rentabilidad del proyecto en cuestión del tiempo que le tomará al proyecto recuperar la inversión (Viñán et al., 2018)

Fórmula:

$$PR = \frac{\text{Inversión inicial}}{\text{Ingresos promedios}}$$

f. Análisis de Sensibilidad

Con respecto al análisis de sensibilidad Pasaca (2017) manifiesta que en los análisis es necesario realizar estimaciones de las variables involucradas, las cuáles pueden variar con el tiempo debido a los cambios que puede experimentar el proyecto a lo largo de su vida útil, los

ingresos y los costos son las variaciones más sensibles cuando se da un aumento o disminución en los precios.

El criterio de decisión que se basa en el análisis de sensibilidad es:

- Si el coeficiente es mayor que 1 el proyecto es sensible, las variaciones disminuyen o quitan rentabilidad.
- Si el coeficiente es menor que 1 el proyecto no es sensible, los cambios no influyen en la rentabilidad.
- Si el coeficiente es igual a 1 no se presentan efectos en el proyecto.

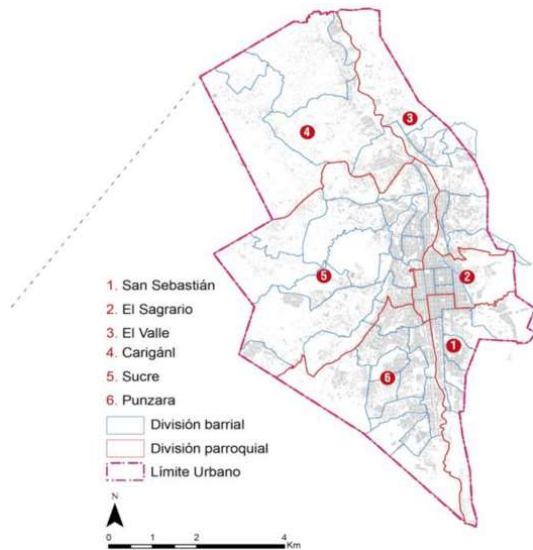
5. Metodología

5.1. Área de estudio

La investigación se realizó en la ciudad de Loja, la cual está conformada por 6 parroquias urbanas, misma que está ubicada al sur del país.

Figura 1

Mapa de la ciudad de Loja



Nota. Mapa de la ciudad de Loja

5.2. Enfoque de investigación

El enfoque de investigación utilizado fue de carácter cuantitativo, puesto que para la recolección de los datos se hizo uso de instrumentos como la encuesta y la entrevista, además permitió realizar la tabulación de los datos obtenidos de las encuestas aplicadas a la población de estudio mediante el cálculo del tamaño de la muestra para poder recopilar información cuantificable y el análisis de los datos obtenidos acerca de la demanda y la oferta.

5.3. Método de Investigación

El método que se utilizó en la investigación fue el deductivo, puesto que parte de los objetivos planteados. Permitted determinar características del mercado y la demanda, mediante datos numéricos de manera que se pudo evaluar la factibilidad del proyecto.

5.4. Técnicas

5.3.8. Encuestas

Se aplicó una encuesta a una muestra de la población de la ciudad de Loja comprendidos entre las edades de 18 a 65 años para determinar la demanda y también, a los productores del mismo producto o similar para analizar la oferta existente.

5.3.9. Entrevista

Se aplicó una entrevista al dueño del emprendimiento mediante la cual se logró obtener información más precisa acerca del producto y el proceso de producción para el desarrollo de los diferentes estudios del proyecto.

5.5. Tipo de Investigación

La investigación fue de tipo exploratorio y descriptivo. Lo exploratorio permitió la obtención de información por medio de las diferentes técnicas de recolección de información y lo descriptivo permitió caracterizar y describir las variables y patrones encontrados en la población de estudio, como los gustos y preferencias, de manera que se pueda tener una visión más clara y detallada del fenómeno de estudio.

5.6. Diseño de la investigación

En la investigación se utilizó el diseño no experimental, el cual cumple con la característica de no manipular las variables y la falta de intervención durante el transcurso del evento. La investigación fue realizada considerando la información obtenida y mediante la observación, para así poder generar conclusiones pertinentes a los resultados que se obtuvieron.

5.7. Población de estudio

Según los datos proporcionados por el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC), en el censo del año 2022 se determinó que la población de la ciudad de Loja fue 214.296 habitantes, sin embargo, para el estudio se considera la población comprendida entre los 18 a 65 años de edad con un total de 134.809 habitantes, lo que corresponde al 63% de la población total de la ciudad de Loja. Considerando además que la tasa de crecimiento poblacional es del 1,38% (INEC, 2022).

5.8. Proyección de la población

Para realizar la proyección de la población se utiliza la siguiente fórmula:

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

- **Pf**= Población final
- **Po**= Población inicial
- **n**= Número de años
- **1**= Constante matemática
- **i**= tasa de crecimiento

Proyección de la población Año 2024

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

$$Pf_{2024} = 134.809 (1 + 0,0138)^2$$

$$Pf_{2024} = 134.809 (1,0138)^2$$

$$Pf_{2024} = 134.809 (1,02779)$$

$$Pf_{2024} = 138.555 \text{ habitantes}$$

Se estima que la población de la ciudad de Loja comprendida entre los 18 a 65 años para el año 2024 es de 138.555 habitantes.

Tabla 1

Proyección de la población de la ciudad de Loja.

Año	Población 18-65 años
2022	134.809
2023	136.669
2024	138.555

Nota. Datos obtenidos del Instituto de Estadísticas y Censos (INEC).

5.8.1. Población de Oferentes

Se determinó que los productores de licor de caña de la ciudad de Loja representan un total de 13 productores a quienes se aplicó una encuesta de 8 preguntas. Estos datos fueron recopilados del Servicio de Rentas Internas (SRI).

5.9. Cálculo de la muestra

Para realizar el cálculo del tamaño de la muestra, se aplicó la técnica de muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple, misma que se basa en la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{1 + e^2 * N}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra real

N= Población total

e= Error de muestra 5% (0.05)

Aplicando la fórmula:

$$n = \frac{138.555}{1 + (0,05)^2 (138.555)}$$

$$n = \frac{138.555}{1 + (0,0025) (138.555)}$$

$$n = \frac{138.555}{1 + 347,39}$$

$$n = \frac{138.555}{346,39}$$

$$n = 399 \text{ encuestas}$$

Se aplicarán 399 encuestas a la población comprendida entre las personas de 18 a 65 años de edad de la ciudad de Loja.

5.10. Procedimiento

Para llevar a cabo el estudio de mercado, se determinó una muestra de la población de la ciudad de Loja comprendida desde los 18 a 65 años para proceder a aplicar una encuesta que permitiera recopilar información sobre la demanda del licor de caña, así como gustos y preferencias de los consumidores. Del mismo modo, para analizar la oferta existente en el mercado se realizó una encuesta a 13 productores de licor de caña de la ciudad de Loja. En base a ello, se realizó la tabulación, análisis e interpretación de los datos haciendo uso de la herramienta Excel.

En el estudio técnico se determinaron varios aspectos relevantes como el tamaño, la distribución de la planta y la ingeniería del proyecto. Además, la estructura organizacional, los cuales fueron elaborados mediante el programa Word.

En el estudio financiero se llevó a cabo el análisis financiero de la empresa, considerando aspectos como la inversión, financiamiento, punto de equilibrio y los estados financieros del mismo, haciendo uso de modelos matemáticos y utilizando el programa Excel

En la evaluación financiera, por medio de los indicadores financieros como el: VAN, TIR, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación del Capital y el análisis de sensibilidad se pudo determinar la factibilidad para la producción del licor de caña “Caña del Valle” de la parroquia Malacatos y su comercialización en la ciudad de Loja.

6. Resultados

Se aplicaron 399 encuestas con 16 preguntas a la población de la ciudad de Loja comprendida desde los 18 a 65 años de edad, con el fin de obtener información sobre sus gustos y preferencias, así como también la aceptación del producto.

6.1. Resultados de la encuesta aplicada a la población de la ciudad de Loja

1. Indique su edad

Tabla 2

Edad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25 años	353	88%
26 a 33 años	29	7%
34 a 41 años	11	3%
42 en adelante	6	2%
Total	399	100%

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

Análisis e interpretación

De acuerdo con los datos obtenidos de las encuestas, se observa que, el 88% de la población de estudio se encuentra en un rango de 18 a 25 años, seguido del 7% entre 26 a 33 años, el 3% de entre 34 a 41 años y finalmente el 2% de 42 en adelante.

2. Indique su género

Tabla 3

Género

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	230	58%
Masculino	169	42%
Total	399	100%

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

Análisis e interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos de las encuestas realizadas, se puede observar que, del total de los encuestados, el sexo femenino representa el 58%, mientras que el sexo masculino representa el 42%, por lo tanto, el sexo femenino es el que tiene un mayor porcentaje.

3. ¿Consume usted licor?

Tabla 4

Consumo de licor

Variables	Frecuencia	Porcentaje
-----------	------------	------------

Si	278	70%
No	121	30%
Total	399	100%

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

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos, se observa que la mayor parte de los encuestados si consumen licor, representando el 70% del total de los encuestados, mientras que el 30% restante supo manifestar que no consume licor.

4. ¿Ha consumido licor de caña?

Tabla 5

Consumo de licor de caña

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	201	72%
No	77	28%
Total	278	100%

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

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos, se observa que el 72% del total de encuestados si consume licor de caña, mientras que el 28% supo manifestar que no lo consume.

5. ¿Cuál de las siguientes marcas de licor de caña es de su preferencia?

Tabla 6

Marcas de licor de caña de mayor preferencia

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Cantaclaro	44	22%
Zhumir	122	61%
Quitapenas	1	0%
Caña Lojana	18	9%
Zarumeño	16	8%
Total	201	100%

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

Análisis e interpretación

Se observa que el 61% de la población manifiesta tener preferencia hacia la marca Zhumir, el 22% por la marca Cantaclaro, el 9% por la marca Caña Lojana y, por último, el 8% prefiere la marca Zarumeño, siendo Zhumir y Cantaclaro las marcas de mayor preferencia por parte de la población de estudio.

6. ¿En qué presentación suele adquirir el licor de caña?

Tabla 7

Presentación en ml de adquisición

Variable	Frecuencia	Porcentaje
350 ml	102	51%
500 ml	46	23%
750 ml	53	26%
Total	201	100%

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

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos, se observa que el 51% del total de los encuestados adquiere el licor de caña en la presentación de 350 ml, el 26% en la presentación 750 ml y finalmente, el 23% en la presentación de 500 ml.

7. ¿Cuánto paga por el licor de caña que consume?

Tabla 8

Precio por compra de licor de caña

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De \$2.00 a \$4.00	91	45%
De \$5.00 a \$7.00	93	46%
De \$8.00 a \$10.00	17	8%
Total	201	100%

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

Análisis e interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos, el 46% de los encuestados manifestó que paga de \$5.00 a \$7.00 por el licor de caña de 750 ml que consume, el 45% de \$2.00 a \$4.00 y el 8% restante de \$8.00 a \$10.00.

8. ¿Qué cantidad de licor de caña consume mensualmente? En la presentación de 750 ml.

Tabla 9

Cantidad de consumo de licor de caña en ml

Variable	Frecuencia	Porcentaje	X	X*f
1 botella	104	52%	1	104
2 botellas	45	22%	2	90
3 botellas	27	13%	3	81
4 botellas	7	3%	4	28
5 botellas	13	6%	5	65
6 botellas	1	0%	6	6
7 botellas	1	0%	7	7
8 botellas	3	1%	8	24
Total	201	100%		405

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

Consumo promedio mensual= $\Sigma(X*f)/N = 405/201 = 2,014 = 2$ unidades de 750 ml de licor de caña.

Consumo promedio anual= promedio consumo mensual * 12 meses.

$$2*12=24 \text{ unidades de 750 ml.}$$

Análisis e interpretación

El 52% de los encuestados manifestó que consume 1 botella de licor de caña al mes, el 22% consume dos botellas, el 13% tres botellas, el 6% cinco botellas, el 3% cuatro botellas y el 1% consume 8 botellas mensualmente.

9. ¿Dónde suele adquirir el licor de caña que consume?

Tabla 10

Lugar de compra de licor de caña

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Licoreras	104	52%
Micromercados	21	10%
Supermercados	21	10%
Tiendas de barrio	42	21%
Ferias de emprendimientos	13	6%
Total	201	100%

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

Análisis e interpretación

El 52% de los encuestados manifestó que realiza la compra de licor de caña en licoreras, el 21% en tiendas de barrio, el 20% en micromercados y supermercados y el 6% en ferias de emprendimientos.

10. Si se comercializara licor de caña artesanal “Caña del Valle” de la parroquia Malacatos en la ciudad de Loja, ¿adquiriría el producto?

Tabla 11

Aceptación de comercialización de licor de caña “Caña del Valle”

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	187	93%
No	14	7%
Total	201	100%

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

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados que se han obtenido, se aprecia que el 93% de la población de estudio estaría dispuesta a adquirir el licor de caña “Caña del Valle” en caso de que se comercializara en la ciudad de Loja, y tan solo el 7% manifestó no estaría dispuesto a

adquirirlo. Se evidencia que el producto tendría acogida por parte de la población de estudio de la ciudad de Loja.

11. ¿En dónde le gustaría adquirir el licor de caña artesanal “Caña del Valle”?

Tabla 12

Lugar de compra de mayor preferencia

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Licoreras	95	47%
Micromercados	24	12%
Supermercados	23	11%
Tiendas de barrio	37	18%
Ferias de emprendimientos	8	4%
Total	187	93%

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

Análisis e interpretación

Se observa que el 47% de los encuestados le gustaría adquirir el licor de caña “Caña del Valle” en licoreras, el 18% en tiendas de barrio, el 12% en micro mercados, el 11% en supermercados y el 4% restante en ferias de emprendimientos.

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el licor de caña artesanal “Caña del Valle”? En la presentación de 750 ml.

Tabla 13

Precio a pagar por el licor de caña “Caña del Valle”

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De \$2.00 a \$4.00	45	22%
De \$5.00 a \$7.00	120	60%
De \$8.00 a \$10.00	22	11%
Total	187	93%

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

Análisis e interpretación

Se observa que el 60% de los encuestados manifestaron que pagarían de \$5.00 a \$7.00 por el licor de caña “Caña del Valle”, seguido del 22% que pagarían de \$2.00 a \$4.00 y finalmente, el 11% pagaría de \$8.00 a \$10.00.

13. ¿Qué medios de comunicación utiliza con mayor frecuencia?

Tabla 14

Medio de comunicación de mayor preferencia

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	182	97%
Radio	3	2%

Televisión	0	0%
Prensa	2	1%
Total	187	100%

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

Análisis e interpretación

En base a los datos obtenidos, se observa que el 97% de los encuestados utiliza con mayor frecuencia las redes sociales, el 2% utiliza la radio y tan solo el 1% la prensa. Por ello, se determina que las redes sociales son el medio de comunicación que más utiliza la población de estudio de la ciudad de Loja.

14. ¿Qué promociones le gustaría recibir al adquirir el producto?

Tabla 15

Tipo de promoción de mayor preferencia

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos por compra	86	46%
Productos adicionales	50	27%
Cupones	9	5%
Muestras del producto	42	22%
Total	187	100%

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

Análisis e interpretación

Del total de los encuestados, el 46% manifestó que prefiere los descuentos por compra, el 27% los productos adicionales, el 22% las muestras del producto y el 5% restante prefiere los cupones como tipo de promoción. El tipo de promoción que tiene más aceptación son los descuentos por compra.

15. ¿Mediante qué red social preferiría que se promocióne el licor de caña artesanal “Caña del Valle”?

Tabla 16

Red social de mayor preferencia

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	64	34%
Instagram	69	37%
Twitter	0	0%
Tik Tok	53	28%
Telegram	1	1%
Total	187	100%

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

Análisis e interpretación

En la tabla se puede observar que el 37% de los encuestados manifestaron que la red social que prefieren para que se promocione el producto es Instagram, seguido del 34% que prefieren la red social Facebook, el 28% prefieren Tik Tok y tan solo el 1% prefiere la red social Telegram. Por lo tanto, las redes sociales que tiene mayor preferencia son Instagram y Facebook.

6.2. Resultados de la encuesta aplicada a los oferentes de licor de caña de la ciudad de Loja.

Se aplicó una encuesta de 8 preguntas a 13 productores de licor de caña de la ciudad de Loja, con el fin de poder determinar la cantidad de venta del producto en el mercado lojano.

1. Nombre del emprendimiento o propietario.

Tabla 17

Nombre del emprendimiento o propietario

Respuesta	Frecuencia
Gabriel García	1
ILELSA	1
Rita Riera	1
Vielca Morocho	1
Darwin Herrera	1
Ecolicores	1
Orlando Román	1
Licores Ecuacuba del Sur	1
Romar	1
Mama Miche	1
Esgar Vera	1
Vielca Lemon	1
David Guarnizo	1
Total	13

Nota. Encuesta dirigida a los oferentes.

2. ¿Cuánto tiempo tiene en el mercado?

Tabla 18

Tiempo en el mercado

Productor	Tiempo en el mercado
Gabriel García	25 años
ILELSA	63 años
Rita Riera	18 años
Vielca Morocho	7 meses
Darwin Herrera	11 años
Ecolicores	9 años
Orlando Román	8 años
Licores Ecuacuba del Sur	10 años
Romar	2 años

Mama Miche	2 años
Esgar Vera	1 año
Vielca Lemon	1 año
David Guarnizo	1 año

Nota. Encuesta dirigida a los oferentes

Análisis e interpretación

Se presenta el tiempo que llevan en el mercado los diferentes productores de licor de caña de la ciudad de Loja.

3. ¿Qué presentación en ml de licor de caña vende?

Tabla 19

Presentación en ml

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Botella pequeña de 350 ml	1	7%
Botella mediana de 500 ml	0	0%
Botella grande de 750 ml	13	93%
Total	14	100%

Nota. Encuesta dirigida a los oferentes

Análisis e interpretación

El 93% de los productores encuestados manifestaron que comercializan la presentación de 750 ml, mientras que solo un productor comercializa la presentación de 350 ml.

4. ¿Qué cantidad de licor de caña (en botellas) vende semanalmente?

Tabla 20

Venta semanal de licor de caña

Variable	Frecuencia	X	Porcentaje
60 botellas	1	60	8%
150 botellas	1	150	8%
50 botellas	1	50	8%
35 botellas	1	35	8%
50 botellas	1	50	8%
70 botellas	1	70	8%
75 botellas	1	75	8%
70 botellas	1	70	8%
70 botellas	1	70	8%
50 botellas	1	50	8%
40 botellas	1	40	8%
45 botellas	1	45	8%
40 botellas	1	40	8%
Total	13	805	100%

Nota. Encuesta dirigida a los oferentes

Venta promedio semanal= $\sum(X)/N = 805/13 = 62$ botellas de licor de caña de 750 ml.

Ventas mensuales= $62 * 4 = 248$ botellas.

Ventas anuales= 248* 12= 2.972 botellas.

Análisis e interpretación

De acuerdo a los datos obtenidos, se observa que todos los productores de licor de caña de la ciudad de Loja venden semanalmente 805 botellas de licor de caña. La venta promedio semanal de licor de caña es de 62 botellas, que al multiplicarla por las 4 semanas que tiene el mes, se tiene una venta mensual de 248 botellas. La venta anual de botellas de licor de caña es de 2.972, resultado que se obtiene al multiplicar 248 por los 12 meses del año.

5. ¿Cuál es el precio del licor de caña de 750 ml que vende?

Tabla 21

Precio de venta de licor de caña

Variable	Frecuencia	Porcentaje
\$3,00	1	8%
\$5,00	2	15%
\$5,50	1	8%
\$6,00	7	54%
\$7,00	2	15%
Total	13	100%

Nota. Encuesta dirigida a los oferentes

Análisis e interpretación

Se puede observar que el 50% de los productores encuestados venden el licor de caña a un precio de \$6,00, el 21% lo vende a \$5,00, el 14% a \$7,00, un productor lo vende a \$5,50 y el otro restante a \$3,00.

6. ¿Qué tipo de promoción ofrece a sus clientes al adquirir licor de caña?

Tabla 22

Tipo de promoción

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	10	77%
Producto adicional	1	8%
Muestras del producto	2	15%
Combos	0	0%
Total	13	100%

Nota. Encuesta dirigida a los oferentes

Análisis e interpretación

El 79% de los productores encuestados ofrecen descuentos a sus clientes por la compra de licor de caña, el 14% ofrecen muestras del producto y el 7% otorgan un producto adicional.

7. ¿Mediante qué medios de comunicación da a conocer el licor de caña?

Tabla 23*Medio de comunicación*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Radio	1	8%
Periódico	0	0%
Televisión	0	0%
Redes sociales	12	92%
Total	13	100%

Nota. Encuesta dirigida a los oferentes.**Análisis e interpretación**

La mayoría de los productores de licor de caña manifiestan que utilizan las redes sociales para dar a conocer el licor de caña, representado por 93%, mientras que solo un productor, representado por el 7% manifestó que da a conocer su producto por medio de la radio.

8. En el caso de que la empresa productora de licor de caña de la parroquia Malacatos “Caña del Valle” le ofrezca su producto, ¿lo adquiriría?

Tabla 24*Adquisición del licor de caña para su comercialización*

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	13	100%
No	0	0%
Total	13	100%

Nota. Encuesta dirigida a los oferentes**Análisis e interpretación**

Todos los productores de licor de caña de la ciudad de Loja manifestaron que si estarían dispuestos a adquirir el licor de caña “Caña del Valle” en caso de que la empresa productora se lo ofreciera.

7. Discusión

7.1. Estudio de Mercado

El estudio de mercado tiene como objetivo analizar y determinar la demanda, la oferta y la demanda insatisfecha que va a tener el producto, que en este caso corresponde al licor de caña artesanal del emprendimiento “Licores Caña del Valle” de la parroquia Malacatos.

7.1.1. *Producto Principal*

El producto principal en este caso es el licor de caña artesanal o también conocido como aguardiente y está elaborado a partir de la destilación de la caña de azúcar.

7.1.2. *Productos Sustitutos*

El licor de caña al ser una bebida alcohólica, tiene una gran cantidad de productos sustitutos, entre los que se puede mencionar: whisky, tequila, ron, vodka, brandy, entre otros existentes en el mercado.

7.1.3. *Productos Complementarios*

Este tipo de bebida alcohólica como es el licor de caña puede ser mezclado con otro producto para elaborar otro tipo de bebida como cócteles, por lo tanto, los productos complementarios pueden ser:

- Refrescos
- Frutas cítricas
- Especias
- Endulzantes

7.1.4. *Mercado demandante*

El licor de caña al tratarse de una bebida alcohólica solo puede ser consumido por personas mayores de edad, por lo tanto, está dirigido a las personas desde los 18 hasta los 65 años. Para calcular la población actual y proyectada se llevó a cabo el siguiente procedimiento:

Según los datos obtenidos en el censo 2022 existen 214.296 habitantes, de los cuales se consideraron solo las personas desde los 18 hasta los 65 años con un total de 134.809 habitantes. Para realizar la proyección al año 2024 se utilizó una tasa de crecimiento del 1,38% según datos del Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) dando como resultado un total de 138.555 personas.

$$\text{Población proyectada} = 138.555 * 1,38\% + 138.555 = 140.467$$

En la siguiente tabla se muestra las proyecciones para los siguientes años:

Tabla 25

Población Proyectada

Periodos	Años	Población
0	2024	138555
1	2025	140467
2	2026	142406
3	2027	144371
4	2028	146363
5	2029	148383

Nota. Datos obtenidos del Instituto de Estadísticas y Censos.

7.1.5. Análisis de la Demanda

7.1.5.1. Demanda Potencial. La demanda potencial se constituye por las personas entre los 18 a 65 años de edad de la ciudad de Loja que consumen licor. Para llevar a cabo el cálculo de la misma se tomó en cuenta la pregunta 3, tabla 4 y se realizó el siguiente procedimiento.

1. Se considera el valor de la población proyectada que es 138.555.
2. Se multiplica por el 70% de las personas que respondieron que sí consumen licor.
Año 0= $138.555 \times 70\% = 96.537$ demandantes potenciales.

Se procede del mismo modo para los siguientes años:

Tabla 26

Demanda Potencial

Año	Población proyectada	Aceptación	Demanda potencial
0	138.555	70%	96.537
1	140.467	70%	97.870
2	142.406	70%	99.220
3	144.371	70%	100.589
4	146.363	70%	101.978
5	148.383	70%	103.385

Nota. Datos obtenidos de la encuesta dirigida a los demandantes. Tabla 4.

7.1.5.2. Demanda Real. Está representada por aquellas personas que sí consumen licor de caña, misma que se obtiene de la encuesta aplicada a los demandantes en la pregunta 5, tabla 6. Se llevó a cabo el siguiente procedimiento:

1. Se considera el valor de la demanda potencial que es 96.537.
2. Se multiplica ese valor por el 72% de aceptación, dando como resultado la demanda real.

$$\text{Año 0} = 96.537 \times 72\% = 69.799$$

Se procede de la misma manera para los siguientes años:

Tabla 27

Demanda real

Año	Demanda potencial	Aceptación	Demanda Real
-----	-------------------	------------	--------------

0	96.537	72%	69.799
1	97.870	72%	70.762
2	99.220	72%	71.738
3	100.589	72%	72.728
4	101.978	72%	73.732
5	103.385	72%	74.749

Nota. Datos obtenidos de la encuesta dirigida a los demandantes. Tabla 5.

7.1.5.3. Demanda Efectiva. La demanda efectiva se determina mediante el resultado de la demanda real que es 69.799 multiplicado el porcentaje de aceptación obtenido de la pregunta 11, tabla 11 sobre la comercialización del licor de caña en la que el 93% afirma que si estarían dispuestos a adquirir el producto.

1. Se considera el dato de la demanda real 69.799.
2. Se realiza la multiplicación por el 93% del porcentaje de aceptación, dando como resultado la demanda efectiva.

$$\text{Año 0} = 69.799 * 72\% = 64.937$$

Se procede de la misma manera para los siguientes años:

Tabla 28

Demanda Efectiva

Año	Demanda Real	Aceptación	Demanda Efectiva
0	69.799	93%	64.937
1	70.762	93%	65.833
2	71.738	93%	66.742
3	72.728	93%	67.663
4	73.732	93%	68.596
5	74.749	93%	69.543

Nota. Datos obtenidos de la encuesta dirigida a los demandantes. Tabla 12.

7.1.5.4. Demanda efectiva en producto. La demanda efectiva en producto se obtiene mediante la demanda efectiva de 64.937 multiplicada por el consumo promedio anual que son 24 unidades conforme al resultado de la pregunta 9, tabla 10.

$$\text{Año 0} = 64.937 * 24 = 1.570.118$$

Se procede de la misma manera para los siguientes años:

Tabla 29

Demanda efectiva en producto

Años	Demanda efectiva	Consumo promedio anual (unidades de 750 ml)	Demanda efectiva en producto
0	64.937	24	1.570.118
1	65.833	24	1.591.786
2	66.742	24	1.613.753

3	67.663	24	1.636.022
4	68.596	24	1.658.600
5	69.543	24	1.681.488

Nota. Datos obtenidos de la encuesta dirigida a los demandantes. Tabla 10.

7.1.6. Análisis de la oferta

Para realizar el análisis de la oferta de licor de caña dentro de la ciudad de Loja, se aplicó una encuesta a los productores, que en total fueron 13, con el fin de determinar la cantidad de licor de caña y ventas semanales que tienen para así obtener la cantidad en botellas de 750 ml de licor caña que se ofertan en el mercado. Se pudo determinar que la venta promedio mensual es de 248 unidades de acuerdo a la pregunta 4.

Tabla 30

Oferentes de licor de caña de la ciudad de Loja

Detalle	Tiempo en el mercado
Gabriel García	25 años
ILELSA	63 años
Rita Riera	18 años
Vielca Morocho	7 meses
Darwin Herrera	11 años
Ecolicores	9 años
Orlando Román	8 años
Licores Ecuacuba del Sur	10 años
Romar	2 años
Mama Miche	2 años
Esgar Vera	1 año
Vielca Lemon	1 año
David Guarnizo	1 año

Nota. Se muestran los productores de licor de caña de la ciudad de Loja.

Tabla 31

Promedio mensual de venta de licor de caña

Promedio de venta de licor de caña	Meses en el año	Promedio anual por botella de 750 ml
248	12	2.972

Nota. Datos obtenidos de la encuesta de oferentes tabla 20.

Tabla 32

Oferta total de licor de caña en el mercado

Número de oferentes	Promedio de botellas de 750 ml	Total de botellas de 750 ml anuales
13	2.972	38.640

Nota. Datos obtenidos de la tabla 31

Se pudo determinar la oferta de licor de caña en la ciudad de Loja, obteniendo primeramente un promedio de 2.972 botellas anuales que siendo multiplicadas por los 13 oferentes o productores en este caso se obtuvo un resultado de 38.640 botellas de licor de caña de 750 ml.

7.1.6.1. Proyección de la oferta. Para realizar la proyección de la oferta se consideran los 5 años de vida útil del proyecto, tomando en cuenta la tasa de crecimiento de las bebidas alcohólicas que es del 4,9% según los datos proporcionados por Expansión (2024).

- (Total de botellas oferentes *tasa de crecimiento) + total de botellas oferentes
- $(38.640 * 4,9\%) + 38.640 = 40.533$ (Año 1)

Tabla 33

Proyección de la oferta

Años	Tasa de crecimiento	Oferta proyectada
0	4,9%	38.640
1	4,9%	40.533
2	4,9%	42.519
3	4,9%	44.603
4	4,9%	46.788
5	4,9%	49.081

Nota. Oferta proyectada para los 5 años, datos de la tabla 32.

7.1.7. Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha comprende la demanda de productos que no han sido cubiertos por escasez de oferta, para calcularla se resta la demanda efectiva en producto y el total de la oferta.

Demanda insatisfecha= demanda efectiva en producto – oferta total

Demanda insatisfecha= $1\ 570.118 - 38.640 = 1\ 531.478$

Tabla 34

Demanda insatisfecha

Años	Demanda efectiva en producto (unidades de 750 ml)	Total oferta en botellas (750 ml)	Demanda insatisfecha (unidades de 750 ml)
0	1.570.118	38640	1.531.478
1	1.591.786	40533	1.551.253
2	1.613.753	42519	1.571.233
3	1.636.022	44603	1.591.419
4	1.658.600	46788	1.611.811
5	1.681.488	49081	1.632.407

Nota. Datos obtenidos de las tablas 30 y 33.

7.2. Plan de comercialización

Para la comercialización del licor de caña se considerarán las 4p del marketing que son: producto, precio, plaza y promoción, los cuales sirven para determinar los canales de comercialización y publicidad que serán necesarios para dar a conocer el producto en el mercado.

7.2.1. *Producto*

El producto que se va a ofertar es el licor de caña, una bebida alcohólica elaborada de manera artesanal que se obtiene a partir de la destilación del jugo fermentado de la caña de azúcar. El cual viene en una presentación de 750 ml, con un grado alcohólico de 28% en volumen. Suele ser utilizado para la elaboración de otros tipos de licor y cócteles.

7.2.1.1. Características del producto. Las características que tiene el producto son las siguientes:

- **Nombre del producto:** Caña del Valle
- **Ingrediente principal:** Caña de azúcar
- **Presentación:** Botellas de vidrio de 750 ml
- **Envase:** cubierta con la etiqueta en la cual consta el nombre del producto, logotipo y demás detalles acerca del producto.

7.2.1.2. Marca. La marca es una representación gráfica del producto que se va a ofertar al mercado, el cual facilita su identificación gracias a los colores llamativos, ilustraciones y el nombre del mismo.

Figura 2

Marca del producto



Nota. La figura muestra la marca del licor de caña.

7.2.1.3. Slogan. “La tradición a tu alcance”.

7.2.1.4. Etiqueta. En la etiqueta consta toda la información acerca del producto, la cual lo diferencia de los demás, en el caso del licor de caña esta contiene el nombre del producto, marca, logotipo, dirección, cantidad de producto, ingredientes, grado alcohólico y notificación sanitaria.

En la etiqueta se consideraron aspectos como:

Ingredientes: se describen cada uno de los ingredientes de los que está compuesto el producto para conocimiento de los clientes y así generar confianza en los mismos.

Cantidad en ml: corresponde a la cantidad de contenido de licor de caña, la cual cuenta con una presentación de 750 ml.

Logo: es la representación gráfica utilizada para realizar la publicidad del producto, diferenciarlo y que así el público lo pueda identificar fácilmente cuando desee adquirirlo.

Grado alcohólico: se detalla el grado alcohólico en volumen que tiene el licor de caña, el cual es de 28%. De manera que los clientes estén informados sobre la cantidad de alcohol que tiene el producto y así puedan moderar el consumo.

Figura 3

Etiqueta



Nota. La figura muestra la etiqueta del licor de caña.

7.2.1.5. Presentación del producto

La presentación del licor de caña es en botellas de vidrio con un contenido de 750 ml, la cual tiene mayor acogida según los resultados obtenidos en el estudio de mercado.

Figura 4

Presentación del producto



Nota. Presentación del producto.

7.2.2. Precio

El precio se refiere al valor monetario que tiene el producto para que las personas puedan adquirirlo. Para determinarlo se toman en cuenta los costos totales de producción, el precio de la competencia y el margen de utilidad.

En el caso del licor de caña en la presentación de 750 ml su precio es de \$6,00.

7.2.3. Plaza

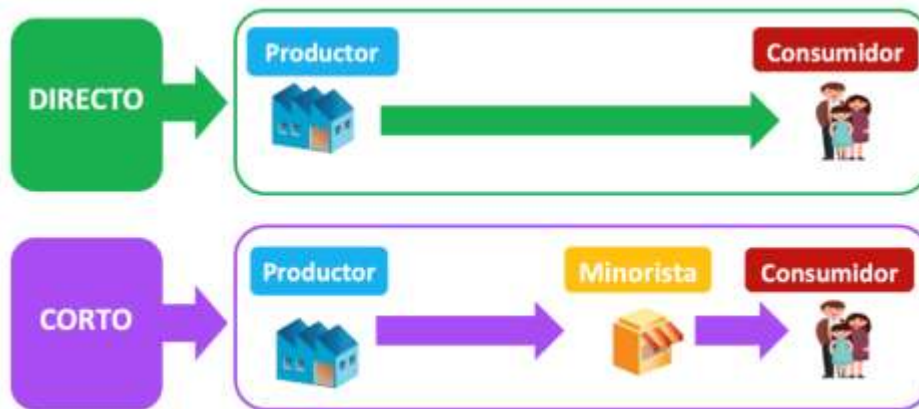
El licor de caña se comercializará dentro de la ciudad de Loja, sin embargo, cabe recalcar que ya lo comercializa en otros cantones de la provincia de Loja, los principales canales de comercialización del producto que la empresa utiliza son:

Canal directo: la empresa comercializa el producto directamente a los consumidores finales a través de ferias y eventos.

Canal corto: el producto se comercializa por medio de los diferentes establecimientos comerciales como tiendas, micromercados y licorerías de la ciudad de Loja, Cuenca y Riobamba.

Figura 5

Canal de distribución



7.2.4. Promoción

La promoción persigue el objetivo de incentivar o motivar al cliente a adquirir el licor de caña que se ofertará y así poder posicionarse en la mente del consumidor. De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta a los demandantes exactamente en la pregunta 15, las personas indicaron que prefieren los descuentos al realizar la compra del licor de caña.

- **Descuentos:** en fechas especiales como navidad, fin de año, carnaval, día de la madre y del padre se realizarán descuentos por compras a partir de dos botellas de 750 ml. Además, se realizarán dinámicas por medio de las redes sociales de la empresa para generar impacto.

Figura 6

Descuentos



Nota. Diseñado en la plataforma Canva.

7.2.5. Publicidad

Para dar a conocer el licor de caña al público se utilizan redes sociales como Facebook e Instagram ya que son las más populares en la actualidad. Por lo tanto, constituyen el medio por el cual se lleva a cabo la promoción del producto de manera que llegue a más personas y así puedan conocerlo y posteriormente adquirirlo. También, permiten interactuar con los clientes, para así mejorar la relación con los mismos y garantizar una excelente calidad de servicio.

Figura 7

Página de Facebook



Nota. <https://www.facebook.com/Caniadelvalle>

Figura 8

Página de Instagram



Nota. <https://www.instagram.com/canadelvalle?igsh=MTJxdGJ2MW1qajd4NA==>

Tabla 35

Presupuesto de publicidad

Cantidad mensual	Detalle	Costo unitario	Costo Total Mensual	Costo Total Anual
4	Publicidad en Facebook	1,75	7,00	84,00
4	Publicidad en Instagram	1,75	7,00	84,00
Total			45,00	168,00

Nota. Presupuesto de publicidad

7.3. Estudio técnico

En el estudio técnico se toman en consideración los materiales que se van a necesitar para llevar a cabo el proceso de producción del licor de caña, además aspectos como la macro y micro localización, tamaño de la empresa, localización, flujograma de procesos y otros aspectos que se ven involucrados en la producción del licor de caña.

7.3.1. *Tamaño y localización*

7.3.1.1. Tamaño. Para definir el tamaño se consideró la capacidad de producción que tiene la empresa para lo cual se toma en cuenta la producción anual. La capacidad instalada fue la capacidad de producción utilizada que se tomó como base para calcular el tamaño de la empresa.

7.3.1.2. Capacidad Instalada. Es la producción máxima que puede tener la empresa en un determinado tiempo, la cual se toma en base al componente tecnológico que en este caso corresponde al alambique en el cual se realiza la destilación del jugo fermentado de caña.

El alambique tiene una capacidad de destilación de 250 litros de jugo fermentado de caña en 5 días.

La capacidad instalada se determinó realizando el siguiente procedimiento:

1. Se considera la producción del lote en litros que corresponde a 300 litros de licor fermentado de caña.
2. Los días del año que son 365 se dividen para los 6 días de producción del lote dando como resultado los lotes anuales.
3. Para calcular la producción anual en litros se multiplican la producción del lote en litros por los lotes que se realizan anualmente.
4. Por último, la producción anual en litros se divide para 0,75 que representa los 750 ml que contiene cada unidad de licor de caña, obteniendo así la producción anual en unidades.

Tabla 36

Capacidad instalada

Producción lote (litros)	Días producción lote	Días anual	Lotes (anual)	Produc anual (litros)	Presentación ml	Produc anual (unidades 750 ml)
250	5	365	73	18.250	0,75	24.333

Nota. Capacidad instalada en base al componente tecnológico.

7.3.1.3. Capacidad utilizada. Se refieren a las unidades de licor de caña que se van a producir en función de la capacidad instalada de la máquina. Se tomó en consideración las regulaciones legales vigentes en el país, como las 8 horas diarias de jornada laboral y los 5 días de la semana, cumpliendo de esta forma con la normativa.

Para determinar la capacidad utilizada se procedió a realizar lo siguiente:

1. El valor de la producción se multiplica por el porcentaje de utilización de la maquinaria.
2. Los lotes anuales se obtienen dividiendo los 260 días de trabajo para los 6 días que dura la producción de un lote.
3. La producción anual en litros resulta de la multiplicación entre la producción del lote en litros y los lotes anuales.
4. Para obtener la producción anual por unidades se divide los litros anuales producidos para 0,75, el valor es el mismo para los 5 años ya que se hace uso el 100% de la capacidad que tiene la máquina.

CU en unidades= $13000 / 0,75 = 17333$ unidades al año.

Tabla 37

Capacidad utilizada

Producción por lote (litros)	%Utiliza maquinaria	Días de producción lote	Días anual trabajo	Lotes anual	Produc anual (litros)	Prod anual unidad (750ml)
250	100%	5	260	52	13000	17333

Nota. Capacidad utilizada en función de la capacidad instalada y normativa vigente.

7.3.1.4. Capacidad de reserva

La reserva se refiere a la cantidad producción que no se utiliza y que se encuentra en espera hasta que sea utilizada.

Se calcula restando la capacidad instalada y la capacidad utilizada, dando como resultado el total de unidades que puede producir, pero que por el momento se están utilizando.

Se procedió de la misma forma para todos los años siguientes, ya que la utilización de la máquina es del 100%.

Tabla 38

Capacidad de reserva

Capacidad instalada unidades de 750 ml	Capacidad utilizada unidades de 750 ml	Capacidad reserva unidades de 750 ml
24.333	17.333	7.000

Nota. Datos obtenidos de la tabla 35 y 36.

7.3.1.5. Participación en el Mercado. La participación en el mercado se determina dividiendo la capacidad utilizada en unidades para el total de la demanda insatisfecha, el resultado se multiplica por el 100%, obteniendo así el porcentaje de participación en el mercado, que para cada año este será variado.

Tabla 39

Participación en el mercado

Años	Demanda insatisfecha	Capacidad utilizada	Participación en el mercado
1	1.551.253	17.333	1,12%
2	1.571.233	17.333	1,10%
3	1.591.419	17.333	1,09%
4	1.611.811	17.333	1,08%
5	1.632.407	17.333	1,06%

Nota. Datos obtenidos de las tablas 34 y 37.

7.3.2. Localización

Hace referencia al área geográfica en la que se encuentra ubicada la empresa “Caña del Valle”, considerando aspectos económicos, empresariales y del mercado.

7.3.2.1. Macro Localización. Se refiere a la ubicación exacta de la empresa, la cual se presenta preferentemente utilizando mapas geográficos de la zona donde se encuentra.

La empresa “Licores Caña del Valle” está ubicada en el país de Ecuador, en la región 7, provincia de Loja, cantón Loja, parroquia Malacatos.

Figura 9

Macro Localización

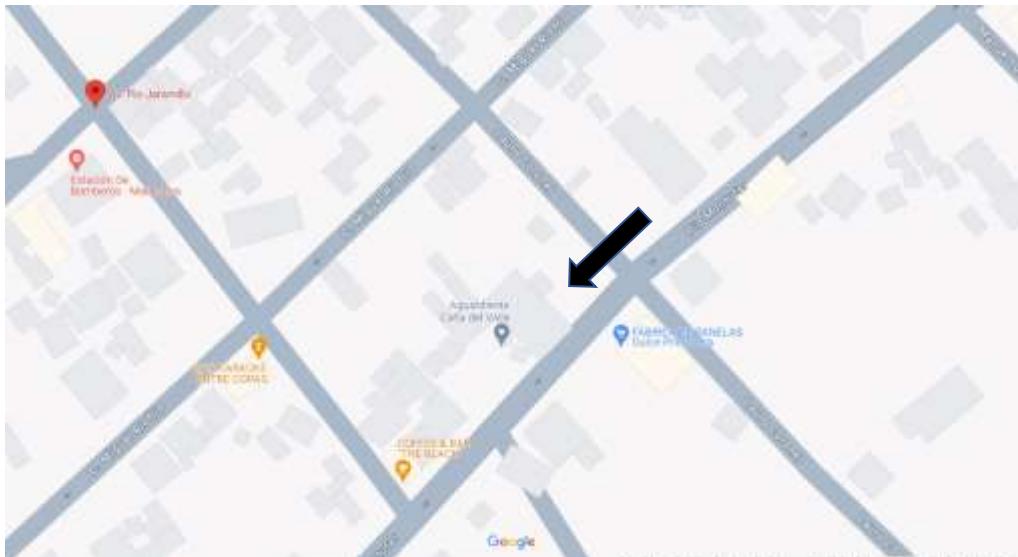


Nota. https://vivecuador.com/html2/esp/loja_es.htm

7.3.2.2. Micro localización. La empresa “Licores Caña del Valle” se encuentra ubicada en la parroquia Malacatos, calle Pío Montufar y Lauro Coronel. El lugar cuenta con instalaciones adecuadas para realizar el proceso productivo del licor de caña, que luego será transportado y comercializado en la ciudad de Loja.

Figura 10

Micro localización



Nota. Dirección de la empresa. Fuente Google maps (2024).

7.3.2.3. Factores de localización

Se refieren a los aspectos que conlleven a mantener un buen funcionamiento de la empresa, garantizando así que el proceso productivo sea llevado a cabo de la mejor manera.

Se consideran factores como:

- 1. Servicios básicos:** el lugar donde se encuentra la empresa cuenta con los servicios básicos necesarios como: agua, energía eléctrica, internet, teléfono, alcantarillado y recolector de basura.
- 2. Materia prima:** la materia prima que se utiliza para elaborar el licor es la caña de azúcar la cual se cultiva y cosecha en la parroquia Malacatos, lugar en el que se encuentra la empresa.
- 3. Mano de obra:** la empresa cuenta con personal capacitado y con experiencia en la producción de licor de caña, garantizando así la calidad del producto.
- 4. Vías de comunicación y medios de transporte:** el lugar cuenta con vías que hacen posible la movilización en los diferentes medios de transporte para distribuir el producto terminado a los diferentes cantones donde se comercializa.

7.3.3. Ingeniería del proyecto




Comprende varios factores como la maquinaria, componente tecnológico, infraestructura física, distribución de la planta, y el proceso de producción que son indispensables para fabricar el producto.

7.3.3.1. Componente Tecnológico. Se debe determinar toda la maquinaria y equipos necesarios para poder llevar a cabo la producción del producto y así garantizar la calidad del producto, el cual es el licor de caña.

7.3.3.1.1. Maquinaria y Equipo de Producción. Son todos los equipos que se utilizan durante el proceso productivo del licor de caña, los cuales se detallan a continuación:

Tabla 40

Maquinarias y equipos

Figura	Características
<p>Trapiche</p> 	<p>Cantidad: 1 Material: acero inoxidable Voltaje: 220v Precio: \$1.500,00 Peso: 65 kg Características: Procesa 60kg/ hora, motor de dos caballos con transmisión por cadena, con tres masas para extracción para extraer 95% de jugo de caña, diámetro de la caña 45mm.</p>
<p>Tanque de fermentación</p> 	<p>Cantidad: 2 Material: acero inoxidable Capacidad: 700 L Precio: \$800,00 Características: cuenta con capa intermedia, de aislamiento, calefacción, refrigeración y aislamiento, limpieza CIP y esterilización SIP (121°C/0,1MPa), fácil de usar, nivel bajo de ruido, ahorro de energía, buen efecto de fermentación.</p>
<p>Refractómetro de azúcar</p> 	<p>Cantidad: 1 Material: cobre Precio: \$45,00 Características: diseño con forma aerodinámica con lente de vidrio óptico, monitor de alcoholímetro 0-80%, con rango de compensación de 10-30°C.</p>
<p>Alambique</p>	<p>Cantidad: 1 Material: acero inoxidable</p>



Filtros de carbón activado

Capacidad: 900 L
Precio: \$1000,00
Características: cuenta con termómetro de control de destilación.



Bomba de agua 0,75hp

Cantidad: 3
Precio: \$100,00
Características: membrana de 10'', carbón activado en polvo compacto en bloque, se puede filtrar gran cantidad de agua.



Cantidad: 1
Voltaje: 110v
Peso: 10 kg
Precio: \$300,00
Características: aspiran agua aún habiendo presencia de aire combinado con el líquido que se bombea, facilidad de uso.

Tanques de acero inoxidable



Cantidad: 2
Capacidad: 100 litros
Precio: \$400,00
Características: dimensiones de 27 x 20 x 20 pulgadas. Válvula de acero inoxidable.

Embotelladoras manuales



Cantidad: 3
Capacidad: 300 botellas/hora
Precio: \$400,00
Características: caños de 6 unidades, fabricada en acero inoxidable, elevación de las botellas con leva manual.

Codificadora

Cantidad: 1



Precio: \$300,00

Características: potencia de 25w, impresión con o sin contacto, impresión de hasta 12 líneas, calidad de impresión 600 DPI, recargable, memoria de 4GB.

7.3.3.2. Infraestructura Física. Se refiere al lugar de trabajo en el cual la empresa desarrolla sus actividades administrativas, de producción y comercialización, el mismo dispone de los espacios necesarios para ejecutar las diferentes tareas.

7.3.3.3. Distribución de la Planta. La empresa funciona en un local propio que cuenta con un espacio de 360 m², el cual está distribuido en diferentes áreas como: área de producción de materia prima, bodega general y área de producción de productos terminados.

Gerencia	20 m ²
Área de contabilidad	18 m ²
Área de ventas	18 m ²
Área de producción	144 m ²
Bodega de productos terminados	25 m ²
Área de embotellado	120 m ²
Baño	15 m ²
Total	360 m²

Figura 11

Distribución de la planta



Nota. Distribución de la planta realizada por la autora.

7.3.3.4. Proceso de producción. Consiste en los pasos que se deben realizar para transformar la materia prima que en este caso es la caña de azúcar en el producto terminado (licor de caña), se describen cada una de las actividades que se llevan a cabo durante el proceso productivo, así como el tiempo que conlleva cada una de ellas.







1. **Recepción de materia prima:** primeramente, se adquiere la materia prima que es la caña de azúcar, la cual se cultiva y cosecha en la misma localidad.
2. **Control de calidad:** luego de obtener la caña de azúcar se procede a verificar las cañas de azúcar que se encuentren en buen estado, dejando de lado aquellas que no se encuentren en condiciones óptimas para ser procesadas.
3. **Molienda:** las cañas de azúcar seleccionadas se muelen en el trapiche para así extraer el jugo de caña que posteriormente pasará por un proceso de fermentación.
4. **Fermentación del jugo de caña:** el jugo de caña se coloca en los tanques de fermentación para que se convierta en alcohol bajo condiciones controladas, así mismo se usa el refractómetro de azúcar para medir la concentración de azúcar en el jugo de caña hasta que este alcance el nivel adecuado, ya que la concentración de azúcar debe disminuir para que se produzca la fermentación.

5. **Destilación:** el jugo de caña fermentado se coloca en el alambique para separar el alcohol del líquido fermentado mediante evaporación y condensación.
6. **Hidratación:** el alcohol obtenido es diluido con agua para alcanzar el grado alcohólico deseado, para ello se utiliza una bomba de agua 1hp.
7. **Filtrado:** se utilizan filtros de carbón activado de 0,75hp para eliminar impurezas y así obtener una bebida más clara y limpia. Así mismo, se utiliza la bomba de agua 0,75hp.
8. **Preparación:** el alcohol previamente filtrado se coloca en tanques de acero inoxidable.
9. **Embotellado:** se procede a colocar el licor de caña en botellas de 750 ml haciendo uso de embotelladoras manuales.
10. **Etiquetado y codificación:** finalmente, se colocan las etiquetas en las botellas de forma manual en las cuales se incluye un código de barras y demás especificaciones del producto.
11. **Almacenado:** los productos terminados son llevados a bodega para posteriormente ser comercializados.

7.3.3.5. Flujograma de procesos. Es una representación gráfica en la cual se describe todo el proceso productivo del licor de caña mediante una simbología y con sus tiempos.

Tabla 41

Simbología del flujograma


Símbolos	Significado
	Inicio/fin
	Operación
	Inspección
	Demora
	Transporte
	Almacenamiento

Nota. Se muestra la simbología de los procesos.

Tabla 42

Flujograma de procesos

N°	Proceso productivo	Simbología	Tiempo
----	--------------------	------------	--------



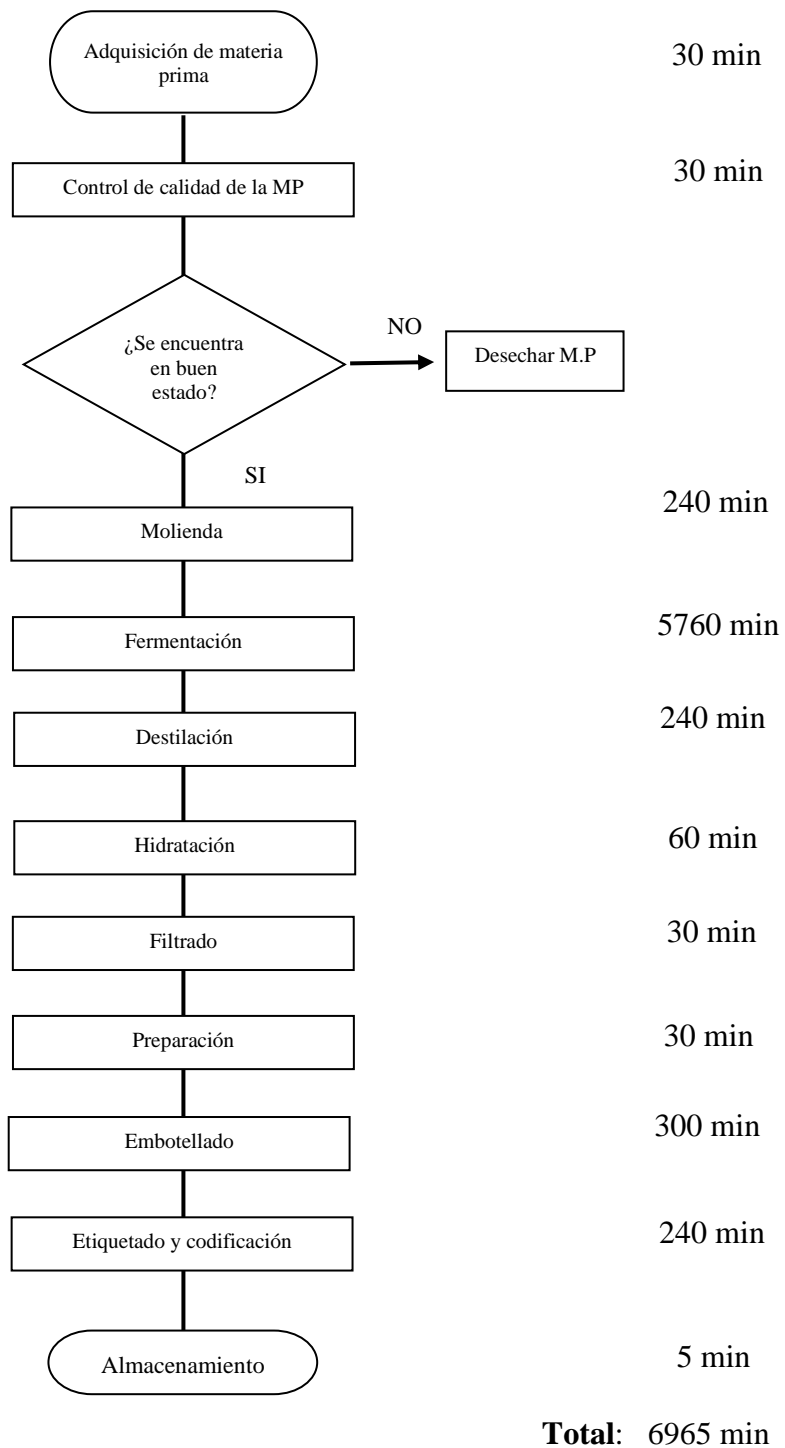
1	Recepción de materia prima	x		8	min
2	Control de calidad		x	5	min
3	Molienda	x		240	min
4	Fermentación del jugo de caña			5760	min
5	Destilación		x	240	min
6	Hidratación	x		60	min
7	Filtrado	x		30	min
8	Preparación	x		30	min
9	Embotellado	x		300	min
10	Etiquetado y codificación	x		240	min
11	Almacenado			5	min
Total en minutos				6918	min
Total en horas				115	h
Total en días				5	días

Nota. Proceso de producción de licor de caña “Caña del Valle”.

7.3.3.6. Diagrama de flujo. Es la representación gráfica del proceso productivo del licor de caña “Caña del Valle”.

Figura 12

Diagrama de flujo



El proceso de producción del licor de caña tiene una duración de 5 días para producir 1444 botellas de 750 ml en un mes.

7.3.3.7. Balance de materiales. Para calcular la producción de licor de caña se consideró la producción mensual de 1444 botellas, ya que un lote de producción de 250 litros dura 5 días. Por lo tanto, en un año se producen 52 lotes (260 días laborables/ 5 días= 52) y si se los divide para los 12 meses del año da como resultado 4 lotes mensuales. En base a la capacidad utilizada la producción anual en unidades es de 17333 botellas al año que divididas para los 12 meses da como resultado 1444 botellas mensuales.

Tabla 43

Balance de materiales

Materia prima año 1,2,3,4.5	Cantidad mensual	Unidad de medida	Costo unitario	Cantidad anual	Costo total anual
Caña de azúcar	1.806,44	Kg	0,15	21.677,33	3.251,60
Edulcorante (sorbitol)	0,27	Kg	6,00	3,25	19,49
Total					3.271,09

Nota. Insumos necesarios para la elaboración del producto.

7.4. Estudio organizacional

7.4.1. Diseño organizacional

El diseño organizacional está basado directamente en la jerarquía que se representa en los organigramas estructural, funcional y operacional, con mayor énfasis en los manuales de funciones que explican los roles, funciones, responsabilidades y procedimientos que se llevan a cabo dentro de la organización.

7.4.2. Base legal

El emprendimiento “Licores Caña del Valle” está constituido como un negocio popular, por ende, cuenta con un RUC obligatorio para persona natural, es por ello que no está obligado a llevar contabilidad, sin embargo, presenta declaraciones al IVA y cancela el impuesto a la renta.

Nombre del emprendimiento

“Licores Caña del Valle”

Objeto social

Producción y venta de bebidas alcohólicas.

Representante legal

Gerente propietario Sr. Nelson Fabricio Jara Morán.

Así mismo, la empresa cumple con algunos requisitos para obtener los permisos correspondientes para su funcionamiento.

Requisitos para obtener permiso de funcionamiento para negocio popular

- Copia del Registro Único de Contribuyentes.
- Formulario otorgado por el municipio.
- Copia de la cédula del propietario.
- Balance general del emprendimiento.
- Declarar el capital inicial de operación.
- Pago de patente municipal.
- Permiso de bomberos.
- Permiso del Ministerio de Salud.

Requisitos para obtener el permiso de funcionamiento de establecimientos destinados a la destilación, rectificación y mezclas de bebidas alcohólicas.

- Título del Técnico responsable del establecimiento.
- Categorización otorgada por el MIPRO.
- Métodos y procesos que se emplearán para: materia prima, método de fabricación, envasado y material del envase, sistema de almacenamiento de producto terminado.
- Número de empleados por sexo y ubicación: administración, técnico y operarios.
- Planos de la empresa con la ubicación de los equipos y flujo de procesos.
- Planos de empresa a escala 1:50 con la distribución de áreas.
- Información referente al edificio.
- Detalle de los productos que se fabrican.

Requisitos para la obtención del registro sanitario

- Diseño de etiqueta del producto.
- Código de lote.
- Proceso de producción.
- Especificaciones técnicas de los envases.
- Datos personales para facturación.
- Ensayos de laboratorio.
- Formulación e ingredientes del producto.

Requisitos para obtener el permiso del Ministerio de Salud

- Exámenes de laboratorio.
- Permiso de bomberos.

- Copia del Registro Único de Contribuyentes.
- Certificación médica.
- Informe de sanidad.

7.4.3. Filosofía empresarial.

Aquí se plasman las prácticas, comportamientos y manera de trabajo del emprendimiento “Licores Caña del Valle”, los cuales son una guía para alcanzar los objetivos que tiene planteados.

7.4.3.1. Misión. Producir y comercializar un producto final que represente una actividad tradicional de la parroquia Malacatos, a través del aprovechamiento de la materia prima local como es la caña de azúcar para así ofrecer bebidas alcohólicas de calidad a los consumidores y generar fuentes de empleo que contribuyan al desarrollo económico de la localidad.

7.4.3.2. Visión. En los próximos cinco años, ser líder en el mercado local y nacional de bebidas alcohólicas, ofreciendo experiencias únicas a nuestros clientes y una amplia variedad de productos de alta calidad que fusionan la tradición con la modernidad, destacándonos de la competencia.

7.4.3.3. Objetivos Estratégicos

- Constituirse como una Sociedad por Acciones Simplificadas.
- Ampliar la cartera de productos.
- Posicionar la marca dentro del mercado, ganando mayor competitividad.

7.4.3.4. Valores. “Licores Caña del Valle” realiza sus operaciones manteniendo los siguientes valores:

- **Responsabilidad:** promovemos prácticas éticas y damos cumplimiento a las normativas vigentes garantizando el bienestar de la comunidad.
- **Calidad:** en todos los productos, seleccionando las mejores materias primas y optimizando los procesos.
- **Sostenibilidad:** implementación de prácticas ecológicas con el fin de minimizar el impacto ambiental.
- **Innovación:** explorar nuevas ideas y tendencias en el mercado para crear nuevos productos.

7.4.3.5. Políticas. El emprendimiento “Licores Caña del Valle” no cuenta con políticas actualmente. Sin embargo, se proponen algunas políticas que el emprendimiento podría implementar:

- Mantener un entorno laboral seguro e inclusivo.
- Respetar la privacidad y confidencialidad de la información de la empresa.
- Utilizar la vestimenta adecuada en el área de producción.
- Ofrecer capacitaciones a los empleados que contribuyan a su desarrollo profesional.
- Dar cumplimiento a las normas y regulaciones vigentes.

7.4.4. Estructura organizacional.

La estructura organizacional comprende cómo están organizados y asignados los diferentes puestos, las funciones y responsabilidades que deben cumplir todos los miembros de la organización, mediante el uso de organigramas y manuales de funciones.

7.4.4.1. Niveles Jerárquicos. Estos niveles se conforman por cada uno de los miembros de la organización, los cuales se establecen tomando en cuenta el grado de autoridad y responsabilidad que mantienen.

Nivel ejecutivo: en este nivel se encuentra el gerente, que es quien toma las decisiones acerca de las actividades que se desarrollan en la empresa, así como también dirigir al equipo de trabajo para mantener un buen desempeño.

Nivel asesor: lo conforma el asesor jurídico que se contrata temporalmente cuando se requiere de sus servicios.

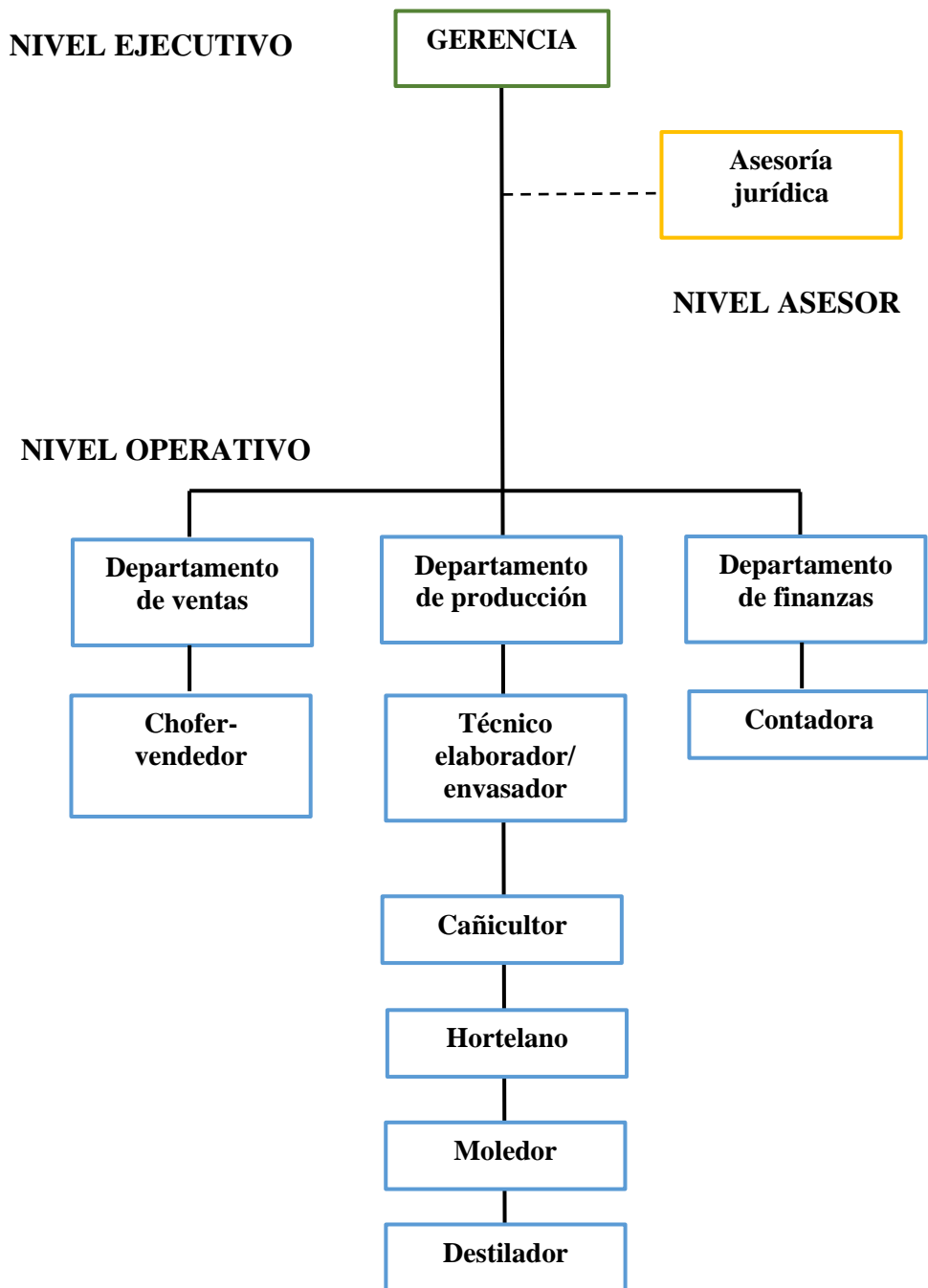
Nivel auxiliar o de apoyo: en este nivel se encuentra la secretaria quién ayuda con el manejo de la información de todas las áreas de la empresa.

Nivel operativo: se constituye por todas las áreas que operan en la organización.

7.4.4.2. Organigrama Estructural. En este organigrama se describe cómo está conformada la empresa, siguiendo una línea de autoridad. A continuación, se muestran los diferentes puestos y su nivel jerárquico.

Figura 13

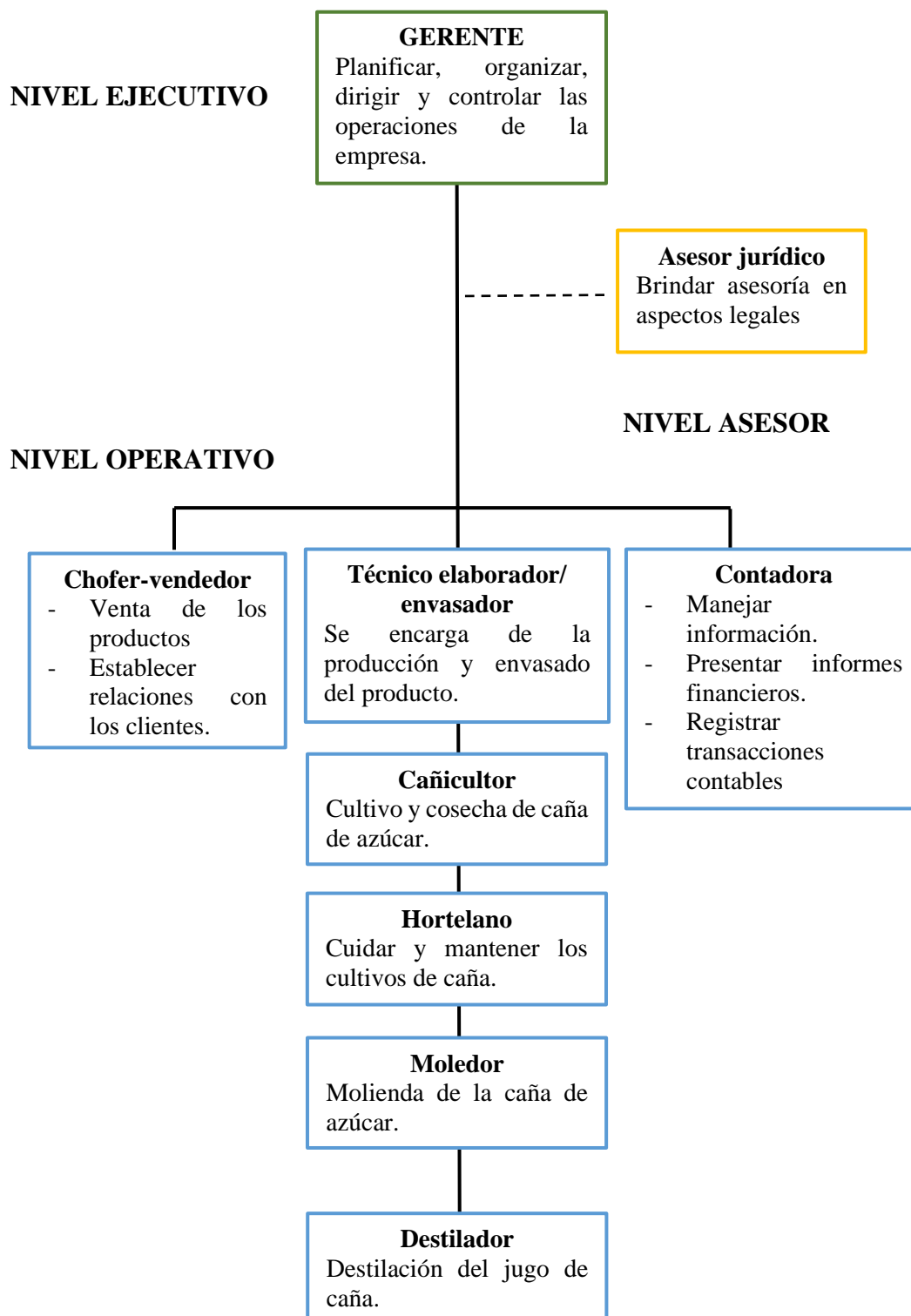
Organigrama estructural



7.4.4.3. Organigrama Funcional. Aquí se detallan las funciones que cumple cada una de las áreas que conforman el emprendimiento “Licores Caña del Valle”.

Figura 14

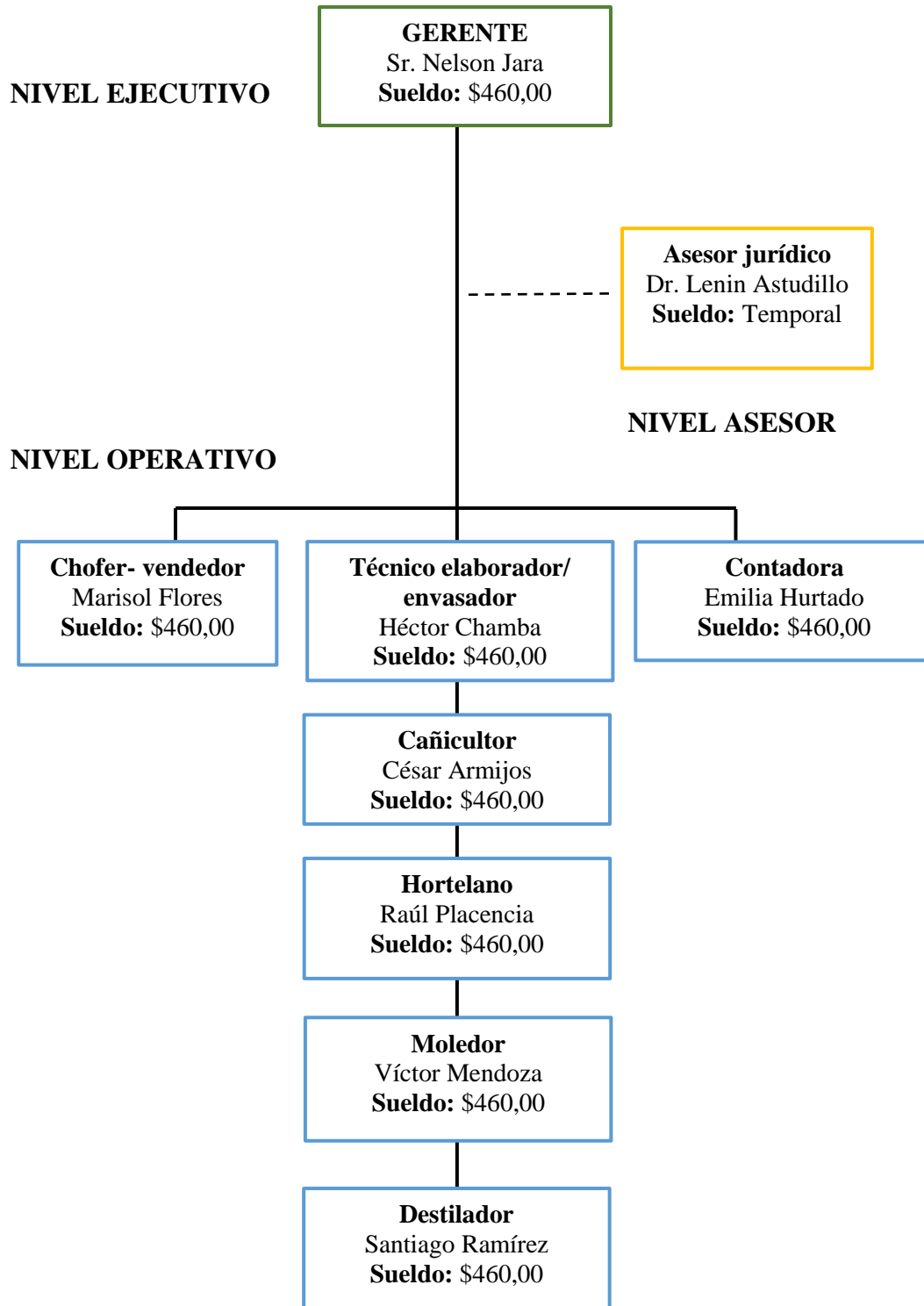
Organigrama funcional



7.4.4.4. Organigrama Posicional. En este tipo de organigrama se plasman los nombres de las personas encargadas de cada área o unidad de trabajo, así como el sueldo que reciben.

Figura 15

Organigrama posicional



7.4.4.5. Manuales de Funciones. En los manuales de funciones se detallan los puestos que existen en una empresa, los cuales deben incluir las funciones que debe cumplir cada empleado en su respectiva área de trabajo, así como también los conocimientos y destrezas que debe tener para desempeñar un determinado cargo. A continuación, se detallan los manuales de funciones del emprendimiento “Caña del Valle”.

Tabla 44

Manual de funciones del gerente

“Licores Caña del Valle”	
Código:	001
Nivel jerárquico:	Ejecutivo
Nombre del cargo:	Gerente
Departamento:	Gerencia
Descripción del cargo	
Es encargado planificar, organizar, dirigir y controlar las operaciones que se llevan a cabo en la empresa de manera que se garantice el logro de los objetivos planteados.	
Descripción de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Tomar decisiones oportunas para resolver los conflictos que pudieran darse en la empresa. • Orientar al personal en cualquier duda que se les presente sobre el desarrollo de las actividades. • Implementar estrategias de negocio para garantizar la rentabilidad. • Evaluar el desempeño de los empleados. • Mantener relaciones con proveedores, clientes y demás grupos de interés. • Representar jurídicamente a la empresa. 	
Características del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> • Tiene capacidad de liderazgo, habilidades de comunicación y negociación y coordina las actividades de los empleados. 	
Requisitos mínimos	
<ul style="list-style-type: none"> • Título en Administración de Empresas. • Cursos de administración y marketing. 	

Nota. Manual de funciones para el gerente general de la empresa.

Tabla 45*Manual de funciones de asesor jurídico*

“Licores Caña del Valle”	
Código:	002
Nivel jerárquico:	Asesor
Nombre del cargo:	Asesor jurídico
Departamento:	Asesoría jurídica
Descripción del cargo	
Se encarga de brindar asesoría e informar sobre aspectos legales de la empresa.	
Descripción de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Asesorar a la empresa en asuntos legales. • Redactar, revisar y negociar contratos de la empresa. • Garantizar que se cumplan las leyes y regulaciones vigentes. • Defender los intereses de la empresa en los procesos judiciales. 	
Características del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener autoridad funcional, ya que no tiene la posibilidad de tomar decisiones en cuanto a temas legales porque interviene eventualmente. 	
Requisitos mínimos	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de abogado. • Un año de experiencia en actividades afines. 	

Nota. Manual de funciones para el asesor jurídico.

Tabla 46*Manual de funciones de contadora*

“Licores Caña del Valle”	
Código:	004
Nivel jerárquico:	Operativo
Nombre del cargo:	Contadora
Departamento:	Contabilidad
Descripción del cargo	
Gestionar y procesar documentos e información confidencial de la empresa y llevar a cabo operaciones contables.	
Descripción de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Actualizar permanentemente el sistema contable de la empresa. • Mantener organizados los registros contables. • Efectuar análisis financieros. • Desarrollar los estados financieros. • Llevar un control de los gastos que se realizan. 	
Características del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> • Tener conocimiento, capacidad y responsabilidad para gestionar la información contable de la empresa. 	
Requisitos mínimos	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de Contabilidad y Auditoría. • 1 año de experiencia en funciones afines. • Curso de contabilidad. 	

Nota. Manual de funciones para contadora.

Tabla 47*Manual de funciones de técnico de elaboración de licores y envasador*

“Licores Caña del Valle”	
Código:	005
Nivel jerárquico:	Operativo
Nombre del cargo:	Técnico elaborador de licores/ensador
Departamento:	Producción
Descripción del cargo	
Es responsable de la producción y envasado de los licores, garantizando que cumpla con los estándares de calidad y normas sanitarias.	
Descripción de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Manejar y mantener la maquinaria de producción y envasado de licores. • Cumplir con las actividades que conlleva todo el proceso de producción del producto. • Registrar y dar a conocer sobre alguna irregularidad que pudiera darse durante la producción. • Coordinar con el equipo de producción para optimizar los procesos y tiempos de cada actividad que se lleva a cabo. 	
Características del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> • Tener conocimiento y capacidad sobre la producción de licores, así como también de las normas de seguridad e higiene 	
Requisitos mínimos	
Técnico en procesos industriales, alimentos y bebidas o alguna rama relacionada.	
Experiencia en manejo de maquinaria de producción y envasado.	

Nota. Manual de funciones para técnico de elaboración de licores y envasador.

Tabla 48*Manual de funciones para cañicultor*

“Licores Caña del Valle”	
Código:	006
Nivel jerárquico:	Operativo
Nombre del cargo:	Cañicultor
Departamento:	Producción
Descripción del cargo	
Es el responsable de la preparación y mantenimiento de los cultivos de caña de azúcar, así como también de la cosecha.	
Descripción de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Preparar y mantener los cultivos de caña en condiciones óptimas. • Plantar, regar y fertilizar la caña de azúcar. • Monitorear el crecimiento de las plantas de caña de azúcar para evitar posibles plagas. • Cosechar la caña de azúcar cuando sea temporada. 	
Características del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> • Tener conocimiento en técnicas agrícolas y cuidado de los cultivos. • Capacidad para operar maquinaria de tipo agrícola. 	
Requisitos mínimos	
<ul style="list-style-type: none"> • 1 año de experiencia en funciones similares. 	

*Nota.* Manual de funciones para cañicultor.

Tabla 49*Manual de funciones para hortelano*

“Licores Caña del Valle”	
Código:	007
Nivel jerárquico:	Operativo
Nombre del cargo:	Hortelano
Departamento:	Producción
Descripción del cargo	
Es el responsable de cuidar y mantener las plantas de caña de azúcar, garantizando que estén libres de malezas.	
Descripción de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Cuidar y mantener los cultivos de caña de azúcar. • Detectar y tratar enfermedades y plagas en los cultivos. • Asegurar que las plantas se encuentren en buen estado. 	
Características del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> • Tener conocimientos en horticultura y cuidado de plantas. • Habilidad para trabajar al aire libre. • Tener capacidad para utilizar herramientas de jardinería. 	
Requisitos mínimos	
<ul style="list-style-type: none"> • 1 año de experiencia en funciones similares. 	

Nota. Manual de funciones para hortelano.

Tabla 50*Manual de funciones para moledor*

“Licores Caña del Valle”	
Código:	008
Nivel jerárquico:	Operativo
Nombre del cargo:	Moledor
Departamento:	Producción
Descripción del cargo	
Es el responsable de llevar a cabo la molienda de la caña de azúcar para extraer el jugo de caña de azúcar que se necesita para elaborar el licor de caña.	
Descripción de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Operar la maquinaria de molienda para extraer el jugo de caña de azúcar. • Realizar la limpieza y mantenimiento de la maquinaria. 	
Características del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> • Habilidad y conocimientos para manejar la maquinaria para la molienda. 	
Requisitos mínimos	
<ul style="list-style-type: none"> • 1 año de experiencia en funciones similares. 	

*Nota.* Manual de funciones para moledor.**Tabla 51***Manual de funciones para destilador*

“Licores Caña del Valle”	
Código:	009
Nivel jerárquico:	Operativo
Nombre del cargo:	Destilador
Departamento:	Producción
Descripción del cargo	
Es responsable del proceso de destilación del jugo de caña extraído, monitorear el proceso y asegurar la calidad del producto obtenido.	
Descripción de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Operar los alambiques para la destilación. • Monitorear el proceso de destilación. • Realizar ajustes y controles en caso de ser necesario • Mantener y limpiar los alambiques. 	
Características del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> • El puesto requiere de conocimientos en el proceso de destilación y habilidad para manejar los equipos de destilación. 	
Requisitos mínimos	
<ul style="list-style-type: none"> • 1 año de experiencia en funciones similares. 	

*Nota.* Manual de funciones para destilador.

Tabla 52*Manual de funciones para vendedor*

“Licores Caña del Valle”	
Código:	010
Nivel jerárquico:	Operativo
Nombre del cargo:	Vendedor
Departamento:	Ventas
Descripción del cargo	
Es el encargado de realizar la venta de los productos, estableciendo relaciones con los clientes y garantizando su satisfacción.	
Descripción de funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Promover y vender los productos a clientes actuales y nuevos. • Identificar oportunidades de venta dentro del mercado. • Mantener y fortalecer relaciones con los clientes de la empresa. • Registrar y poner en conocimiento las ventas diarias. • Escuchar y resolver dudas y quejas de los clientes de forma oportuna. • Realizar el informe de las ventas realizadas. 	
Características del puesto	
<ul style="list-style-type: none"> • El puesto requiere de habilidades de comunicación y negociación, orientación al cliente y capacidad para crear relaciones. 	
Requisitos mínimos	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller o título de tercer nivel en Administración de Empresas o Marketing. • 1 año de experiencia en funciones similares. 	



Nota. Manual de funciones para técnico de elaboración de licores y envasador.

7.5. Estudio financiero

En el estudio financiero se examina la viabilidad del proyecto, organizando todos los recursos materiales, humanos y tecnológicos que se requieren en términos monetarios. La información que se obtenga de este análisis económico de la empresa será fundamental para llevar a cabo la evaluación financiera del proyecto.

7.5.1. Inversiones

Para que la empresa pueda funcionar necesita invertir en activos fijos, diferidos y circulantes.

7.5.2. Activos fijos

Hacen referencia a los bienes tangibles que son necesarios para que la empresa pueda funcionar y llevar a cabo el proceso productivo. La vida útil de estos bienes es superior a un año, por lo que su valor disminuye con el paso del tiempo y debe realizarse su respectiva depreciación.

7.5.2.1. Terreno. Hace referencia al lugar en el cual se encuentra ubicada la infraestructura de la empresa, el cual es un terreno de 360 m cuadrados y cada metro cuadrado tiene un valor de \$60, siendo el costo total del terreno \$21.600,00.

Tabla 53

Terreno

Detalle	Cantidad m2	Costo m2	Costo Total
Terreno	360	60,00	21.600,00
Total			21.600,00

Nota. Costo total del terreno.

7.5.2.2. Construcciones. El terreno está distribuido entre las diferentes áreas que conforman la empresa, el área administrativa y de ventas cuenta con 56m2, el área de producción 144m2, el área de embotellado 120m2, la bodega 25m2 y el baño 15m2. Tiene un costo total de \$7.315,00.

Tabla 54

Construcciones

Detalle	Cantidad m2	Costo Unitario	Costo Total
Oficinas	56	15,00	840,00
Área de producción	144	25,00	3.600,00
Área de embotellado	120	20,00	2.400,00
Bodega	25	10,00	250,00
Baño	15	15,00	225,00
Total			7.315,00

Nota. Datos proporcionados por un maestro de construcción.

7.5.2.3. Maquinaria y Equipo. Se refiere a los equipos y máquinas tecnológicas que son utilizados durante el proceso productivo del licor de caña. La inversión realizada en este rubro es de \$4.900,00.

Tabla 55

Maquinaria y equipo

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Trapiche	1	1.500,00	1.500,00
Tanque de fermentación	2	900,00	1.800,00
Alambique	1	1.000,00	1.000,00
Filtros de carbón activado	3	100,00	300,00
Codificadora	1	300,00	300,00
Total			4.900,00

Nota. Máquinas y equipos necesarios para el proceso productivo.

7.5.2.4. Herramientas. Se refiere a los instrumentos que complementan a la maquinaria y permiten realizar las diferentes actividades involucradas en el proceso productivo, teniendo un costo total de \$3.145.

Tabla 56

Herramientas

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Bomba de agua 0,75 hp	1	150,00	150,00
Embotelladoras manuales	3	180,00	540,00
Refractómetro de azúcar	1	45,00	45,00
Tanque de acero inoxidable	2	175,00	350,00
Total			1.085,00

Nota. Herramientas necesarias para el proceso productivo.

7.5.2.5. Vehículo. Es el medio de transporte que permite la distribución y comercialización del licor de caña, el cual tiene un costo de \$17.000,00.

Tabla 57

Vehículo

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Nissan Datsun 1200	1	4.000,00	4.000,00
Total			4.000,00

Nota. Datos obtenidos de un concesionario autorizado.

7.5.2.6. Equipo de cómputo. Se refiere a los diferentes equipos de computación que se utilizarán para poder realizar diferentes documentos relacionados con la empresa, mismo que tiene un costo de \$1.860,00.

Tabla 58

Equipo de cómputo

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computadora	2	800,00	1.600,00
Impresora	1	260,00	260,00
Total			1.860,00

Nota. Datos obtenidos de Master Pc.

7.5.2.7. Reinversión de equipo de cómputo. Desde el cuarto año de funcionamiento de la empresa, se debe llevar a cabo una reinversión en el equipo de cómputo, esto considerando que su vida útil es de tres años, para ello se toma la tasa de inflación acumulada del Índice de Precios al Consumidor que para junio del año 2024 fue de 1,2%. El costo total de la reinversión del equipo de cómputo es de \$1.882,32.

Tabla 59

Reinversión de equipo de cómputo

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computadora	2	809,60	1.619,20
Impresora	1	263,12	263,12
Total			1.882,32

Nota. Datos obtenidos de Master Pc.

7.5.2.8. Equipo de oficina. Son los equipos que se necesitan para efectuar las actividades administrativas de la empresa, para satisfacer las necesidades y funciones de las personas que van a hacer uso de estos. Su costo total es de \$300,00.

Tabla 60

Equipo de oficina

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Teléfono	1	300,00	300,00
Total			300,00

Nota. Equipos de oficina que se necesitan en la empresa.

7.5.2.9. Muebles y enseres. Incluye los bienes muebles que se necesitan en la empresa para poder realizar las operaciones tanto del proceso productivo como de la parte administrativa. Su costo total es de \$870,00.

Tabla 61

Muebles y enseres

Detalle	Cantidad	Costo Uniario	Costo Total
Escritorio	2	125,00	250,00
Sillas giratorias	2	60,00	120,00
Mesa de reuniones	1	120,00	120,00
Archivador	2	150,00	300,00
Sillas sala de espera	4	20,00	80,00
Total			870,00

Nota. Se indican los bienes muebles que necesita la empresa.

7.5.2.10. Equipo de seguridad. Estos son aquellos equipos con los cuales se garantiza la seguridad de todos los miembros que conforman la empresa, tiene un costo total de:

Tabla 62

Equipos de seguridad

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Cámara de seguridad	1	175,00	175,00
Luz de emergencia	2	20,00	40,00
Extintor	1	35,00	35,00
Botiquín	1	25,00	25,00
Total			275,00

Nota. Se indican los equipos de seguridad que requiere la empresa.

7.5.2.11. Resumen de activos fijos. En el resumen de los activos fijos se observa que el emprendimiento “Licores Caña del Valle” requiere una inversión de \$42.205,00.

Tabla 63

Resumen de activos fijos

Descripción	Valor del activo
Terreno	21.600,00
Construcciones	7.315,00
Maquinaria y equipo	4.900,00
Herramientas	1.085,00
Vehículo	4.000,00
Equipo de cómputo	1.860,00
Equipo de oficina	300,00
Muebles y enseres	870,00
Equipo de seguridad	275,00
Total	42. 205,00

Nota. Datos obtenidos de las tablas 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57 y 58.

7.5.2.12. Depreciaciones de activos fijos. Todos los activos fijos que posee la empresa tienen una vida útil que con el pasar de los años se va desgastando, a esto se le denomina depreciación, una vez que cumpla su vida útil deberá ser reemplazado por otro.

A continuación, se muestran los activos fijos de la empresa junto al porcentaje de depreciación y la depreciación anual de cada uno.

Depreciación anual= valor del activo * porcentaje de depreciación

Tabla 64

Depreciación de activos fijos

Descripción	Valor	Vida útil	% depreciación anual	Depreciación anual
Presupuesto de construcciones	7.315,00	10	10%	731,50
Maquinaria y equipo	4.900,00	10	10%	490,00
Herramientas	1.085,00	10	10%	108,50
Vehículo	4.000,00	5	20%	800,00
Equipo de computo	1.860,00	3	33,33%	619,94
Reinversión equipo de computo	1.882,32	3	33,33%	627,38
Equipo de oficina	300,00	10	10%	30,00
Muebles y enseres	870,00	10	10%	87,00
Equipo de seguridad	275,00	10	10%	27,50
Total	22.487,32			3.521,82

Nota. La tabla indica la vida útil y depreciación anual de los activos fijos.

7.5.3. Activos diferidos

Se refieren a los bienes intangibles que la empresa debe pagar anticipadamente para su funcionamiento y constitución, los cuales forman parte del patrimonio y se registran como gastos.

Estudios preliminares: se consideran las investigaciones que se realizaron como el estudio de mercado, entre otros y la evaluación financiera para determinar la factibilidad del proyecto. Tiene un costo de \$500,00.

Permiso de funcionamiento: es aquel requerimiento legal que debe cancelarse para que la empresa pueda realizar su actividad. Tiene un costo de \$150,00.

Registro sanitario: este documento lo otorga la Agencia de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), esto con el fin de verificar que el producto cumpla con las normas de sanidad, calidad y seguridad, siendo así apto para el consumo humano. Tiene un costo \$131,76.

Patente de marca: es el valor que se debe cancelar para obtener la marca que representará a la empresa, con un costo de \$400,00

Instalación de cámaras de seguridad: corresponde al pago por la implementación de cámaras de seguridad en la empresa para así vigilar y controlar las actividades que se ejecutan en la misma. Tiene un costo de \$80,00.

Señalética de seguridad: es el valor a cancelar por concepto de adquisición e implementación de las señaléticas que se requieren en la empresa. Tiene un costo de \$75,00.

Tabla 65

Activos diferidos

Cantidad	Detalle	Valor unitario
1	Estudios preliminares	\$ 500,00
1	Permiso de funcionamiento	\$ 150,00
1	Registro sanitario	\$ 131,76
1	Patente de marca	\$ 400,00
1	Instalación de cámaras de seguridad	\$ 80,00
1	Señalética de seguridad	\$ 75,00
Total		\$ 1.336,76

Nota. Se muestran los costos generados por activos diferidos.

7.5.4. Activos circulantes

Los activos circulantes o también conocidos como capital de trabajo, corresponden a todos los recursos que se requieren para que la empresa pueda llevar a cabo sus operaciones. El capital se lo calculará de manera mensual ya que el producto involucra su producción y comercialización.

7.5.4.1. Costo Primo. Se refiere a todos los costos directos de producción, como las inversiones en materia prima directa y mano de obra directa, estos costos se atribuyen directamente a la producción del producto.

7.5.4.1.1. Materia Prima Directa. La materia prima directa se refiere a los ingredientes necesarios para elaborar el licor de caña o aguardiente de caña, la cual requiere una inversión de \$3.271,12.

Tabla 66

Materia prima directa

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
1806,44	Caña de azúcar	0,15	270,97	3.251,60
0,27	Edulcorante (sorbitol)	6,00	1,62	19,49
Total			272,59	3.271,09

Nota. Materia prima que se requiere para la producción.

7.5.4.1.2. Mano de Obra Directa. Se compone de los obreros que realizan algunas actividades dentro del proceso productivo, los cuales cuentan con una remuneración de \$460 que es el salario básico unificado actual, sumando además los beneficios sociales que la ley ampara, tienen un sueldo total de \$563,65. Los fondos de reserva no son tomados en cuenta en el año 1 puesto que se pagan después de haber laborado durante un año en la empresa.

Tabla 67

Mano de obra directa año 1

Descripción	Obrero 1	Obrero 2	Obrero 3	Obrero 4	Obrero 5
Cantidad	1	1	1	1	1

Descripción	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor
Remuneración básica	460,00	460,00	460,00	460,00	460,00
Décimo tercero 1/12	38,33	38,33	38,33	38,33	38,33
Décimo cuarto SB/12	38,33	38,33	38,33	38,33	38,33
Fondos reserva 8,33%	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Vacaciones 1/24	19,17	19,17	19,17	19,17	19,17
Patronal 11,15%	51,29	51,29	51,29	51,29	51,29
Total ingresos	607,12	607,12	607,12	607,12	607,12
Aporte personal 9,45%	43,47	43,47	43,47	43,47	43,47
Total egresos	43,47	43,47	43,47	43,47	43,47
Líquido pagar	563,65	563,65	563,65	563,65	563,65
Total mensual					2.818,27
Total Anual					33.819,20

Nota. Datos obtenidos del rol de pagos de los trabajadores.

Tabla 68

Mano de obra directa año 2 al 5

Descripción	Obrero 1	Obrero 2	Obrero 3	Obrero 4	Obrero 5
Cantidad	1	1	1	1	1
Descripción	Valor	Valor	Valor	Valor	Valor
Remuneración básica	460,00	460,00	460,00	460,00	460,00
Décimo tercero 1/12	38,33	38,33	38,33	38,33	38,33
Décimo cuarto SB/12	38,33	38,33	38,33	38,33	38,33
Fondos reserva 8,33%	38,32	38,32	38,32	38,32	38,32
Vacaciones 1/24	19,17	19,17	19,17	19,17	19,17
Patronal 11,15%	51,29	51,29	51,29	51,29	51,29
Total ingresos	645,44	645,44	645,44	645,44	645,44
Aporte personal 9,45%	43,47	43,47	43,47	43,47	43,47
Total egresos	43,47	43,47	43,47	43,47	43,47
Líquido pagar	601,97	601,97	601,97	601,97	601,97
Total mensual					3009,86
Total Anual					36118,28

Nota. Datos obtenidos del rol de pagos de los trabajadores.

7.5.4.1.3. Resumen de Costo de Producción. En la siguiente tabla se presenta el resumen de los costos de producción, el costo mensual es de \$3.282,45 y el costo anual de \$38.389,37.

Tabla 69

Resumen de costo de producción

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Materia prima directa	272,59	3.271,09
Mano de obra directa	3.009,86	36.118,28

Total	3.282,45	39.389,37
--------------	----------	-----------

Nota. Datos obtenidos de las tablas 62,63 y 64.

7.5.4.2. Costos indirectos de fabricación

7.5.4.2.1. **Materia prima indirecta.** Son los materiales que se utilizan en el proceso de producción del producto pero que no se asignan directamente al producto, para producir el licor de caña se necesitan botellas de vidrio, etiquetas y cajas de cartón para almacenar el producto y que pueda ser distribuido. El costo mensual es de \$1.283,15 y el costo anual es de \$15.397,78.

Tabla 70

Materia prima indirecta

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Total mensual	Total anual
1444	Botellas de vidrio	0,82	1184	14213
1444	Etiquetas	0,06	87	1040
120	Cartones (12 unidades)	0,10	12	144
Total			1.283,12	15.397,48

Nota. Se muestra la materia prima indirecta que se necesita para la producción.

7.5.4.2.2. **Energía eléctrica producción.** Es el servicio de electricidad que se necesita para la producción, en lo que respecta al funcionamiento de la maquinaria, el valor a pagar está impuesto en base a las tarifas de la Empresa Eléctrica Regional del Sur (EERSSA), que son \$0,18 centavos por kilovatio. Tiene un costo mensual de \$12,60 y un costo anual de \$151,20.

Tabla 71

Energía eléctrica producción

Cantidad	Detalle	Unidad de medida	Costo Unitario	Costo mensual	Costo anual
70	Energía Eléctrica	Kw/h	0,18	12,60	151,20
Total				12,60	151,20

Nota. Datos obtenidos de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A. (EERSSA)

7.5.4.2.3. **Suministros de trabajo.** Son los insumos necesarios para poder llevar a cabo el proceso productivo y deberán ser utilizados por el personal de la planta de producción. El costo mensual es de \$26,42 y el costo anual de \$317,00.

Tabla 72

Suministros de trabajo

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
4	Caja de cofias	4,50	1,50	18,00
4	Caja de guantes	5,00	1,67	20,00

5	Pares de botas de caucho	12,80	5,33	64,00
4	Caja de mascarillas	2,50	0,83	10,00
5	Overol	30,00	12,50	150,00
5	Mandiles	6,00	2,50	30,00
5	Gafas de protección	5,00	2,08	25,00
Total			26,42	317,00

Nota. Suministros de trabajo necesario en la producción.

7.5.4.2.4. Resumen de costos indirectos de fabricación. A continuación, se presenta el resumen de los costos indirectos de fabricación con un costo mensual de \$1.322,14 y un costo anual de \$15.865,68.

Tabla 73

Resumen costos indirectos de fabricación

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Materia prima indirecta	1.283,12	15.397,48
Energía eléctrica producción	12,60	151,20
Suministro de trabajo	26,42	317,00
Total	1.322,14	15.865,68

Nota. Datos obtenidos de las tablas 65, 66 y 67.

7.5.4.3. Gastos de administración

7.5.4.3.1. Sueldos y salarios de administración. Se refieren a los sueldos que reciben el personal del área administrativa, tanto el gerente como la contadora reciben una remuneración de \$460, 00 correspondiente al salario básico unificado incluyendo también los beneficios de ley. Dando un costo mensual de \$1.127, 31 y un costo anual de \$13.527,68 en el año 1, ya que no se consideran los fondos de reserva y a partir del año 2 tiene un costo mensual de 1.203,94 y un costo anual de \$14.447,31.

Tabla 74

Sueldos y salarios de administración año 1

Descripción	Gerente	Contadora
Cantidad	1	1
Descripción	Valor	Valor
Remuneración básica	460,00	460,00
Décimo tercero 1/12	38,33	38,33
Décimo cuarto SB/12	38,33	38,33
Fondos de reserva 8,33%	0,00	0,00
Vacaciones 1/24	19,17	19,17
Patronal 11,15%	51,29	51,29
Total ingresos	607,12	607,12
Aporte personal 9,45%	43,47	43,47

Total egresos	43,47	43,47
Líquido pagar	563,65	563,65
Total Mensual		1.127,31
Total Anual		13.527,68

Nota. Datos obtenidos del rol de pagos de cada trabajador.

Tabla 75

Sueldos y salarios de administración año 2 al 5

Descripción	Gerente	Contadora
Cantidad	1	1
Descripción	Valor	Valor
Remuneración básica	460,00	460,00
Décimo tercero 1/12	38,33	38,33
Décimo cuarto SB/12	38,33	38,33
Fondos reserva 8,33%	38,32	38,32
Vacaciones 1/24	19,17	19,17
Patronal 11,15%	51,29	51,29
Total ingresos	645,44	645,44
Aporte personal 9,45%	43,47	43,47
Total egresos	43,47	43,47
Líquido pagar	601,97	601,97
Total Mensual		1.203,94
Total Anual		14.447,31

Nota. Datos obtenidos del rol de pagos de cada trabajador.

7.5.4.3.2. Agua potable administración. Se refiere al monto que se cancela por el consumo de agua potable del área administrativa. El costo mensual es de \$8,00 y un costo anual de \$96,00.

Tabla 76

Agua potable administración

Cantidad	Detalle	Unidad de medida	Costo Unitario	Costo mensual	Costo anual
8	Agua potable	m3	1,00	8,00	96,00
	Total			8,00	96,00

Nota. Datos obtenidos del municipio de Loja.

7.5.4.3.3. Energía eléctrica administración. Es el valor a cancelar por concepto de consumo de electricidad en el área administrativa, el cual tiene un costo mensual de \$7,20 y un costo anual de \$86,40.

Tabla 77

Energía eléctrica administración

Cantidad	Detalle	Unidad de medida	Costo Unitario	Costo mensual	Costo anual
40	Energía Eléctrica	Kw/h	0,18	7,20	86,40
Total				7,20	86,40

Nota. Datos obtenidos de la Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A. (EERSSA).

7.5.4.3.4. Teléfono. Es aquel servicio que permitirá la comunicación del personal que se encuentra en el área administrativa, en actividades que estén directamente relacionadas con la empresa. Tiene un costo mensual de \$8,00 y un costo anual de \$96,00.

Tabla 78

Teléfono

Cantidad	Detalle	Unidad de medida	Costo Unitario	Costo mensual	Costo anual
200	Teléfono	Minutos	0,04	8,00	96,00
Total				8,00	96,00

Nota. Se muestra el costo que tiene el servicio de telefonía de la empresa.

7.5.4.3.5. Internet. El monto a cancelar por el servicio de internet de banda ancha que se requiere en el área administrativa, de manera que puedan interactuar con los clientes y proveedores. El costo mensual es de \$23,00 y el costo anual \$276,00.

Tabla 79

Internet

Cantidad	Detalle	Unidad de medida	Costo Unitario	Costo mensual	Costo anual
1	Internet banda ancha	Megas	23,00	23,00	276,00
Total				23,00	276,00

Nota. Se muestra el valor a cancelar por el servicio de internet.

7.5.4.3.6. Útiles de oficina. Son aquellos materiales que se necesitan en el área de administrativa para el desarrollo de las diferentes actividades que le competen. Tiene un costo mensual de \$5,50 y un costo anual de \$66,00.

Tabla 80

Útiles de oficina

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
4	Resma de papel boom	4,00	1,33	16,00
2	Caja lapices	2,75	0,46	5,50
3	Caja esferográficos	3,75	0,94	11,25
1	Caja de Borradores	1,75	0,15	1,75
2	Caja de clips	1,00	0,17	2,00
3	Caja de grapas	1,75	0,44	5,25
5	Saca grapas	0,50	0,21	2,50

1	Perforadora	3,75	0,31	7,50
5	Archivadores	3,00	1,25	15,00
1	Grapadora	3,00	0,25	5,00
Total			5,50	66,00

Nota. Se muestran los útiles de oficina necesarios en el área administrativa.

7.5.4.3.7. Útiles de aseo y limpieza. Se refiere a los materiales que se requieren para realizar las labores de limpieza y mantener la higiene del área administrativa. Tiene un costo mensual de \$15,88 y un costo anual de \$190,50.

Tabla 81

Útiles de aseo y limpieza

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo mensual	Costo Anual
2	Escobas	2,25	0,38	4,50
2	Trapeador	2,50	0,42	5,00
4	Desinfectante	5,75	1,92	23,00
5	Detergentes de 5kg	11,00	4,58	55,00
3	Papel higiénico dispensador x6	21,00	5,25	63,00
3	Paquetes fundas de basura	1,50	0,38	4,50
3	Basuseros	5,00	1,25	15,00
5	Jabón líquido para manos	2,50	1,04	12,50
2	Franelas	1,25	0,21	2,50
2	Galones de cloro	2,75	0,46	5,50
Total			15,88	190,50

Nota. Se muestran los útiles de aseo y limpieza del área administrativa.

7.5.4.3.8. Permiso de funcionamiento. Son aquellos requerimientos legales que deben ser cancelados cada año para que la empresa pueda seguir funcionando, entre ellos se encuentra el permiso de bomberos y la patente municipal que tienen un costo total de \$150,00.

Tabla 82

Permiso de funcionamiento

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo Total
1	Patente municipal	100,00	100,00
1	Permiso de bomberos	50,00	50,00
Total			150,00

Nota. Se muestran los permisos de funcionamiento a cancelar.

7.5.4.3.9. Insumos de seguridad. Son aquellos materiales que se utilizan para proteger a los trabajadores y mantener un entorno laboral seguro. El costo total es de \$41,00.

Tabla 83

Insumos de seguridad

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo Total
1	Recarga de extintor	16,00	16,00
1	Botiquín de primeros auxilios	25,00	25,00
Total			41,00

Nota. Insumos de seguridad que se requieren en el área administrativa.

7.5.4.3.10. Resumen de los gastos de administración. A continuación, se presenta el resumen de los gastos de administración que tienen un costo mensual de \$1.271,52 y un costo anual de \$15.449,21.

Tabla 84

Resumen de los de gastos de administración

Descripción	Valor mensual	Valor anual
Sueldos administración	1.203,94	14.447,31
Agua potable administración	8,00	96,00
Energía eléctrica administración	7,20	86,40
Teléfono	8,00	96,00
Internet	23,00	276,00
Útiles de oficina	5,50	66,00
Útiles de aseo y limpieza	15,88	190,50
Permisos de funcionamiento	0,00	150,00
Insumos de seguridad	0,00	41,00
Total	1.271,52	15.449,21

Nota. Datos obtenidos de las tablas 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76 y 77.

7.5.4.4. Gastos de venta

7.5.4.4.1. Sueldo personal de ventas. Son los sueldos que recibe todo el personal del área de ventas, el cual está conformado por tres vendedores que reciben una remuneración de \$460,00 al mes incluyendo además los beneficios de ley. Tiene un costo mensual de \$1.690,96 y un costo anual de \$20.291,52 para el año 1, ya que no se consideran los fondos de reserva en el primero año. Para el año 2 al 5, el costo mensual es de \$1.805,91 y el costo anual es de \$21.670,97.

Tabla 85

Sueldo personal de ventas año 1

Descripción	Vendedor 1	Vendedor 2	Vendedor 3
Cantidad	1	1	1
Descripción	Valor	Valor	Valor
Remuneración básica	460,00	460,00	460,00
Décimo tercero 1/12	38,33	38,33	38,33
Décimo cuarto SB/12	38,33	38,33	38,33
Fondos reserva 8,33%	0,00	0,00	0,00

Vacaciones 1/24	19,17	19,17	19,17
Patronal 11,15%	51,29	51,29	51,29
Total ingresos	607,12	607,12	607,12
Aporte personal 9,45%	43,47	43,47	43,47
Total egresos	43,47	43,47	43,47
Líquido pagar	563,65	563,65	563,65
Total mensual			1.690,96
Total Anual			20.291,52

Nota. Se muestran los sueldos que recibe cada vendedor.

Tabla 86

Sueldos y salarios del personal ventas año 2 al 5

Descripción	Vendedor 1	Vendedor 2	Vendedor 3
Cantidad	1	1	1
Descripción	Valor	Valor	Valor
Remuneración básica	460,00	460,00	460,00
Décimo tercero 1/12	38,33	38,33	38,33
Décimo cuarto SB/12	38,33	38,33	38,33
Fondos reserva 8,33%	38,32	38,32	38,32
Vacaciones 1/24	19,17	19,17	19,17
Patronal 11,15%	51,29	51,29	51,29
Total ingresos	645,44	645,44	645,44
Aporte personal 9,45%	43,47	43,47	43,47
Total egresos	43,47	43,47	43,47
Líquido pagar	601,97	601,97	601,97
Total mensual			1.805,91
Total Anual			21.670,97

Nota. Datos obtenidos del rol de pagos de cada trabajador.

7.5.4.4.2. Publicidad y propaganda. Se toma en cuenta todo tipo de publicidad que realiza la empresa para dar a conocer el producto y así ser competitivo en el mercado. Se realizarán publicaciones mensuales en redes sociales como Facebook e Instagram. Tiene un costo mensual de \$14,00 y un costo anual de \$168,00.

Tabla 87

Publicidad y propaganda

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
4	Publicidad en Facebook	1,75	7,00	84,00
4	Publicidad en Instagram	1,75	7,00	84,00
	Total		14,00	168,00

Nota. Se muestra la publicidad que realizará la empresa.

7.5.4.4.3. Combustible y lubricante. Son los gastos generados por la compra de diésel y los cambios de aceite que se realizarán al vehículo para su buen funcionamiento. Tiene un costo mensual de \$77,67 y un costo anual de \$932,00.

Tabla 88

Combustible y lubricante

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
20	Galones de gasolina	2,75	55,00	660,00
2	Cambio de aceite	20,00	3,33	40,00
Total			58,33	700,00

Nota. Se muestran los gastos generados por combustible y lubricantes.

7.5.4.4.4. Mantenimiento de vehículo. Es el valor a cancelar con concepto de mantenimiento de vehículo para así conservarlo en buen estado y funcione correctamente. Tiene un costo total de \$400,00.

Tabla 89

Mantenimiento de vehículo

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo Total
1	Juego de 4 llantas	240,00	200,00
2	Mantenimiento mecánico	50,00	100,00
1	Revisión vehicular	60,00	60,00
Total			400,00

Nota. Se muestran los gastos generados por mantenimiento de vehículo.

7.5.4.4.5. Resumen gastos de ventas. A continuación, se detalla el resumen de gastos de ventas, con un costo total de \$1.878,25 y un costo anual de \$22.938,97.

Tabla 90

Resumen gastos de ventas

Resumen gastos de venta		
Descripción	Valor mensual	Valor anual
Sueldo personal de ventas	1.805,91	21.670,97
Publicidad y propaganda	14,00	168,00
Combustible y lubricante	58,33	700,00
Mantenimiento de vehículo	0,00	360,00
Total	1.878,25	22.938,97

Nota. Se muestra el resumen de los gastos de ventas.

7.5.5. Resumen de la inversión

A continuación, se presenta el resumen de la inversión realizada en el que constan los activos fijos, activos diferidos y activos circulantes o capital de trabajo que son de gran necesidad para que la empresa pueda funcionar. Tiene un costo de \$51.887,11.

Tabla 91*Resumen de inversion*

Detalle	Total
ACTIVOS FIJOS	
Terreno	21.600,00
Construcciones	7.315,00
Maquinaria y equipo	4.900,00
Herramientas	1.085,00
Vehículo	4.000,00
Equipo de cómputo	1.860,00
Equipo de oficina	300,00
Muebles y enseres	870,00
Equipo de seguridad	275,00
Total activos fijos	42.205,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
Estudios preliminares	500,00
Permiso de funcionamiento	150,00
Registro sanitario	131,76
Patente de marca	400,00
Instalación de cámaras de seguridad	80,00
Señalética de seguridad	75,00
Total activos diferidos	1.336,76
ACTIVO CIRCULANTE	
COSTO DE PRODUCCIÓN	
Costo primo	
Materia prima directa	272,59
Mano de obra directa	3.009,86
Subtotal de costo primo	3.282,45
Costos Indirectos de Fabricación	
Materia prima indirecta	1.283,12
Energía eléctrica producción	12,60
Suministros de trabajo	26,42
Subtotal Costos Indirectos de Fabricación	1.322,14
Gastos Administrativos	
Sueldos y salarios	1.203,94
Agua potable administración	8,00
Energía Eléctrica administración	7,20
Teléfono	8,00
Internet	23,00
Útiles de oficina	5,50
Útiles de aseo y limpieza	15,88
Permisos de funcionamiento	150,00
Insumos de seguridad	41,00

Subtotal Gastos Administración		1.462,52
Gastos de Ventas		
Sueldos personal de ventas	1.805,91	
Combustibles y lubricantes	58,33	
Mantenimiento de vehículo	400,00	
Publicidad y propaganda	14,00	
Subtotal Gastos de Ventas		2.278,25
Total activos circulantes		8.345,35
TOTAL DE LA INVERSIÓN	51.887,11	51.887,11

Nota. Activos que necesita la empresa para funcionar.

7.5.6. Financiamiento

Para financiar la inversión en activos fijos, diferidos y capital de trabajo se puede recurrir tanto al capital propio como a capital externo, según sea el caso. Para el presente proyecto se requiere de capital propio que financia el 77% de la inversión total y el otro 23% es financiado mediante un crédito otorgado por el Banco de Machala.

Tabla 92

Financiamiento

	Detalle	Porcentaje	Total
	Capital propio	77%	39. 887,11
	Capital externo	23%	12.000,00
	Total		51. 887, 11

Nota. Datos obtenidos de la tabla 87.

7.5.6.1. Amortización del Crédito. La amortización del crédito se realiza considerando la tasa de interés que mantiene la entidad financiera del 15%, el plazo que es 4 de años y el periodo de pago que en este caso es mensual. El monto total a pagar es de \$12.000,00.

Tabla 93

Amortización del crédito

Año	Meses	Saldo Inicial	Amortización mensual	Interés	Interés Anual	Saldo Final
1	1	12.000,00	250,00	150,00	1.593,75	11.750,00
	2	11.750,00	250,00	146,88		11.500,00
	3	11.500,00	250,00	143,75		11.250,00
	4	11.250,00	250,00	140,63		11.000,00
	5	11.000,00	250,00	137,50		10.750,00
	6	10.750,00	250,00	134,38		10.500,00
	7	10.500,00	250,00	131,25		10.250,00
	8	10.250,00	250,00	128,13		10.000,00
	9	10.000,00	250,00	125,00		9.750,00

	10	9.750,00	250,00	121,88		9.500,00
	11	9.500,00	250,00	118,75		9.250,00
	12	9.250,00	250,00	115,63		9.000,00
2	13	9.000,00	250,00	112,50		8.750,00
	14	8.750,00	250,00	109,38	1.106,25	8.500,00
	15	8.500,00	250,00	106,25		8.250,00
	16	8.250,00	250,00	103,13		8.000,00
	17	8.000,00	250,00	100,00		7.750,00
	18	7.750,00	250,00	96,88		7.500,00
	19	7.500,00	250,00	93,75		7.250,00
	20	7.250,00	250,00	90,63		7.000,00
	21	7.000,00	250,00	87,50		6.750,00
	22	6.750,00	250,00	84,38		6.500,00
	23	6.500,00	250,00	81,25		6.250,00
	24	6.250,00	250,00	78,13		6.000,00
3	25	6.000,00	250,00	75,00		5.750,00
	26	5.750,00	250,00	71,88	656,25	5.500,00
	27	5.500,00	250,00	68,75		5.250,00
	28	5.250,00	250,00	65,63		5.000,00
	29	5.000,00	250,00	62,50		4.750,00
	30	4.750,00	250,00	59,38		4.500,00
	31	4.500,00	250,00	56,25		4.250,00
	32	4.250,00	250,00	53,13		4.000,00
	33	4.000,00	250,00	50,00		3.750,00
	34	3.750,00	250,00	46,88		3.500,00
	35	3.500,00	250,00	43,75		3.250,00
	36	3.250,00	250,00	40,63		3.000,00
4	37	3.000,00	250,00	37,50		2.750,00
	38	2.750,00	250,00	34,38	206,25	2.500,00
	39	2.500,00	250,00	31,25		2.250,00
	40	2.250,00	250,00	28,13		2.000,00
	41	2.000,00	250,00	25,00		1.750,00
	42	1.750,00	250,00	21,88		1.500,00
	43	1.500,00	250,00	18,75		1.250,00
	44	1.250,00	250,00	15,63		1.000,00
	45	1.000,00	250,00	12,50		750,00
	46	750,00	250,00	9,38		500,00
	47	500,00	250,00	6,25		250,00
	48	250,00	250,00	3,13		0,00

Nota. Datos obtenidos de la tabla 85.

7.5.6.2. Amortización de activos diferidos. La amortización de los activos diferidos se obtiene dividiendo estos activos para los cinco años de vida del proyecto. El valor mensual es de \$22,28 y el valor anual de \$267,35.

Amortización= Activos diferidos / años de vida del proyecto

Amortización= 1.336,76 / 5 años= 267, 35

Tabla 94

Amortización de activos diferidos

Año	Valor mensual	Valor anual
0		1.336,76
1	22,28	267,35
2	22,28	267,35
3	22,28	267,35
4	22,28	267,35
5	22,28	267,35

Nota. Amortización de los activos diferidos.

7.5.7. Análisis de costos

Para poder analizar los costos se debe llevar a cabo un estudio de los materiales que se requieren tanto para el proceso productivo como administrativo, de manera que pueda funcionar correctamente.

7.5.7.1. Costos Totales de Producción. Los costos totales abarcan tanto los costos de producción (costo primo y costos indirectos de fabricación y los costos de operación donde constan los gastos de administración, de ventas, financieros, entre otros, los cuales son necesarios para la producción y comercialización del producto.

7.5.7.2. Presupuesto de Costos Projectados. Los presupuestos se determinan en función de los costos anuales que implican los diversos rubros a lo largo de la vida útil de proyecto. Se considera además la tasa de inflación que es del 1,19% para junio de 2024 según datos del Banco Central del Ecuador.

Tabla 95*Presupuestos proyectados*

PRESUPUESTOS PROFORMADOS O PROYECTADOS					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO PRIMO					
Materia prima directa	3.271,09	3.310,02	3.349,41	3.389,27	3.429,60
Mano de obra directa	33.819,20	36.118,28	36.548,09	36.983,01	37.423,11
COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN					
Materia Prima Indirecta	15.397,48	15.580,71	15.766,12	15.953,74	16.143,59
Energía eléctrica producción	151,20	153,00	154,82	156,66	158,53
Suministros de trabajo	317,00	320,77	324,59	328,45	332,36
Depreciación de Maquinaria y Equipo	490,00	495,83	501,73	507,70	513,74
Depreciación de herramientas	108,50	109,79	111,10	112,42	113,76
TOTAL GASTOS DE FABRICACIÓN	53.554,47	56.088,40	56.755,86	57.431,25	58.114,68
GASTOS DE OPERACIÓN					
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Sueldos y Salarios	13.527,68	14.447,31	14.619,24	14.793,20	14.969,24
Agua potable administración	96,00	97,14	98,30	99,47	100,65
Energía Eléctrica	86,40	87,43	88,47	89,52	90,59
Teléfono	96,00	97,14	98,30	99,47	100,65
Internet	276,00	279,28	282,61	285,97	289,37
Útiles de Oficina	66,00	66,79	67,58	68,38	69,20
Útiles de Aseo	190,50	192,77	195,06	197,38	199,73
Permisos de funcionamiento	150,00	151,79	153,59	155,42	157,27
Insumos de seguridad	41,00	41,49	41,98	42,48	42,99
Depreciación de Equipos de Oficina	30,00	30,36	30,72	31,08	31,45

Depreciación de Equipos de cómputo	620,00	627,38	634,84	642,40	650,04
Depreciación equipo de seguridad	27,50	27,83	28,16	28,49	28,83
Depreciación construcciones	731,50	740,20	749,01	757,93	766,95
Depreciación de muebles y enseres	87,00	88,04	89,08	90,14	91,22
Amortizaciones de Activos Diferidos	267,35	267,35	267,35	267,35	267,35
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	16.292,93	17.242,29	17.444,29	17.648,70	17.855,53
GASTOS DE VENTA					
Sueldo personal de ventas	20.291,52	21.670,97	21.928,85	22.189,81	22.453,86
Combustibles y lubricantes	700,00	708,33	716,76	725,29	733,92
Mantenimiento de vehículo	400,00	404,76	409,58	414,45	419,38
Publicidad y propaganda	168,00	170,00	172,02	174,07	176,14
Depreciación de vehículo	800,00	809,52	819,15	828,90	838,77
TOTAL GASTOS DE VENTAS	22.359,52	23.763,58	24.046,36	24.332,52	24.622,07
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses por Préstamo	1.593,75	1.106,25	656,25	206,25	0,00
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1.593,75	1.106,25	656,25	206,25	0,00
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	40.246,20	42.112,12	42.146,90	42.187,46	42.477,61
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	93.800,68	98.200,52	98.902,76	99.618,71	100.592,29

Nota. Presupuesto de costos.

7.5.7.3. Costo Unitario de Producción (CUP). Para realizar el cálculo del costo unitario de producción se considera el costo total de producción y el número de unidades producidas anualmente para los cinco años de vida útil de proyecto, estos dos valores se dividen para obtener dicho costo.

$$CUP = \frac{\text{Costo total de producción}}{\# \text{ de unidades producidas al año}}$$

Tabla 96

Costo unitario de producción

Años	Costo de producción	Unidades producidas	Costo unitario de producción
1	93.800,68	24.333	3,85
2	98.200,52	24.333	4,04
3	98.902,76	24.333	4,06
4	99.618,71	24.333	4,09
5	100.592,29	24.333	4,13

Nota. Datos obtenidos de las tablas 91 y 35.

7.5.8. Determinación de ingresos

7.5.8.1. Precio de Venta. El precio de venta al público se obtiene imponiendo un margen de utilidad del 33% al costo unitario de producción, manteniendo el mismo margen para los próximos cinco años de vida del proyecto.

PVP= (Costo unitario de producción * Margen de utilidad) + Costo unitario de producción

Tabla 97

Precio de venta

Años	Costo unitario	Margen de utilidad	Precio de venta al intermediario
1	3,85	33%	5,13
2	4,04	33%	5,37
3	4,06	33%	5,41
4	4,09	33%	5,44
5	4,13	33%	5,50

Nota. Datos obtenidos de la tabla 89.

7.5.8.2. Ingresos de Venta. Son aquellos que se generan por la venta del producto. Para su respectivo cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

Ingresos= Unidades producidas al año* precio de venta al público

Tabla 98

Ingresos de venta

Años	Unidades producidas	Precio de venta	Ingreso por ventas
1	24.333	5,13	124.754,90
2	24.333	5,37	130.606,69
3	24.333	5,41	131.540,67
4	24.333	5,44	132.492,89
5	24.333	5,50	133.787,75

Nota. Datos de las tablas 92 y 93.

7.5.9. Clasificación de los costos

Los costos se clasifican en costos fijos y variables, dependiendo la magnitud que tenga cada uno de ellos.

7.5.9.1. Costos Fijos. Son aquellos que no están involucrados directamente con la producción o elaboración del producto, sin embargo, deben ser cubiertos pese a que no se realice la producción.

7.5.9.2. Costos Variables. Se refieren aquellos costos que guardan relación directa con la producción, si la producción aumenta estos también tendrán un incremento.

Tabla 99

Clasificación de los costos

DESCRIPCION	AÑO 1		AÑO 5	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
COSTO PRIMO				
Materia prima directa		3.271,09		3.429,60
Mano de obra directa		33.819,20		37.423,11
COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN				
Materia Prima Indirecta		15.397,48		16.143,59
Energía eléctrica producción		151,20		158,53
Suministros de trabajo	317,00		332,36	
Depreciación de Maquinaria y Equipo	490,00		513,74	
Depreciación de herramientas	108,50		113,76	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN				
Sueldos y Salarios	13.527,68		14.969,24	
Agua potable administración	96,00		100,65	
Energía Eléctrica	86,40		90,59	
Teléfono	96,00		100,65	
Internet	276,00		289,37	
Útiles de Oficina	66,00		69,20	
Utiles de Aseo	190,50		199,73	
Permisos de funcionamiento	150,00		157,27	
Insumos de seguridad	41,00		42,99	
Depreciación de Equipos de Oficina	30,00		31,45	
Depreciación de Equipos de cómputo	620,00		650,04	
Depreciación equipo de seguridad	27,50		28,83	
Depreciación construcciones	731,50		766,95	
Depreciación de muebles y enseres	87,00		91,22	

Amortizaciones de Activos Diferidos	267,35		267,35	
GASTOS DE VENTAS				
Sueldo personal de ventas	20.291,52		22.453,86	
Combustibles y lubricantes		700,00		733,92
Mantenimiento de vehículo	400,00		419,38	
Publicidad y propaganda	168,00		176,14	
Depreciación de vehículo	800,00		838,77	
GASTOS FINANCIEROS				
Intereses por Préstamo	1.593,75		0,00	
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	40.461,70	53.338,97	42.703,55	57.888,74
		93.800,68		100.592,29

7.5.10. Punto de equilibrio

Se refiere al punto muerto, en el que los ingresos totales igualan a los costos totales o egresos, por lo tanto, no existen ni pérdidas ni ganancias.

7.5.10.1. Determinación del punto de equilibrio año 1

Tabla 100

Punto de equilibrio año 1

Eje de x	0	100
Costo fijo	40462	40462
Costo variable	53339	53339
Costo Total	40462	93801
Ventas Totales	0	124755

Nota. Datos obtenidos de la tabla 91 y 92.

a. Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{40462}{124755 - 53339} \times 100$$

PE = 57%

b. En función de las ventas

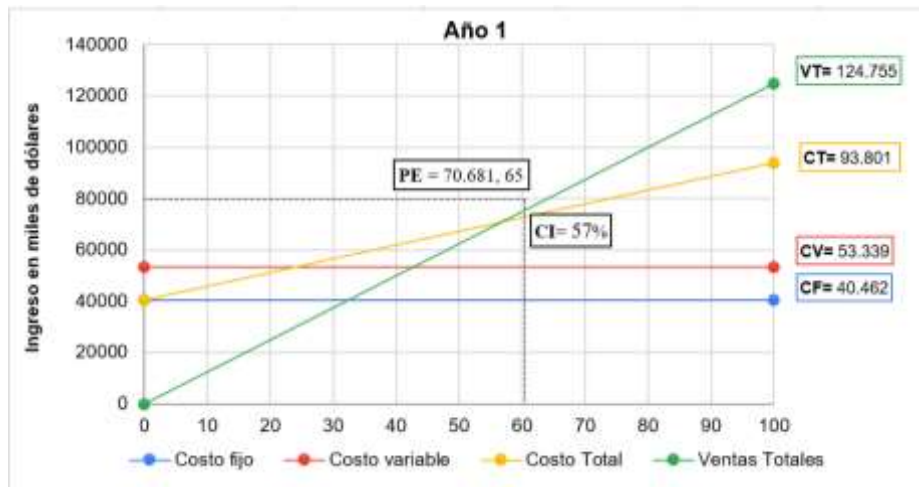
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$PE = \frac{40462}{\frac{53339}{124755}}$$

PE = \$ 70.681, 65

Figura 16

Punto de equilibrio año 1



Nota. Punto de equilibrio del año 1 del proyecto.

Análisis

La gráfica indica que el punto de equilibrio para el año 1 se da cuando los ingresos de ventas son de \$124.755,00 y se trabaja con una capacidad instalada del 57%, por lo tanto, la empresa no presenta ni pérdidas ni ganancias.

7.5.10.2. Determinación del punto de equilibrio para el año 5

Tabla 101

Punto de equilibrio año 5

Eje de x	0	100
Costo fijo	42704	42704
Costo variable	57889	57889
Costo Total	42704	100592
Ventas Totales	0	133788

Nota. Datos obtenidos de la tabla 94 y 95.

a. Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$PE = \frac{42704}{133788 - 57889} \times 100$$

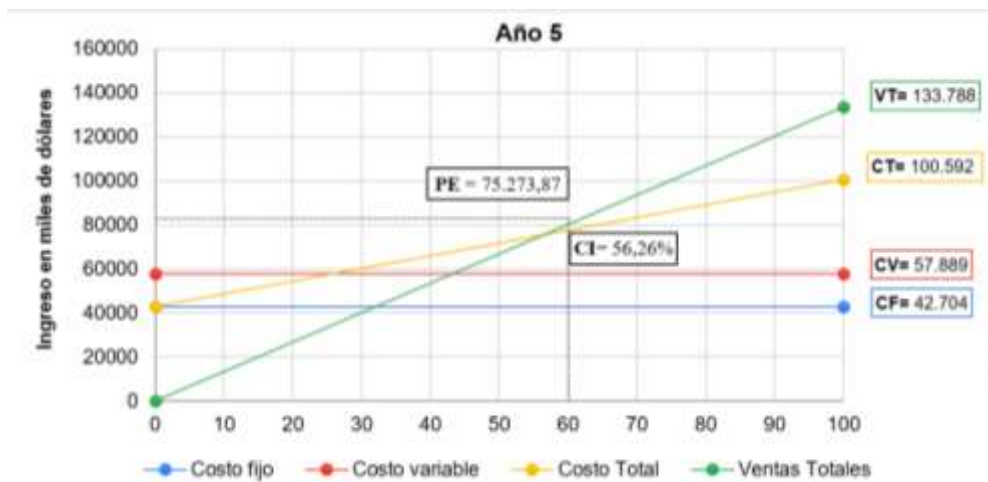
PE = 56%

b. En función de las ventas

$$\begin{array}{r}
 \text{Costo Fijo} \\
 \text{Total} \\
 \text{PE} = \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}} - 1 \\
 \frac{42704}{57889} - 1 \\
 \text{PE} = \frac{57889}{133788} - 1 \\
 \text{PE} = \$ 75.273,87
 \end{array}$$

Figura 17

Punto de equilibrio año 5



Nota. Punto de equilibrio para el año 5.

Análisis

La gráfica muestra que el punto de equilibrio en el año 5 se da cuando los ingresos por ventas son de \$133.788,00 y se trabaja con una capacidad instalada del 56%. Por lo tanto, la empresa no tiene ni pérdidas ni ganancias.

7.5.11. Estado de pérdidas y ganancias

Se refiere al informe financiero que muestra los ingresos y egresos, permitiendo así dar a conocer si existen utilidades o pérdidas en la empresa en un cierto periodo de tiempo.

Tabla 102

Estado de pérdidas y ganancias

Descripción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. Ingresos					
Ventas	124.754,90	130.606,69	131.540,67	132.492,89	133.787,75
Total ingresos	124.754,90	130.606,69	131.540,67	132.492,89	133.787,75
2. Egresos					
Costo de Producción	53.554,47	56.088,40	56.755,86	57.431,25	58.114,68
Costo de Operación	40.246,20	42.112,12	42.146,90	42.187,46	42.477,61
TOTAL EGRESOS	93.800,68	98.200,52	98.902,76	99.618,71	100.592,29
(1-2)Utilidad antes impuesto trabajadores	30.954,22	32.406,17	32.637,91	32.874,18	33.195,46
(-)15% Trabajadores	4.643,13	4.860,93	4.895,69	4.931,13	4.979,32
(=) Utilidad antes impuesto a la renta	26.311,09	27.545,25	27.742,22	27.943,05	28.216,14
(-) Porcentaje tipo marginal 1%	63,11	75,45	77,42	79,43	82,16
(-) Impuesto a la fracción Básica	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
(=) Utilidad antes de Reserva Legal	26.187,98	27.409,79	27.604,80	27.803,62	28.073,98
(-) 10% de Reservas	2.618,80	2.740,98	2.760,48	2.780,36	2.807,40
(=) Utilidad Líquida	23.569,18	24.668,81	24.844,32	25.023,26	25.266,58

Nota. Datos obtenidos de las tablas 88 y 91.

7.5.12. Flujo de caja

Dentro del flujo de caja se encuentran las entradas y salidas de efectivo que ha tenido la empresa, lo cual permite conocer si tendrá dinero disponible al finalizar el periodo. Esta herramienta permite la aplicación de algunos indicadores financieros.

Tabla 103

Flujo de caja

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. INGRESOS					
Ventas	124.754,90	130.606,69	131.540,67	132.492,89	133.787,75
Valor residual					7.999,94
TOTAL INGRESOS	124.754,90	130.606,69	131.540,67	132.492,89	141.787,69
2. EGRESOS					
Costo de Produccion	53.554,47	56.088,40	56.755,86	57.431,25	58.114,68
Costo de Operación	40.246,20	42.112,12	42.146,90	42.187,46	42.477,61
Amortización del crédito	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	0,00
TOTAL EGRESOS	96.800,68	101.200,52	101.902,76	102.618,71	100.592,29

(=) Utilidad antes impuesto trabajadores	27.954,22	29.406,17	29.637,91	29.874,18	41.195,40
(-) 15% Trabajadores	4.643,13	4.860,93	4.895,69	4.931,13	4.979,32
(=) Utilidad antes impuesto a la renta	23.311,09	24.545,25	24.742,22	24.943,05	36.216,08
(-) Porcentaje tipo marginal 1%	33,11	45,45	47,42	49,43	162,16
(-) Impuesto a la fracción Básica	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00
(=) Utilidad antes de Reserva Legal	23.217,98	24.439,79	24.634,80	24.833,62	35.993,92
(-) 10% de Reservas	2.618,80	2.740,98	2.760,48	2.780,36	2.807,40
(=) Utilidad Líquida	20.599,18	21.698,81	21.874,32	22.053,26	33.186,52
(+) Depreciaciones	2.894,50	2.894,50	2.894,50	2.901,94	2.901,94
(+) Amortización de activos diferidos	267,35	267,35	267,35	267,35	267,35
FLUJO DE CAJA	23.761,03	24.860,67	25.036,17	25.222,55	36.355,81

Nota. Datos obtenidos de la tabla 59, 60, 88, 89, 92 y 94.

7.6. Evaluación financiera

La evaluación financiera permite determinar si la inversión que se realice va a tener rentabilidad o no para la empresa mediante la aplicación de algunos indicadores.

7.6.1. Valor Actual Neto (VAN)

El análisis del flujo de caja permite calcular el valor actual de los flujos de costos y ganancias que se han generado durante la vida útil del proyecto. La decisión sobre si se acepta o rechaza el proyecto se toma utilizando el Valor Actual Neto, considerando algunos aspectos:

- Si el VAN es mayor a uno la inversión es aceptada.
- Si el VAN es menor o igual a uno la inversión es rechazada.
- Si el VAN es igual a uno la inversión es indiferente,

El factor de actualización se calcula tomando en cuenta la tasa de interés del crédito otorgado por la entidad financiera que es de 15%, utilizando la siguiente fórmula:

$$\text{Factor de actualización} = 1 / (1 + i)^n$$

$$\text{Factor de actualización} = 1 / (1 + 15\%)^1$$

$$\text{Factor de actualización} = 0,87$$

El siguiente procedimiento a seguir es calcular el Valor Actual Neto (VAN) mediante la fórmula:

$$\text{VAN} = \sum \text{flujo de caja actualizado} - \text{inversión}$$

$$\text{VAN} = 88.434,26 - 51.887,11$$

$$\text{VAN} = 36.547,15$$

Tabla 104

Valor Actual Neto

Años	Flujos netos	Factor de actualización	Flujos netos actualizados
0	51.887,11		
1	23.761,03	0,869565	20.661,77
2	24.860,67	0,756144	18.798,24
3	25.036,17	0,657516	16.461,69
4	25.222,55	0,571753	14.421,07
5	36.355,81	0,497177	18.075,26
Sumatoria de flujos actualizados			88.418,03
(-) Inversión			51.887,11
Valor actual neto			36.530,92

Nota. Datos tomados de la tabla 85 y 95.

Análisis

El Valor Actual Neto es de \$36.530,92 siendo positivo y mayor que uno, es decir el proyecto se acepta, ya que es viable y factible para ser ejecutado.

7.6.2. Tasa Interna de Retorno

Se refiere a la rentabilidad o rendimiento del proyecto que se representa por un valor porcentual. Así mismo, cuenta con algunos criterios de aceptación como:

- Si la TIR es mayor al costo de oportunidad o capital el proyecto se acepta.
- Si la TIR es igual al costo de oportunidad o capital el proyecto es indiferente.
- Si la TIR es menor al costo de oportunidad o capital el proyecto se rechaza.

T_m (tasa de descuento menor) = 20%

T_M (tasa de descuento mayor) = 21%

El cálculo de este indicador se realiza de la siguiente forma:

$$TIR = T_m + Dt \left(\frac{VANT_m}{VANT_m - VANT_M} \right)$$

$$TIR = 40 + 1 \left(\frac{218,47}{218,26 - (-694,55)} \right)$$

$$TIR = 40 + 1 \left(\frac{218,47}{913,02} \right)$$

$$TIR = 40 + 0,239$$

$$TIR = 40,24$$

Tabla 105

Tasa interna de retorno (TIR)

Año	Flujo Neto	Factor de actualización	Van menor	Factores de actualización	Van mayor
		40%		41%	
0	51.887,11				
1	23.761,03	0,714286	16.972,17	0,709220	16.851,80
2	24.860,67	0,510204	12.684,01	0,502993	12.504,74
3	25.036,17	0,364431	9.123,97	0,356732	8.931,22
4	25.222,55	0,260308	6.565,64	0,253002	6.381,35
5	36.355,81	0,185934	6.759,80	0,179434	6.523,46
	Total		52.105,58		51.192,56
			218,47		-694,55

Nota. Datos obtenidos de la tabla 104.

Análisis

La tasa interna de retorno es de 40,24% siendo mayor al costo o tasa de oportunidad del 15% de interés del crédito otorgado por la entidad financiera. Por lo tanto, el proyecto se acepta por la viabilidad que representa conforme a los criterios de aceptación de la tasa interna de retorno.

7.6.3. Relación beneficio costo

Se refiere al indicador que permite conocer la rentabilidad que se obtiene de cada dólar invertido, en base a algunos criterios como:

- Si la Relación Beneficio Costo es menor a 1, el proyecto no tiene rentabilidad.
- Si la Relación Beneficio Costo, es igual a 1, se deja a criterio de inversionista.
- Si la Relación Beneficio Costo es mayor a 1, el proyecto tiene rentabilidad.

Se realizó el siguiente cálculo:

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

$$Rbc = \frac{439.976,85}{336.384,08}$$

$$Rbc = 1,31$$

Análisis

La relación beneficio costo es mayor a uno, por lo tanto, el proyecto se acepta. El resultado es de 1,31 lo que significa que por cada dólar invertido se gana 0,31 centavos.

Tabla 106

Relación beneficio costo

Años	Ingresos originales	Egresos originales	Factor de actualización	Ingresos actualizados	Egresos actualizados
1	124.754,90	96.800,68	0,869565	108.482,52	84.174,50
2	130.606,69	101.200,52	0,756144	98.757,42	76.522,13
3	131.540,67	101.902,76	0,657516	86.490,13	67.002,72
4	132.492,89	102.618,71	0,571753	75.753,24	58.672,58
5	141.787,69	100.592,29	0,497177	70.493,54	50.012,15
Total				439.976,85	336.384,08

Nota. Datos obtenidos de las tablas 104 y 105.

7.6.4. Periodo de recuperación de capital (PRC)

El periodo de recuperación de la inversión permite determinar la cantidad de tiempo en el cual la empresa va a recuperar el dinero invertido, para realizar su cálculo se consideran los valores del flujo de efectivo y el valor monetario de la inversión.

Tabla 107

Periodo de recuperación de capital (PRC)

Años	Flujos netos	Factor de actualización	Flujos netos actualizados
0	51.887,11		
1	23.761,03	0,869565	20.661,77
2	24.860,67	0,756144	18.798,24
3	25.036,17	0,657516	16.461,69
4	25.222,55	0,571753	14.421,07
5	36.355,81	0,497177	18.075,26
Total			88.418,03

Nota. Datos obtenidos de las tablas 104 y 105.

Para realizar el respectivo cálculo del periodo de recuperación del capital se realizó el siguiente procedimiento:

PRC = Año que supera la inversión

$$+ \frac{\text{Inversión} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{Flujo neto del año que supera la inversión}}$$

$$PRC = 3 + \frac{51.887,11 - 55.921,69}{16.461,69}$$

PRC = 2,75

2,75	2	años
0,75	9	meses
0,00	0	días

El periodo de recuperación del capital es de 2 años, los meses se calculan multiplicando los decimales por los meses que tiene el $0,75 \times 12 = 9,00$ meses, los días dan como resultado 0,00 ya que $0,00 \times 30$ días del mes = 0,00 días. Por lo tanto, el periodo de recuperación del capital es de 2 años con 9 meses.

7.6.5. *Análisis de sensibilidad*

El análisis de sensibilidad permite medir la resistencia del proyecto, en otras palabras, como puede verse afectada la tasa de rentabilidad frente a un aumento de costos o disminución de los ingresos, se basa en criterios como:

- Si el coeficiente de sensibilidad es menor a 1, el proyecto es sensible, los cambios disminuyen o eliminan la rentabilidad.
- Si el coeficiente de sensibilidad es igual 1, el proyecto no es afectado.
- Si el coeficiente de sensibilidad es mayor a 1, el proyecto no es sensible, los cambios no afectan a la rentabilidad.

7.6.5.1. **Análisis de Sensibilidad con Incremento en los Costos.**

Se realizó el siguiente procedimiento:

- **Nueva TIR**

$$\text{TIR} = \text{Tm} + \text{Dt} \frac{\text{VAN Tm}}{\text{VAN Tm} - \text{VAN TM}}$$

$$\text{TIR} = 28 + 1 \left(\frac{916,79}{916,79 - (-197,79)} \right)$$

$$\text{TIR} = 28 + 1 \left(\frac{916,79}{1114,58} \right)$$

$$\text{TIR} = 28 + 1 (0,8225)$$

$$\text{TIR} = 28 + 0,8225$$

$$\text{TIR} = \mathbf{28,82}$$

- **Diferencia de Tasas**

$$\text{TIR} = \text{TIR O} - \text{Nueva TIR}$$

$$\text{TIR} = 40,24 - 28,82$$

$$\text{TIR} = \mathbf{11,42}$$

- **Porcentaje de variación**

$$\% V = \frac{\text{TIR R}}{\text{TIR O}} * 100$$

$$\% V = \frac{11,43}{40,25} * 100$$

$$\%V = 28,37$$

- **Sensibilidad**

$$S = \frac{\% V}{N \text{ TIR}}$$

$$S = \frac{28,37}{28,82}$$

$$S = 0,98$$

Análisis

Con un incremento del 10% en los costos el análisis de sensibilidad es igual 0,98, por lo tanto, el proyecto no es sensible, es decir, la rentabilidad del negocio no experimenta ninguna alteración.

Tabla 108

Análisis de sensibilidad - incremento del 10% en costos

Año	Costo original	Costo total original	Ingresos totales	Flujo neto	F. actualización 27%	Van menor	F. actualización 28%	Van mayor
0	51.887,11							
1	96.800,68	106.480,74	124.754,90	18.274,16	0,78740	14.389,10	0,78125	14.276,68
2	101.200,52	111.320,57	130.606,69	19.286,12	0,62000	11.957,42	0,61035	11.771,31
3	101.902,76	112.093,04	131.540,67	19.447,64	0,48819	9.494,14	0,47684	9.273,36
4	102.618,71	112.880,58	132.492,89	19.612,30	0,38440	7.539,00	0,37253	7.306,15
5	100.592,29	110.651,52	141.787,69	31.136,17	0,30268	9.424,24	0,29104	9.061,82
Total			52.803,90			916,79		-197,79

Nota. Datos obtenidos de la tabla 105.

7.6.5.2. Análisis de Sensibilidad con Disminución en los Ingresos

El cálculo se realizó de la siguiente manera:

- **Nueva TIR**

$$TIR = Tm + Dt \frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM}$$

$$TIR = 28 + 1 \left(\frac{890,41}{890,41 - (-202,15)} \right)$$

$$TIR = 28 + 1 \left(\frac{890,41}{1092,56} \right)$$

$$TIR = 28 + 1 (0,81)$$

$$TIR = 28 + 0,81$$

$$TIR = 28,81$$

- **Diferencia de Tasas**

$$\text{TIR} = \text{TIR O} - \text{Nueva TIR}$$

$$\text{TIR} = 40,24 - 28,81$$

$$\text{TIR} = 11,42$$

- **Porcentaje de variación**

$$\% V = \frac{\text{TIR R}}{\text{TIR O}} * 100$$

$$\% V = \frac{11,42}{40,24} * 100$$

$$\% V = 28,39$$

- **Sensibilidad**

$$S = \frac{\% V}{N \text{ TIR}}$$

$$S = \frac{28,39}{28,81}$$

$$S = 0,99$$

Tabla 109

Análisis de sensibilidad con disminución de 7,34 en los costos

Años	Costo original	Ingresos totales	Ingreso total original	Flujo neto	Factor de actualización	Van menor	Factor de actualización	Van mayor
					28%		29%	
0	51.887,11							
1	96.800,68	124.754,90	115.597,89	18.797,21	0,78125	14.685,32	0,77519	14.571,48
2	101.200,52	130.606,69	121.020,16	19.819,64	0,61035	12.096,95	0,60093	11.910,13
3	101.902,76	131.540,67	121.885,59	19.982,83	0,47684	9.528,55	0,46583	9.308,67
4	102.618,71	132.492,89	122.767,91	20.149,20	0,37253	7.506,16	0,36111	7.276,10
5	100.592,29	141.787,69	131.380,47	30.788,18	0,29104	8.960,54	0,27993	8.618,57
Total			52.777,53				51.684,96	
						890,41		-202,15

Nota. Datos obtenidos de la tabla 105.

Análisis

Con una disminución del 7,34% en los costos el análisis de sensibilidad es igual 0,98, por lo tanto, el proyecto no es sensible, es decir, la rentabilidad del negocio no experimenta ninguna alteración.

8. Conclusiones

Una vez concluidos los diferentes estudios que abarcan el proyecto, se plantearon algunas conclusiones:

- En el estudio de mercado se aplicaron 399 encuestas a las personas de 18 a 65 años de edad de la ciudad de Loja y a 13 productores de licor de caña. Obteniendo así una demanda potencial del 70%, una demanda real del 72% y una demanda efectiva del 93%, con un consumo promedio anual de 24 botellas de 750 ml de licor de caña por persona, teniendo una demanda de 1.570.118 unidades y una oferta de 38.640 unidades, dando como resultado una demanda insatisfecha de 1.531.478 unidades de 750 ml de licor de caña para el año 1.
- En el estudio técnico se obtuvo que la empresa cuenta con una capacidad instalada de 24.333 unidades anuales y una capacidad instalada de 17.333 unidades al año de licor de caña, haciendo uso del 100% de la maquinaria.
- El emprendimiento “Licores Caña del Valle” se encuentra establecido como un negocio popular.
- En el estudio financiero se estableció que la inversión de la empresa es de \$51.887,11, el 77% será financiado con capital propio y el 23% con capital externo mediante un crédito de \$12.000 otorgado por el Banco de Machala a una tasa de interés del 12% para 4 años mediante pagos mensuales.
- Para el primer año la empresa tendrá un costo total de producción de \$93.800,68, considerando las 24.333 unidades producidas se tiene un costo unitario de \$3,85 que agregando el margen de utilidad del 33% se obtiene un precio de venta de \$5,13. Los ingresos por ventas para el primer año serán de \$124.754,90.
- En la evaluación financiera, el Valor Actual Neto es de \$36.547,15, siendo un valor positivo; la Tasa Interna de Retorno de 40,25% superando el costo de oportunidad o capital; la Relación Beneficio Costo de \$1,31, obteniendo una ganancia de 0,31 centavos por cada dólar invertido; el Periodo de Recuperación del Capital es de 2 años y 9 meses y finalmente el análisis de sensibilidad determina que la empresa puede experimentar un incremento del 10% y una disminución del 7,34% en los costos con una sensibilidad del 0,99 de manera que no afecta la rentabilidad.

9. Recomendaciones

- Considerando los resultados que han sido obtenidos, el proyecto propuesto es viable y factible, ya que existe una demanda considerable en la ciudad de Loja,
- Desarrollar investigaciones de mercado que permitan conocer los gustos y preferencias del público objetivo para cumplir sus expectativas e innovar en los productos.
- Tomar en consideración la expansión de la empresa a nivel nacional considerando los costos, precios, demanda y oferta.
- Realizar actividades de promoción del producto para posicionar la marca en la mente de los consumidores.
- Mantener una innovación continua de los productos y procesos tecnológicos para destacarse de la competencia.

10. Bibliografía

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. *Obtención de Notificación Sanitaria de alimentos procesados (Fabricación Nacional)*. (s. f.). <https://www.controlsanitario.gob.ec/inscripcion-de-notificacion-sanitaria-de-alimentos-procesados-fabricacion-nacional/>
- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. *Emisión de permisos de Funcionamiento*. (s.f.). <https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/#:~:text=Descripci%C3%B3n%3A,establecimientos%20de%20servicios%20de%20salud.>
- Arboleda, G. (1998). *Proyectos. Formulación, Evaluación y Control*. AC Editores.
- Armijos, S. (2024). *La caña de azúcar mueve la economía de varios cantones*. Vistazo. <https://www.vistazo.com/enfoque/la-cana-de-azucar-mueve-la-economia-de-varios-cantones-JD7014319>
- Block, S., Hirt, G. y Danielsen, B. (2013). *Fundamentos de Administración Financiera*. The McGraw-Hill. [https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25469w/Fundamentos de Administracion Financiera.pdf](https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w25469w/Fundamentos_de_Administracion_Financiera.pdf)
- Bueno, K. (2018). *Plan de negocios para la producción y comercialización de licores artesanales, a partir de frutas tropicales y bajo los criterios de sustentabilidad*. Universidad Tecnológica de Pereira. <https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/cb36f008-3c6a-45a4-92ea-1bb24b906997/content>
- Chamorro, D. (s. f.). *La tasa financia la operación de los bomberos*. El Comercio. <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/ecuador-tasa-financia-operacion-bomberos.html>
- CONADESUCA. (2015). *Ficha técnica del cultivo de la caña de azúcar (Saccharum officinarum L.)*. [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/141823/Ficha T cnica Ca a d e Az car.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/141823/Ficha_Tecnica_Ca%C3%B1a_de_Az%C3%BAcar.pdf)
- Córdoba, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Ecoe Ediciones. <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1206/1/C%C3%B3rdoba-evaluaci%C3%B3n%20de%20proyectos%20da%20ed.pdf>

- Corrillo, F. y Gutiérrez, M. (2016). Estudio de localización de un proyecto. *Ventana científica*, 7(11), 29-33.
http://www.revistasbolivianas.ciencia.bo/scielo.php?lng=en&pid=S23056010201600100005&script=sci_arttext
- Guayllas, J. (2014). *Proyecto de inversión para la elaboración técnica de quesos de hebra para el cantón Yanzatza de la provincia de Zamora Chinchipe*. Universidad Nacional de Loja. <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/handle/123456789/13112>
- Hernández, M. (2014). *Administración de empresas*. Ediciones Pirámide.
- Mason, J. (2023). *El mercado mundial de bebidas alcohólicas alcanzará los 2001 millones de dólares en 2031*. The Drinks Business.
<https://www.thedrinksbusiness.com/es/2023/06/global-alcoholic-drinks-market-to-reach-us2001-billion-by-2031/>
- Mera, V. (2023). *Creación de una microempresa productora y comercializadora de licores artesanales a base de frutas exóticas producidas en la ciudad de Ambato, Tungurahua*. Universidad Técnica de Ambato.
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/39101/1/768%20O.E.pdf>
- Mondragón, D. (2017). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Fondo editorial Areandino.
<https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1318/Formulaci%C3%25%0925%09B3n%20y%20Evaluaci%C3%B3n%20de%20Proyectos.pdf?sequence=1&i%09sAllow%09ed=y>
- Monar, A. (2022). *Proyecto de factibilidad para elaborar licor artesanal en base de frutas y aguardiente y, comercializar en el Distrito Metropolitano de Quito*. Universidad Central del Ecuador.
<https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/77f5dfb7-73fc-4589-bce5-0441156df040/content>
- Morales, A. y Morales, J. (2009). *Proyectos de inversión. Evaluación y formulación*. McGraw Hill. México. <file:///C:/Users/VEL-USER/Downloads/LIBRO%206.pdf>
- Municipalidad de Santo Domingo. (2017). *Plazos para obtener la Patente Municipal*. <https://www.santodomingo.gob.ec/?p=6430#:~:text=La%20patente%20municipal%20es%20un,%2C%20financieras%2C%20inmobiliarias%20y%20profesionales>. NTE INEN 1837, Norma Técnica Ecuatoriana, Servicio Ecuatoriano de Normalización.
- (2016). *Bebidas alcohólicas. Licores. Requisitos*. <https://docplayer.es/59652532-Nte-inen-1837-segunda-revision.html>

- Paqui, N. (2019). Elaboración de licores artesanales a base de flores: rosas, begonia, malvas olorosas y violetas. <https://dspace.utpl.edu.ec/handle/20.500.11962/24393>
- Pasaca, M. (2017). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*.
- Patiño, L. (2019). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de licor de cerezas en la ciudad de Loja*. Universidad Nacional de Loja. <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/21747/1/Luis%20Fabricio%20Pati%c3%bl0%20Abad.pdf>
- Pimentel, E. (2008). *Formulación y Evaluación de Proyecto de Inversión*. <https://www.doccity.com/es/evaluacion-de-proyectos-de-inversion/3168456/>
- Poblete, J. C. (s. f.). Ecuador ocupa el noveno puesto regional en consumo de alcohol, según la OMS. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/tendencias/ecuador-ocupa-noveno-puesto-regional.html>
- Quizhpilema, F. y Cuenca, N. (2022). *Estudio de factibilidad de una microempresa de producción y comercialización de licor artesanal en el cantón Cumandá, provincia de Chimborazo, Ecuador*. Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/5912>
- Ramírez, C., Salcedo, A., Briones, E. y Lucero, F. (2014). Rendimiento, caracterización morfológica y bromatológica de la punta de caña de azúcar en la Huasteca Potosina, México. *Revista Cubana de Ciencia Agrícola*, 48 (4), 411-415. <https://www.redalyc.org/pdf/1930/193033033017.pdf>
- Reyes, A., Pino, J., y Moreira, V. (2011). Aspectos generales sobre la elaboración del licor de limón. *ICIDCA. Sobre los Derivados de la Caña de Azúcar*, 45(1), 13-19. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223122251002>
- Ríos, L. y Delgado, M. (2008). *Economía de los cultivos industriales: algodón, caña de azúcar, maní, tabaco, té y yerba mate*. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria. https://www.researchgate.net/profile/Rodolfo-Bongiovanni/publication/281465607_El_Cluster_de_mani_en_Cordoba/links/55f7f8f108aec948c4761995/El-Cluster-de-mani-en-Cordoba.pdf#page=30
- Sapag, N. y Sapag, R. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos* (5° ed.). McGraw-Hill Interamericana. <file:///C:/Users/VEL-USER/Pictures/Screenshots/Nueva%20carpeta/INGL%C3%89S%20NIVEL%20>

[/Revisi%C3%B3n%20bibliogr%C3%A1fica%20para%20trabajo%20de%20titulaci%C3%B3n%20curricular/LIBROS/LIBRO%203.pdf](#)

Sapag, N. (2011). *Proyectos de inversión. Formulación y evaluación*. Pearson Educación.

<http://librodigital.sangregorio.edu.ec/librosusgp/13076.pdf>

Secretaria de Agricultura y Desarrollo Rural. (2015). *Destilados de caña, son un #OrgulloDeMéxico*. Gobierno de México.

<https://www.gob.mx/agricultura/es/articulos/destilados-de-cana-son-un-orgullodemexico>

Servicio de Rentas Internas. (s. f.). *Voy a iniciar mi negocio*. SRI.

<https://www.sri.gob.ec/voy-a-iniciar-mi-negocio#:~:text=Las%20personas%20que%20realizan%20alguna,acuerdo%20a%20su%20actividad%20econ%C3%B3mica>.

Servicio de Rentas Internas. (s. f.). *Requisitos personas naturales*.

<https://www.sri.gob.ec/requisitos-personas-naturales>

Viñan, J., Puente, M., Ávalos, J. y Córdova, J. (2018). *Proyectos de inversión: un enfoque práctico*. ESPOCH. [http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-19-211329-](http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-19-211329-63%20Libro%20Proyectos%20de%20inversio%CC%81n%20un%20enfoco%20pra%CC%81ctico.pdf)

[63%20Libro%20Proyectos%20de%20inversio%CC%81n%20un%20enfoco%20pra%CC%81ctico.pdf](http://cimogsys.esPOCH.edu.ec/direccion-publicaciones/public/docs/books/2019-09-19-211329-63%20Libro%20Proyectos%20de%20inversio%CC%81n%20un%20enfoco%20pra%CC%81ctico.pdf)

11. Anexos

Anexo 1

Encuesta a los demandantes

1. Indique su edad

2. Indique su género

- Femenino
- Masculino

3. ¿Consume usted licor? Si la respuesta es NO le agradecemos por su colaboración.

- Si
- No

4. ¿Ha consumido licor de caña?

- Si
- No

5. ¿Cuál de las siguientes marcas de licor de caña es de su preferencia?

- Cantaclaro
- Licor San Viernes
- Zhumir
- Pájaro Azul
- Caña Linda
- Caña Manabita

6. ¿En qué presentación suele adquirir el licor de caña?

- 350 ml
- 500 ml
- 750 ml

7. ¿Cuánto paga por el licor de caña que consume? (Ejemplo: 7.00)

8. ¿Qué cantidad de licor de caña consume mensualmente? En la presentación de 750 ml

- 1 botella

- 2 botellas
- 3 botellas
- 4 botellas
- 5 botellas

9. ¿Dónde suele adquirir el licor de caña que consume?

- Licoreras
- Micromercados
- Supermercados
- Tiendas de barrio
- Ferias de emprendimientos

10. Si se comercializara licor de caña artesanal “Caña del valle” de la parroquia Malacatos en la ciudad de Loja ¿adquiriría el producto?

- Si
- No

11. ¿En dónde le gustaría adquirir el licor de caña artesanal “caña del valle”?

- Licoreras
- Micromercados
- Supermercados
- Tiendas de barrio
- Ferias de emprendimientos

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el licor de caña artesanal “Caña del Valle”? (Ejemplo: 7.00)

13. ¿Qué medios de comunicación utiliza con mayor frecuencia?

- Redes sociales
- Radio
- Televisión
- Prensa

14. ¿Qué promociones le gustaría recibir al adquirir el producto?

- Descuentos por compra

- Productos adicionales
- Cupones
- Muestras del producto

15. ¿Mediante que red social preferiría que se promocióne el licor de caña artesanal “Caña del Valle”?

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Tik Tok

Anexo 2

Encuesta a los oferentes

1. Nombre del emprendimiento o propietario.

2. ¿Cuánto tiempo tiene en el mercado?

3. ¿Qué presentación en ml de licor de caña vende?

- Botella pequeña de 350 ml
- Botella mediana de 500 ml
- Botella grande de 750 ml

4. ¿Qué cantidad de licor de caña (en botellas) vende semanalmente?

5. ¿Cuál es el precio del licor de caña que vende?

6. ¿Qué tipo de promoción ofrece a sus clientes al adquirir licor de caña?

- Descuentos
- Producto adicional
- Muestras del producto
- Combos

7. ¿Mediante qué medios de comunicación da a conocer el licor de caña?

- Radio
- Periódico
- Televisión
- Redes sociales

8. En el caso de que la empresa productora de licor de caña de la parroquia Malacatos “Caña del Valle” le ofrezca su producto, ¿lo adquiriría?

- Si
- No

Anexo 3

Certificado de traducción del resumen

Mgs. Mónica Jimbo Galarza

C E R T I F I C O:

Haber realizado la traducción de Español – Inglés del resumen del Trabajo de Integración curricular previo a la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas, titulado **“Proyecto de inversión para la producción de licor artesanal “Licores Caña del Valle” en la parroquia Malacatos y su comercialización en la ciudad de Loja.”** de autoría de Nicol Janela González Sarango CI: 1950075760.

Se autoriza a la interesada hacer uso de la misma para los trámites que crea conveniente.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Emitida en Loja, a los 26 días del mes de noviembre 2024.



Mgs. Mónica Jimbo Galarza

MAGÍSTER EN ENSEÑANZA DE INGLÉS COMO LENGUA EXTRANJERA

REGISTRO EN LA SENECYT N° 1021-2018-1999861