UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

AREA JURÍDICA SOCIAL, Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITULO:

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TÉ NATURAL A BASE DE ORTIGA PARA LA CIUDAD DE LOJA"

Tesis de grado previa a la obtención del Título de Ingeniero Comercial.

AUTOR:

Ney M. Atarihuana Díaz.

DIRECTOR:

Ing Com. Ney Alfredo Gallardo

LOJA – ECUADOR

2013

Ing. Com. Ney Alfredo Gallardo, DOCENTE DEL ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRAVIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

CERTIFICA:

Que, el presente trabajo de investigación titulado "PROYECTO DE FACTIBILIDAS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TÉ NATURAL A BASE DE ORTIGA PARA LA CIUDAD DE LOJA", previo a la obtención del título de **INGENIERO COMERCIAL**, el señor Ney Manfredo Atarihuana Díaz, ha sido dirigido y revisado durante su ejecución, por lo cual autorizo su presentación.

Ing. Com. Ney Alfredo Gallardo

DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **Ney Manfredo Atarihuana Díaz** declaro ser autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de la tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

Autor: **Ney Manfredo Atarihuana Díaz**

Firma:

Cédula: **1104581986**

Fecha: **08 de mayo de 2013**

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedico principalmente a Dios por la vida que me ha proporcionado, a mi Mamá y a mi Hija quienes fueron el pilar fundamental para cumplir con esta meta, y a todos mis familiares quienes de una u otra manera me supieron guiar a la meta del triunfo.

Ney Manfredo Atarihuana Díaz

AGRADECIMIENTO

Uno de los esfuerzos más importantes de nuestra vida constituye los estudios superiores hasta la profesionalización, por ello expreso mi testimonio de gratitud, a la Universidad Nacional de Loja por haberme permitido superarme, a los Directivos del Área Jurídica Social y Administrativa, al personal docente de la Carrera de Administración de Empresas y de manera especial al Ing. Ney Alfredo Gallardo en su calidad de DIRECTOR del presente trabajo de investigación, por haberme brindado sus valiosos conocimientos y compartir sus invalorables experiencias en todo momento haciendo posible la culminación del presente trabajo y por ende mis aspiraciones como futuro profesional.

EL AUTOR

a.)TITULO:

"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TÉ NATURAL A BASE DE ORTIGA PARA LA CIUDAD DE LOJA"

b. RESUMEN

En nuestro país Ecuador tiene grandes riquezas en el campo de la agricultura, la misma que tiene variedad de clima que permite la producción de diferentes tipos de plantas,como es la planta de ortiga crece en climas templados y se siembra con facilidad incluso en macetas, ya que la ortiga tiene varias utilidades y es una gran fuente de nutrientes y beneficios para nuestro organismo.

El presente trabajo ha sido desarrollado con datos del cantón Loja con el objetivo de realizar un "Proyecto de factibilidad para la creación de una empresas productora y comercializadora de té natural a base de ortiga para la ciudad de Loja", con la finalidad ofrecer un producto sano y natural con precios accesibles y de buena calidad que satisfaga las necesidades de la ciudadanía.

Los objetivos planteados en él presente proyecto de tesis fueron los siguientes: realizar el estudio de mercado para determinar la oferta y demanda de la producción y comercialización de té natural a base de ortiga, elaborar un plan de comercialización con las mejores estrategias del mercado; el estudio técnico para determinar el tamaño de la planta; la localización e ingeniería que requiere el proyecto; el estudio administrativo para crear una estructura organizacional donde conste organigramas y manual de funciones , diseño distribución de la planta , donde especifique al personal como debe cumplir con sus tareas, el estudio financiero para determinar la factibilidad y rentabilidad del proyecto, utilizando el correcto proceso de evaluación financiero como valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio costo etc.; determinar la factibilidad del proyecto.

El estudio inicia con la redacción de una Introducción, donde consta unacomparación del componente histórico sobre el desarrollo de la actividad a realizarse, seguido de esto se realizó la Revisión de Literatura, en la cual constan todos los términos utilizados en el presente proyecto, luego se detalla los materiales y métodos utilizados como: método analítico, descriptivo, estadístico, y matemático al igual que las técnicas como: La entrevista, encuesta, revisión bibliográfica y muestreo.

A continuación se presenta los Resultados del Proyecto los mismos que fueron obtenidos gracias a la aplicación de herramientas como encuestas y entrevistas además de contar con la colaboración de varias personas que contribuyeron para obtener la información necesaria como consumidores, ofertantes, proveedores entre otros, que sirvió de gran ayuda para el desarrollo de las etapas del proyecto.

Se realizó el Estudio de Mercado el cual se establece las condiciones de la Oferta es decir cuál será la competencia que en este caso es 0 ya que no existen productos similares en el mercado portal motivo no existe competencia, conocer cuál es la Demanda, que para ello se segmento el mercado por familias que son 53.714 además de ello se consideró conocer cuáles serán los proveedores los cuales nos abastecerán de materia prima para la empresa y se diseñó las estrategias de marketing, que se establecieron de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores.

Además se diseñó el Estudio Técnico para establecer los procesos necesarios, como la Ingeniería del producto, Tamaño de la Planta en el cual se establece la

capacidad instalada y utilizada para determinar cuál será la producción anual de sobres de té y de esta manera satisfacer la demanda existente que se encuentra en el mercado, que es de 13608.000 para el primer año trabajando al 90%, y para el quinto año se tendrá que producir 15120.000 unidades de té, se realizó la Ingeniería del Proyecto, El Proceso productivo, en el que se detalla las etapas a realizarse, La ingeniería de la planta, la localización para la cual se determinó luego de analizar que el lugar posee las características necesarias para llevar a cabo la producción, que se encontrara ubicada en la Ciudad de Loja en el Barrio Amable María en las calles Montreal entre California y New York.

Además de efectuar un Estudio Administrativo Legal en donde se define la Visión, Misión, Objetivos y Valores de la Empresa, así como también se indica la estructura organizativa empresarial y las funciones sobre las cuales se desarrolla, los organigramas correspondiente y por ende el Manual de Funciones indicando las tareas para cada puesto, la naturaleza del trabajo y los requisitos que los empleados deberían cumplir para ejercer dichos cargos.

Como otra etapa del desarrollo del proyecto se realizó el Estudio Financiero en el cual se describen los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo o activos circulantes, lo cual ayuda para determinar que la inversión del proyecto es de $63.688,19 además se realizó un presupuesto de operación que para el primer año es de $616.043,82 lo mismo que ayuda para determinar el costo unitario que en este caso es de $1,09 centavos más el margen de utilidad del 30% el precio unitario de la Empresa es de $1,41 centavos más el margen de utilidad por los intermediarios es precio de venta al público para el primer año será de $1,55 con

esto se realizó un Análisis y clasificación de los costos para cada año de vida útil del proyecto, así mismo con estos datos se elaboró el punto de equilibrio que para el primer año es de $230.086,35 con relación a las ventas y 28,73% con relación a la capacidad instalada y para el quinto año las ventas es de $253.222,16 yde 24,93% con relación a la capacidad instalada, Estado de Pérdidas y Ganancias y la fuente de usos y fondos.

Finalmente se realizó la evaluación financiera a través de los diferentes indicadores como el Flujo de Caja que para el primer año es de $116.606,43 el VALOR ACTUAL NETO que es de $104.861,90 el cual muestra que el proyecto es rentable ya que cubre la inversión necesaria además de mantener un rubro promedio de utilidades, se realizó EL PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL en el cual se describe que la misma se recupera en 1año 3 meses y 20 días, a través del indicador RELACIÓN BENEFICIO COSTO se determina el siguiente resultado que es de $1,30 centavos deduciendo que por cada dólar invertido se espera obtener una ganancia de $0,30 centavos, la TASA INTERNA DE RETORNO que es de 150,36% y el Análisis de Sensibilidad en el cual se indica que el proyecto no es sensible y soporta hasta un 11,40% en el incremento de los costos y un 8,77% para la disminución de los ingresos.

Y por último están expuestas las conclusiones y recomendaciones a las que he llegado después de culminar mi Proyecto de Tesis.

SUMARY

In our country Ecuador has great wealth in the field of agriculture, it has variety of climate that allows the production of different types of plants, such as the nettle plant grows in warm climates and is grown easily even in pots, and that nettle has various uses and is a great source of nutrients and benefits for our body.

This work has been developed with data from Loja Canton in order to perform a "feasibility project for the creation of a company that produces and markets natural tea nettle based Loja City", in order to offer a product healthy and natural with affordable prices and good quality that meets the needs of citizens.

The objectives in this thesis it were: conduct market research to determine the supply and demand of the production and marketing of natural tea nettle base, develop a marketing plan with the best market strategies, the technical study to determine the size of the plant, the location and engineering required for the project, the administrative study to create an organizational structure stating charts and manual functions, plant layout design, which specify the personnel and must meet its tasks, financial study to determine the feasibility and profitability of the project, using the proper financial evaluation process as net present value, internal rate of return, benefit cost etc.; determine the feasibility of the project.

The study begins with the writing of an introduction, which includes a comparison of the historical component of the development of the activity to be performed, this was followed by the Literature Review, which contains all the terms used in this project, then details the materials and methods used as analytical method,

descriptive, statistical, and mathematical techniques like as: Interview, survey, literature review and sampling.Below is the Project

Results which were obtained through the application of tools such as surveys and interviews in addition to the collaboration of several people who contributed to obtain the necessary information as consumers, vendors, suppliers and others who served of great help to the development stage of the project.

Study was conducted market which establishes the conditions of the Offer ie what the competition which in this case is 0 because there are no similar products in the market for that reason there is no competition, know what the demand, which for it is the market segment are 53,714 families in addition to this was considered to know what the suppliers which we will supply raw material for the company and design marketing strategies, which were set according to the tastes and preferences of consumers.

Besides the technical study was designed to establish the necessary processes such as Product Engineering, Plant size in which the installed capacity is established and used to determine what the annual production of tea bags and so meet demand found existing in the market, which is 13608.000 for the first year working at 90%, and for the fifth year will have to produce tea 15120,000 units, was conducted Project Engineering, The Production Process, in which details the steps to be performed, plant engineering, the location for which was determined after analyzing the place has the characteristics needed to carry out production, was

found located in the city of Loja in the Friendly Neighborhood Maria Montreal street between California and New York.

In addition to conduct a Legal Management Study which defines the Vision, Mission, Goals and Values of the Company, as well as indicating the corporate organizational structure and functions over which develops, appropriate charts and therefore the Manual Features indicating the tasks for each position, the nature of work and the requirements that employees should follow to exercise these charges.

As a further step in the development of the project Financial Study conducted which describes the fixed assets, deferred assets and working capital or assets, which helps to determine that the investment of the project is $ 63,688.19 plus was made a operation budget for the first year is $ 616,043.82 as well as help determine the unit cost in this case is $ 1.09 cents profit margin of 30% the unit price of the Company is $ 1, 41 cents profit margin by intermediaries is retail price for the first year will be $ 1.55 with this was made a Analysis and classification of costs for each year of life of the project, also with this data was drawn to break even for the first year is $ 230,086.35 with respect to sales and 28.73% in relation to the installed capacity for the fifth year and sales is $ 253,222.16 and 24.93% in relation to the installed capacity, State Income and uses the power and funds.Finally financial evaluation was conducted through various indicators such as cash flow than for the first year is $ 116,606.43 EQUITY CURRENT VALUE $ 104,861.90 which is which shows that the project is profitable because it covers investment also required to maintain average earnings category, was conducted

RECOVERY PERIOD CAPITAL described in which the same is recovered in 1 year 3 months and 20 days, through the COST BENEFIT indicator determines the following result which is of $ 1.30 cents deducing that for every dollar invested is expected to make a profit of $ 0.30 cents, the INTERNAL RATE OF RETURN which is 150.36% and sensitivity analysis in which indicates that the project is not sensitive and supports up to 11.40% on increasing costs and 8.77% for the revenue decline.

And finally exposed the conclusions and recommendations that have come after completing my thesis project.

c. INTRODUCCIÓN

Desde la década de los ochenta la Medicina Natural ha ganado mucho terreno como una alternativa de solución para la prevención y tratamiento de algunas enfermedades q afectan al hombre.

La provincia de Loja por su ubicación geográfica y su clima posee una gran variedad de plantas medicinales que deberían ser aprovechadas con la utilización de técnicas y procesos adecuados de industrialización; con la creación de esta nueva unidad de producción se aportara al desarrollo empresarial de la provincia.
Es por eso que se presenta el proyecto titulado:**"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TÉ NATURAL A BASE DE ORTIGA PARA LA CIUDAD DE LOJA".**

El producto a comercializar son los sobres de té de ortiga deshidratada para infusión medicinal elaborado a base de la planta de ortiga, hierba medicinal que posee varios beneficios curativos y que es reconocida como la planta purificadora de la sangre.

El presente trabajo se estructura para ofrecer al mercado un producto de calidad apto para su consumo que mejore la calidad de vida de la población y al mismo tiempo obtener recursos económicos para los inversionistas.

Nuestro mercado son las familias de la ciudad de Loja que tienen problemas de salud como: acné, anemia, diabetes, colesterol y presión alta, pues en la provincia de Loja existe un alto índice de personas que posee estas enfermedades comunes que son producto de los malos hábitos alimenticios y del estilo de vida que llevan las personas.

El proyecto consta principalmente de:

Diagnostico empresarial de la región sur del país en la que se que determino la situación actual de la región en cuanto a lo empresarial determinando así la realización del presente proyecto.

Estudio de mercado en el que se establece que no existe oferta de un producto igual que contenga las mismas propiedades, teniendo el proyecto una gran demanda insatisfecha por lo que se considera que el mercado del proyecto está asegurado.

Estudio técnico, en el cual se indica el tamaño de la planta de producción el mismo que tendrá una capacidad instalada de acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de mercado; la nueva unidad productiva estará ubicada en la ciudad de Loja en el barrio Amable María, para su funcionamiento se arrendará un local de 650 m^2 que cuenta con todos los servicios básicos, en la ingeniería del proyecto se determina el componente tecnológico, proceso productivo, requerimiento de materia prima y la mano de obra directa.

El estudio financiero, que está compuesto por las inversiones del proyecto y el financiamiento que cuenta con el capital propio y un préstamo bancario.

Para realizar la proyección de los costos en los respectivos presupuestos se tomó en cuenta la tasa de inflación anual del año 2012 que es de 6.12%, en lo que respecta al presupuesto de ingresos por ventas es necesario indicar que se lo realizo en base al precio del producto considerando los costos de producción.

En la evaluación financiera constan los indicadores financieros como: el VAN con el cual se demuestra que el proyecto es viable; la TIR que determina la rentabilidad del proyecto, la Relación Beneficio Costo que indica que por cada dólar invertido se obtendrá utilidad, el Periodo de Recuperación de Capital en el que se establece el tiempo en que se recuperará la inversión inicial, el Análisis de Sensibilidad permite conocer que el proyecto está en condiciones de soportar un incremento en los costos del 11,40% y una disminución en los ingresos del 8,77% dando al final a conocer la factibilidad que tiene el proyecto propuesto.

La estructura organizativa y administrativa del proyecto está formada por el tipo de compañía, por lo que podemos decir que el momento que se implemente la empresa de te medicinal de ortiga en la ciudad de Loja operara con el nombre de "TÉ LOJANO CIA LTDA." Que contara con una estructura física, humana y material acorde a los procesos y tecnología adecuada para obtener competitividad en el mercado.

Además constan las conclusiones y recomendaciones de acuerdo al estudio realizado, la bibliografía que sirvió como referente teórico y los anexos respectivos.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

EMPRESA

"Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital).

CLASIFICACIÓN

Las empresas se pueden clasificar de muy diversas formas, a saber; por su forma jurídica, por el sector económico, por el grado de participación del Estado, por su tamaño y por el ámbito estatal.

Por su forma jurídica

Todas las empresas deben tener una forma jurídica que viene determinada, entre otras cosas, por el número de personas que participan en la creación de la misma, por el capital aportado y por el tamaño; así, podemos distinguir:

- **Empresario individual:** Cuando el propietario de la empresa es la única persona que asume todo el riesgo y se encarga de la gestión del negocio.
- **Sociedades:** Cuando varias personas se deciden a invertir en una empresa pueden formar una sociedad. En la actualidad. En la actualidad en España se puede constituir los siguientes tipos de sociedades:

- Sociedad anónima.
- Sociedad anónima laboral.
- Sociedad de responsabilidad limitada.
- Sociedad cooperativa de responsabilidad limitada
- Sociedad regular colectiva.
- Sociedad comanditaria.
- Contrato de cuentas en participación.
- Sociedad civil.

Por el sector económico en que estén encuadradas

La actividad económica de un país se puede dividir en tres grandes sectores: primario, secundario y terciario.

- **Sector primario**: En este grupo de empresas se incluirían las empresas extractivas (mineras, pesqueras, agrícolas, ganaderas y forestales).
- **Sector secundario:** En este sector se encuadra a todas las empresas que transforman los productos obtenidos en el sector primario y también fabrican nuevos productos (conservas, maquinaria, siderometalúrgica, etc.).

- **Sector terciario:** En este sector se encuadran las empresas de servicios, tales como bancos, compañías de seguros, hospitales, servicios públicos y las empresas comerciales dedicadas a la compraventa.

Por el grado de participación del Estado

El Estado puede crear empresas de las cuales es totalmente propietario o bien participar en empresas junto con particulares. Según sea este grado de participación, pueden dividirse en públicas y de partición mixta.

- **Empresas públicas:** Son aquellas cuyo propietario es el Estado y actúa como empresario en ciertos sectores a los cuales no llega la iniciativa privada.
- **Empresas privadas:** Son aquellas que pertenecen a los particulares.
- **Empresas mixtas:** Son aquellas en las cuales la propiedad de la empresa es compartida entre el Estado y los inversores privados.

Por su tamaño

Según el tamaño de la empresa se pueden diferenciar en tres grupos:

- Pequeña empresa.
- Mediana empresa.

- Gran empresa. Los criterios usualmente aceptados para clasificar las empresas por su tamaño son:

- **El número de trabajadores**: Serán pequeñas empresas las que tienen entre 1 y 50 trabajadores, las medianas entre 50 y 500 y grandes empresas las de más de 500.
- **El volumen económico de las operaciones que realizan:** Según este criterio, habría que considerar pequeñas empresas las que facturan menos de 50 millones al año, medianas empresas las que facturan entre 50 y 1000 millones y grandes empresas que facturan más de 1000 millones

Según el ámbito estatal

Se pueden considerar dos grupos:

- Empresas nacionales: Son las que desarrollan su actividad en un único país.
- Empresas multinacionales: Son grandes empresas que desarrollan sus actividades al mismo tiempo en varios países.
- Empresas regionales.
- Empresas locales.

PRODUCCIÓN La producción un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos

como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor.

COMERCIALIZACIÓN "La comercialización es la acción y efecto de comercializar (poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta). La noción de comercialización tiene distintos usos según el contexto. Es posible asociar la comercialización a la distribución o logística, que se encarga de hacer llegar físicamente el producto o el servicio al consumidor final"[1].

HISTORIA DE LA ORTIGAY EL TÉ:

ORTIGA

"Es el nombre común de la planta, género Urtica se caracteriza por tener pelos que liberan una substancia ácida que produce escozor e inflamación en la piel. Puede alcanzar hasta 1,5 m de altura.

[1]http://www.telpin.com.ar/interneteducativa/proyectos/2006/lasempresas/Pagina%207.htm

Antiguamente se conocía como "la hierba de los ciegos", pues la reconocen con solo rozarla. Es una de las plantas que más aplicaciones medicinales posee.

TIPOS

- La **ortiga mayor**: es la más común. Alcanza entre 50 y 150 centímetros. La característica es la presencia de pelos urticantes cuyo líquido produce una irritación con picor intenso en la piel cuando se la toca o roza. Tiene el tallo de sección cuadrada, hojas ovales, sus flores son pequeñas unisexuales, y agrupadas en glomérulos.
- La **ortiga menor:** suele crecer al lado de la ortiga mayor, tiene unos 60 centímetros y picadura más rabiosa que su hermana mayor, pero con menos virtudes terapéuticas.

LOCALIZACIÓN

La podemos buscar en cualquier lugar donde habite el hombre o el ganado.

Se cría en suelos ricos en nitrógeno y húmedos, en corrales, en huertos, a lo largo de caminos, de muros de piedra, en el campo o en la montaña, etc”[2]

PROPIEDADES NUTRITIVAS

“ La ortiga contiene un gran número de aminoácidos, substancias glucídicas, aminas, esteroles, cetonas como metilheptanona, acetofenona, aceite volátil, sustancias grasas, sitosteroles, ácido fórmico y acético, ácido pantoténico, ácido

[2]http://www.laortiga.com/destacados/historia.

fólico, clorofila 0,3-0,8, protoporfirina y coproporfinina. También contiene vitamina A, C, B2, E y K, betacaroteno, hierro, calcio, magnesio, silicio, fosfatos, etc. Debido a estos compuestos, la planta posee propiedades antianémicas, antidiabéticas, hemostáticas y diuréticas”[3].

RECOLECCIÓN

- Se recogerá la planta entera, dependiendo del uso que se le vaya a destinar.
- Puede utilizarse seca o recién recogida.
- Se procede antes de la floración, y el secado debe de realizarse lo más rápidamente posible.
- Con fines medicinales se recolectará en los meses de mayo, junio, julio y agosto aunque no hay problema en recolectarla a lo largo de todo el año. Con fines alimenticios, se recolectará en cualquier periodo.
- Tiene poder urticante que deberá recolectar con guantes y se cortarán sólo los tallos jóvenes y sanos.
- Las raíces se recolectan en primavera y en otoño.
- Las hojas viejas no se deben usar debido a que son muy irritantes.

CONSERVACIÓN

- Se secarán a la sombra y bien extendida, en lugar bien ventilado, se guardarán sólo las hojas.
- Dejará de ser urticante, y se podrán triturar para su conservación.

[3]http://www.veoverde.com/2011/03/las-propiedades-magicas-de-la-ortiga/

- De esta forma podemos continuar disfrutando de sus beneficios en invierno, momento en el que es imposible encontrarlas frescas.

BENEFICIOS CURATIVAS

"Entre las propiedades curativas tenemos las siguientes:

- Analgésicas.
- Antialérgicas.
- Antianémicas.
- Antiinflamatorias.
- Antirreumáticas.
- Astringentes.
- Colagogas.
- Depurativas.
- Diuréticas.
- Tónicas"[4].

EL TÉ

"El té, cuyo nombre científico es Camellia sinensis, es una planta perenne de la familia de las camelias. La planta produce hojas coriáceas con el haz de color verde oscuro brillante y el envés mate y verde claro. Las pequeñas flores delicadas de unos 2.5 cm de diámetro con 5 a 7 pétalos muy similares a las de la flor de jazmín producen un fruto parecido a la nuez moscada.

[4]http://guidewhois.com/2011/02/beneficios-de-te-de-ortiga/

La planta del té es un arbusto. El té como bebida es la infusión preparada con las hojas secas molidas o brotes en agua caliente, que se usa como bebida estimulanteestomacal o alimentario. El té puede también contener otras hierbas, especias o frutas usadas como saborizantes.

El té en sus múltiples presentaciones es la segunda bebida más popular del mundo después del agua.

La costumbre servir hojas de la plata del Té para conferir un buen sabor al agua hervida que se utilizó por primera vez en China hacia el año 250 a.C. y desde ese momento, se ha expandido a casi todas las regiones del mundo con una gran aceptación de los consumidores.

El descubrimiento del té se atribuye al erudito emperador chino ShenNung, quien durante su mandato ordenó como obligatorio hervir toda el agua destinada para el consumo humano. Un día, mientras descansaba a la sombra de un árbol de té silvestre, una ligera brisa de verano agitó las ramas del árbol, desprendiendo varias hojas de él. Por buena fortuna, las hojas cayeron en el agua que estaba hirviendo. La infusión adquirió entonces un aroma agradable, que despertó la curiosidad del monarca por probar tal mezcla. La bebida, deliciosamente refrescante y reconstituyente, cautivó instantáneamente al monarca.

CULTIVO

El té proviene principalmente de la China continental, India, Taiwán, Japón, Australia y Kenia.

Los cuatro tipos principales de té se distinguen según su procesamiento. Es un arbusto cuyas hojas, si no son secadas apenas se recolectan, comienzan a oxidarse. Para prevenir este proceso de oxidación, se calientan las hojas con el objetivo de quitar su humedad”[5].

CLASIFICACIÓN

- **Té blanc**o - hojas jóvenes que no se han oxidado; los brotes pueden haber sido protegidos del sol para evitar la formación de clorofila.
- **Té verde -** sin oxidación. Un favorito en Asia, es así denominado porque las hojas se secan y son fragmentadas rápidamente después de ser recogidas. El té hecho de estas hojas es templado y más fresco en el sabor que otros tipos de té. el té verde generalmente no se sirve con leche ni azúcar.
- **Té de invierno** - Hojas viejas tostadas sobre fuego. Popular como alimento macrobiótico en Japón.
- **Té azul,** con un grado de oxidación media. El té tiene características de los tés negros y de los tés verdes. Sus hojas son fermentadas cerca de la mitad del tiempo del empleado en el té negro.
- **Té negro -** oxidación sustancial. Realmente un té marrón, rojizo y oscuro cuando se hace, el té negro totalmente condimentado es popular en

[5]http://www.infusionzen.com/webzen_188.htm

naciones occidentales. Es té muy procesado y más fuerte condimentado. Después de que las hojas se escogen, se fermentan en el sol abierto siendo secado antes. El tamaño de las hojas de té determina la graduación de té negro. Las variedades negras comunes del té incluyen Ceilán, Assam y Darjeeling, considerado por muchos el té negro más fino.

- **Té rojo** - es una subclase del té negro de color rojizo, un producto inusual dado que suelen estacionarse por un período de hasta 50 años. Es considerado un producto medicinal en China.
- **Té gusano**.- se prepara con las semillas en lugar de las hojas. Usado como producto medicinal en China"[6].

SALES MINERALES DEL TÉ

"Las sales minerales en el té son de sodio, potasio, y níquel. También contiene cobre y hierro, silicio, aluminio, magnesio, fósforo y calcio, aunque algunas de ellas pierden su solubilidad con el envejecimiento de las hojas.

Contenidos importantes del té es el flúor, conocido protector de los dientes. El aceite esencial destilado del té es de color amarillo y posee un fuerte olor, que es la causa de los aromas del té.

La presencia de vitaminas en el té es mínima, pero constituyen un enriquecimiento de la bebida, dado que contiene vitaminas A, B, C, E y P."[7]

[6] http://foro.eliteculturismo.com/nutricion-y-dietas/te-clasificacion-y-propiedades-14869/
[7] http://www.meencantaelte.es/tag/sales-minerales

PROYECTOS DE INVERSIÓN[8].

Es una propuesta de acción está formada por una serie de estudios que permiten al emprendedor analizar el medio para a través de ello resolver o satisfacer una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser; recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros.

ESTUDIO DE MERCADO.

Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes, lo cual servirá para orientar la producción del negocio. Finalmente, el estudio de mercado nos dará la información acerca del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

Finalmente, el estudio de mercado deberá exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desea colocar y cuál es su funcionamiento. El estudio de mercado consta de 2 grandes análisis importantes:

[8]HERNANDEZ H. Abraham; Formulación y evaluación de Proyectos, Cuarta Edición. 2003

- **nálisis del consumidor**

Estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias...), etc.

- **Análisis de la competencia**

Estudia el conjunto de empresas con las que se comparte el mercado del mismo producto. Para realizar un estudio de la competencia es necesario establecer quiénes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas.

IMPORTANCIA.

La importancia del estudio de mercado es proveer un marco teórico que permita:

• Explicar el comportamiento de los mercados vinculados al proyecto de inversión.
• Evaluar el efecto del proyecto en el equilibrio de los mercados que afecta.
• Facilitar la valoración de los beneficios y costos del proyecto.

OBJETIVOS

El principal objetivo del estudio de mercado es obtener información que nos ayude para enfrentar las condiciones del mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo.

Esta información debe de ser lo suficientemente veraz para poder demostrar:

- Que existe un número suficiente de consumidores con las características necesarias para considerarlo como demanda de los productos y/o servicios que se piensan ofrecer
- Que dichos consumidores pueden ejercer una demanda real que justifique la producción y/o servicios que se piensan ofrecer
- Que contamos con las bases para utilizar canales de comercialización adecuados
- Que podemos calcular los efectos de la demanda con respecto a productos y/o servicios sustitutos y complementarios.

El logro de los objetivos mencionados solo se podrá llevar a cabo a través de una investigación que nos proporcione información para ser utilizada como base para una toma de decisión; esta deberá ser de calidad, confiable y concreta.

Como objetivos secundarios un estudio de mercado nos revelará información externa acerca de nuestros competidores, proveedores y condiciones especiales del mercado, hábitos de consumo de a quién va dirigido el producto y/o servicio. Así como también información interna como las especificaciones de nuestro producto, nuestra producción interna, normas técnicas de calidad, entre otros aspectos a considerar.

ANALISIS DE LA DEMANDA.

En el análisis de la demanda, se deben estudiar aspectos tales como los tipos de consumidores a los que se quiere vender los productos o servicios. Esto es saber

qué niveles de ingreso tienen, para considerar sus posibilidades de consumo. Se habla, en ese caso, de estratos de consumo o de una estratificación por niveles de ingreso, para saber quiénes serán los clientes o demandantes de los bienes o servicios que se piensa ofrecer. Aparte de ello, se deben conocer los gustos y modas, pues los intereses de los grupos de consumidores menores de edad, no siempre responden a un nivel de ingresos que les permita consumir como lo pueden hacer estratos económicos con un mayor poder adquisitivo, pero con gustos distintos.[9]

DEMANDA POTENCIAL

La demanda potenciales un límite superior de la demanda real que se ha de estimar para el supuesto en que el esfuerzo comercial realizado es máximo. Cantidad expresada en unidades físicas o monetarias, referidas a un periodo temporal y unas condiciones dadas.

Si además quisiéramos estimar la demanda potencial del mercado habría que establecer hipótesis adicionales respecto a cuantos individuos son posibles compradores del producto pues como sabemos la demanda global se forma por agregación de demandas individuales.[10]

[9] www.monografias.com/trabajos/ oferta y demanda/ofertaydemanda.shtml - 101k - 7 nov 2005
[10] http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/estudio-mercado

DEMANDA EFECTIVA.

Es la demanda real, es decir la cantidad que realmente compra las personas de un producto y/o servicios, por ejemplo si en el año 2002 se vendieron 300,000 pares de calzado, esa sería la demanda real.

DEMANDA INSATISFECHA

Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él, por ejemplo alguna vez hemos comprado una hoja de afeitar y al momento de utilizarla pareciera que hubiese sido reciclado y por consiguiente nos hemos sentido estafados (bueno esta es una demanda insatisfecha).

ANALISIS DE LA OFERTA

Oferta es la cantidad de bienes y servicios o factores que un vendedor puede ofrecer y desea hacerlo , en un periodo dado de tiempo y a diferentes precios , suponiendo que otras cosas , tales como la tecnología , la disponibilidad de recursos , los precios de las materias primas y la regulación del estado, permanecer constantes.

Para definir la oferta se debe considerar: la capacidad de vender(o producir), el deseo de hacerlo y el tiempo; además suponer que otros factores diferentes al precio se encuentran constantes, de lo contrario, estará deficientemente definida.[i]

ESTRATEGIAS DE MARKETING

PRODUCTO.

En mercadotecnia un producto es todo aquello (tangible o intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso y/o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo. Puede llamarse producto a objetos materiales o bienes, servicios, personas, lugares, organizaciones o ideas. Las decisiones respecto a este punto incluyen la formulación y presentación del producto, el desarrollo específico de marca, y las características del empaque, etiquetado y envase, entre otras.

PRECIO

Es principalmente el monto monetario de intercambio asociado a la transacción. Sin embargo incluye: forma de pago ¿efectivo, cheque, tarjeta, etc., crédito ¿directo, con documento, plazo, etc. Descuentos pronto pago, volumen, etc., Recargos, etc.

Hay que destacar que el precio es el único elemento del mix de Marketing que proporciona ingresos, pues los otros componentes únicamente producen costes. Por otro lado, se debe saber que el precio va íntimamente ligado a la sensación de calidad del producto (así como su exclusividad).

- ¿Cuánto estarían dispuestos a pagar por él?

- ¿Qué utilidad es la que deseo obtener?
- ¿Cuáles son los costos de producto, plaza y promoción?
- ¿Cuánto cuestan los productos de la competencia?
- ¿Deseo está por encima o por debajo del precio de la competencia?
- ¿Aplicaré descuentos?

PLAZA

En este caso se define como dónde comercializar el producto o el servicio que se le ofrece (elemento imprescindible para que el producto sea accesible para el consumidor). Considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas. Inicialmente, dependía de los fabricantes y ahora depende de ella misma.

- ¿Cómo les haré llegar mis productos a mis clientes?
- ¿Utilizaré venta directa o distribuidores?
- ¿Venta en tiendas o bodega?
- ¿Dónde se ubica mi local comercial? ¿Es fácil acceso a él?
- ¿Realizaré venta en línea?

PROMOCION

Es comunicar, informar y persuadir al cliente y otros interesados sobre la empresa, sus productos, y ofertas, para el logro de los objetivos organizacionales. La mezcla de promoción está constituida por Promoción de ventas, Fuerza de venta o Venta personal, Publicidad y Relaciones Públicas, y Comunicación Interactiva (Marketing directo por mailing, emailing, catálogos, webs, tele marketing, etc.).

- ¿Cómo lo conocerán y comprarán los clientes?
- ¿Qué medios utilizar más mi público objetivo?
- ¿Qué medios utilizaré para darlo a conocer?
- ¿Desarrollar una página de internet?
- ¿realizar marketing?
- ¿Utilizaré medios tradicionales radio, televisión y periódicos?[11]

[11] http://www.herramientasparapymes.com/que-son-las-4p

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos.[12]

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero.

Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización.

En particular, los objetivos del estudio técnico para el presente proyecto son los siguientes:

- Determinar la localización más adecuada en base a factores que condicionen su mejor ubicación.
- Enunciar las características con que cuenta la zona de influencia donde se ubicará el proyecto.

[12] http://es.wikipedia.org/wiki/Tama%C3%B1o_de_la_muestra

- Definir el tamaño y capacidad del proyecto.
- Mostrar la distribución y diseño de las instalaciones.
- Especificar el presupuesto de inversión, dentro del cual queden comprendidos los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para su operación.
- Incluir un cronograma de inversión de las actividades que se contemplan en el proyecto hasta su puesta en marcha.
- Enunciar la estructura legal aplicable al proyecto.

- Comprobar que existe la viabilidad técnica necesaria para la instalación del proyecto en estudio.

TAMAÑO

En estadística el tamaño de la muestra es el número de sujetos que componen la muestra extraída de una población, necesarios para que los datos obtenidos sean representativos de la población.

CAPACIDAD INSTALADA

Es la cantidad máxima de Bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una Empresa por unidad de Tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas.

Se relaciona estrechamente con las inversiones realizadas: la capacidad instalada depende del conjunto de bienes de capital que la Industria posee, determinando por lo tanto un límite a la oferta que existe en un momento dado.

Normalmente la capacidad instalada no se usa en su totalidad, hay algunos bienes que se emplean sólo en forma limitada puesto que ellos tienen un potencial superior al de otros bienes de capital que intervienen en forma conjunta en la producción de un bien determinado.

CAPACIDAD UTILIZADA

También llamado factor de planta, se refiere a la capacidad utilizada en promedio y se expresa como un porcentaje de la capacidad instalada de la central hidroeléctrica. Ninguna planta eléctrica produce a plena capacidad permanentemente, debido a las necesidades de mantenimiento, la falta de demanda, o a la escasez estacional de agua en el caso de las centrales hidroeléctricas. El factor de planta tiende a ser más bajo en el caso de grandes centrales con pequeños reservatorios en ríos con un alto grado de variación estacional de los caudales

CAPACIDAD ADMINISTRATIVA

Se dice de la aptitud para hacer que los recursos y los esfuerzos humanos sean productivos y se usen de la manera más eficiente posible, Además se encarga de prevenir y mejorar y de estar al tanto de las condiciones cambiantes. Capacidad

de planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos y las actividades de trabajo con el propósito de lograr los objetivos y las metas de organización de manera eficaz y eficiente

CAPACIDAD FINANCIERA

Es establecer un presupuesto: gastos - ingresos.

LOCALIZACION

La localización de un proyecto: el problema de localización se suele abordar en dos etapas.1ra: macro localización. Decidir la zona general en donde se instalara el proyecto (empresa o negocio) 2da: micro localización, elegir el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicara definitivamente la empresa o negocio.

También tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajas para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias o requerimiento del proyecto, contribuyen a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto.

MACROLOCALIZACION

También llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes.

Es decir, cubriendo las exigencias o requerimiento de proyecto, el estudio se constituye en un proceso detallado como. Mano de obra materiales primas, energía eléctrica, combustibles, agua, mercado, transporte, facilidades de distribución, comunicaciones, condiciones de vida leyes y reglamentos, clima, acciones para evitar la contaminación del medio ambiente, apoyo, actitud de la comunidad, zona francas. Condiciones, sociales y culturales.

MICROLOCALIZACION

Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y re limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona.

INGENIERIA DEL PROYECTO

Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio.

Para comenzar este estudio, se necesita disponer de cierta información. Esta información proviene del estudio de mercado, del estudio del marco regulatorio legal, de las posibles alternativas de localización, del estudio de tecnologías disponibles, de las posibilidades financieras, de la disponibilidad de personal idóneo y del estudio del impacto ambiental.

Es necesario destacar que el estudio de Ingeniería del Proyecto, de la misma manera que las demás etapas que comprenden la elaboración de un proyecto, no se realiza de forma aislada al resto sino que necesitará constante intercambio de información e interacción con las otras etapas.

Uno de los resultados de este estudio será determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. La finalidad del estudio de Ingeniería (a nivel de pre factibilidad), dentro del programa de elaboración del proyecto, es suministrar la información técnica necesaria para realizar la evaluación económica -financiera del proyecto y no tiene el alcance requerido para su construcción o instalación. A través de esta etapa será factible determinar la cuantía de inversiones a realizar, y la estructura de costos e ingresos del proyecto.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

ESTRUCTURA ORGANICA

La estructura organizacional, es el marco en el que se desenvuelve la organización, de acuerdo con el cual las tareas son divididas, agrupadas, coordinadas y controladas, para el logro de objetivos. Desde un punto de vista más amplio, comprende tanto la estructura formal (que incluye todo lo que está previsto en la organización), como la estructura informal (que surge de la interacción entre los miembros de la organización y con el medio externo a ella) dando lugar a la estructura real de la organización[13]

NIVELES JERARQUICOS

Son los diversos escalones o posiciones que ocupan en la estructura organizacional los cargos o las personas que los ejercen y que tienen suficiente autoridad y responsabilidad para dirigir o controlar una o más unidades administrativas.

ORGANIGRAMAS

Es la representación gráfica de la estructura organizativa. El Organigrama es un modelo abstracto y sistemático, que permite obtener una idea uniforme acerca de una organización. Si no lo hace con toda fidelidad, distorsionaría la visión general y el análisis particular, pudiendo provocar decisiones erróneas a que lo utiliza como instrumento de precisión.

[13]http://admindeempresas.blogspot.com/2007/10/conceptos-sobre-estructura.html

El Organigrama tiene doble finalidad desempeñar un papel informativo, que permite que los integrante de la organización y de las personas vinculadas a ella conozcan, a nivel global, sus características generales.

MANUAL DE FUNCIONES

Puede conceptuarse al Manual como un cuerpo sistemático que indica las funciones y actividades a ser cumplidas por los miembros de la Organización y la forma en que las mismas deberán ser realizadas ya sea, conjunta o separadamente.

Específicamente, el Manual de Organización, es la versión detallada de la descripción de los objetivos, funciones, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos de trabajo que componen la estructura de la Organización.

El propósito fundamental de este manual es el de instruir a los miembros que la componen sobre los distintos aspectos antes mencionados, procurando minimizar el desconocimiento de las obligaciones de cada uno, la duplicación o superposición de funciones, lentitud y complicación innecesarias en las tramitaciones, mala o deficiente atención al público, desconocimiento de los procedimientos administrativos, entre otros.

ESTUDIO FINANCIERO

INVERSIÓN

“En el contexto empresarial la inversión es el acto mediante el cual se adquieren ciertos bienes con el ánimo de obtener unos ingresos o rentas a lo largo del tiempo. La inversión se refiere al empleo de un capital en algún tipo de actividad o negocio con el objetivo de incrementarlo. Dicho de otra manera, consiste en renunciar a un consumo actual y cierto a cambio de obtener unos beneficios futuros y distribuidos en el tiempo.

Desde una consideración amplia, la inversión es toda materialización de medios financieros en bienes que van a ser utilizados en un proceso productivo de una empresa o unidad económica, comprendería la adquisición tanto de bienes de equipo, materias primas, servicios etc.

FINANCIAMIENTOS

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. Recursos financieros que el gobierno obtiene para cubrir un déficit presupuestario. El financiamiento se contrata dentro o fuera del país a través de créditos, empréstitos y otras

obligaciones derivadas de la suscripción o emisión de títulos de crédito o cualquier otro documento pagadero a plazo.[14]

PRESUPUESTOS

Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización. El presupuesto es el instrumento de desarrollo anual de las empresas o instituciones cuyos planes y programas se formulan por término de un año.

El presupuesto se puede cobrar o no, en caso de no ser aceptado. El presupuesto puede considerarse una parte del clásico ciclo administrativo que consiste en planear, actuar y controlar (o, más específicamente, como una parte, de un sistema total de administración.

ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos son aquellos que no varían durante el ciclo de explotación de la empresa (o el año fiscal).

Los activos fijos, si bien son duraderos, no siempre son eternos. Por ello, la contabilidad obliga a depreciar los bienes a medida que transcurre su vida normal,

[14]http://www.definicion.org/financiamiento

debido a que éstos lo hacen de forma natural por el paso del tiempo, por su uso, por el desgaste propio del tiempo que se use ése activo y por obsolescencia, de forma que se refleje su valor más ajustado posible, o a amortizar los gastos a largo plazo (activo diferido). Para ello existen tablas y métodos de depreciación y de amortización. Mediante la depreciación y la amortización, se reduce el valor del bien y se refleja como un gasto (menor valor del bien) y se aplica el gasto pagado adelantado en el periodo que le corresponde. (Cabe mencionar que los activos son los derechos de la empresa)

ACTIVOS DIFERIDOS

Los Activos Diferidos son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados, por la empresa, en ningún momento. Se deben amortizar durante el período en que se reciben los servicios o se causen los costos o gastos. Tienen, pues, a diferencia de los gastos pagados por anticipado, propiamente dichos, naturaleza de partidas no monetarias siendo, en consecuencia, susceptibles de ser ajustados por inflación, inclusive en lo que se refiere a su amortización. En este grupo, se clasifican los siguientes conceptos, entre otros.[15]

[15]http://www.mailxmail.com/curso-registros-auxiliares-microsoft-excel-contabilidad/activos-diferidos-amortizacion

CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo (también denominado capital corriente, capital circulante, capital de rotación, fondo de rotación o fondo de maniobra), que es el excedente de los activos de corto plazo sobre los pasivos de corto plazo, es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo. Se calcula restando, al total de activos de corto plazo, el total de pasivos de corto plazo

INGRESOS

En economía el concepto ingreso puede hacer referencia a las cantidades que recibe una empresa por la venta de sus productos o servicios (ingresos empresariales, en inglés revenue) y por otra puede hacer referencia al conjunto de rentas recibidas por los ciudadanos (en inglés income).

GASTOS

En el uso común, un gasto es una salida de dinero que una persona o empresa debe pagar para un artículo o por un servicio. Para un inquilino, por ejemplo, el alquiler es un gasto. Para un estudiante o los padres de familia, la matrícula escolar es un gasto. El comprar alimentos, ropa, muebles o un automóvil es también considerado un gasto. Un gasto es un costo que es "pagado" o "remitido" normalmente a cambio de algo de valor. Lo que pareciera costar mucho se considera "caro", mientras que lo que pareciera costar poco es "barato".

COSTOS

DEFINICION

El costo o coste es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio).

CLASIFICACIÓN

Estos han sido clasificados en concordancia con:[16]

- La naturaleza de las operaciones de fabricación
- La fecha o método de cálculo
- La función del negocio de que se trata
- Las clases de negocios a que se refieren
- Los aspectos económicos involucrados

COSTO PRIMO

El costo primo es el resultado de sumar la materia prima y el costo de la mano de obra directa.

[16]http://www.monografias.com/trabajos15/costos-clasificacion/costos-clasificacion.shtml

Para determinar el costo en que incurre una empresa para fabricar un producto, se debe llevar un registro y un control de todos los elementos que conforman ese costo, entre ellos la materia prima necesaria en la elaboración de su producto.

COSTO UNITARIO

Puede medirse en función de su producción y distribución. Este costo es el que sirve para evaluar las existencias que aparecen en el balance general y estado de pérdidas y ganancias en los renglones de los inventarios de producción en proceso y productos terminados. También puede medirse en relación con la posibilidad de aplicar directa o indirectamente a la unidad los gastos incurridos.

COSTO DE DISTRIBUCIÓN

Comprende los gastos de venta, propaganda, transporte, cobranza, financiación y gastos generales. Tiene la característica de ser una deducción directa de los ingresos que no se acumula en los libros al costo dela unidad producida.

COSTO DIRECTO

Los que pueden identificarse específicamente en la unidad.

COSTOS INDIRECTOS

No puede identificarse en la unidad.

COSTOS FIJOS

Se supone permanecen con el mismo importe para la capacidad normal de la fábrica.

COSTOS VARIABLES

Cambian más o menos directamente de acuerdo con el cambio en el volumen de producción.

COSTOS INDIRECTOS

Cambian según las fluctuaciones en el volumen, pero gradualmente y no directamente.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el nivel de ventas que permite cubrir los costos, tanto fijos como variables. Dicho de manera más simple, es el punto en el cual la empresa no gana ni pierde, es decir, su beneficio es igual a cero.

Sirve para determinar el momento en el que las ventas cubren exactamente los costos, entonces, un aumento en el nivel de ventas por encima del nivel del punto de equilibrio, nos dará como resultado algún tipo de beneficio positivo. Y así, una disminución ocasionará pérdidas. Este cálculo es útil, al comienzo, para conocer el nivel mínimo de ventas a fin de obtener beneficios y recuperar la inversión.

El punto de equilibrio se puede calcular tanto para unidades como para valores en dinero. Algebraicamente el punto de equilibrio para unidades se calcula así:

Fórmula (1)

$$PEunidades = \frac{CF}{PVq - CVq}$$

Dónde: CF = costos fijos; PVq = precio de venta unitario; CVq = costo variable unitario

O también se puede calcular para ventas de la siguiente manera.

Fórmula (2)

$$PEventas = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Donde CF = costos fijos; CVT = costo variable total; VT = ventas totales

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es el que muestra los productos, rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y pérdidas correspondientes a un periodo determinado, con objeto de computar la utilidad neta o la pérdida líquida obtenida durante dicho periodo. Documento contable que muestra el resultado de las operaciones (utilidad, pérdida remanente y excedente) de una entidad durante un periodo

determinado. Presenta la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados; proporciona la utilidad neta de la empresa. Generalmente acompaña a la hoja del Balance General.

FLUJO DE CAJA

El flujo de caja es una herramienta administrativa para controlar el dinero que entra y sale de un negocio.

Es un cuadro en el que se registran las entradas de dinero y las salidas, ya sea en forma diaria, semanal, mensual (según lo requiera el usuario).

EVALUACION FINACIERA

La Evaluación Financiera de Proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto, tiene como propósito principal determinar la conveniencia de emprender o no un proyecto de inversión.

VALOR ACTUAL NETO

El Valor actual neto también conocido valor actualizado neto, cuyo acrónimo es VAN, es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La

metodología consiste en descontar al momento actual todos los flujos de cajafuturos del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

La fórmula que nos permite calcular el Valor Actual Neto es:

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

V_tRepresenta los flujos de caja en cada periodo t.

I_0Es el valor del desembolso inicial de la inversión.

nEs el número de períodos considerado

TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". En términos simples en tanto, diversos autores la conceptualizan como la tasa de interés (o la tasa de descuento) con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad.

Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de

oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

SU FORMULA ES:

$$TIR = \text{Tasa menor} + \frac{\text{VAN Menor}}{\text{VAN Menor} - \text{VAN Mayor}} (TM - Tm)$$

RELACIÒN BENEFICIO COSTO

Contrario al VAN, cuyos resultados están expresados en términos absolutos, este indicador financiero expresa la rentabilidad en términos relativos. La interpretación de tales resultados es en centavos por cada "euro" ó "dólar" que se ha invertido.

Para el cómputo de la Relación Beneficio Costo (B/c) también se requiere de la existencia de una tasa de descuento para su cálculo.

En la relación de beneficio/costo, se establecen por separado los valores actuales de los ingresos y los egresos, luego se divide la suma de los valores actuales de los costos e ingresos.[17]

[17] http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/Lecc-22.htm

SU FORMULA ES:

$$B/C = \frac{\text{INGRESO ACTUAL}}{\text{COSTO ANUAL}}$$

PERIODO RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Es el número de años que la organización tarda en recuperar la inversión en un determinado proyecto. Es utilizado para medir la viabilidad de un proyecto. El período de recuperación de la inversión basa sus fundamentos en la cantidad de tiempo que debe utilizarse, para recuperar la inversión, sin tener en cuenta los intereses. Es decir, que si un proyecto tiene un costo total y por su implementación se espera obtener un ingreso futuro, identifica el tiempo total en que se recuperará la inversión inicial.

Este método selecciona aquellos proyectos mutuamente excluyentes cuyos beneficios permiten recuperar más rápidamente la inversión, es decir, cuanto más corto sea el período de recuperación de la inversión mejor será el proyecto, o bien, la decisión de invertir se toma comparando este período de recuperación con algún estándar predeterminado.

Ventajas de la herramienta:

- Es fácil de calcular y aplicar.

- Es barato, por eso se emplea en la actualidad para evaluar decisiones de pequeños gastos de capital cuando el costo de los otros métodos de evaluación de proyectos, es superior a los beneficios de escoger mejores elecciones entre las alternativas.
- Proporciona una medición de la liquidez del proyecto o de la velocidad con que el efectivo invertido es rembolsado.
- Es útil para las organizaciones con escasa disponibilidad de efectivo.

Desventajas de la herramienta:

- El defecto de los métodos estáticos (no tienen en cuenta el valor del dinero en el tiempo).
- Ignora el hecho de que cualquier proyecto de inversión puede tener corrientes de beneficios o pérdidas después de superado el periodo de recuperación o rembolso, lo cual es un sesgo para los proyectos a largo plazo.
- Si la organización establece una fecha como límite de selección, sólo se aceptarán proyectos de corta duración.
- No obstante, este método puede ser atractivo en inversiones categorizadas como muy riesgosas, en las cuales los fondos lejanos en el tiempo son menos probables en la realización del período de recuperación de la inversión.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad es un término financiero, muy utilizado en el mundo de la empresa a la hora de tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN (en un proyecto, en un negocio, etc...), al cambiar una variable (la inversión inicial, la duración, los ingresos, la tasa de crecimiento de los ingresos, los costes, etc....). De este modo teniendo los nuevos flujos de caja y el nuevo VAN podremos calcular o mejorar nuestras estimaciones sobre el proyecto que vamos a comenzar en el caso de que esas variables cambiasen o existiesen errores iniciales de apreciación por nuestra parte en los datos obtenidos inicialmente.

Para hacer el análisis de sensibilidad tenemos que comparar el VAN antiguo con el VAN nuevo y nos dará un valor que al multiplicarlo por cien obtendremos el porcentaje de cambio. La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$(VANn - VANe)/VANe.$$

Donde VANn es el nuevo VAN obtenido y VAN es el VAN que teníamos antes de realizar el cambio en la variable."[18]

SU FORMULA ES:

$$TIR = \text{Tasa menor} + \frac{\text{VAN Menor}}{\text{VAN Menor} - \text{VAN Mayor}} (TM-Tm)$$

[18]MIRANDA, Juan José; "Gestión de Proyectos: evaluación financiera económica, social, ambiental", cuarta edición - Bogotá: MM editores, 2003

e. MATERIALES Y MÈTODOS.

En todo proceso investigativo los materiales juegan un papel primordial, por cuanto los mismos sirven como complemento dentro del desarrollo de la investigación. Para la realización de la presente investigación se utilizó lo siguiente:

Materiales de Oficina

Se utilizaron los siguientes: libros**,** revista hojas, esferográficos, lápiz, borrador, corrector, carpetas, internet, computador e impresora.

Almacenamiento de información

Se utilizaron para el almacenamiento de la información los siguientes: Flash-memoryy CD

MÉTODOS:

Los métodos aplicados para el desarrollo del presente proyectos considerados necesarios son: El método Analítico, descriptivo, estadístico y matemático, los cuales se detallan a continuación.

MÉTODO ANALÍTICO:

El presente método permitió realizar el análisis y la síntesis del proyecto, desde el análisis de las encuestas y entrevistas hasta cada una de las fases del proyecto de investigación, es decir permitió interpretar los resultados para demostrar de manera fácil todos los procesos correspondientes al trabajo investigativo de manera que esto quede especificado en forma clara y ordenada.

MÉTODO DESCRIPTIVO:

Este método se aplicó para realizar la redacción del proyecto, puesto que permitió organizar, analizar e interpretar la información, especialmente en lo que respecta a la producción y comercialización del te natural a base de ortiga para la Ciudad de Loja.

MÉTODO INDUCTIVO

Estemétodo, fue aplicado para el cálculo del tamaño de la muestra de la ciudad de Loja, para conocer el número de encuestas que fueron aplicadas al segmento dirigido a la familia, las que arrojaron información que se utilizó para poder determinar cuáles son los gustos y preferencias de las personas, y se llevó acabo el estudio de mercado los mismos que fueron procesados para la elaboración del proyecto de inversión

MÉTODO MATEMÁTICO:

Este método sirvió de gran ayuda en el desarrollo del proyecto, se utilizó para realizar todas las operaciones matemáticas requeridas en las diferentes etapas del proyecto en cuestión como el estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y evaluación financiera.

TÉCNICAS:

ENCUESTA:

La encuesta fue aplicada a una muestra de la población de la ciudad de Loja, dirigida especialmente a las 382familias, para conocer los gustos y preferencias, y de esta manera se pudo comprobar que si existe oferta y demanda, dando como resultado la aceptación del producto de Té Natural a base de ortiga para la Ciudad de Loja.

e.3.2.REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA:

A través de esta técnica se realizó una investigación documental y bibliográfica, esta información se la obtuvo de las diferentes consultas en libros, revistas, folletos, internet y otras publicaciones que tienen relación con el tema objeto de estudio, para tener claro el significado de cada termino aplicado en el desarrollo del presente proyecto.

e.4. Muestreo:

La poblacióntotal de la ciudad de Loja es de 180167 habitantes (tomado del último censo de Población y Vivienda del 2010 INEC)[19], el segmento al que va dirigido el producto son las familias.

Para proyectar la población aplicamos la formula y tomando como año base el 2012, con una tasa de crecimiento 2.27% considerando que el proyecto será para los 5 años de vida útil es decir hasta el año 2018. La población del proyecto son las familias de la ciudad de Loja, para saber el número se divide la población total para 4 que es el número de personas que conforman una familia.

e.4.1. TAMAÑO DE LA MUESTRA

El tamaño de la muestra se lo determinara mediante la siguiente fórmula:

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

Expresión en donde:

P: Población total del Cantón Loja, 214.855 habitantes

N = Tamaño de la muestra

e^2 : Margen de error (5%)

Z= Nivel de confianza

P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

$$N = 214.855 \div 4 \, personas \, por \, familia$$
$$N = 53.714$$

DESARROLLO DE LA FORMULA

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{E^2(N-1) + Z^2 \times p \times q}$$
$$n = \frac{53714 x 1{,}96^2 \, x 0{,}05 x 0{,}05}{0{,}05^2 (53714 - 1) + 1{,}96^2 \, x 0{,}05 x 0{,}05}$$
$$n = 382 \, encuestas$$

PROCEDIMIENTO

Para el desarrollo de la tesis, fue estructurado considerando los cuatro estudios que son los siguientes:Estudio de mercado, estudio técnico, estudio financieroyevaluación financiera.

Primero se procedió a obtener la información base relacionada al segmento escogido, seguido se diseñó la herramienta de investigación como es la encuesta, la cual permitió recolectar información para llevar acabo el estudio de mercado, estableciendo el análisis de la demanda y la oferta como también se propuso el

plan comercial del producto. El estudio técnico se lo realizo en función a la capacidad de la maquinaria para producir.

Para la realización del estudio financiero se basó en cotizaciones y proformas que se obtuvieron en los distintos almacenes, nacionales e internacionales en el caso de la maquinaria. Para la evaluación financiera del proyecto se requirió de varios libros y criterios de especialistas.

f. RESULTADOS

Para la obtención de información necesaria y relevante para el desarrollo del presente proyecto se consideró la aplicación de herramientas como entrevistas y encuestas empleadas a los demandantes, ofertantes y proveedores del producto en la Ciudad de Loja, puesto que es el lugar donde se pretende ofertar los tés naturales a base de Ortiga.

A continuación se presenta la información obtenida mediante las herramientas antes mencionadas con la finalidad de realizar un estudio de mercado para analizarel**"PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE TÉ NATURAL A BASE DE ORTIGA PARA LA CIUDAD DE LOJA"**

f.1. TABULACIÓN E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS AL CONSUMIDOR:

Para el presente estudio se aplicó las encuestas correspondientes a las familias de la Ciudad de Loja que son 53.714 por lo cual se tomó una muestra que es de 382 encuestas.

A continuación se presentan los resultados de las encuestas aplicadas:

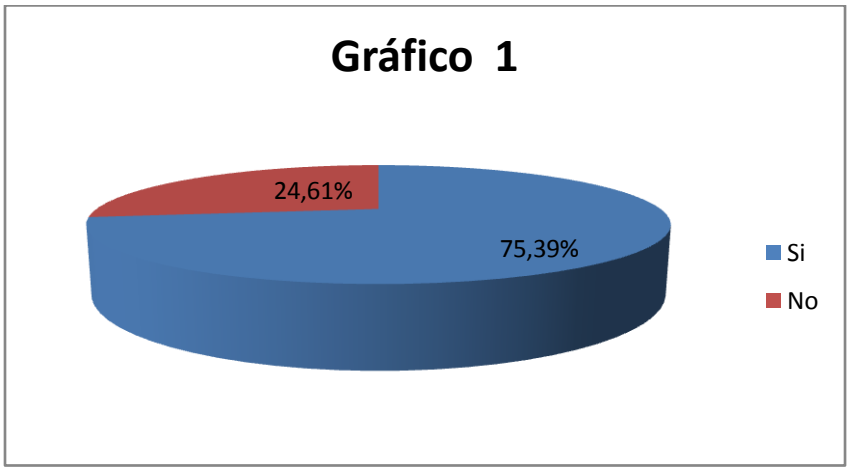
1. ¿En su dieta diaria usted y su familia consume actualmente algún tipo de té?

CUADRO Nª 1

Alternativas	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Si	288	75,39%
No	94	24,61%
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor



Interpretación y Análisis.- Del total de encuestados, 288 personas con el 75,39% manifestaron que en su dieta diaria si consumen algún tipo de té mientras que 94 personas con el 24,61% no incluyen ningún tipo de té en su dieta diaria.

Nuestra empresa primordialmente se va a enfocar en 288 personas que equivale al 75,39% ya que nos sirvieron para poder sacar la demanda actual para poder crear nuevas estrategias de venta para tener mayor acogida en el mercado local.

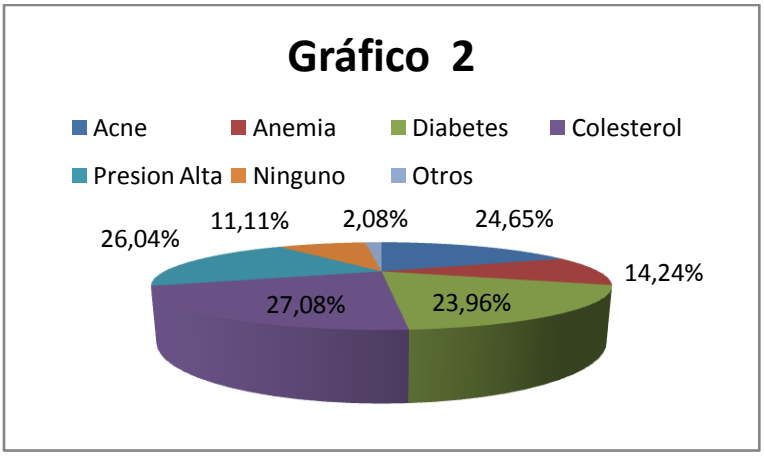
2. ¿En los integrantes de su familia existe una de las enfermedades enunciadas?

CUADRO Nª 2

Enfermedades	Frecuencia	Porcentaje
Acné	71	24,65%
Anemia	41	14,24%
Diabetes	69	23,96%
Colesterol	78	27,08%
Presión Alta	75	26,04%
Ninguno	32	11,11%
Otros	6	2,08%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor



Interpretación y Análisis .-Esta es una pregunta con respuesta múltiple, donde manifiestan que las enfermedades más comunes en la ciudad de Loja de acuerdo a las 288 personas encuestadas son: El colesterol con el 27,08% que equivale a 78 personas, la presión alta con un 26,04% que equivale a 75 personas, el acné con el 24,65% que son 71 personas, la diabetes con el 23,96% que son 69 personas, la anemia con el 14,24% que equivalen a 41 personas, mientras que el 11,11% que equivale a 32 personas nos supieron manifestar que no sufren ninguna enfermedad, y finalmente tenemos la alternativa otros con él 2,08% que son 6 personas las cuales sufren de cáncer, problemas al hígado y la gastritis.

De acuerdo a las encuesta, las principales enfermedades que afectan a nuestra sociedad son: El colesterol, la presión alta, el acné y la diabetes por lo tanto deberíamos enfocarnos en todas estas personas que sufren de estas enfermedades ya que serían nuestros posibles clientes, debido a que nuestro producto posee propiedades curativas y que serían de mucha ayuda para todas estas personas.

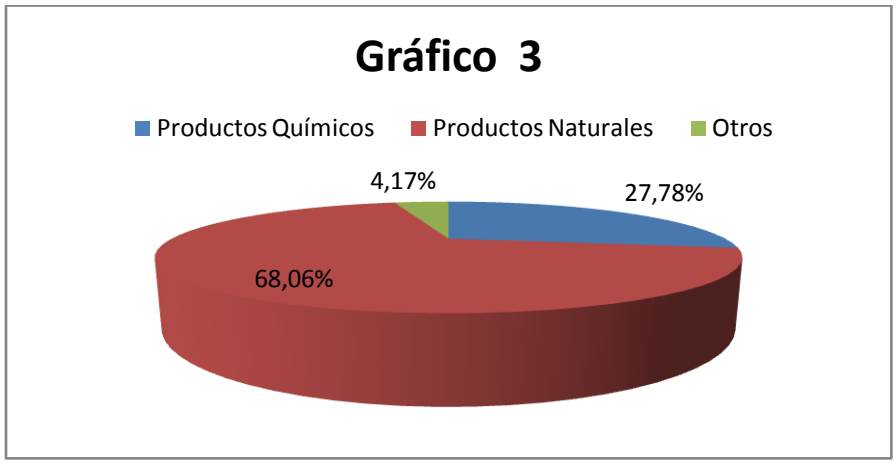
3. ¿Para combatir estas enfermedades usted y su familia consume?

CUADRO Nª 3

Alternativas	**Frecuencia**	**Porcentaje**
P. Químicos	80	27,77%
P. Naturales	196	68,06%
Otros	12	4,17%
TOTAL	**288**	**100%**

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor



Interpretación y Análisis.- De los 288 personas encuestadas el 68,06% que son 196 personas nos manifestaron que para combatir estas enfermedades utilizan productos naturales, mientras que el 27,77% que son 80 personas para combatir estas enfermedades utilizan productos químicos, y el 4,17% que son 12 personas utilizan otros productos para combatir estas enfermedades en su familia.

Analizando las respuestas de las encuestas el 68,06% que equivalen a 196 personas manifestaron que para combatir estas enfermedades en su familia utilizan productos naturales, siendo esta la demanda potencial, mientras que el 27,77% y el 4,17% que en total son 92 personas señalan que para combatir estas enfermedades utilizan productos químicos y otros productos para ello deberíamos utilizar estrategias de mercado que nos permitan llegar a ellos y así poder acaparar todo el mercado local.

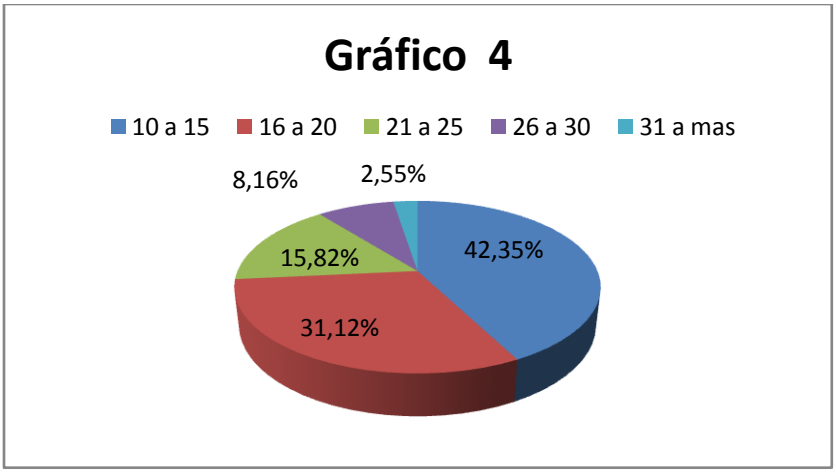
4. ¿Cuántos sobres de té medicinal usted y su familia consumen semanalmente?

CUADRO Nª 4

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
10 a 15	83	42,35%
16 a 20	61	31,12%
21 a 25	31	15,82%
26 a 30	16	8,16%
31 a mas	5	2,55%
TOTAL	**196**	**100%**

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor



Interpretación y Análisis.- De 196 encuestados que es el 100%: 83 personas que son el 42,35% manifestaron que de 10 a 15 sobres de té medicinal consumen semanalmente, 61 personas que son el 31,12% consumen de 16 a 20 sobre

semanalmente, 15,82% que son 31 personas respondieron que de 21 a 25 sobres de té consumen semanalmente, el 8,16% que son 16 personas respondieron que consumen semanalmente esta cantidad, y el 2,55% que son 5 personas manifestaron que utilizan más de 31 unidades de té medicinal semanalmente.

Analizando las respuestas de las encuestas el 42,35% que equivalen a 83 personas manifestaron que semanalmente utilizan de 10 a 15 té medicinales de cualquier sabor esto se debe a cada gustos y preferencias del consumidor, por lo tanto nosotros como grupo de investigación deberíamos poner mucho empeño en lograr sacar un té de buena calidad y de excelente gusto y sanación.

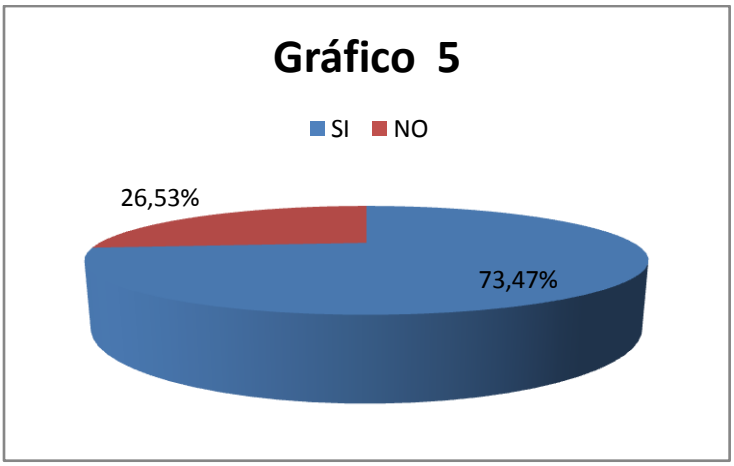
5. ¿Conoce usted los beneficios que brinda la ortiga?

CUADRO Nª 5

Alternativas	**Frecuencia**	**Porcentaje**
SI	144	73,47%
NO	52	26,53%
TOTAL	**196**	**100%**

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor



Interpretación y Análisis.- Del total de encuestados, 144 personas con el 73,47% manifestaron que si conocen los beneficios que brinda la ortiga mientras que 52 personas con el 26,53% no conocen los beneficios que brinda la ortiga.

Por lo cual nuestra empresa primordialmente se va a enfocar en las 52 personas que corresponde al 26,53% personas que manifestaron que no conocen los beneficios que brinda la ortiga ya que deberíamos estudiar sus gustos y preferencias para así lograr obtener la atención de estas personas ya sea demostrándoles el alto grado medicinal y curativo que esta planta brinda, mientras que las 144 personas que equivale al 73,47% que son las personas que manifestaron que si conocen los beneficios que brinda la ortiga ya que a estas personas debemos crear nuevas estrategias de venta para tener mayor acogida en el mercado local.

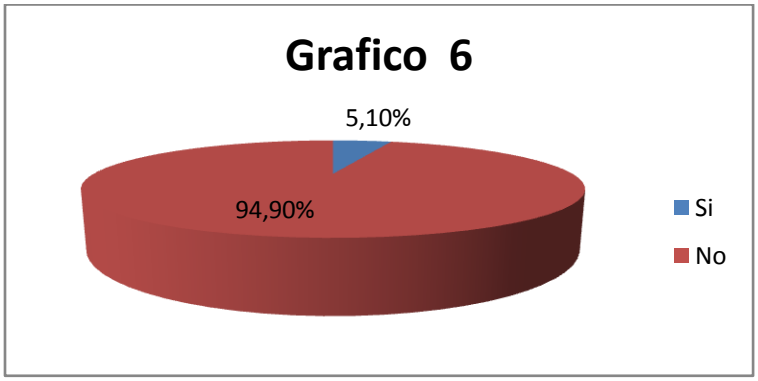
6. ¿Conoce el nombre de las empresas proveedoras del producto?

CUADRO Nª 6

Alternativas	**Frecuencia**	**Porcentaje**
SI	10	5,10%
NO	186	94,90%
TOTAL	**196**	**100%**

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor



Interpretación y Análisis.- Del total de encuestados, 10 personas con el 5,10% manifestaron que si conocen el nombre de las empresas proveedoras del producto como son: Centro Naturista Alivinatu, Centro Naturista el Bosque y Centro Naturista Vilca bamba, mientras que 186 personas con el 94,90% no conocen nombre de las empresas proveedoras del producto.

Por lo cual nosotros como futura empresa primordialmente nos vamos a enfocar en la población de la ciudad de Loja que no conoce el nombre de otras empresas proveedoras del producto en este caso seria los Tés naturales a base de Ortiga, Ya que mediante de una buena y efectiva publicidad vamos a ser conocer nuestra empresa y ponerla entre una de las principales y porque no la primera empresa productora y comercializadora de Té natural a base de Ortiga para la Ciudad de Loja, y así lograr obtener la mayor acogida en el mercado local.

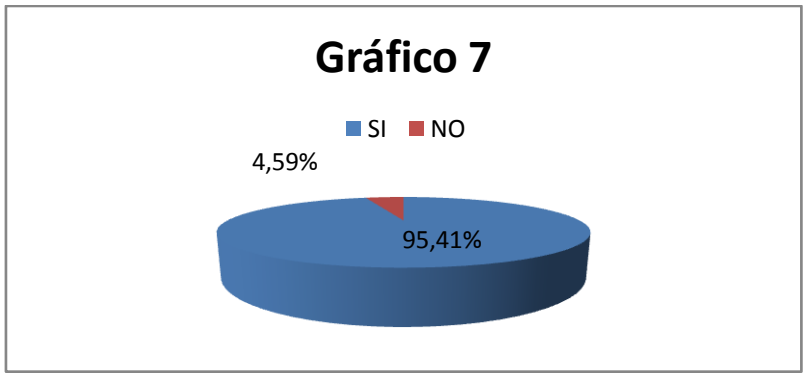
7. ¿En caso de instalarse una empresa productora y comercializadora de té natural a base de ortiga que ayuda a combatir las enfermedades antes enunciadas, estaría usted y su familia dispuestos a consumir?

CUADRO Nª 7

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	187	95,41%
NO	9	4,59%
TOTAL	**196**	**100%**

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor.



Interpretación y Análisis.- Del total de encuestados, el 187 personas que equivale al 95,41% dijeron que si están dispuestos a consumir este producto mientras que el 4,59% no haría uso.

Esta pregunta nos sirvió para segmentar el mercado y conocer la demanda efectiva. Al momento de implementar la empresa productora y comercializadora de té natural a base de ortiga, que posee propiedades curativas y nutritivas, con precios bajos y óptima calidad, el 95,41% que son 187 personas si están dispuestos a consumir los tés de ortiga, siendo un valor muy elevado que va en beneficio tanto de la población como de la microempresa, es decir que si contamos con la aceptación de la ciudadanía Lojana, lo que significa que nuestro proyecto es factible.

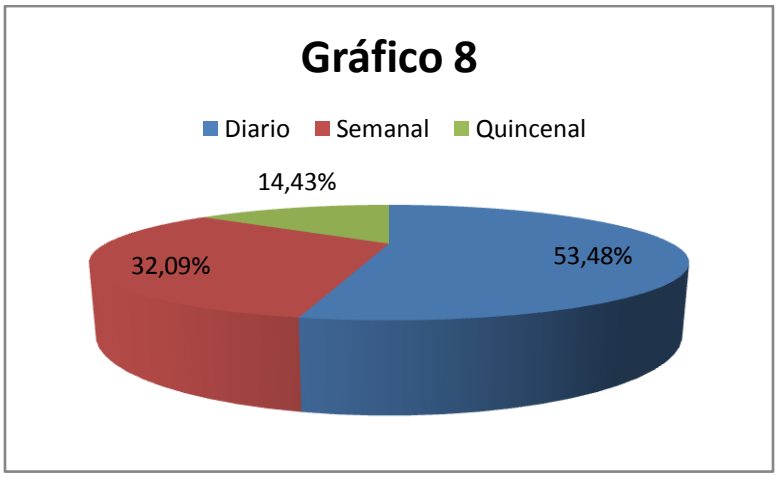
8. ¿Con que frecuencia estaría dispuesto a adquirir el producto?

CUADRO N°8

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Diario	100	53,48%
Semanal	60	32,09%
Quincenal	27	14,43%
TOTAL	**187**	**100%**

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor



Interpretación y Análisis.- Del 100% de encuestados que son 187 personas, el 53,48% que son 100 personas nos manifestaron que les gustaría adquirir el producto diariamente, mientras que el 32,09% que son 60 personas desean adquirir el producto semanalmente, y el 14,43% desean adquirir quincenalmente el producto.

Interpretando la siguiente pregunta podemos darnos cuenta que en su gran mayoría las personas encuestadas manifestaron que desean adquirir el producto diariamente, es por ello que nosotros como futura empresa estamos en la obligación de sacar un producto que cubra todas las necesidades del cliente manteniendo siempre todos las normas pertinentes para así lograr obtener un producto de calidad.

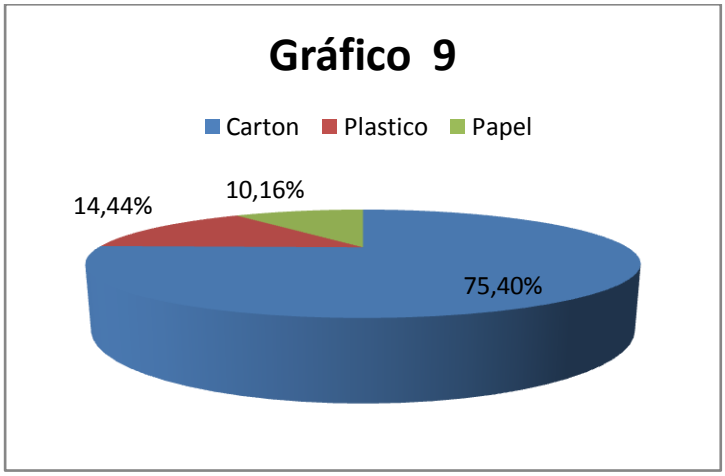
9. ¿Cómo le gustaría que sea la presentación del producto?

CUADRON°9

Alternativas	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Cartón	141	75,40%
Plástico	27	14,44%
Papel	19	10,16%
TOTAL	**187**	**100%**

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor



<u>Interpretación y Análisis.-</u> De las 187 personas encuestadas que es el 100%, el 75,40% que son 141 personas nos manifestaron que les gustaría que la presentación del producto sea en un empaque de cartón, mientras que el 14,44% que son 27 personas desean que la presentación sea de plástico, y el 10,16% en empaque de papel.

Analizando la pregunta podemos darnos cuenta los diferentes gustos y preferencias del consumidor, pero la mayoría prefiere un empaque de cartón ya que mantiene el aroma del té en buen estado.

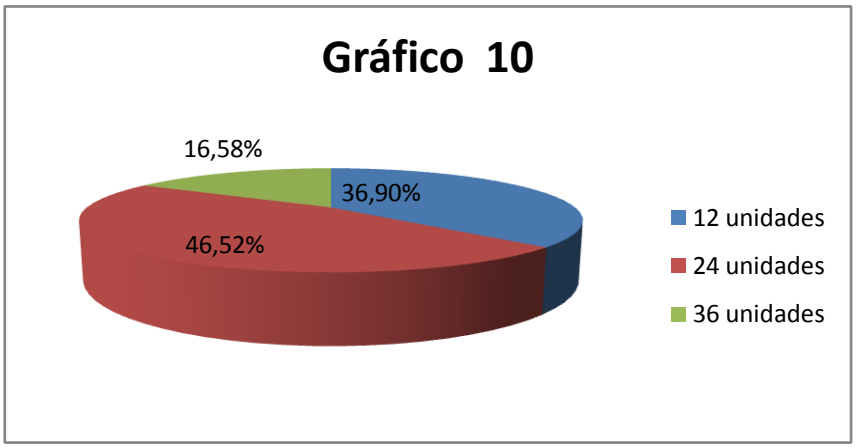
10. ¿De acuerdo a su criterio cuantas unidades debería contener la caja de Té de ortiga?

CUADRON°10

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
12 unidades	69	36,90%
24 unidades	70	46,52%
36 unidades	71	16,58%
TOTAL	**187**	**100%**

Fuente: Encuestas

Elaborado: El Autor



Interpretación y Análisis: la cantidad de personas encuestadas se pronuncian que debe contener 12 unidades con el 36,90 %, el 46,52% manifestaron 24 unidades, el 16,58% se pronunciaron que debe contener 36 unidades.

Por lo que podemos decir que la caja de Té debe contener 24 unidades para su distribución y comercialización en el mercado.

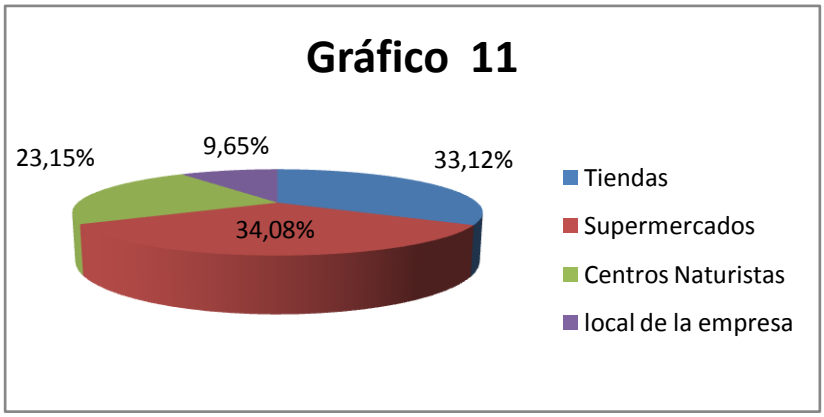
11. ¿En qué lugar le gustaría adquirir el producto?

CUADRO Nª11

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas	103	33,12%
Supermercados	106	34,08%
Centros Naturistas	72	23,15%
Local de la empresa	30	9,65%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor



Interpretación y Análisis: Siendo esta pregunta con respuesta múltiple se procede a realizar el siguiente análisis.A través de esta pregunta se pudo determinar en donde adquieren las personas el producto, lo cual se da de la siguiente manera; un 33.12% de los encuestados lo adquirirán en tiendas, el 34.08% lo hacen en supermercados, un 23.15% prefieren comprarlo en centros naturistas y por último el 9.65% le gustaría conseguir en el local de la empresa.

Para la distribución y comercialización del producto tenemos que enfocarnos más en tiendas y supermercados de la ciudad, para tener una mayor aceptación de la gente.

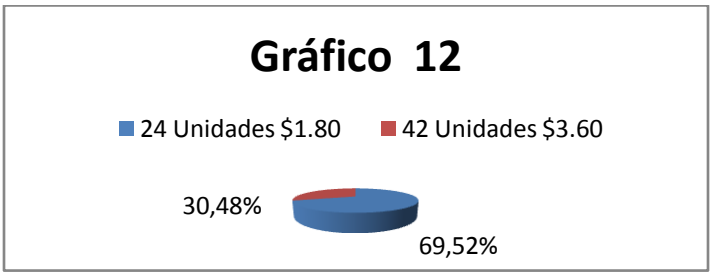
12. ¿Cuánto pagaría por la caja de Té medicinales?

CUADRO Nª 12

Alternativas	Precio	Frecuencia	Porcentaje
24 Unidades	$1.80	130	69,52%
48 Unidades	$3.60	57	30,48%
TOTAL		**187**	**100%**

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor



Interpretación y Análisis: Interpretando el siguiente cuadro podemos darnos cuenta que la mayoría de gente encuestada de la ciudad de Loja que son 130 personas que representa a un 69,52% manifestaron que paga $1.80, 00 por cada caja de Té medicinal de 24 unidades, mientras que el 30,48% que son 57 personas manifestaron que pagan $3.60, 00 por la caja de 48 unidades.

Es por ello que el precio que debe tener nuestro producto debe de estar acorde a los resultados obtenidos por las encuestas con las unidades y el precio justo por cada caja de Té medicinal.

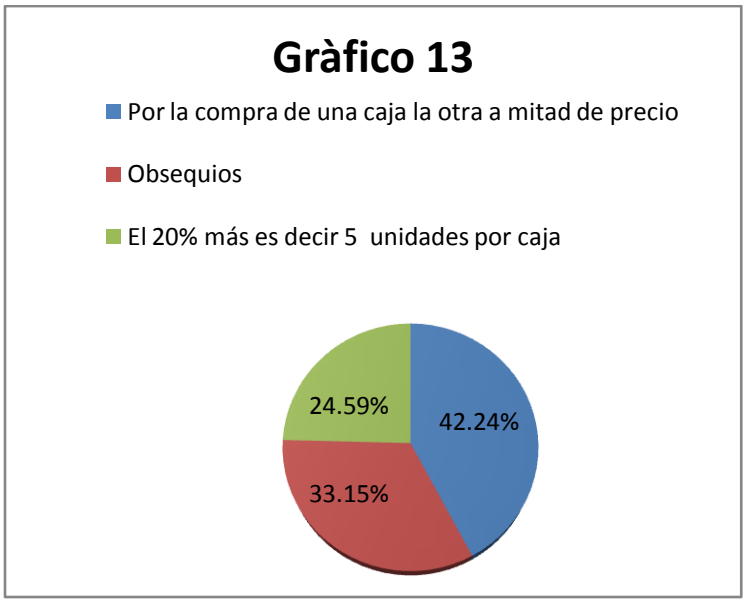
13. ¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir?

CUADRO Nª 13

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Por la compra de una caja la otra a mitad de precio	79	42.24%
Obsequios	62	33,15%
El 20% más es decir 5 unidades por caja, edición limitada	46	24.59%
TOTAL	**187**	**100.00%**

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor



Interpretación y Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos, el 42.24% manifiesta que les gustaría obtener promociones por la compra de una caja la otra a mitas de precio, el 33.15% considera que le gustaría obsequios como esferos y un 24.59% que se les otorgue el 20% más es decir cinco unidades por caja.

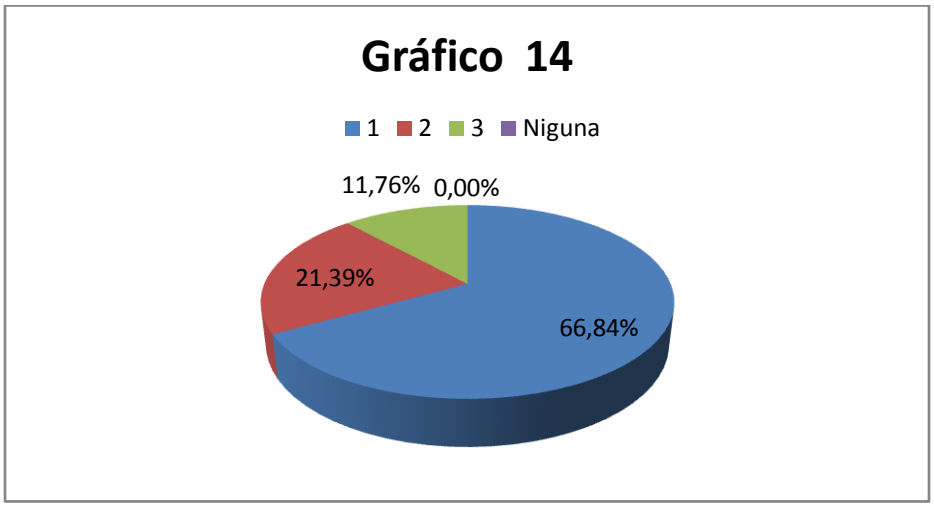
14. ¿Cuántas cajas de Té medicinal a base de Ortiga compraría mensualmente?

CUADRO Nª 14

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje	Consumo de cajas al año
1	125	66,85%	1,500
2	40	21,39%	480
3	22	11,76%	264
Ninguna	0	0%	0
TOTAL	**187**	**100%**	**2,244**

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor



Interpretación y Análisis: Interpretando el cuadro 125 personas que equivalen a 66,85% manifestaron que si comprarían 1 caja de Té medicinal a base de Ortiga mensualmente, así mismo el 21,39% que son 40 personas nos contestaron que si comprarían 2 cajas de té medicinal a base de Ortiga mensualmente, mientras que el 11,76% que son 22 personas encuestadas, manifestaron que si comprarían 3 cajas de té medicinal a base de Ortiga mensualmente y finalmente con un 0 % se encuentran no comprarían ninguna caja de Té medicinales a base de Ortiga mensualmente.

Es por ello que la futura empresa debería enfocarse más en los gustos y preferencias de las personas para así poder llegar más y oportunamente al consumidor final y así lograr la máxima atención de la ciudadanía Lojana y por ende ganar mayores ventas en beneficio de la Empresa.

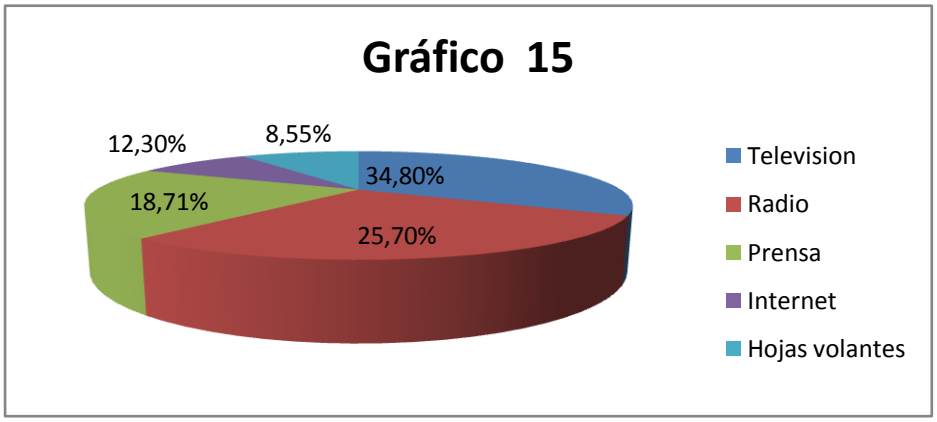
15.- ¿Qué medios de comunicación utiliza para informarse con mayor frecuencia?

CUADRO Nª 15

Alternativas	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Televisión	65	34,80%
Radio	48	25.70%
Prensa	35	18,71%
Internet	23	12,30%
Hojas volantes	16	8,55%
TOTAL	**187**	**100%**

Fuente: Población de Loja

Elaborado por: El Autor



Interpretación y Análisis: Esta pregunta nos sirvió para conocer los medios de comunicación que se utilizan con mayor frecuencia para informarse acerca del producto, dándonos como resultado que el medio de mayor sintonía es la televisión con un 34.80% seguido de la radio con un 25.70% y la prensa con un 18.71%.

Determinamos que el medio de comunicación para dar a conocer nuestro producto es la televisión y la radio.

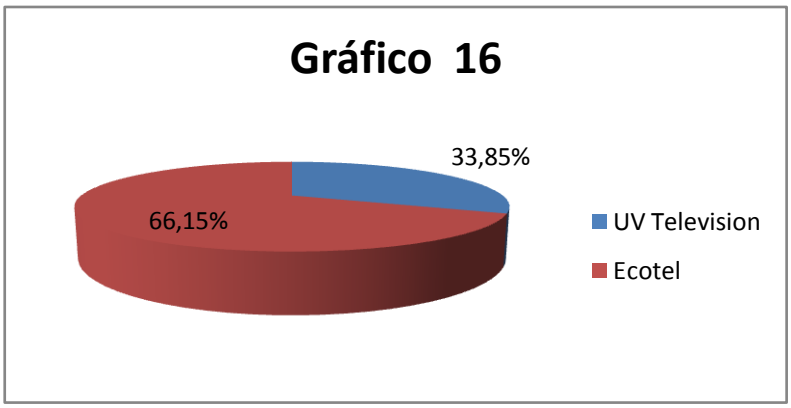
16.- ¿Si su respuesta fue la television que canal prefiere?

CUADRO Nª 16

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
UV Televisión	22	33,85%
Ecotel	43	66,15%
TOTAL	**65**	**100%**

Fuente: Encuestas

Elaborado por: El Autor



Interpretación y Análisis: Mediante la información recopilada a través de esta pregunta se pudo conocer que el canal de mayor sintonía es Ecotel Tv con un 66.15%, mientras que UV televisión un 33.85%.

Los spot publicitarios tenemos que pasarlos en el canal "Ecotel Tv" por lo que tiene mayor sintonía en la ciudad.

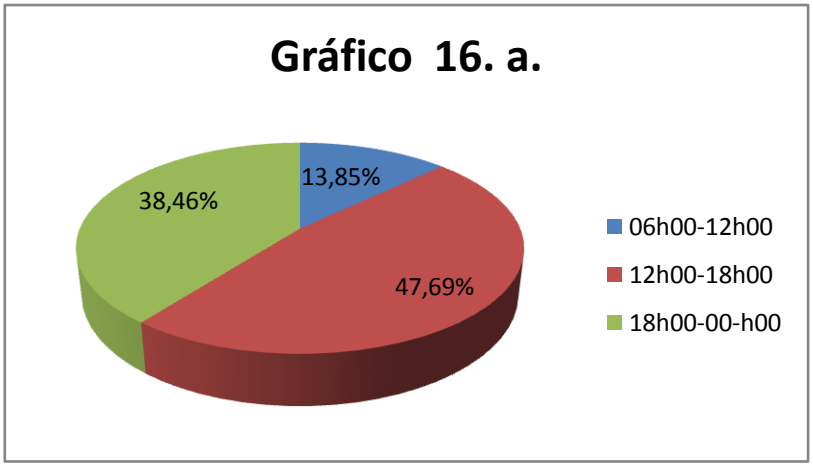
HORARIOS DE PREFERENCIA

CUADRO Nª 16 .a

Horarios	Frecuencia	Porcentaje
06h00-12h00	9	13,85%
12h00-18h00	31	47,69%
18h00-00-h00	25	38,46%
TOTAL	**65**	**100**

Fuente: Población de Loja

Elaborado por: El Autor



Interpretación y Análisis: mediante esta pregunta podemos señalar que el horario de preferencia de las personas es de 12h00-18h00 con un 47.69%, el horario de 18h00-00h00 tiene un 38.46% y el ultimo 06h00-12h00 con un 13.85%.

El horario para que salgan los spot publicitarios de nuestro producto debe ser de 12h00-18h00 por que las personas prefieren este horario.

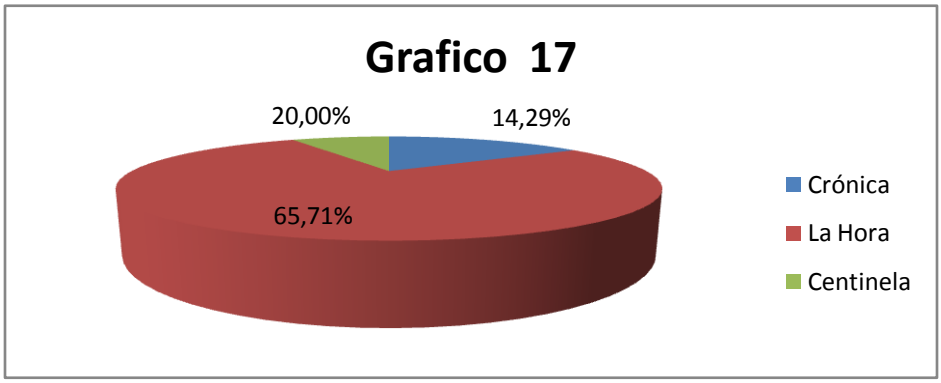
17.- ¿Si su respuesta fue la prensa que diario lee más?

CUADRO Nª 17

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Crónica	5	14,29%
La Hora	23	65,71%
Centinela	7	20,00%
TOTAL	35	100%

Fuente: Población de Loja

Elaborado por: El Autor



Interpretación y Análisis: Mediante la información recopilada a través de esta pregunta se pudo conocer que el diario de mayor preferencia es la Hora con un 65.71%, la Crónica con un 14.29% y Centinela con un 20.00%.

La publicidad que vamos a ser para nuestro producto es el periódico de mayor preferencia "La Hora" el mismo que es leído por toda la población de la ciudad de Loja.

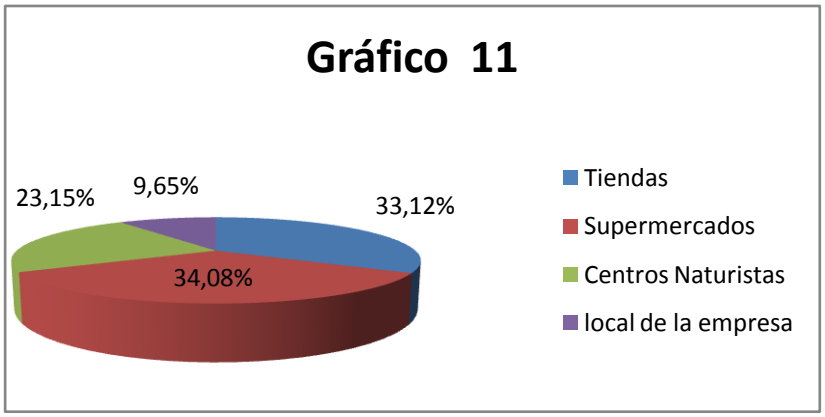
18.- ¿Si su respuesta fue la radio que emisora escucha?

CUADRO No 18

Alternativas	**Frecuencia**	**Porcentaje**
Luz y vida	11	22,92%
Poder	11	22,92%
Súper Laser	20	41,66%
Otras	6	12,50%
TOTAL	**48**	**100%**

Fuente: Población de Loja

Elaborado por: El Autor



Interpretación y Análisis: Mediante la información recopilada a través de esta pregunta se pudo conocer que la emisora de mayor audiencia es Súper Laser con un 41.66%, Luz y Vida con un 22.92%, radio Poder con un 22.92%, y otras emisoras con un 12.50%.

Las cuñas publicitarias de nuestro producto serán pasadas en la radio Súper Laser porque tiene mayor aceptación en nuestra ciudad.

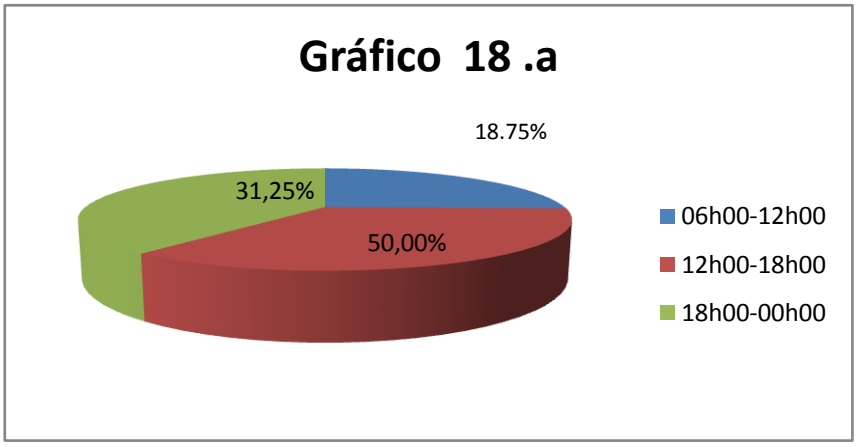
HORARIOS DE PREFERENCIA

CUADRO No 18. a

Horarios	Frecuencia	Porcentaje
06h00-12h00	9	18.75
12h00-18h00	15	31.25
18h00-00h00	24	50.00
TOTAL	**48**	**100,00**

Fuente: Población de Loja

Elaborado por: El Autor



Interpretación y Análisis: Esta pregunta nos sirvió para conocer que horario es preferido para escuchar este medio de comunicación; de 12h00-18h00 con un 31.25%, de 06h00-12h00 con un 18.75% y 18h00-00h00 con un 50.001%.

El horario que van a ser pasadas las cuñas publicitarias de nuestro producto será de 18h00-00h00 porque es el preferido de las personas encuestadas.

g. DISCUSIÓN

g.1. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otro ente que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto periodo de tiempo.

g.1.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

El objetivo del análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan a los requerimientos del bien o servicio, así como determinar las posibilidades de participación del producto de nuestro proyecto en la satisfacción de dicha necesidad. La demanda se determina por la cantidad de consumidores actuales y futuros, tomando en cuenta además de la calidad, el precio, sus gustos y preferencias y la satisfacción de las necesidades.

g.1.1.1. DEMANDA POTENCIAL

Se considera para ello a la población total que demanda Té. La demanda potencial es la cantidad de productos que pueden consumirse o utilizarse en el mercado. Para establecer la demanda potencial tomamos los datos obtenidos en el cuadro Nª15 donde se obtiene el posible nivel de consumo de Té que es lo que interesa al proyecto. Para establecer la demanda potencial del consumo de Té en

las familias se considera la pregunta Nro. 1 donde se manifiesta que el 75,39% si consumen té en su dieta diaria, y el 24,61% no consumen.

Segmentando el total para la siguiente pregunta 288 encuestadas

Cuadro No. 19

ESPECIFICACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	288	75,39%
NO	94	24,61%
TOTAL	**382**	**100%**

Fuente: Encuesta Pregunta 1.

Elaborado por: El Autor

CONSUMO ANUAL PERCÁPITA

UNIDADES	FAMILIAS	PORCENTAJE
10-15	83	42.35%
16-20	61	31.12%
21-25	31	15.82%
26-30	16	8.16%
31 a más	5	2.55%
TOTAL	196	100%

Fuente: Población de Loja, Cuadro No 17

Elaborado por: El Autor

REQUERIMIENTOS

UNIDADES	FAMILIAS	SEMANAL	ANUAL
10-15	83	1038	53950
16-20	61	1098	57096
21-25	31	713	37076
26-30	16	448	23296
31 a más	5	155	260
TOTAL	196	3452	171678

Fuente: Población de LojaCuadro No. 18

Elaborado por: El Autor

Para obtener el consumo percápita se basa en la pregunta Nro. 4 acerca de cuantos sobre de Té medicinal consumen las familias semanalmente.

Se preguntó sobre el consumo de Té en forma semanal, luego los datos obtenidos se los multiplica para las 52 semanas que tiene un año obteniendo así el consumo percápita que es 171678 y esto dividido para 196 familias que es igual a 876 lo que consume una familia al año.

$$\mathbf{X} = \frac{\sum Xm.\ X}{N} = \frac{171678}{196} = 876$$

g.1.1.2. DEMANDA REAL

Se considera a la población que en la práctica demanda Té a base de ortiga o productos naturales, basados en la pregunta Nro. 3 de la encuesta referente al consumo de productos químicos y naturales (Té a base de Ortiga) para combatir las enfermedades han respondido un 68.06% que tienen preferencia por lo natural, quedando como total 196 encuestas.

Cuadro No. 20

ESPECIFICACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Productos Químicos	80	27,77%
Productos Naturales (Té a base de ortiga)	**196**	**68,06%**
En blanco	12	4,17%
TOTAL	**288**	**100%**

Fuente: Encuestas

Elaborado : El Autor

g.1.1.3. DEMANDA EFECTIVA

Se considera a la población que en la práctica demanda Témedicinal de ortiga, tomando los datos obtenidos en el Cuadro No 7 referente a la instalación de una empresa productora y comercializadora de té medicinal de ortiga, en un 95.41% respondieron que si están dispuestos a comprar el producto de la empresa.

Cuadro No. 21

ESPECIFICACIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	187	95.41%
NO	9	4.59%
TOTAL	196	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: El Autor

CUADRO EXPLICATIVO DE LA OBTENCIÒN Y PROYECCIÒN DE LAS DEMANDAS.

Años de vida útil	Años	Población de la provincia de Loja	Familias de la provincia de Loja	Demanda Potencial 75.39%	Demanda Real 68.06%	Demanda Efectiva 95.41%	Percápita unidades 876	Oferta total	Demanda insatisfecha
	2012	180,167							
0	2013	181,068	45,267	32,921	22,405	21,376	18,723,486	0	18,723,486
1	2014	181,973	45,493	33,086	22,517	21,483	18,817,068	0	18,817,068
2	2015	182,883	45,721	33,251	22,629	21,590	18,911,167	0	18,911,167
3	2016	183,797	45,949	33,418	22,743	21,698	19,005,680	0	19,005,680
4	2017	184,716	46,179	33,585	22,856	21,807	19,100,710	0	19,100,710
5	2018	185,640	46,410	33,753	22,971	21,916	19,196,257	0	19,196,257

g.1.2. OFERTA

En el mercado existen una gran variedad de Tés medicinales, pero no tienen las mismas propiedades curativas como el Té de ortiga que combate enfermedades como: acné, anemia, diabetes, colesterol y presión alta.Es por eso que al analizar el mercado se encontró la oportunidad para producir y comercializar un Té de ortiga, siendo la oferta de cero.

g.1.2.1. DE MANDA INSATISFECHA

Para analizar la situación actual de la oferta del producto es necesario indicar que en la Ciudad de Loja no se comercializan productos a base de Té a base de ortiga, es decir no existe la oferta del producto. De igual manera al establecer la demanda insatisfecha se considera que ésta es la misma demanda efectiva.

g.1.3. ESTRATEGIAS DE MERCADO

La Estrategia del mercado se la obtiene de las encuestas aplicadas a la ciudadanía. Para que nuestro producto sea aceptado con agrado de mejor manera se tiene que tomar en consideración la mezcla de mercado conformada por las cuatro P como lo señalamos a continuación:

PRODUCTO

El "**TÈ NATURAL A BASE DE ORTIGA"** será elaborado con ingredientes naturales como la planta de ortiga 100% natural, el envase contendrá una etiqueta con la cual se presentara el producto en el mercado. Se utilizará las técnicas y estrategias adecuadas para brindar un Té de calidad que brinda satisfacción al cliente, y a la vez abarcar al mercado tomando en consideración una estrategia comercial efectiva, con la finalidad de llegar a ser una empresa productora líder en el mercado lojano.

Este Té Natural a base de Ortiga ayudara a prevenir alergias y también sirve como analgésicos, antianèmicas, antiinflamatorias etc., y al mismo tiempo fortalecerá al organismo del ser humano; este producto puede ser usado por todas la familia gracias a sus ingredientes naturales.

CARACTERISTICAS FISICAS

La presentación del producto será en empaque de cartón de formas rectangular, con su respectiva etiqueta, el contenido del Te de Ortiga es de 24 unidades.

NOMBRE DEL PRODUCTO

LOGOTIPO

TÈ LOJANO CIA. LTDA

TU TÉ NATURAL HACIA UN ESTILO DE VIDA SALUDABLE A BASE DE ORTIGA.

PRECIO

El precio del producto se lo establecerá mediante previo análisis a los costos totales de producción, que se utilizan en la producción del Té Natural a Base de Ortiga, además estableciendo el porcentaje de utilidad que la empresa pretende recibir, pero sin dejar de lado la capacidad adquisitiva del consumidor.

ETIQUETA

TÈ LOJANO CIA. LTDA

TÈ NATURAL A BASE DE ORTIGA

.

Es un producto medicinal de sobres de Té de Ortiga y se lo utiliza para el acné, colesterol, diabetes anemia, presión alta y posee vitaminas y propiedades nutritivas

El té como bebida es la infusión preparada con las hojas secas molidas o brotes en agua caliente, que se usa como bebida estimulanteestomacal o alimentario.

Reg. Sanitario: En proceso.
Elaborado : 04/ 04/2013
Vencimiento: 04/2014
Teléfonos: 2578-598

PLAZA

El mercado hacia el cual va dirigido el presente proyecto corresponde al siguiente gráfico.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Se toma en cuenta el cuadro No.11 con respecto a la pregunta ¿En qué lugar le gustaría adquirir el producto? lo cual el consumidor prefiere comprar en un supermercado con un porcentaje de 34,08%.

PROMOCIÓN

Es una herramienta fundamental que requiere más inversión, con la finalidad de persuadir y llevar el producto a los futuros clientes.

La promoción contendrá lo siguiente:

- Por la compra de una caja la segunda a mitad de precio.
- El 20% más es decir 5 unidades por caja, edición limitada.
- A las 300 primeras personas que compren una caja de té se les obsequiara un esferográfico gratis.

PUBLICIDAD

Tomaremos los medios de comunicación que son de preferencia por la población, tanto la televisión, radio, prensa e internet. Dándonos cuenta por las encuestas realizadas que los medios con mayor preferencia son los siguientes:

Cuadro Nº 22

MEDIOS DE COMUNICACIÓN		PORCENTAJE DE ACEPTACIÓN
TELEVISIÓN 32.54%	ECOTEL TV	68,66%
	UV TELEVISIÓN	31,34%
RADIO 28.57	LUZ Y VIDA	26,72%
	PODER	26,72%
	SÚPER LASER	32,76%
PRENSA 20.90%	LA HORA	75,86%
HOJAS VOLANTES		9,26%
INTERNET		8,73%

FUENTE: Cuadros 14,15,16,17,18 y 19**ELABORACION:** El Autor

Los horarios con más preferencia por la ciudadanía en los que se va a trasmitir la propaganda será: televisión 12h00 – 14h00 y radio 18h00 - 20h00 de acuerdo a los cuadros 16 y 19.

ESTUDIO TÉCNICO

Esta parte del trabajo tiene relación con la localización de la planta, el tamaño, capacidad instalada, capacidad utilizada, considerando varios factores como son: abastecimiento de materia prima, mano de obra, servicios básicos, etc.

También consta la ingeniería del proyecto, en donde se pone énfasis al proceso de producción, tecnología necesaria y los requerimientos de infraestructura básicos para ello.

LOCALIZACIÓN

MACRO LOCALIZACIÓN.

Esta se refiere a la ubicación geográfica de la planta productiva, en el presente proyecto la fábrica estará ubicada en la ciudad de Loja en el barrio Amble María, se escogió este lugar estratégico cumpliendo las ordenanzas municipales y todos los requerimientos legales para realizar sus actividades adecuadamente.

Para llegar a establecer la localización efectiva del proyecto, se ha creído conveniente analizar algunos factores tales como: los servicios básicos que existen en el sector, cercanía geográfica con el mercedo demandante, otro factor determinante para la ubicación es la disponibilidad de la materia prima, la misma

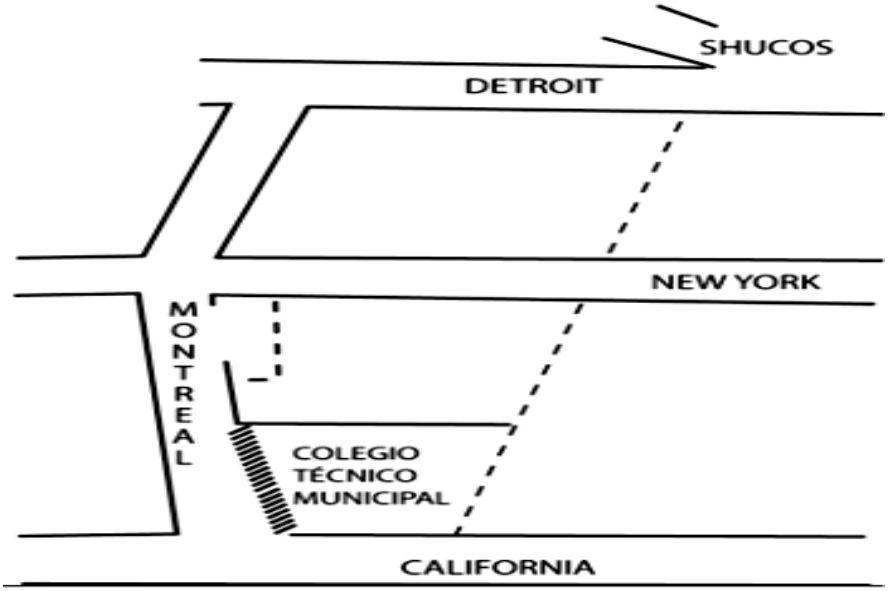
que existe en cantidades adecuadas, por considerarse a la provincia de Loja un lugar de variedad y riqueza de plantas medicinales.

GRÁFICO Nº 19

MICROLOCALIZACIÓN

Con respecto a la microlocalización, la unidad productiva estará ubicada en la ciudad de Loja en el barrio Amable María, para dar mayor claridad se presenta un bosquejo en donde se detallan las calles que circundan el área de ubicación.

GRÁFICO Nº 20



FACTORES LOCALIZACIONES

SERVICIOS BÁSICOS

- Agua Potable. Es un recurso indispensable dentro de la empresa, se la utilizara para la limpieza de la planta de ortiga y el aseo de las instalaciones.
- Luz eléctrica. Es otro de los servicios básicos que requerirá la empresa para el funcionamiento de la maquinaria como son: secado de la planta, molido, envasado y sellado del producto en si para todo el funcionamiento eléctrico de la empresa.
- Teléfono. Este servicio es indispensable para mantener la comunicación permanente con los miembros de la empresa.

- Internet. Será un punto clave para dar a conocer la empresa y así acaparar más clientes y obtener información sobre la competencia.
- Transporte. Nos permitirá movilizar la materia prima para la elaboración del producto así como para la distribución del mismo.

RECURSOS HUMANOS

En la ciudad de Loja existe el personalcalificado para realizar las diferentes funciones y actividades que se necesitara para la instalación de la empresa.

INSTITUCIONES

- Servicio de Rentas Internas SRI. Institución donde la empresa obtendrá su respectivo RUC y realizara sus aportes tributarios.
- MUNICIPIO. Entidad que emite los permisos necesarios para el funcionamiento legal de la empresa.
- GOBIERNO PROVINCIAL. Se realizaran los trámites de permiso ambiental en constancia que la empresa no causara daños al medio ambiente.
- SISTEMA FINANCIERO. Entidad que a futuro será utilizada para realizar algún tipo de crédito.

TAMAÑO

TAMAÑO DE LA PLANTA

El tamaño de la Empresa esta enfoca a determinar la capacidad de producción que tendrá la empresa en un determinado tiempo, será medido por las unidades (sobres) producidas en un año, para ello se tomará en cuenta algunos factores como: la capacidad instalada, la demanda insatisfecha, que se obtuvo en él estudio de mercado, cantidad disponible de materia prima, tecnología.

El Capacidad instalada estádeterminado por el número de unidades disponibles a servir a la colectividad Lojana.

TAMAÑO EN RELACIÓN CON LA INVERSIÓN

La Inversión para el presente proyecto buscará financiamiento por los accionistas y en entidades financieras, estará acorde con la capacidad instalada de la empresa.

TAMAÑO EN RELACIÓN CON LOS RECURSOS

Para este proyecto existe cantidad suficiente de materia prima y la disponibilidad de la ortiga, puesto que Loja y su provincia reúne las características que se requiere para la producción, también dispone de la tecnología adecuada para alcanzar una mejor productividad, también se contará con mano de obra

calificada, debido a que la plaza de trabajo existe suficiente cantidad de personal que tiene conocimientos en la industrialización de plantas medicinales.

CAPACIDAD INSTALADA

La capacidad instalada de la empresa se calcula tomando en cuenta las siguientes condiciones:

- Cinco días laborables de Lunes a Viernes
- Una jornada de 8 horas diarias con 4 operarios y 1 jefe de producción.
- 252 días laborales al año (descontando días festivos)
- Capacidad instalada 15.120.000 unidades al año
- Se produce 60.000 unidades diarias.

La capacidad instalada que tendrá el proyecto trabajando al 100% es de 15120000 (sobres de ortiga) al año; la misma que se la obtuvo de la multiplicación de las unidades que está en condiciones de producir la maquinaria por un día que es de 60.000 por el número de días que se la utiliza a la máquina que es de 252 días.

La capacidad instalada que tiene el proyecto, se la determino en base a datos proporcionados por el proveedor, debido a que este tipo de máquinas las fabrican por pedido dependiendo de las características del producto y de la cantidad de producción que quiera alcanzar la empresa.

Cabe aclarar que la capacidad instalada del proyecto es constante para los 5 años de vida útil del proyecto.

Cuadro Nro. 22

Vida útil	Años	Demanda Insatisfecha	Capacidad Instalada	% de Participación
0	2012	18,723,486	15,120,000	80.35%

Elaboración: El Autor

Fuente: Demanda Insatisfecha

CAPACIDAD UTILIZADA

Para la capacidad utilizada, se ha considerado q se utilizara para el primer año de vida útil del proyecto un 90%, el segundo año un 95%, esto considerando de que al inicio no es aconsejable trabajar con toda la capacidad instalada y los 3 últimos años con el 100% para evitar una capacidad instalada ociosa.

Cuadro Nro. 23

Años	Capacidad Instalada 100%	Capacidad Utilizada	PORCENTAJE
2012	15,120,000	13,608,000	90%
2013		14,364,000	95%
2014		15,120,000	100%
2015		15,120,000	100%
2016		15,120,000	100%

Elaboración: El Autor

Fuente: Capacidad Instalada

REQUERIMIENTOS DE MANO DE OBRA

Existe en la provincia mano de obra con conocimientos generales de las propiedades medicinales de la planta.

Para realizar las actividades de producción, se contara con 4 operarios que trabajaran 8 horas diarias según lo dispone la ley, en días laborables de lunes a viernes, con el objeto de producir 60000 unidades (sobres) de Té medicinal de ortiga.

REQUERIMIENTOS DE MATERIA PRIMA

En la provincia de Loja existe gran cantidad de planta de ortiga por el ambiente adecuado que hay para su producción, esta planta medicinal que se requiere para elaborar el producto, será obtenida de las parroquias de Malacatos, Chuquiribamba, las Juntas, Santiago y barrios periféricos de la Ciudad de Loja, la misma que proviene de huertos orgánicos familiares.

MATERIA PRIMA DIRECTA PARA PRODUCIR 80 SOBRES DE TÉ MEDICINAL DE ORTIGA

Cuadro Nro. 24

Descripción	Unidad	Cantidad	Nro. de Sobres
Planta de Ortiga	Atado	3000 gramos	80 sobres de Té

Elaboración: El Autor

Fuente: Investigación Directa

Nota: las cantidades están calculadas tomando en cuenta la disminución de la materia prima fresca a seca, cada sobres contiene 30 gramos respectivamente.

Es decir si cada sobre contiene 30 gramos de Té de ortiga y la materia prima se reduce el 20% en su peso por el proceso de deshidratación, para producir 80 sobres se requerirá un atado de planta de ortiga de 3000 gramos; así para el primer año que se va a producir 13.608.000 sobre de Té medicinal de Ortiga se necesitará 170.100 atados de planta de ortiga.

INGENIERÍA DE PROCESOS

Es el proceso en donde se da a conocer cada una de las etapas que se seguirán para obtener los tés de ortiga con el asesoramiento de un Ingeniero Industrial.

A continuación se detalla cada una de las partes del proceso productivo que se utilizará y se le representara en un flujo grama de procesos.

ETAPAS DEL PROCESO PRODUCTIVO

1. Recepción de la Materia Prima:

La ortiga a requerirse para su procesamiento y presentación en sobres, serán obtenidosde las parroquias de Malacatos, Chuquiribamba, las Juntas y barrios periféricos de la Ciudad de Loja, la misma que proviene de huertos orgánicos familiares y de la recolección silvestre.

- Selección y Limpieza:

Las plantas son seleccionadas, considerando que se encuentren en perfecto estado, es decir sin ninguna coloración o mancha que indique la presencia de bacterias o pudrimiento, que en caso de existir serán desechas inmediatamente.

La materia prima seleccionada es luego lavada, a fin de quitar impurezas o polvo en las mismas.

- Secado de la Planta:

La deshidratación de la planta se hará mediante el secado mecánico, que consiste en cargar de materia en los hornos secadores a gas donde se obtendrá en

cuestión de horas un producto homogéneo y de buena calidad comercial, conservando sus componentes y sus propiedades curativas.

- Molido de la Planta:

En esta etapa se procederá a colocar la planta seca en los molinos industriales de manera que quede más desmenuzada, así la planta estará lista para envasarla.

- Envasado y Sellado:

Para el envasado del producto se utilizará papel auto filtrante, en esta etapa necesariamente se realizará un control de calidad para determinar la consistencia del molido de la planta, luego se envasará los sobres y se procederá a sellarlos con una máquina selladora eléctrica.

- Empaquetado:

Una vez envasado y sellado el producto, se procederá a colocar los sobres de ortiga en la cajita de cartones previamente rotulados, cada caja contendrá las respectivas unidades.

- Almacenado:

El producto final se colocará en un lugar propiamente constituido para ello, con un ambiente fresco y seco, para evitar la presencia de patógenos que pueden dañar

el producto, es decir, el producto será transportado a bodega para registrarlo y almacenarlo.

Los operarios son los encargados de poner en marcha el proceso productivo mientras que el jefe de producción se encarga de controlar que la producción se lleve de acuerdo a lo planeado.

FLUJOGRAMA DEL PROCESO PRODUCTIVO PARA ELABORAR 60.000 SOBRES

Gráfico N°21

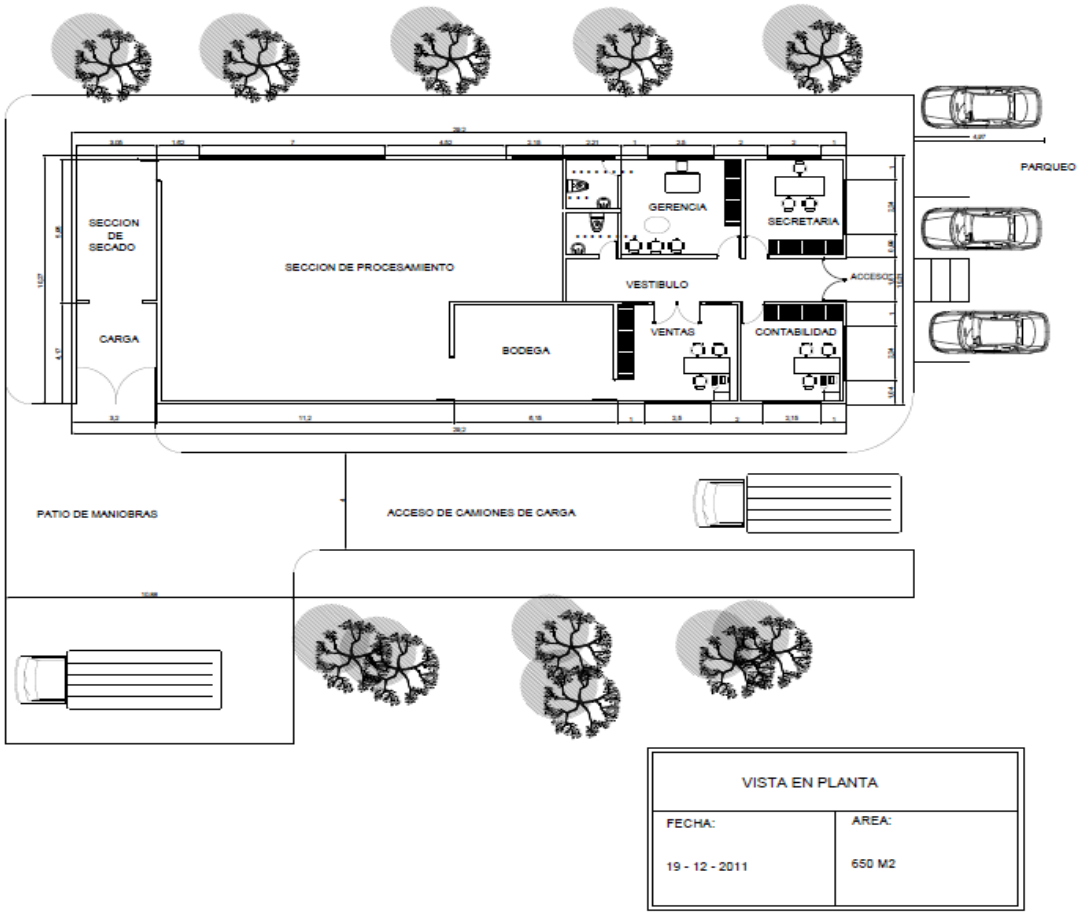
TIEMPO	ETAPAS	SIMBOLOGÍA	SIGNIFICADO
30 minutos	Recepción de la Materia Prima	○	Operación
15 minutos	Control de Calidad	□	Inspección
90 minutos	Selección e inspección de la materia prima	◎	Inspección y operación
1 hora	Limpieza de la materia prima	○	Operación
150 minutos	Secado de la planta	D	Demora
15 minutos	Control de calidad	□	Inspección
30 minutos	Molido de la planta	○	Operación
2 horas	Pesado	○	Operación
3 horas	Envasado	○	Operación
2 horas	Sellado	○	Operación
2 horas	Empaquetado	○	Operación
15 minutos	Control de calidad	□	Inspección
15 minutos	Almacenamiento	△	Archivo
16 horas	**TOTAL**		

INGENIERIA DE LA PLANTA

Para el funcionamiento de la empresa se ha creído conveniente arrendar un local de 650 metros cuadrados ubicado en el barrio amable maría, el cual estará distribuido de la siguiente manera:

Área administrativa con 225 metros cuadrados, área de producción con 300,50 metros cuadrados, accesos y áreas de circulación 124,50 metros cuadrados respectivamente.

GRAFICO N° 22



DISTRIBUCION DEL ÁREA ADMINISTRATIVA

El área administrativa del proyecto estará compuesta por la gerencia, la secretaria, contabilidad, ventas y bodega, las mismas que estarán a cargo por una persona por departamento, cabe señalar que la secretaria se ha ubicado al lado del Gerente, porque esta realiza trabajos auxiliares que complementan y coordinan la labor de gerencia, por otra parte la ubicación del departamento de ventas junto a bodega, es necesario debido a que el vendedor tiene que estar informado de la cantidad de existencias del producto final en forma inmediata y así evitar demoras en el proceso de ventas.

DISTRIBUCIÓN DEL ÁREA DE PRUDUCCIÓN

El área productiva está distribuida por una sección de secado de la hierba que se va a procesar debido a que esta requiere un proceso de deshidratación adecuada, en esta parte se colocarán los hornos secadores a gas, anexa a esta se encuentra un lugar de carga de la materia prima; la otra sección es en donde se realizara el procesamiento hasta obtener el producto final.

En el siguiente plano se puede observar con detalles la distribución física de la planta:

RECURSOS A UTILIZAR

RECURSOS HUMANOS

- Gerente
- Secretaria
- Jefe de Producción
- 4 Operarios
- Contadora
- Jefe de Ventas

MAQUINARIA

CUADRO N° 25

N°	Maquinaria
2	Secadora a Gas
2	Molino Eléctrico
1	Empacadora
2	Selladora eléctrica
2	Balanza gramera

ESTUDIO ADMINISTRATIVO

MARCO JURÍDICO

TIPO DE EMPRESA

La empresa se constituirá como Compañía Limitada por lo cual se tomará en cuenta en cuenta los siguientes parámetros que están dentro de la ley de compañías.

NÚMERO DE SOCIOS

Este tipo de compañías se conforma con un mínimo de 3 socios y un máximo de 15, en este caso estará conformada por 1 socios.

CAPITAL

Estará formado por la aportación de los socios, el monto mínimo es de $400.00 dólares americanos; al constituirse la compañía, el capital deberá estar suscrito y pagado por lo menos el 50% de cada participación.

CONSTITUCIÓN

La compañía deberá constituirse bajo la razón social y se añadirá las palabras "Compañía Limitada" o sus respectivas siglas.

CONTENIDO DE LA ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN

RAZÓN SOCIAL

La empresa productora y comercializadora de Té de Ortiga operara con el nombre de "TÉ LOJANO CIA LTDA."

OBJETO DE LA SOCIEDAD

Objeto de la sociedad que tendrá la empresa, es la producción y comercialización de un producto medicinal de sobres de Té de Ortiga y su uso para los problemas de acné, colesterol, diabetes, anemia, presión alta, además posee vitaminas y propiedades nutritivas.

TIEMPO DE DURACIÓN DE LA SOCIEDAD

El tiempo de duración de la Compañía será establecido por mutuo acuerdo de todos los socios, en el caso de que algún socio quiera separarse de la compañía deberá notificarlo previamente y por lo tanto la Compañía no se disolverá.

El proyecto tendrá una vida útil de 5 años, por lo que las actividades de la empresa tendrán este tipo de duración.

DOMICILIO

La empresa productora y comercializadora de sobres de Ortiga, tendrá su domicilio principal en la Ciudad de Loja en el Barrio Amable María en las calles Montreal entre California y New York.

CAPITAL SOCIAL

El capital social que tendrá la nueva unidad productiva está constituido de la siguiente manera:

El aporte se los realizará por los 6 socios en la que cada socio aportará con monto respectivo; esto de acuerdo al estudio financiero que se realice y al valor total del financiamiento que se requiera.

Como toda unidad productiva para que opere adecuadamente tiene que delegar funciones y obligaciones a una persona que responda por las acciones de la compañía, en este caso la Junta General de Accionistas, como órgano superior designará un Presidente y será el que convoque las juntas respectivas

FORMA DE DELIBERAR Y TOMAR RESOLUCIONES

Los socios de la empresa se reunirán en Junta Ordinaria una vez al año en los tres meses posteriores a la presentación del ejercicio económico de la Compañía y también se reunirán en Junta extraordinaria cuando los socios lo crean conveniente.

Las resoluciones se tomarán por mayoría de los socios presentes; los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA

Para que la nueva unidad productiva pueda realizar de manera eficiente sus actividades en función del logro de los objetivos empresariales, debe tener una estructuración sistemática y racional de los recursos y órganos de la misma, mediante el establecimiento de normativos e instrumentos en donde prevalecerán la autoridad y responsabilidad.

DETERMINACIÓN DE LOS NIVELES JERÁRQUICOS

El establecimiento de los niveles jerárquicos debe ser claro y preciso para que la organización funcione de forma integral y coordinada.

Los niveles jerárquicos que tendrá la empresa son los siguientes:

NIVEL LEGISLATIVO:

Está conformado por la Junta General de Accionistas, que funcionará como órgano de conducción superior. Legislar sobre las políticas que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar reglamentos, resoluciones, etc., y decidir sobre los aspectos de mayor importancia.

NIVEL EJECUTIVO:

Este nivel está compuesto por el Gerente General, toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel cumplimiento. Planifica, orienta y dirige la administración de la empresa, e interpreta planes, programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel y transmite a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución.

NIVEL ASESOR:

A este nivel pertenece un profesional de derecho, que aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica y más áreas afines que tengan que ver con la entidad a la cual están asesorando.

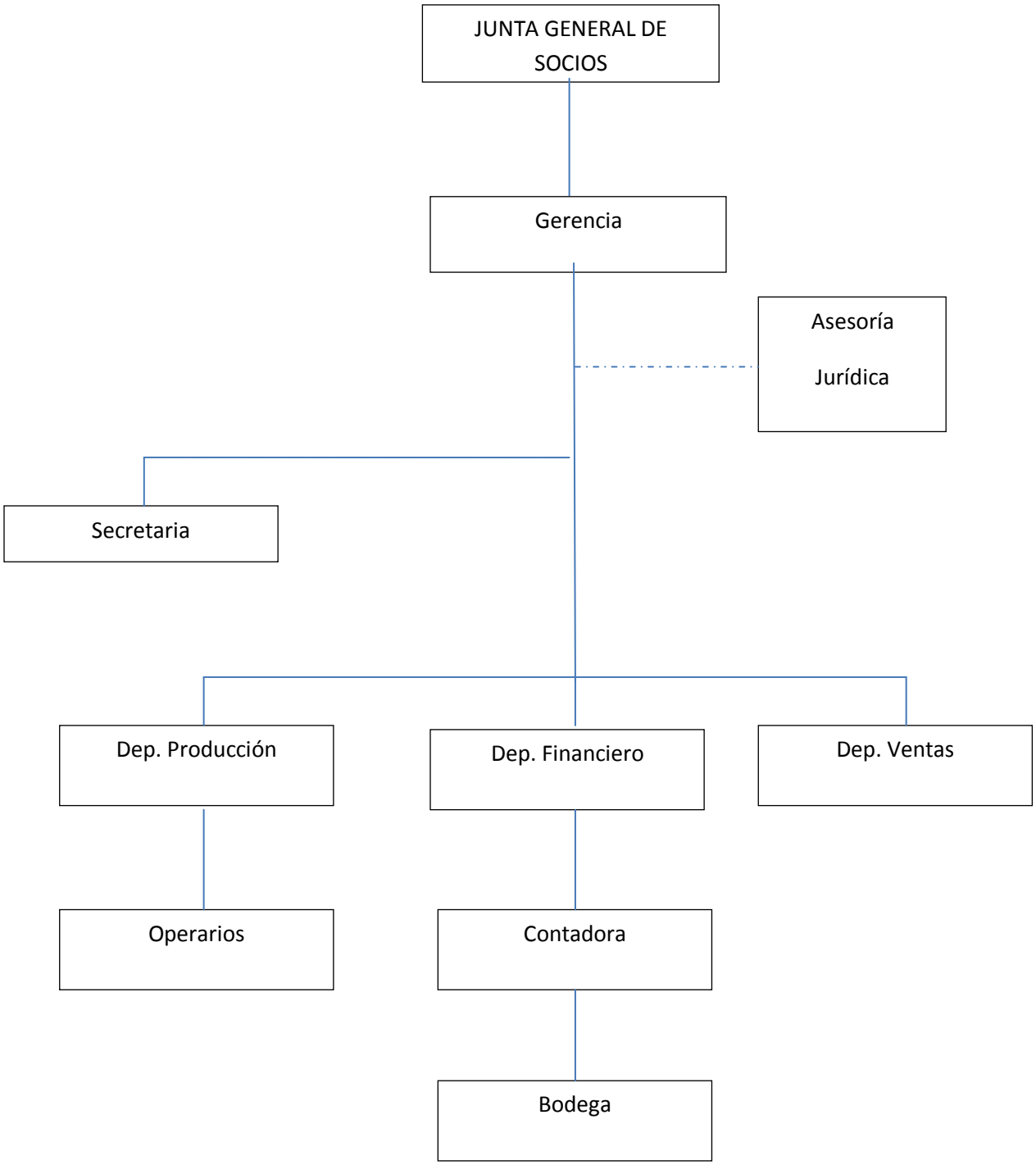
NIVEL OPERATITVO:

Estará constituido por los departamentos principales de producción, Ventas, Contabilidad y Financiero mismos que se encargaran de ejecutar las decisiones que se han tomado a nivel legislativo y ejecutivo.

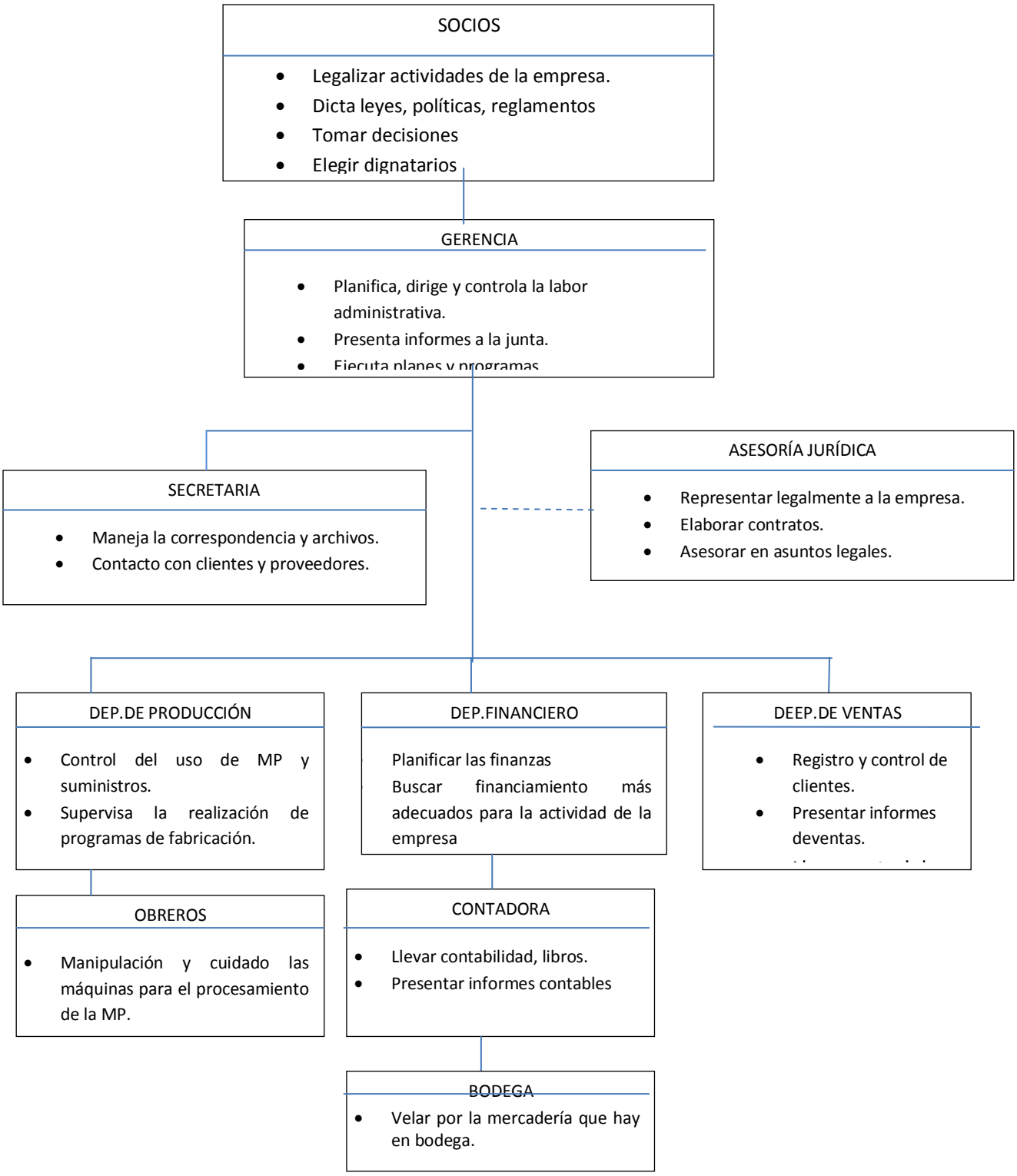
ORGANIGRAMAS

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.

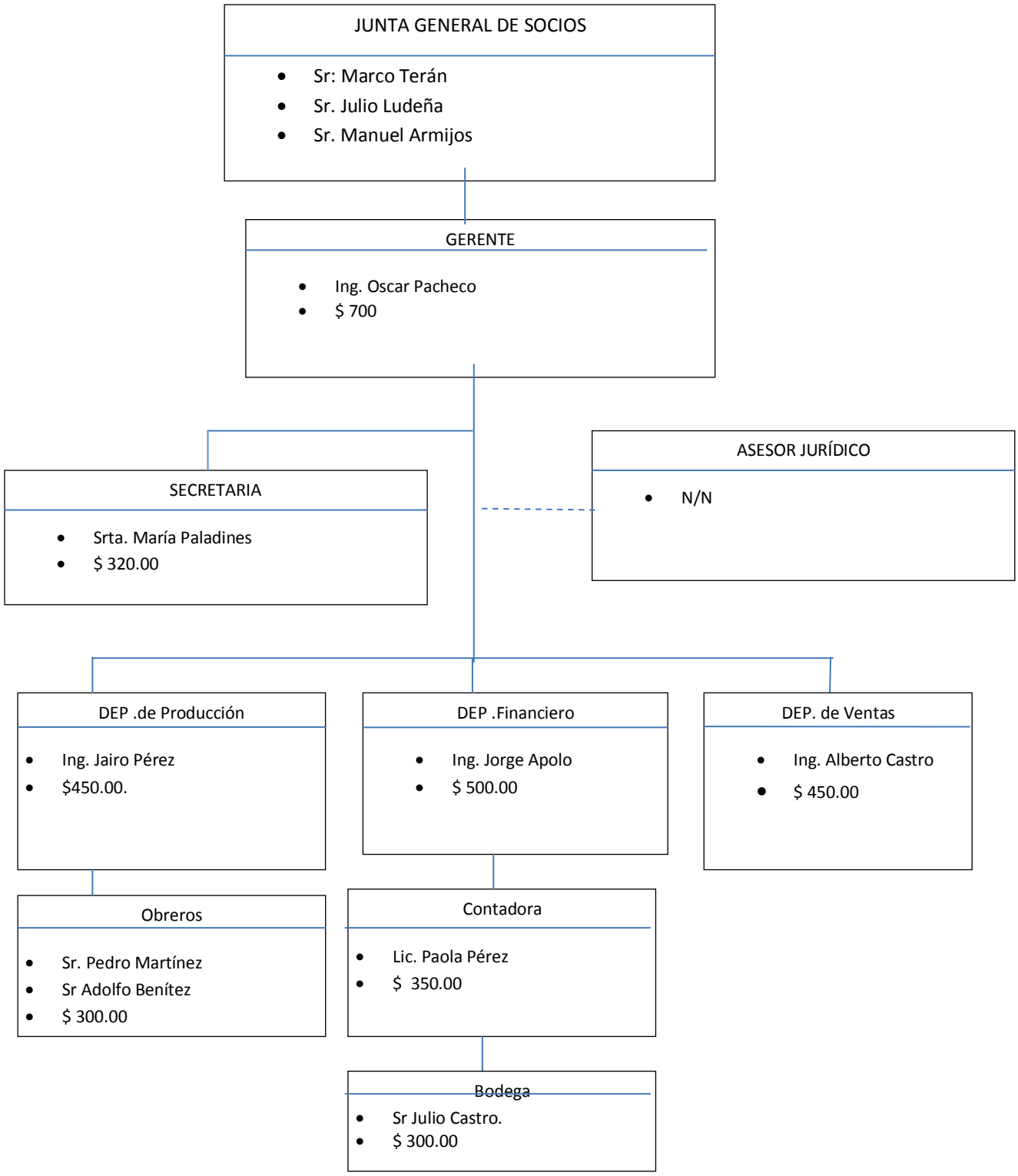
"TÉ LOJANO CIA LTDA."



ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA"TÉ LOJANO CIA LTDA."



ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA"TÉ LOJANO CIA LTDA."



MANUAL DE FUNCIONES

El manual de funciones es un documento que tiene por objetivo brindar una información clara y precisa de todos y cada uno de los cargos a ocuparse en la compañía, detallan las actividades, obligaciones y deberes que deberán cumplirse para un funcionamiento eficiente de la empresa, esto de acuerdo a los objetivos planteados.

De igual manera permite seleccionar más adecuadamente al personal que se contratará para ocupar tos distintos cargos ya sean estos administrativos como técnicos.

Además se podrá calificar al personal subordinado, mediante la comparación sistematizada de la actuación y progreso en el cumplimiento de los objetivos de la compañía en cada uno de los cargos.

- **NIVEL LEGISLATIVO.**

CÓDIGO: 001

TITULO DEL PUESTO: JUNTA GENERAL DE SOCIOS.

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Legislar y normar los aspectos de mayor importancia para la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS:

Los socios se comprometen realizar las siguientes funciones:

- Dictar y aprobar las políticas, normas, procedimientos y reglamentos que aseguren un efectivo desenvolvimiento de la empresa.
- Coordinar, supervisar y dirigir las actividades de la Compañía.
- Decidir metas presupuestarias.
- Acordar acerca de la disolución anticipada de la compañía.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- ✓ Legislar las políticas que oriente la línea de acción de la compañía.

REQUISITOS MINIMOS:

- Ser socio de la empresa.

NIVEL EJECUTIVO

CÓDIGO: 002

TITULO DEL PUESTO: GERENTE.

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS:

- ➢ Cumplir con las disposiciones del Directorio.

- Diseñar, implementar y mantener procedimientos de compras de materia prima.

- Trasmitir órdenes, controles, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice, aprobando y firmando para lograr un eficiente desenvolvimiento.

- Organizar cursos de capacitación para el personal.

- Presentar al Directorio programas de producción y ventas para su aprobación.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

- Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal.

- Actuar con independencia profesional, tomando en cuenta su criterio para tomar decisiones y solucionar problemas en su cargo.

REQUISITOS MINIMOS:

- Educación: Titulo en Ingeniería Comercial.

- Experiencia: 2 años de experiencia en el cargo.

- Cursos de Relaciones Humanas, Liderazgo.

NIVEL ASESOR

CÓDIGO: 003

TITULO DEL PUESTO: ASESOR JURÍDICO

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Asesorar y orientar en los asuntos legales de la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Asesorar al gerente sobre asuntos de carácter jurídico en forma temporal.
- Representar a la empresa en los asuntos judiciales.

CARACTERISTICAS DE LA CLASE:

- Representar judicialmente a la empresa; informando y recomendando sobre asuntos inherentes a actos legales.

- El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de sus funciones.

REQUISITOS MINIMOS:

- Educación: Título de abogado o doctor en jurisprudencia.

- Experiencia: Un año en funciones similares.

NIVEL AXULIAR

CÓDIGO: 004

TÍTULO DEL PUESTO : SECRETARIA

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Organizar, Archivar, Comunicarse y Ejecutar

FUNCIONES TÍPICAS

- ✓ Receptar toda la documentación y correspondencia que llegue a nombre de la empresa.
- ✓ Elaborar solicitudes, oficios, comunicaciones o cualquier documento que el gerente solicite.

- ✓ Atender al cliente.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el manejo de documentos.

REQUISITOS MÍNIMOS

- ✓ Educación: Título en Secretaria Ejecutiva.
- ✓ Experiencia: 2 años en funciones similares.

NIVEL OPERATIVO

CÓDIGO: 005

TITULO DEL PUESTO: PRODUCCIÓN

SUPERIORES INMEDIATOS: Gerente

SUBALTERNOS: Obreros

NATURALEZA DEL TRABAJO.-

Planificar, organizar y controlar el funcionamiento del departamento de producción.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Esta clase de puesto se caracteriza por la responsabilidad de supervisar y controlar las existencias de materia prima y el cuidado de las mismas para evitar paralizaciones de las existencias.

FUNCIONES:

- Determinar la materia prima idónea para el proceso productivo.
- Controlar el buen uso de la maquinaria y equipo.
- Seleccionar el proceso productivo para la elaboración de los productos.
- Elaborar y hacer ejecutar los programas de producción
- Supervisar la entrega y recepción de implementos de su departamento.

REQUISITOS:

EDUCACIÓN: TÍTULO de ingeniero industrial

EXPERIENCIA:Un año de labores afines.

- **NIVEL OPERATIVO**

CÓDIGO: 006

TITULO DEL PUESTO: OBREROS

DEPENDE: JEFE DE PRODUCCIÓN

SUPERVISA A: NO SUPERVISA

NATURALEZA DEL TRABAJO

Realizar labores de diseño, corte, lijado pintado, lacado y mantenimiento de maquinaria.

FUNCIONES TÍPICAS

- ✓ Controlar el mantenimiento y conservación de la maquinaría.
- ✓ Optimizar el uso de materia prima.
- ✓ Demás actividades concernientes al puesto
- ✓ Entregar el producto terminado cumpliendo los estándares de productividad.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE.

Proveer a la empresa el producto listo para su comercialización.

Cumplir a cabalidad con el reglamento interno de trabajo.

REQUISITOS MÍNIMOS

Formación en instituto tecnológico. Tecnólogo o bachiller.

Educación Técnica en la rama de carpintería

Un año en funciones similares al puesto.

NIVEL OPERATIVO

CÓDIGO: 007

TITULO DEL PUESTO: CONTADORA

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Realizar labores referentes a los balances de la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS

- ✓ Receptar toda la documentación correspondiente a los roles de pago de todo el personal de la empresa y facturas del SRI.
- ✓ Llevar y mantener actualizada la contabilidad de la empresa; así como los respectivos registros contables, como: libro diario, libro mayor, balances, estados financieros.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE

El puesto requiere de gran eficiencia, responsabilidad y discreción en el manejo de documentos.

REQUISITOS MÍNIMOS

- ✓ Educación: Título en Contabilidad y Auditoría.
- ✓ Experiencia: 2 años en funciones similares

NIVEL OPERATIVO

CÓDIGO: 008

TITULO DEL PUESTO:VENTAS

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Coordina las actividades de la empresa inherentes a las ventas. y controla las existencias de productos de la empresa.

FUNCIONES TÍPICAS:

- Controlar la atención brindada al cliente.
- Controlar la calidad del producto.
- Controlar las ventas.
- Apoyo administrativo gerencia y Junta de Socios.

CARACTERISTICAS DE CLASE:

- Es el responsable por la ejecución de las labores de ventas

- Requiere de iniciativa y criterio para la ejecución de su trabajo.

REQUISITOS MÍNIMOS:

Educación: Tecnólogo en Marketing, cursos de capacitación en ventas.

Experiencia: 2 años en funciones similares.

ESTUDIO FINANCIERO

VALOR DE LAS INVERSIONES FIJAS

CUADRO No.26

ESPECIFICACIONES	VALOR TOTAL
Adecuaciones e Instalaciones	$ 2.580,00
Maquinaria	$ 2.402,00
Herramientas	$ 158,90
Equipo de oficina	$ 400,00
Equipo de computación	$ 2.720,00
Muebles y enseres	$ 1.170,00
TOTAL	$ 9.430,90

Fuente: ANEXOS Nº 4,5,

Elaboración: El Autor

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS

Son todas aquellas que se utilizan para garantizar la operación del proyecto, los activos fijos son sujetos de depreciación durante su vida útil.

LAS INVERSIONES SON:

Adecuaciones e instalaciones para el funcionamiento de la planta $2.580,00, maquinaria $2.402,00, herramientas $158,90, equipos de oficina $400,00, equipo de computación $2.720,00, muebles y enseres $1.170,00, dando un monto total de $9.430,90.

VALOR DE LOS ACTIVOS DIFERIDOS

CUADRO Nº27

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL
Permisos de funcionamiento	$ 26,00
Gastos de Constitución	$ 500,00
Marcas y Patentes	$ 80,00
Estudio del proyecto- Procesos Informáticos	$ 1.200,00
imprevistos 3%	$ 54,18
TOTAL	**$ 1.860,18**

Fuente: Asesoría Legal

Elaboración: El Autor

INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS

Se refiere a la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto, estas suelen ser amortizadas, entre las inversiones en activos diferidos tenemos: Permisos de funcionamiento $26,00, Gastos de constitución $500,00, marcas y patentes $80,00, Estudio del proyecto-Procesos Informáticos $1.200,00, imprevistos 3% $54,18, etc. Dando un total en Activos Diferidos de $1.860,18.

VALORES DE LAS INVESIONES CIRCULANTES

CUADRO Nº28

ESPECIFICACIONES	VALOR TOTAL	VALOR MENSUAL
Materia Prima Directa	$ 85.050,00	$ 7.087,50
Mano de Obra Directa	$ 19.021,60	$ 1.585,13
Materia Prima Indirecta	$ 453.321,00	$ 37.776,75
Mano de Obra Indirecta	$ 7.023,10	$ 585,26
Carga Fabril	$ 1.328,00	$ 110,67
Gastos de Administración	$ 35.194,60	$ 2.932,88
Gastos de Ventas	$ 9.417,50	$ 784,79
Imprevistos	$ 18.310,67	$ 1.525,89
TOTAL	$ 628.666,47	$ 52.388,87

Fuente: ANEXOS Nº9,10

Elaboración: El Autor

INVERSIONES EN ACTIVOS CIRCULANTES.

Estos Activos llegan a constituirse en el capital de trabajo que permitirá a la empresa realizar las operaciones en el área de producción, estos activos tienen facilidad de liquidez y tienden a ser recuperables durante el proceso de producción y comercialización de los productos.

El capital de trabajo se destinara para financiar los gastos operativos de los tres primeros meses de funcionamiento de la empresa, en este tiempo la empresa generara sus propios ingresos.

Los rubros que conforman estas inversiones son: Materia Prima Directa $7.087,50, Mano de Obra Directa $1.585,13, Materia Prima Indirecta $37.776,75, Mano de Obra Indirecta $585,26, Carga Fabril $110,67, Gastos de Administración $2.932,88, Gastos de Ventas $784,79, Imprevistos $1.525,89, dando un total mensual de $52.388,87.

VALOR TOTAL DE LAS INVERSIONES

CUADRO Nº29

ESPECIFICACIONES	VALOR TOTAL
Activo Fijo	$ 9.430,90
Activo Diferido	$ 1.860,18
Activo Circulante	$ 52.388,87
TOTAL	$ 63.688,19

Fuente: Cuadros Nº29,30.31
Elaboración: El Autor

Las inversiones del proyectos suman un total de $63.688,19; de las cuales $9.430,90 pertenecen a los Activos Fijos, $1.860,18, pertenecen a los Activos diferidos y $52.388,87 son de los Activos Circulantes.

FINANCIAMIENTO

CUADRO Nº30

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
F. Interna (Capital propio)	$ 43.688,19	68,60%
F. Externa (Capital Ajeno)	$ 20.000,00	31,40%
TOTAL	**$ 63.688,19**	**100%**

Fuente: Cuadros de inversiones

Elaboración: El Autor

FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

Son Aquellas fuentes a las que se recurre para obtener fondos para cubrir los costos y gastos del proyecto de inversión.Los recursos se los puede obtener de dos fuentes; interna (Aporte de los Socios) y externa (Préstamo Bancario); cabe recalcar que en este caso los socios que son la Fuente Interna van a tener una participación de 68,60% que son $43.688,19, mientras que van a recurrir a la Fuente Externa (Préstamo Bancario) para que les pueda financiar el 31,40% que son $20.000,00. Cabe recalcar que en esta caso los socios han tomado un decisión importante porque van a aportar un capital mayor al 50% de la inversión total por lo que no endeudara mucho a la empresa y esto es ventajoso para la misma.

CUADRO N°31

COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO					
RUBROS	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑÓ 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
COSTOS DE PRODUCCIÓN	**$ 568.906,27**	**$ 631.405,30**	**$ 665.726,09**	**$ 698.593,84**	**$ 735.355,48**
COSTO PRIMO	**$ 104.167,60**	**$ 115.427,37**	**$ 120.927,88**	**$ 126.849,80**	**$ 133.076,59**
Materia Prima Directa	$ 85.050,00	$ 94.631,83	$ 99.612,45	$ 105.001,48	$ 110.682,06
Mano de Obra Directa	$ 19.117,60	$ 20.795,54	$ 21.315,43	$ 21.848,31	$ 22.394,52
GASTOS DE FABRICACIÓN	**$ 460.344,10**	**$ 512.041,33**	**$ 538.779,52**	**$ 567.699,35**	**$ 598.178,05**
Materia Prima Indirecta	$ 453.321,00	$ 504.392,65	$ 530.939,63	$ 559.663,46	$ 589.941,26
Mano de Obra Indirecta	$ 7.023,10	$ 7.648,68	$ 7.839,89	$ 8.035,89	$ 8.236,79
CARGA FABRIL	**$ 4.394,57**	**$ 3.936,61**	**$ 6.018,69**	**$ 4.044,69**	**$ 4.100,85**
Depreciaciones de Adecuaciones e Instalaciones	$ 232,20	$ 232,20	$ 232,20	$ 232,20	$ 232,20
Depreciación de Maquinaria	$ 216,18	$ 216,18	$ 2.185,82	$ 216,18	$ 216,18
Depreciación de Muebles y Enc.	$ 105,30	$ 105,30	$ 105,30	$ 105,30	$ 105,30
Depreciación de Eq. Oficina	$ 36,00	$ 36,00	$ 36,00	$ 36,00	$ 36,00
Depreciación de Eq. Computación	$ 604,47	$ 604,47	$ 604,47	$ 604,47	$ 604,47
Depreciación de Herramientas	$ 28,60	$ 28,60	$ 28,60	$ 28,60	$ 28,60
Reparación y Mantenimiento	$ 215,82	$ 227,49	$ 239,80	$ 252,77	$ 266,45
Agua Potable	$ 1.500,00	$ 1.522,50	$ 1.545,34	$ 1.568,52	$ 1.592,05
Energía Eléctrica	$ 800,00	$ 816,00	$ 832,32	$ 848,97	$ 865,95
Gas	$ 528,00	$ 33,20	$ 33,53	$ 33,87	$ 34,21
Imprevistos (3%)	$ 128,00	$ 114,66	$ 175,30	$ 117,81	$ 119,44
COSTOS DE OPERACIÓN	**$ 47.137,55**	**$ 49.913,59**	**$ 50.598,61**	**$ 45.336,28**	**$ 45.987,46**
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	**$ 35.194,60**	**$ 37.611,98**	**$ 38.370,19**	**$ 33.215,26**	**$ 34.012,91**
Sueldos	$ 26.147,86	$ 28.471,56	$ 29.183,35	$ 29.912,93	$ 30.660,75
Suministros	$ 172,00	$ 181,31	$ 191,11	$ 201,45	$ 212,35
Teléfono	$ 480,00	$ 484,80	$ 489,65	$ 494,54	$ 499,49
Gastos Generales	$ 169,65	$ 178,83	$ 188,50	$ 198,70	$ 209,45
Arriendo	$ 7.200,00	$ 7.200,00	$ 7.200,00	$ 1.440,20	$ 1.440,20
Imprevistos (3%)	$ 1.025,09	$ 1.095,49	$ 1.117,58	$ 967,43	$ 990,67
GASTOS DE VENTA	**$ 9.417,50**	**$ 10.142,14**	**$ 10.477,08**	**$ 10.824,80**	**$ 11.185,85**
Sueldos	$ 6.567,20	$ 7.131,38	$ 7.309,66	$ 7.492,41	$ 7.679,72
Publicidad	$ 2.576,00	$ 2.715,36	$ 2.862,26	$ 3.017,11	$ 3.180,34
Imprevistos (3%)	$ 274,30	$ 295,40	$ 305,16	$ 315,29	$ 325,80
GASTOS FINANCIEROS	**$ 2.525,45**	**$ 2.159,46**	**$ 1.751,33**	**$ 1.296,21**	**$ 788,69**
Amortización de Activo Fijo	$ 372,04	$ 372,04	$ 372,04	$ 372,04	$ 372,04
Intereses del Préstamo	$ 2.153,42	$ 1.787,43	$ 1.379,30	$ 924,18	$ 416,65
TOTAL	**$ 616.043,82**	**$ 681.318,89**	**$ 716.324,70**	**$ 743.930,12**	**$ 781.342,93**

Fuente: Cuadros de inversiones

Elaboración: El Autor

ESTRUCTURA DE COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

Es un documento en el cual se detallan todos los costos y gastos que existirán durante la vida útil del proyecto.

COSTO PRIMO:

Comprende la Materia Prima Directa y la Mano de Obra Directa; Costos de Producción: Costo Primo, Gastos de Fabricación y Carga Fabril; Costos de Operación: Gastos de Administración y Gastos Financieros dentro de este rubro se ha tomado en cuenta los intereses por el crédito y la amortización.

Los costos en los respectivos presupuestos se han proyectado con un 5.41% por tasa de inflación .Los costos presupuestados para cada uno de los años de vida útil del proyecto se los expone en el cuadro.

CUADRO No.32

COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL PRIMER AÑO DE VIDA ÚTIL			
RUBROS	**COSTOS FIJOS**	**COSTOS VARIABLES**	**TOTAL**
COSTOS DE PRODUCCIÓN			**$ 568.906,27**
COSTO PRIMO			
Materia Prima Directa		$ 85.050,00	
Mano de Obra Directa		$ 19.117,60	
GASTOS DE FABRICACIÓN			
Materia Prima Indirecta		$ 453.321,00	
Mano de Obra Indirecta	$ 7.023,10		
CARGA FABRIL			
Depreciaciones de Adecuaciones e Instalaciones	$ 232,20		
Depreciación de Maquinaria	$ 216,18		
Depreciación de Muebles y Enc.	$ 105,30		
Depreciación de Eq. Oficina	$ 36,00		
Depreciación de Eq. Computación	$ 604,47		
Depreciación de Herramientas	$ 28,60		
Reparación y Mantenimiento		$ 215,82	
Agua Potable		$ 1.500,00	
Energía Eléctrica		$ 800,00	
Gas		$ 528,00	
Imprevistos (3%)		$ 128,00	
COSTOS DE OPERACIÓN			**$ 47.137,55**
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			
Sueldos	$ 26.147,86		
Suministros	$ 172,00		
Teléfono	$ 480,00		
Gastos Generales	$ 169,65		
Arriendo	$ 7.200,00		
Imprevistos (3%)	$ 1.025,09		
GASTOS DE VENTA			
Sueldos	$ 6.567,20		
Publicidad	$ 2.576,00		
Imprevistos (3%)	$ 274,30		
GASTOS FINANCIEROS			
Amortización de Activo Fijo	$ 372,04		
Intereses del Préstamo	$ 2.153,42		
TOTAL	**$ 55.383,40**	**$ 560.660,42**	**$ 616.043,82**

Fuente: Presupuestos

Elaboración: El Autor

COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES

Estos dos rubros conforman lo que se denominan costos totales, que conjuntamente con los ingresos totales permite realizar el análisis del punto de equilibrio, el mismo que servirá para poder determinar dentro del proyecto los niveles de producción y ventas para no incurrir en pérdidas.

COSTOS FIJOS:

Son aquellos desembolsos que permanecen constantes durante el proceso de producción sin tomar en cuenta su volumen.

COSTOS VARIABLES:

Son aquellos gastos que están directamente relacionados con el aumento o la disminución del volumen de producción.

En el cuadro superior se presenta los costos fijos y variables para el primer año del proyecto los cuales los costos fijos alcanzan un total de $53.383,40 y los variables $560.660,42, dando un total de $616.043,82.

CUADRO No.33

COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL SEGUNDO AÑO DE VIDA ÚTIL			
RUBROS	**COSTOS FIJOS**	**COSTOS VARIABLES**	**TOTAL**
COSTOS DE PRODUCCIÓN			**$ 631.405,30**
COSTO PRIMO			
Materia Prima Directa		$ 94.631,83	
Mano de Obra Directa		$ 20.795,54	
GASTOS DE FABRICACIÓN			
Materia Prima Indirecta		$ 504.392,65	
Mano de Obra Indirecta	$ 7.648,68		
CARGA FABRIL			
Depreciaciones de Adecuaciones e Instalaciones	$ 232,20		
Depreciación de Maquinaria	$ 216,18		
Depreciación de Muebles y Enc.	$ 105,30		
Depreciación de Eq. Oficina	$ 36,00		
Depreciación de Eq. Computación	$ 604,47		
Depreciación de Herramientas	$ 28,60		
Reparación y Mantenimiento		$ 227,49	
Agua Potable		$ 1.522,50	
Energía Eléctrica		$ 816,00	
Gas		$ 33,20	
Imprevistos (3%)		$ 114,66	
COSTOS DE OPERACIÓN			**$ 49.913,59**
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			
Sueldos	$ 28.471,56		
Suministros	$ 181,31		
Teléfono	$ 484,80		
Gastos Generales	$ 178,83		
Arriendo	$ 7.200,00		
Imprevistos (3%)	$ 1.095,49		
GASTOS DE VENTA			
Sueldos	$ 7.131,38		
Publicidad	$ 2.715,36		
Imprevistos (3%)	$ 295,40		
GASTOS FINANCIEROS			
Amortización de Activo Fijo	$ 372,04		
Intereses del Préstamo	$ 1.787,43		
TOTAL	**$ 58.785,03**	**$ 622.533,86**	**$ 681.318,89**

Fuente: Presupuestos
Elaboración: El Autor

En el cuadro superior se presenta los costos fijos y variables para el segundo año del proyecto los cuales los costos fijos alcanzan un total de $58.785,03 y los variables $622.533,86, dando un total de $681.318,89.

CUADRO No.34

COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL TERCERO AÑO DE VIDA ÚTIL			
RUBROS	**COSTOS FIJOS**	**COSTOS VARIABLES**	**TOTAL**
COSTOS DE PRODUCCIÓN			**$ 665.726,09**
COSTO PRIMO			
Materia Prima Directa		$ 99.612,45	
Mano de Obra Directa		$ 21.315,43	
GASTOS DE FABRICACIÓN			
Materia Prima Indirecta		$ 530.939,63	
Mano de Obra Indirecta	$ 7.839,89		
CARGA FABRIL			
Depreciaciones de Adecuaciones e Instalaciones	$ 232,20		
Depreciación de Maquinaria	$ 2.185,82		
Depreciación de Muebles y Enc.	$ 105,30		
Depreciación de Eq. Oficina	$ 36,00		
Depreciación de Eq. Computación	$ 604,47		
Depreciación de Herramientas	$ 28,60		
Reparación y Mantenimiento		$ 239,80	
Agua Potable		$ 1.545,34	
Energía Eléctrica		$ 832,32	
Gas		$ 33,53	
Imprevistos (3%)		$ 175,30	
COSTOS DE OPERACIÓN			**$ 50.598,61**
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			
Sueldos	$ 29.183,35		
Suministros	$ 191,11		
Teléfono	$ 489,65		
Gastos Generales	$ 188,50		
Arriendo	$ 7.200,00		
Imprevistos (3%)	$ 1.117,58		
GASTOS DE VENTA			
Sueldos	$ 7.309,66		
Publicidad	$ 2.862,26		
Imprevistos (3%)	$ 305,16		
GASTOS FINANCIEROS			
Amortización de Activo Fijo	$ 372,04		
Intereses del Préstamo	$ 1.379,30		
TOTAL	**$ 61.630,90**	**$ 654.693,80**	**$ 716.324,70**

Fuente: Presupuestos
Elaboración: El Autor

En el cuadro superior se presenta los costos fijos y variables para el tercer año del proyecto los cuales los costos fijos alcanzan un total de $61.630,90 y los variables $654.693,80, dando un total de $716.324,70.

CUADRO No.35

COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL CUARTO AÑO DE VIDA ÚTIL			
RUBROS	**COSTOS FIJOS**	**COSTOS VARIABLES**	**TOTAL**
COSTOS DE PRODUCCIÓN			**$ 698.565,24**
COSTO PRIMO			
Materia Prima Directa		$ 105.001,48	
Mano de Obra Directa		$ 21.848,31	
GASTOS DE FABRICACIÓN			
Materia Prima Indirecta		$ 559.663,46	
Mano de Obra Indirecta	$ 8.035,89		
CARGA FABRIL			
Depreciaciones de Adecuaciones e Instalaciones	$ 232,20		
Depreciación de maquinaría	$ 216,18		
Depreciación de Muebles y Enc.	$ 105,30		
Depreciación de Eq. Oficina	$ 36,00		
Depreciación de Eq. Computación	$ 604,47		
Depreciación de Herramientas		$ 28,60	
Reparación y Mantenimiento		$ 252,77	
Agua Potable		$ 1.568,52	
Energía Eléctrica		$ 848,97	
Gas		$ 33,87	
Imprevistos (3%)		$ 117,81	
COSTOS DE OPERACIÓN			**$ 45.336,28**
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			
Sueldos	$ 29.912,93		
Suministros	$ 201,45		
Teléfono	$ 494,54		
Gastos Generales	$ 198,70		
Arriendo	$ 1.440,20		
Imprevistos (3%)	$ 967,43		
GASTOS DE VENTA			
Sueldos	$ 7.492,41		
Publicidad	$ 3.017,11		
Imprevistos (3%)	$ 315,29		
GASTOS FINANCIEROS			
Amortización de Activo Fijo	$ 372,04		
Intereses del Préstamo	$ 924,18		
TOTAL	**$ 54.566,33**	**$ 689.363,79**	**$ 743.930,12**

Fuente: Presupuestos
Elaboración: El Autor

En el cuadro superior se presenta los costos fijos y variables para el cuarto año del proyecto los cuales los costos fijos alcanzan un total de $54.566,33 y los variables $689.363,79, dando un total de $743.930,12.

CUADRO No.36

COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA EL QUINTO AÑO DE VIDA ÚTIL			
RUBROS	**COSTOS FIJOS**	**COSTOS VARIABLES**	**TOTAL**
COSTOS DE PRODUCCIÓN			**$ 735.355,48**
COSTO PRIMO			
Materia Prima Directa		$ 110.682,06	
Mano de Obra Directa		$ 22.394,52	
GASTOS DE FABRICACIÓN			
Materia Prima Indirecta		$ 589.941,26	
Mano de Obra Indirecta	$ 8.236,79		
CARGA FABRIL			
Depreciaciones de Adecuaciones e Instalaciones	$ 232,20		
Depreciación de maquinaria	$ 216,18		
Depreciación de Muebles y Enc.	$ 105,30		
Depreciación de Eq. Oficina	$ 36,00		
Depreciación de Eq. Computación	$ 604,47		
Depreciación de Herramientas	$ 28,60		
Reparación y Mantenimiento		$ 266,45	
Agua Potable		$ 1.592,05	
Energía Eléctrica		$ 865,95	
Gas		$ 34,21	
Imprevistos (3%)		$ 119,44	
COSTOS DE OPERACIÓN			**$ 45.987,46**
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN			
Sueldos	$ 30.660,75		
Suministros	$ 212,35		
Teléfono	$ 499,49		
Gastos Generales	$ 209,45		
Arriendo	$ 1.440,20		
Imprevistos (3%)	$ 990,67		
GASTOS DE VENTA			
Sueldos	$ 7.679,72		
Publicidad	$ 3.180,34		
Imprevistos (3%)	$ 325,80		
GASTOS FINANCIEROS			
Amortización de Activo Fijo	$ 372,04		
Intereses del préstamo	$ 416,65		
TOTAL	**$ 55.447**	**$ 725.895.93**	**$ 781.342,93**

Fuente: Presupuestos

Elaboración: El Autor

En el cuadro superior se presenta los costos fijos y variables para el quinto año del proyecto los cuales los costos fijos alcanzan un total de $55.447 y los variables $725.895,93, dando un total de $781.342,93.

ESTRUCTURA DE INGRESOS

CUADRO Nº37

ESTRUCTURA DE INGRESOS								
AÑOS	COSTOS TOTALES	CAPACIDAD UTILIZADA	COSTO UNITARIO	% DE UTILIDAD (Empresa)	PRECIO UNITARIO (Empresa)	% DE UTILIDAD (Intermediario)	P.V.P.	TOTAL DE INGRESOS
1	$ 616.043,82	567000	1,09	30%	1,41	10%	1,55	$800.856,96
2	$ 681.318,89	598500	1,14	30%	1,48	10%	1,63	$885.714,56
3	$ 716.324,70	630000	1,14	30%	1,48	10%	1,63	$931.222,11
4	$ 743.930,12	630000	1,18	30%	1,54	10%	1,69	$967.109,15
5	$ 781.342,93	630000	1,24	30%	1,61	10%	1,77	$1.015.745,81

Fuente: Presupuestos

Elaboración: El Autor

ESTRUCTURA DE INGRESOS

Los ingresos que se obtendrán para el primer año son de $800.856,96 esto como resultado de la multiplicación de la capacidad utilizada por el precio unitario de la Empresas, para el segundo año los ingresos son de $885.714,56, para el tercer año los ingresos son de $931.222,11, para el cuarto año los ingresos son de $967.109,15 y finalmente para el quinto año los ingresos son de $1.015.745,81.

CUADRO Nº 36

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS					
RUBROS	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Ingresos	$ 800.856,96	$ 885.714,56	$ 931.222,11	$ 967.109,15	$1.015.745,81
(-) Costos-Totales	$ 616.043,82	$ 681.318,89	$ 716.324,70	$ 743.930,12	$ 781.342,93
(=) Utilidad bruta del servicio	$ 184.813,15	$ 204.395,67	$ 214.897,41	$ 223.179,04	$ 234.402,88
(-) 15% Utilidad a Trabajadores	$ 27.721,97	$ 30.659,35	$ 32.234,61	$ 33.476,86	$ 35.160,43
(=) Utilidad- antes -Imp	$ 157.091,17	$ 173.736,32	$ 182.662,80	$ 189.702,18	$ 199.242,45
(-) 25 % Impuesto - Renta	$ 39.272,79	$ 43.434,08	$ 45.665,70	$ 47.425,55	$ 49.810,61
(=) Utilidad antes de la Reserva	$ 117.818,38	$ 130.302,24	$ 136.997,10	$ 142.276,64	$ 149.431,84
(-) Reserva 10%	$ 11.781,84	$ 13.030,22	$ 13.699,71	$ 14.227,66	$ 14.943,18
(=) Utilidad liquida	**$ 106.036,54**	**$ 117.272,01**	**$ 123.297,39**	**$ 128.048,97**	**$ 134.488,65**

Fuente: Presupuestos

Elaboración: El Autor

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El Estado de Pérdidas y Ganancias es un documento que refleja la situación financiera del proyecto para los cinco años de funcionamiento del mismo; muestra el origen de los ingresos, la naturaleza de los egresos y la pérdida del ejercicio, factores que determinan la utilidad liquida. Estos resultados permiten conocer la situación actual de la empresa y su proyección en el futuro.

El cuadro superior detalla resultados financieros del proyecto.

PUNTO DE EQUILIBRIO

El Punto de Equilibrio permite realizar un balance entre ingresos y Egresos en donde no existe perdidas ni ganancias, es decir que si se vende menos que el punto de equilibrio se tendrá pérdidas y si se vende más que el punto de equilibrio se obtendrá utilidades.

- **PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1**

Método Matemático

CF= $ 74.501,00
CV = $ 541.542,82
IT = $ 800.856,96
UP= 567000

PE en función a la capacidad Instalada

$$PE = \frac{CF}{IT - CV} * 100$$

$$PE = \frac{\$\ 74.501,00}{\$\ 259.314,15} * 100$$

PE = 28,73%

PE en función de los ingresos (ventas)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IT}}$$

PE = $ 230.086,35

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1

$$CT = CV + CF$$

$$PE_{CI} = \left(\frac{CF}{VT - CV}\right) * 100$$

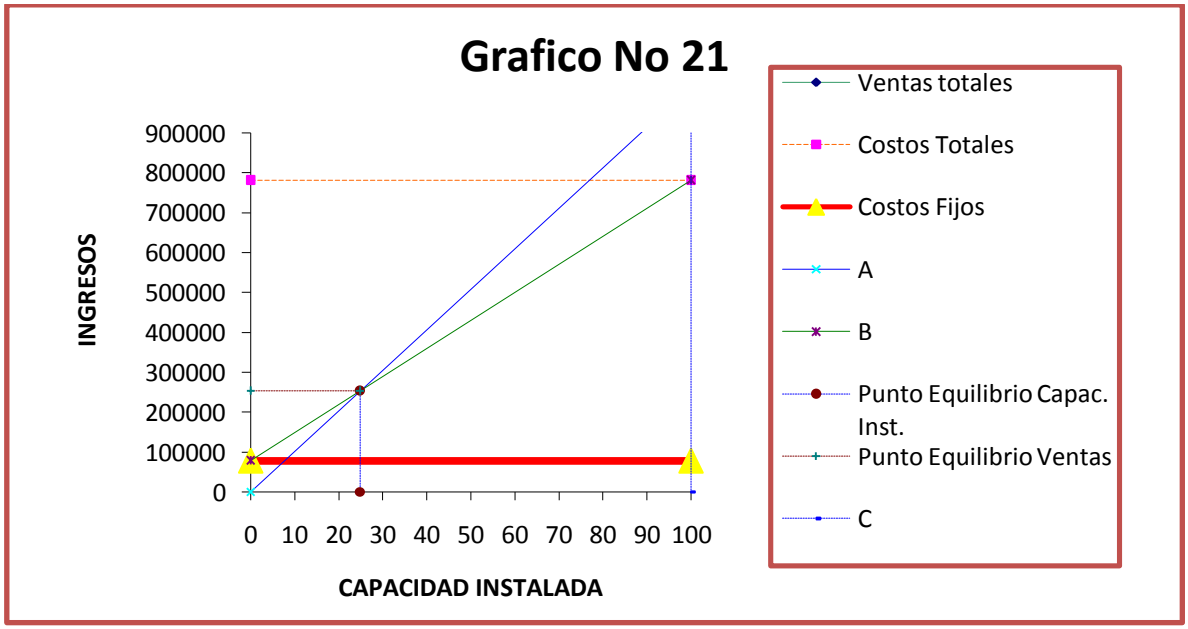
$$PE_{V} = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

DATOS

COSTO VARIABLE	$ 541.542,82
COSTO FIJO	$ 74.501,00
VENTAS TOTALES	$ 800.856,96

RESULTADOS

COSTO TOTAL	$ 616.043,82
P.E CAPAC. INST	28,73%
P.E VENTAS	$ 230.086,35



Con unos ingresos de $230.086,35 y unos costos totales de $616.043,82 se alcanza el punto de equilibrio en donde ni se gana ni se pierde así mismo se ha utilizado el 28,73% de la capacidad instalada.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3

Método Matemático

CF= $ 82.946,33

CV = $ 633.378,37

IT = $ 931.222,11

UP= 630000

PE en función a la capacidad Instalada

$$PE = \frac{CF}{IT - CV} * 100$$

$$PE = \frac{\$\ 82.946,33}{\$\ 297.843,73} * 100$$

PE = 27,85%

PE en función de los ingresos (ventas)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IT}}$$

PE = $ 259.335,49

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3

DATOS

COSTO VARIABLE	$ 633.378,37
COSTO FIJO	$ 82.946,33
VENTAS TOTALES	$ 931.222,11

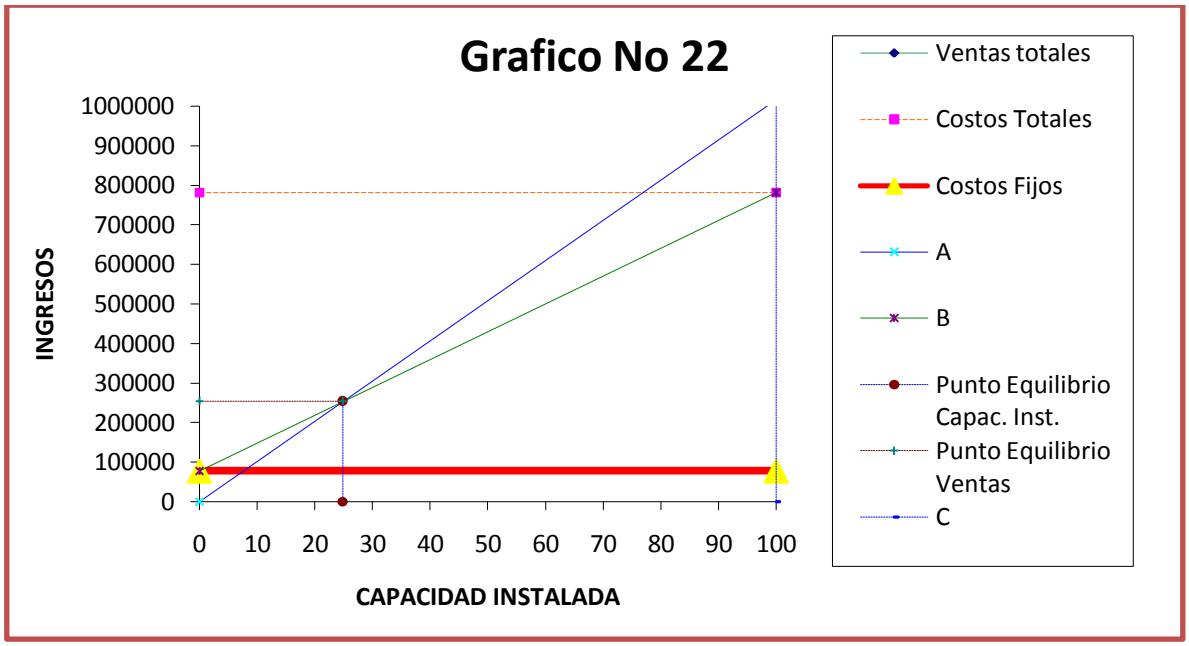
RESULTADOS

COSTO TOTAL	$ 716.324,70
P.E CAPAC. INST	27,85%
P.E VENTAS	$ 259.335,49

$$CT = CV + CF$$

$$PE_{CI} = \left(\frac{CF}{VT - CV}\right) * 100$$

$$PE_{V} = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$



En el tercer año el punto de equilibrio se alcanza con unos ingresos de $259.335,49 y unos costos totales de $716.324,70 se alcanza el punto de equilibrio en donde ni se gana ni se pierde así mismo se ha utilizado el 27,85% de la capacidad instalada.

- **PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5**

Método Matemático

CF= $ 77.841,52
CV = $ 703.501,41
IT = $ 1.015.745,81
UP= 630000

PE en función a la capacidad Instalada

$$PE = \frac{CF}{IT - CV} *100$$

$$PE = \frac{\$ \quad 77.841,52}{\$ \quad 312.244,40} *100$$

PE = 24,93%

PE en función de los ingresos (ventas)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IT}}$$

PE = $ 253.222,16

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5

$$CT = CV + CF$$

$$PE_{CI} = \left(\frac{CF}{VT - CV}\right) * 100$$

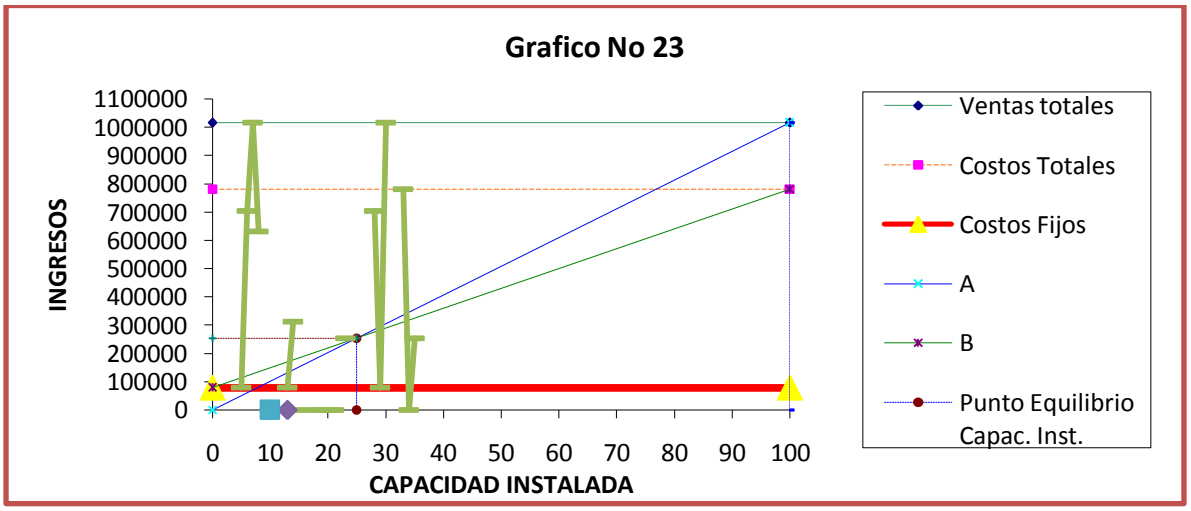
$$PE_{V} = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

DATOS

COSTO VARIABLE	$ 703.501,41
COSTO FIJO	$ 77.841,52
VENTAS TOTALES	$ 1.015.745,81

RESULTADOS

COSTO TOTAL	$ 781.342,93
P.E CAPAC. INST	24,93%
P.E VENTAS	$ 253.222,16



En el quinto año el punto de equilibrio se alcanza con unos ingresos de $253.222,16 y unos costos totales de $781.342,93 se alcanzan el punto de equilibrio en donde ni se gana ni se pierde, así mismo se ha utilizado el 24,93% de la capacidad instalada.

FLUJO DE CAJA

CUADRO Nº38

FLUJO DE CAJA						
DENOMINACIÓN	**AÑO 0**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
INGRESOS						
Ventas		$800.856,96	$ 885.714,56	$931.222,11	$967.109,15	$1.015.745,81
Valor Rescatable						$ 5.130,54
Total Ingresos		**$800.856,96**	**$ 885.714,56**	**$931.222,11**	**$967.109,15**	**$1.020.876,35**
EGRESOS						
Costos de Producción		$568.906,27	$ 631.405,30	$665.726,09	$698.593,84	$ 735.355,48
Costos Administrativos		$ 35.194,60	$ 37.611,98	$ 38.370,19	$ 33.215,26	$ 34.012,91
Gastos de Ventas		$ 9.417,50	$ 10.142,14	$ 10.477,08	$ 10.824,80	$ 11.185,85
Amortización de Crédito		$ 3.178,78	$ 3.544,77	$ 3.952,90	$ 4.408,02	$ 4.915,54
Interés		$ 2.153,42	$ 1.787,43	$ 1.379,30	$ 924,18	$ 416,65
15% Utilidad a Trabajadores		$ 27.721,97	$ 30.659,35	$ 32.234,61	$ 33.476,86	$ 35.160,43
25% Impuesto a la Renta		$ 39.272,79	$ 43.434,08	$ 45.665,70	$ 47.425,55	$ 49.810,61
Reinversión		$ -	$ -	$ -	$ 2.720,00	$ -
TOTAL DE EGRESOS		**$685.845,32**	**$ 758.585,05**	**$797.805,87**	**$831.588,50**	**$ 870.857,48**
Flujo de caja		**$118.201,23**	**$ 130.319,10**	**$140.545,11**	**$138.710,25**	**$ 153.208,47**
(-) Depreciación Act. Fijo		$ 1.222,76	$ 1.222,76	$ 3.192,40	$ 1.222,76	$ 1.222,76
(-) Amortización Act. Diferido		$ 372,04	$ 372,04	$ 372,04	$ 372,04	$ 372,04
Flujo Neto de Caja		**$116.606,43**	**$ 128.724,30**	**$136.980,67**	**$137.115,45**	**$ 151.613,67**

Fuente: Presupuestos

Elaboración: El Autor

VALOR ACTUAL NETO

El Valor Actual Neto determina el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados en la vida útil del proyecto.

El VAN del proyecto se lo obtendrá de la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento, es decir que en el año cero se tomará en cuenta el total de la inversión inicial del proyecto.

Para determinar el VAN, se toma en cuenta los siguientes criterios:

- Si el VAN es positivo, mayor a uno, significa que es conveniente ejecutar el proyecto.
- Si el VAN es negativo, menor a uno, no es conveniente realizar la inversión.

Para calcular el VAN del proyecto se partirá del siguiente cuadro:

CUADRO Nº39

VALOR ACTUAL NETO			
AÑOS	**FLUJO NETO**	**FACTOR ACTUAL 11,20%**	**VALOR ACTUALIZADO**
0	$ 63.688,19		
1	$ 116.606,43	0,89928058	$ 104.861,90
2	$ 128.724,30	0,80870555	$ 104.100,06
3	$ 136.980,67	0,72725320	$ 99.619,63
4	$ 137.115,45	0,65400467	$ 89.674,14
5	$ 151.613,67	0,58813370	$ 89.169,11
		TOTAL	**$ 487.424,83**
			$ 63.688,19
VAN = Sumatoria Flujo Neto – Inversión			**$ 423.736,64**

En lo que respecta al VAN obtenido de $423.736,64 se puede decir que es positivo, por lo que se puede establecer que si conviene económicamente invertir en el proyecto y se obtendrán beneficios para los inversionistas.

RELACION BENEFICIO COSTO

Este indicador permite medir la cantidad obtenida en calidad de beneficio, es decir el rendimiento que se obtendrá por cada dólar invertido, esto es muy importante en la toma de decisiones porque ayuda a establecer la rentabilidad del proyecto

Para determinar la relación beneficio costo, se actualizara los ingresos y los costos.

CUADRO Nº40

RELACIÓN BENEFICIO COSTO						
	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	FACTOR ACT. 11,20%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT. 11,20%	INGRESO ACTUALIZADO
1	$ 616.043,82	0,89928058	$ 553.996,24	$ 800.856,96	0,89928058	$ 720.195,11
2	$ 681.318,89	0,80870555	$ 550.986,37	$ 885.714,56	0,80870555	$ 716.282,28
3	$ 716.324,70	0,72725320	$ 520.949,42	$ 931.222,11	0,72725320	$ 677.234,25
4	$ 743.930,12	0,65400467	$ 486.533,77	$ 967.109,15	0,65400467	$ 632.493,90
5	$ 781.342,93	0,58813370	$ 459.534,11	$ 1.015.745,81	0,58813370	$ 597.394,34
			$ 2.571.999,92			$ 3.343.599,89

Fuente: Presupuestos

Elaboración: El Autor

	Ingreso		
Relación Beneficio Costo =	**Actualizado**	3343599,893	**1,30**
	Costos		
	Actualizado	2571999,918	

La relación Beneficio/Costo que se obtuvo en el proyecto es de 1,30 este resultado es positivo para la rentabilidad del proyecto, porque por cada dólar invertido se recibirá 0,30 centavos de dólar.

TASA INTERNA DE RETORNO

La Tasa Interna de Retorno toma en cuenta el valor del dinero con el tiempo y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto, también se la considera como la tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

La TIR utilizada para aceptar o rechazar un proyecto de inversión toma en cuenta los siguientes criterios:

- Si la TIR es mayor que el costo del capital se acepta el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo del capital se rechaza el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente el proyecto.

En el siguiente cuadro se detalla los cálculos que se debe realizar para obtener la TIR:

CUADR0 Nº 41

TASA INTERNA DE RETORNO					
AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACTOR ACT. 150,35%	VAN MENOR	FACTOR ACT. 150,36%	VAN MAYOR
0	$ 63.688,19				
1	$ 116.606,43	0,3444119	$ 40.160,65	0,3444001	$ 40.159,26
2	$ 128.724,30	0,1186196	$ 15.269,22	0,1186114	$ 15.268,17
3	$ 136.980,67	0,0408540	$ 5.596,21	0,0408498	$ 5.595,63
4	$ 137.115,45	0,0140706	$ 1.929,30	0,0140687	$ 1.929,03
5	$ 151.613,67	0,0048461	$ 734,73	0,0048452	$ 734,61
			$ 63.690,10		$ 63.686,70
			1,91		-1,49

$$TIR = Tm + Dt * \left(\frac{VAN\ menor}{VANmenor - VAN\ mayor}\right)$$

$$TIR = 150{,}35\% + 0{,}01 * \left(\frac{1{,}91}{3{,}41}\right) = 150{,}36\%$$

La TIR del proyecto es de 150,36% que representa un valor mayor al costo del capital que es de 11.20%. Esto nos indica que el proyecto es aceptable por su rentabilidad.

PERIODO DE RECUPERACIÓN

El periodo de recuperación de capital es el tiempo que requiere la empresa para recuperar la inversión inicial, mediante las entradas de efectivo que el proyecto produce por la venta de los productos (tés).

CUADRO Nº42

PERIODO DE RECUPERACIÓN			
AÑOS	**INVERSIÓN**	**FLUJO NET0**	
		FLUJO	**FLUJO ACUMULADO**
0	$ 63.688,19		
1		$ 116.606,43	$ 116.606,43
2		$ 128.724,30	$ 128.724,30
3		$ 136.980,67	$ 136.980,67
4		$ 137.115,45	$ 137.115,45
5		$ 151.613,67	$ 151.613,67
TOTAL		**$ 671.040,51**	

Fuente: Cuadro Nº 42

Elaboración: El Autor

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión - E Primeros Flujos}}{\text{Flujo del año que supera la inversión}}$$

PRC = $ 52.918,24

PRC = $ 116.606,43 PRC= 1,45

AÑOS	MES	DÍAS
	5,4	12
1	**5**	**12**

El periodo de recuperación que tendrá la inversión inicial del proyecto es de 1 año 5 meses y 12 días, esto quiere decir que en este tiempo el proyecto reembolsara el capital original.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Por la incertidumbre que representa la implantación del proyecto debido a los cambios en el campo económico, se requiere el análisis de Sensibilidad para determinar hasta donde puede soportar el proyecto durante su vida útil un aumento en los Costos y una disminución en los Ingresos, variables que llegan a alterar la tasa de rentabilidad del proyecto

El Análisis de Sensibilidad se basa en los siguientes parámetros:

- Cuando el coeficiente es mayor que 1 el proyecto es sensible
- Cuando el coeficiente es menor que 1 el proyecto no es sensible
- Cuando el coeficiente es igual a 1 hay efecto sobre el proyect

Cuadro Nº 43

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO EN LOS COSTOS								
AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL 11,40%	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACION				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT. 147,10%	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT. 147,11%	VALOR ACTUAL
			$ 63.688,19					
1	$616.043,82	$ 686.272,81	$ 800.856,96	$ 114.584,15	0,348310693	$39.910,88	0,348298562	$39.909,49
2	$681.318,89	$758.989,25	$ 885.714,56	$ 126.725,31	0,121320339	$ 15.374,36	0,121311888	$ 5.373,29
3	$716.324,70	$797.985,71	$ 931.222,11	$ 133.236,39	0,042257171	$ 5.630,19	0,042252756	$ 5.629,60
4	$743.930,12	$828.738,15	$ 967.109,15	$ 138.371,00	0,014718625	$ 2.036,63	0,014716574	$ 2.036,35
5	$781.342,93	$870.416,03	$1.015.745,81	$ 145.329,79	0,005126654	$ 745,06	0,005125762	$ 744,93
						$ 63.697,12		$63.693,66
						$ 8,93		$ 5,47

Fuente: Cuadro Nº 38

Elaboración: El Autor

NTIR=187.11%

DIFERENCIA DE TIR

1) $Dif.Tir = tir\ proy - nueva\ TI$

Dif.Tir= %

$Dif.Tir = 150{,}36\% - 147.12$

Dif= 3.24

PORCENTAJE DE VARIACIÓN

%VAR.=(Dif.Tir/Tir del Proy.)*100

%Var.=3.24/150.36%*100

Var=1.70

TIR DEL PROYECTO = %

Sensib.=%VAR./Nueva Tir

Sensibilidad=1.70/187.11

=0.91

Una vez obtenido la nueva TIR que es de 147.11% con un incremento en los costos del 11,40% se aplican las respectivas fórmulas para obtener el coeficiente de Sensibilidad del Proyecto. Con el coeficiente de sensibilidad de -0.01 el proyecto no es sensible a un incremento de 11,40% en los costos estimados, por tal razón el proyecto puede ser operable.

CUADRO Nº 44

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCION % EN LOS INGRESOS								
				ACTUALIZACION				
AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL 8,77%	FLUJO NETO	FACTOR ACT. 147,11%	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT. 147,12%	VALOR ACTUAL
			63688,19					
1	$616.043,82	$800.856,96	$ 730.621,81	$114.577,99	0,348298562	$ 39.907,35	0,348286431	$ 39.905,96
2	$681.318,89	$885.714,56	$ 808.037,39	$126.718,50	0,121311888	$ 15.372,46	0,121303438	$ 15.371,39
3	$716.324,70	$931.222,11	$ 849.553,93	$133.229,23	0,042252756	$ 5.629,30	0,042248341	$ 5.628,71
4	$743.930,12	$967.109,15	$ 882.293,68	$138.363,56	0,014716574	$ 2.036,24	0,014714524	$ 2.035,95
5	$781.342,93	$1.015.745,81	$ 926.664,91	$145.321,97	0,005125762	$ 744,89	0,005124869	$ 744,76
						$ 63.690,24		$ 63.686,77
						$ 2,04		$ -1,42

Fuente: Cuadro Nº 40, 41.

Elaboración: El Autor

NTIR=147,12%

DIFERENCIA DE TIR

2) $Dif.Tir = tir\ proy - nueva\ TIR$

$Dif.Tir = 150{,}36\% - 147{,}11$

Dif= 3.24

PORCENTAJE DE VARIACIÓN

%VAR.=(Dif.Tir/Tir del Proy.)*100

%Var.=3.24/150.36%*100

Var=1.70

TIR DEL PROYECTO = %

Sensib.=%VAR./Nueva Tir

Sensibilidad=1.70/147.12

=0.91

Una vez obtenido la nueva TIR que es de 147.12% con una disminución de 8,77% en los ingresos se aplican las respectivas fórmulas para obtener el coeficiente de Sensibilidad del Proyecto. Con el coeficiente de sensibilidad de -0,01con una disminución de 8,77% en los ingresos es un resultado menor a 1 por esta razón el proyecto no es sensible.

h. CONCLUSIONES

Luego de haber realizado el estudio del presente proyecto se llega a las siguientes conclusiones:

- El estudio de mercado permite determinar que ninguna de las pocas empresas dedicadas al procesamiento de plantas medicinales en la provincia de Loja oferta el producto Té de ortiga, por ende existe gran cantidad de demanda que resulta muy beneficioso para la implementación del proyecto.

- El estudio técnico la demanda que se pretende satisfacer por parte de la empresa se la obtuvo midiendo la capacidad de la maquinaria considerando las horas, días, meses que se trabajara.

- Para obtener la inversión del proyecto se la hizo basándose en cotizaciones y proformas dando un total de $ 63.688,19, con un financiamiento externo de $20.000 para lo cual se hará un préstamo en el Banco de Pichincha. Para 5 años con una tasa de interés del 11,20%

- La evaluación financiera representa el VAN del presente proyecto cuyo valor es positivo de $423.736,64dólares americanos, lo que indica que el proyecto de inversión es conveniente.

- Para el presente proyecto la TIR es 150,36%, siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto

- El tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original seria de 1 años, 5 meses y 12 días.

- Para el presente proyecto, los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados en 11,40% y disminuidos en 8,77 % respectivamente; es decir, el proyecto no es sensible a estos cambios

- La estructura organizativa representada por los organigramas y manuales donde se establecen niveles jerárquicos será fundamental en la etapa de operación de la empresa, pues permite asignar de manera ordenada funciones y responsabilidades a cada una de los elementos que conforman la misma.

i. RECOMENDACIONES

Al finalizar el trabajo de investigación se cree prudente realizar las siguientes recomendaciones:

- Loja por su ubicación geográfica y su clima posee una gran variedad de plantas medicinales por lo que se debería aprovechar para crear nuevas unidades de producción utilizando tecnología y recurso humano calificado para brindar un producto confiable logrando obtener una buena posición el mercado.

- Para la implementación de la empresa se sugiere que en el presente proyecto se tome en cuenta todos los factores analizados en el estudio técnico considerando su estructura física, ubicación, capacidad instalada, y tecnología para obtener un producto de calidad confiable y de esta manera acaparar el mercado rápidamente

- De acuerdo a la estructura organizativa se recomienda contratar recurso humano de la localidad aprovechando la mano de obra calificada del medio, el mismo que debe poseer las características y habilidades requeridas para ocupar su puesto que se le dará a conocer todo en cuanto a la empresa y de esta manera contribuyan al logro de los objetivos.

- Por los datos favorables obtenidos en la evaluación financiera se recomienda llevar a cabo la inversión del capital e instalar la empresa con lo cual se ayudara a fomentar e incrementar el desarrollo empresarial de la provincia

j. BIBLIOGRAFIA

- FERNANDO d¢ alessioipinza. ***Administración y dirección de la producción***, Editorial: Prentice Hall.
- VAN HORNE, james: ***Administración financiera***. 7ma edición, Editorial Prentice Hall. México, 1988.
- UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA-Carrera de Administración de Empresas-Modulo9- ***Elaboración de Proyectos de Inversion***-2011/2012
- BACA, Gabriel. (1997)***.*** ***Evaluación de proyectos***. Tercera edición.
- COLOMA, F. (1991). ***Evaluación social de proyectos de inversión***. Asociación Internacional de Fomento- Bco. La Paz. Bolivia.
- FERNANDEZ, Saúl. (2001)***.Los Proyectos de Inversión***. Editorial Tecnológico de Costa Rica.
- FLORES, Juan, (2007). ***Proyecto de Inversión para PYME***- ECOE Ediciones.
- HERRERA, Jorge. (2007). ***5 temas de Marketing Integral.***Editorial Díaz de Santos.
- HERNANDEZ, Abraham. (2005). ***Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión***- 5ta. Edición.
- SAPAG, Nassir. (2000). **Preparación y evaluación de proyectos**. Edición cuarta.

INTERNET

- http://www.monografias.com/trabajos12/pubenint/pubenint.shtml
- http://amethsilva.blogspot.com/2008/01/la-funcion-de-operaciones-el-subsistema.html
- http://www.mailxmail.com/curso-registros-auxiliares-microsoft-excel-contabilidad/activos-diferidos-amortizacion
- http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/estudio-mercado
- www.wikipedia.com/trabajos/costos/http.
- www.bce.gov.com

LIBROS:

- Gabriel (1995) “Evaluación de Proyectos”,
- “Gestión de Proyectos: evaluación financiera económica, social, ambiental”, cuarta edición MM, editores-Bogotá.
- HERNANDEZ H. Abraham; Formulación y evaluación de Proyectos, Cuarta Edición.
- SANIN, AngelHector. Guia Metodológica General para la Formulación y Evaluación de Proyectos. Programada Inversión Social Local (PROINSOL): Fondo de Inversión Social de Venezuela.
- Douglas R. Emery (2000) “Administración Financiera”

ANEXOS

ANEXO Nº 1

ENCUESTA.

1. **¿En su dieta diaria usted y su familia consume actualmente algún tipo de té?**

   Si ( )

   No ( )

2. **¿En los integrantes de su familia existe una de las enfermedades enunciadas?**

   Acné ( ) Anemia ( )

   Diabetes ( ) Colesterol ( )

   Presión Alta ( ) Ninguno ( )

3. **¿Para combatir estas enfermedades usted y su familia consume?**

   P. Químicos ( )

   P. Naturales ( )

   Otros ( )

4. **¿Cuántos sobres de té medicinal usted y su familia consumen semanalmente?**

   10 a 15 ( ) 16 a 20 ( )

   21 a 25 ( ) 26 a 30 ( )

   31 a mas ( )

5. **¿Conoce usted los beneficios que brinda la ortiga?**

Si ( )

No ( )

6. **¿Conoce el nombre de las empresas proveedoras del producto?**

Si ( )

No ( )

7. **¿En caso de instalarse una empresa productora y comercializadora de té natural a base de ortiga que ayuda a combatir las enfermedades antes enunciadas, estaría usted y su familia dispuestos a consumir?**

Si ( )

No ( )

8. **¿Con que frecuencia estaría dispuesto a adquirir el producto?**

Diario ( )

9. **¿Cómo le gustaría que sea la presentación del producto?**

Cartón ( )

Plástico ( )

Papel ( )

10. ¿De acuerdo a su criterio cuantas unidades debería contener la caja de Té de ortiga?

12 unidades ( )

24 unidades ( )

36 unidades ( )

11. ¿En qué lugar le gustaría adquirir el producto?

Tiendas ( )

Supermercados ( )

Centros Naturistas ( )

Local de la Empresa ( )

12. ¿Cuánto pagaría por la caja de Té medicinales?

24 Unidades $1,80 ( )

48 Unidades $3,60 ( )

13. ¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir?

Por la compra de una caja la otra a mitad de precio ( )

Obsequios ( )

El 20% mas es decir 5 unidades por caja ( )

14. ¿Cuántas cajas de Té medicinal a base de Ortiga compraría mensualmente?

2 ( )

3 ( )

Ninguna ( )

15. ¿Qué medios de comunicación utiliza para informarse con mayor frecuencia?

Televisión ( ) Prensa ( )

Radio ( ) Internet ( )

Hojas Volantes (

CUADRO No 43 DESCRIPCION DE ADECUACIONES E INSTALACIONES

ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Letrero Publicitario	Unidad	1	$ 120,00	$ 120,00
Pintado del Local	Unidad	650 m2	$ 1,25	$ 585,00
División funcional de metal y vidrio	Unidad	75 m2	$ 35,00	$ 1.875,00
		TOTAL		**$ 2.580,00**

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Autor

ANEXO Nº 3

CUADRO No 44. DESCRIPCION DE LA MAQUINARIA

ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Secadora a gas	Unidad	2	$ 600,00	$ 1.200,00
Molino eléctrico	Unidad	2	$ 545,00	$ 1.090,00
Selladora eléctrica	Unidad	2	$ 56,00	$ 112,00
		TOTAL		**$ 2.402,00**

Fuente: Investigación directa; Almacenes Ochoa Hermanos

Elaboración: El Autor

ANEXO Nº 4

CUADRO No 45. DESCRIPCION DE HERRAMIENTAS

ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Balanza gramera	Unidad	2	$ 35,00	$ 70,00
Cucharetas	Unidad	2	$ 0,45	$ 0,90
Overoles	Unidad	4	$ 20,00	$ 80,00
Guantes sintéticos	Unidad	4	$ 2,00	$ 8,00
		TOTAL		**$ 158,90**

Fuente: Investigación directa

Elaboración: El Autor

ANEXO Nº5

CUADRO No. 46 DESCRIPCIÓN DE EQUIPO DE OFICINA

ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Teléfono	Unidad	3	$ 100,00	$ 300,00
Sumadora	Unidad	2	$ 50,00	$ 100,00
		TOTAL		**$ 400,00**

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Auto

ANEXO Nº 6

CUADRO No.47 DESCRIPCIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadoras incluye impresora	Unidad	4	$ 680,00	$ 2.720,00
		TOTAL		**$ 2.720,00**

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Autor

CUADRO No. 48 DESCRIPCIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN (REINVERSIÓN)

ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadoras incluye impresora	Unidad	4	$ 680,00	$ 2.720,00
		TOTAL		**$ 2.720,00**

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Autor

ANEXO Nº 7

CUADRO No. 49 DESCRIPCIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Mesas de madera	Unidad	2	$ 25,00	$ 50,00
Percha metálica	Unidad	1	$ 150,00	$ 150,00
sillas de madera	Unidad	4	$ 10,00	$ 40,00
Escritorio ejecutivo	Unidad	4	$ 120,00	$ 480,00
Archivador	Unidad	3	$ 70,00	$ 210,00
Sillas Giratorias	Unidad	4	$ 60,00	$ 240,00
		TOTAL		**$ 1.170,00**

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Auto

ANEXO Nº 8

CUADRO No. 50 DESCRIPCION DE MATERIA PRIMA DIRECTA

ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Planta de ortiga	Atados	170.100	$ 0,50	$ 85.050,00
			TOTAL ANUAL	**$ 85.050,00**

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Autor

PROYECCIÓN DE MATERIA PRIMA

INFLACIÓN: 5,41%

CUADRO No. 51

Años	UNIDADES PRODUCIDAS	VALOR ANUAL	VALOR PROYECTADO
1	13.608.000	$ 85.050,00	$ 85.050,00
2	14.364.000	$ 89.775,00	$ 94.631,83
3	15.120.000	$ 94.500,00	$ 99.612,45
4	15.120.000	$ 94.500,00	$ 105.001,48
5	15.120.000	$ 94.500,00	$ 110.682,06

ANEXO Nº 9

CUADRO No. 52 SUELDOS MANO DE OBRA DIRECTA

No.	CARGO	REMUNERACIÓN UNIFICADA	APORTE PATRONAL 12,15%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL MENSUAL
1	Obrero	$ 300,00	$ 36,45	$ 25,00	$ 24,33	$ 12,50	$ -	$ 398,28
2	Obrero	$ 300,00	$ 36,45	$ 25,00	$ 24,33	$ 12,50	$ -	$ 398,28
3	Obrero	$ 300,00	$ 36,45	$ 25,00	$ 24,33	$ 12,50	$ -	$ 398,28
4	Obrero	$ 300,00	$ 36,45	$ 25,00	$ 24,33	$ 12,50	$ -	$ 398,28
			TOTAL MENSUAL					**$ 1.593,13**
			TOTAL ANUAL					**$ 19.117,60**

Fuente: La Tablita

Elaborado: El Autor

PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA DORECTA

FONDOS DE RESERVA: **1192,00**

PARAMETRO TECNICO: 2.50%

CUADRO No. 53

Años	VALOR ANUAL
1	$ 19.021,60
2	$ 20.689,14
3	$ 21.206,37
4	$ 21.736,53
5	$ 22.279,94

ANEXO: 10

CUADRO No. 54 DESCRIPCION DE MATERIA PRIMA INDIRECTA

ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Papel auto filtrante tisú	Bulto de 100 m	221	$ 9,00	$ 1.989,00
Fundas de plástico etiquetadas 7 x 6.5 cm	Ciento	136.080	$ 1,75	$ 238.140,00
Etiquetas 2.5 x 3 cm	Ciento	136.080	$ 1,00	$ 136.080,00
Cartón display	Unidades	567.000	$ 0,10	$ 56.700,00
Hilo golondrina 20 cm	Tubo de 100m	27.216	$ 0,75	$ 20.412,00
		TOTAL ANUAL		**$ 453.321,00**

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Autor

PROYECCIÓN DE MATERIA PRIMA INDIRECTA

INFLACIÓN: 5.41%

CUADRO No. 55

UNIDADES PRODUCIDAS	VALOR ANUAL	VALOR PROYECTADO
13.608.000	$ 453.321,00	$ 453.321,00
14.364.000	$ 478.505,50	$ 504.392,65
15.120.000	$ 503.690,00	$ 530.939,63
15.120.000	$ 503.690,00	$ 559.663,46
15.120.000	$ 503.690,00	$ 589.941,26

ANEXO Nº 11

CUADRO No. 56 SUELDOS MANO DE OBRA INDIRECTA

CARGO	REMUNERACIÓN UNIFICADA	APORTE PATRONAL 12,15%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	EGRESO MENSUAL
Jefe de Producción	$ 450,00	$ 54,68	$ 37,50	$ 24,33	$ 18,75	$ -	$ 585,26
Fuente: La Tablita		**TOTAL MENSUAL**					**$ 585,26**
Elaborado: El Autor		**SUBTOTAL ANUAL**					**$ 7.023,10**

PROYECCION DE MANO DE OBRA INDIRECTA

INFLACIÓN: 5.41%

PARAMETRO TECNICO: 2.50%

CUADRO No. 57

Años	VALOR ANUAL
1	$ 7.023,10
2	$ 7.648,68
3	$ 7.839,89
4	$ 8.035,89
5	$ 8.236,79

ANEXO Nº 12

CUADRO No. 58 DESCRIPCION DE CARGA FABRIL

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	CANTIDAD ANUAL	VALOR TOTAL
Agua	m3	$ 0,25	6000	$ 1.500,00
Energía Eléctrica	Kw	$ 0,20	4000	$ 800,00
Gas	Cilindro Industrial	$ 22,00	24	$ 528,00
			TOTAL	**$ 1.328,00**

Fuente: Investigación Directa

Elaboración: El Autor

PROYECCIÓN DE LA CARGA FABRIL

ESPECIFICACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	%
Agua	$ 1.500,00	$ 1.522,50	$ 1.545,34	$ 1.568,52	$ 1.592,05	1,5%
EnergiaElectrica	$ 800,00	$ 816,00	$ 832,32	$ 848,97	$ 865,95	2%
Gas	$ 528,00	$ 33,20	$ 33,53	$ 33,87	$ 34,21	1%

DEPRECIACIONES

DEPRECIACIÓN DE ADECUACIÓN E INSTALACIONES

AÑO 1

COSTO: $ 2.580,00

VALOR RESIDUAL: 10% $ 258,00

VIDA UTIL ESTIMADA: 10 AÑOS

$$D = \frac{\text{COSTO - VALOR RESIDUAL}}{\text{VIDA Util}}$$

$$D = \frac{2.580,00 - 10\%}{10}$$

Depreciación $ 232,20

CUADRO No. 59

PERIODO ANUAL	VALOR ACTUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
	$ 2.580,00			$ 2.580,00
1	$ 2.347,80	$ 232,20	$ 232,20	$ 2.347,80
2	$ 2.115,60	$ 232,20	$ 464,40	$ 2.115,60
3	$ 1.883,40	$ 232,20	$ 696,60	$ 1.883,40
4	$ 1.651,20	$ 232,20	$ 928,80	$ 1.651,20
5	$ 1.419,00	$ 232,20	$ 1.161,00	$ 1.419,00
6	$ 1.186,80	$ 232,20	$ 1.393,20	$ 1.186,80
7	$ 954,60	$ 232,20	$ 1.625,40	$ 954,60
8	$ 722,40	$ 232,20	$ 1.857,60	$ 722,40
9	$ 490,20	$ 232,20	$ 2.089,80	$ 490,20
10	$ 258,00	$ 232,20	$ 2.322,00	$ 258,00

Fuente: Cuadro No. Cálculo de la Inversión

Elaboración: El Autor

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA

AÑO 1

COSTO: $ 2.402,00

VALOR RESIDUAL: 10% $ 240,20

VIDA UTIL ESTIMADA: 10 AÑOS

$$D = \frac{\text{COSTO - VALOR RESIDUAL}}{\text{VIDA UTIL}}$$

$$D = \frac{2.402,00 - 10\%}{10}$$

Depreciación anual = $ 216,18

PERIODO ANUAL	VALOR ACTUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
	$ 2.402,00			$ 2.402,00
1	$ 2.185,82	$ 216,18	$ 216,18	$ 2.185,82
2	$ 1.969,64	$ 216,18	$ 432,36	$ 1.969,64
3	$ 1.753,46	$ 216,18	$ 648,54	$ 1.753,46
4	$ 1.537,28	$ 216,18	$ 864,72	$ 1.537,28
5	$ 1.321,10	$ 216,18	$ 1.080,90	$ 1.321,10
6	$ 1.104,92	$ 216,18	$ 1.297,08	$ 1.104,92
7	$ 888,74	$ 216,18	$ 1.513,26	$ 888,74
8	$ 672,56	$ 216,18	$ 1.729,44	$ 672,56
9	$ 456,38	$ 216,18	$ 1.945,62	$ 456,38
10	$ 240,20	$ 216,18	$ 2.161,80	$ 240,20

Fuente:Cálculo de la Inversión

Elaboración: El Autor

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

COSTO: $ 2.720,00

VALOR RESIDUAL: 33,33% $ 906,58

VIDA UTIL ESTIMADA: 3 AÑOS

$$D = \frac{\text{COSTO - VALOR RESIDUAL}}{\text{VIDA UTIL}}$$

$$D = \frac{2.720,00 - 33,33\%}{3}$$

Depreciación anual = $ 604,47

CUADRO No. 61

PERIODO ANUAL	VALOR ACTUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
	$ 2.720,00			$ 2.720,00
1	$ 2.115,53	$ 604,47	$ 604,47	$ 2.115,53
2	$ 1.511,05	$ 604,47	$ 1.208,95	$ 1.511,05
3	$ 906,58	$ 604,47	$ 1.813,42	$ 906,58

Fuente: Cuadro No. Cálculo de la Inversión

Elaboración: El Autor

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

COSTO: $ 2.720,00

VALOR RESIDUAL: 33,33% $ 906,58

VIDA UTIL ESTIMADA: 3 AÑOS

$$D = \frac{\text{COSTO - VALOR RESIDUAL}}{\text{VIDA UTIL}}$$

$$D = \frac{2.720,00 - 33,33\%}{3}$$

Depreciación anual = $ 604,47

CUADRO No. 62

PERIODO ANUAL	VALOR ACTUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
	$ 2.720,00			$ 2.720,00
1	$ 2.115,53	$ 604,47	$ 604,47	$ 2.115,53
2	$ 1.511,05	$ 604,47	$ 1.208,95	$ 1.511,05
3	$ 906,58	$ 604,47	$ 1.813,42	$ 906,58

Fuente: Cuadro No. Cálculo de la Inversión

Elaboración: El Autor

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA

COSTO: $ 400,00

VALOR RESIDUAL: 10% $ 40,00

VIDA UTIL ESTIMADA: 10 AÑOS

$$D = \frac{\text{COSTO - VALOR RESIDUAL}}{\text{VIDA UTIL}}$$

$$D = \frac{400{,}00 - 10\%}{10}$$

Depreciación anual = $ 36,00

CUADRO No. 63

PERIODO ANUAL	VALOR ACTUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
	$ 400,00			$ 400,00
1	$ 364,00	$ 36,00	$ 36,00	$ 364,00
2	$ 328,00	$ 36,00	$ 72,00	$ 328,00
3	$ 292,00	$ 36,00	$ 108,00	$ 292,00
4	$ 256,00	$ 36,00	$ 144,00	$ 256,00
5	$ 220,00	$ 36,00	$ 180,00	$ 220,00
6	$ 184,00	$ 36,00	$ 216,00	$ 184,00
7	$ 148,00	$ 36,00	$ 252,00	$ 148,00
8	$ 112,00	$ 36,00	$ 288,00	$ 112,00
9	$ 76,00	$ 36,00	$ 324,00	$ 76,00
10	$ 40,00	$ 36,00	$ 360,00	$ 40,00

Fuente: Cuadro No. Cálculo de la Inversión

Elaboración: El Autor

DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS

COSTO: $ 158,90

VALOR RESIDUAL: 10% $ 15,89

VIDA UTIL ESTIMADA: 5 AÑOS

$$D = \frac{\text{COSTO - VALOR RESIDUAL}}{\text{VIDA UTIL}}$$

D= $\frac{158,90 - 10}{5}$

Depreciación anual = $ 28,60

CUADRO No. 64

PERIODO ANUAL	VALOR ACTUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
	$ 158,90			$ 158,90
1	$ 130,30	$ 28,60	$ 28,60	$ 130,30
2	$ 101,70	$ 28,60	$ 57,20	$ 101,70
3	$ 73,09	$ 28,60	$ 85,81	$ 73,09
4	$ 44,49	$ 28,60	$ 114,41	$ 44,49
5	$ 15,89	$ 28,60	$ 143,01	$ 15,89

Fuente: Cuadro No. Cálculo de la Inversión

Elaboración: El Autor

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA

COSTO: $ 1.170,00

VALOR RESIDUAL: 10% $ 117,00

VIDA UTIL ESTIMADA: 10 AÑOS

D = COSTO - VALOR RESIDUAL

VIDA UTIL

D= $\frac{1.170,00 - 10\%}{10}$

Depreciación anual = $ 105,30

CUADRO No. 65

PERIODO ANUAL	VALOR ACTUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
	$ 1.170,00			$ 1.170,00
1	$ 1.064,70	$ 105,30	$ 105,30	$ 1.064,70
2	$ 959,40	$ 105,30	$ 210,60	$ 959,40
3	$ 854,10	$ 105,30	$ 315,90	$ 854,10
4	$ 748,80	$ 105,30	$ 421,20	$ 748,80
5	$ 643,50	$ 105,30	$ 526,50	$ 643,50
6	$ 538,20	$ 105,30	$ 631,80	$ 538,20
7	$ 432,90	$ 105,30	$ 737,10	$ 432,90
8	$ 327,60	$ 105,30	$ 842,40	$ 327,60
9	$ 222,30	$ 105,30	$ 947,70	$ 222,30
10	$ 117,00	$ 105,30	$ 1.053,00	$ 117,00

Fuente: Cuadro No. Cálculo de la Inversión

Elaboración: El Autor

VALOR RESCATABLE DE LOS ACT. FIJOS $ 5.130,54

ANEXO Nº 13

CUADRO No. 66 REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO

DENOMINACIÓN	VALOR	ALÍCUOTA	VALOR ANUAL
Adecuaciones e Instalaciones	$ 2.580,00	2%	$ 51,60
Maquinaria	$ 2.402,00	2%	$ 48,04
Herramientas	$ 158,90	2%	$ 3,18
Equipo de oficina	$ 400,00	2%	$ 8,00
Equipo de computación	$ 2.720,00	3%	$ 81,60
Muebles y enseres	$ 1.170,00	2%	$ 23,40
TOTAL	$ 9.430,90		$ 215,82

Fuente: Investigación directa**Elaboración:** El Autor

PROYECCIÓN DE REPARACIÓN Y MANTENIMIENTO

INFLACION: 5.41%

CUADRO No. 67

Años	VALOR ANUAL
1	$ 215,82
2	$ 227,49
3	$ 239,80
4	$ 252,77
5	$ 266,45

ANEXO Nº 14

CUADRO No.68 SALARIOS PERSONAL ADMINISTRATIVO

No.	CARGO	REMUNERACIÓN UNIFICADA	APORTE PATRONAL 12,15%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	INGRESO MENSUAL
1	Gerente	$ 700,00	$ 85,05	$ 58,33	$ 24,33	$ 29,17	$ -	$ 896,88
2	Secretaria	$ 320,00	$ 38,88	$ 26,67	$ 24,33	$ 13,33	$ -	$ 423,21
3	Contadora	$ 350,00	$ 42,53	$ 29,17	$ 24,33	$ 14,58	$ -	$ 460,61
4	Bodeguero	$ 300,00	$ 36,45	$ 25,00	$ 24,33	$ 12,50	$ -	$ 398,28
			TOTAL MENSUAL					**$ 2.178,99**
			TOTAL ANUAL					**$26.147,86**

Fuente: Sueldos Sectoriales I.E.S.S.

Elaboración: El Autor

ANEXO Nº15

CUADRO No. 69 DESCRIPCION SUMINISTROS DE OFICINA

ESPECIFICACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Papel de sumadora	Paquete	5	$ 2,00	$ 10,00
Tinta para impresora	Cartuchos	6	$ 8,50	$ 51,00
Papel	Resma	4	$ 3,50	$ 14,00
Esferográficos	Docena	3	$ 3,00	$ 9,00
Carpeta-Archivo	Unidad	16	$ 3,00	$ 48,00
Juego de grapadora, perforadora y grapas	Unidad	4	$ 10,00	$ 40,00
			TOTAL ANUAL	**$ 172,00**

Fuente: Investigación directa

Elaboración: El Autor

ANEXO Nº 16

CUADRO No. 70 DESCRIPCIÓN DE GASTOS GENERALES POR SERVICIO

GASTOS GENERALES	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD ANUAL	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Detergente	Fundas 4 kl	5	$ 9,35	$ 46,75
Escobas	Unidades	24	$ 2,00	$ 48,00
Trapeadores con balde	Unidades	6	$ 5,00	$ 30,00
Desinfectante	Galones	4	$ 2,00	$ 8,00
Papel higiénico	Pacas	3	$ 2,50	$ 7,50
Jabón de Tocador	Paquetes de 3	4	$ 1,25	$ 5,00
Basureros	Unidades	6	$ 2,80	$ 16,80
Franela	Yardas	4	$ 1,15	$ 4,60
Recogedores	Unidades	2	$ 1,50	$ 3,00
			TOTAL	**$ 169,65**

Fuente: INVESTIGACIÓN DIRECTA

Elaboración: El Autor

ANEXO Nº17

Cuadro Nº71 Descripción Gastos Administrativos Totales

CUADRO No. 48

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL
Sueldos	$ 26.147,86
Suministro de Oficina	$ 172,00
Gastos Generales	$ 169,65
Teléfono	$ 480,00
Arriendo	$ 7.200,00
Imprevistos 3%	$ 1.025,09
TOTAL	**$ 35.194,60**

PROYECCION DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS

CUADRO No. 72

AÑO	SUELDOS	SUMINISTROS	TELEFONO	GASTOS GENERALES	ARRIENDO	IMPREVISTOS	TOTAL
1	$ 26.147,86	$ 172,00	$ 480,00	$ 169,65	$ 7.200,00	$ 1.025,09	$ 35.194,60
2	$ 28.471,56	$ 181,31	$ 484,80	$ 178,83	$ 7.200,00	$ 1.095,49	$ 37.611,98
3	$ 29.183,35	$ 191,11	$ 489,65	$ 188,50	$ 7.200,00	$ 1.117,58	$ 38.370,19
4	$ 29.912,93	$ 201,45	$ 494,54	$ 198,70	$ 1.440,20	$ 967,43	$ 33.215,26
5	$ 30.660,75	$ 212,35	$ 499,49	$ 209,45	$ 1.440,20	$ 990,67	$ 34.012,91
				Porcentajes			
	2,50%	5,41%	1,00%	5,41%	20,00%	3,00%	
	Fondo de reserva	$ 1.670,00			a partir del 4 año		

ANEXO Nº18

CUADRO No. 73 DESCRIPCIÓN DE ARRIENDO DEL LOCAL

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL
Arriendo de local	$ 600,00
TOTAL MENSUAL	**$ 600,00**
TOTAL ANUAL	**$ 7.200,00**

Fuente: Propietaria del local

Elaboración: El Autor

ANEXO Nº 19

CUADRO No. 74 DESCRIPCIÓN DE SALARIOS DEL PERSONAL DE VENTAS

No.	CARGO	REMUNERACIÓN UNIFICADA	APORTE PATRONAL 12,15%	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	INGRESO MENSUAL
1	Vendedor	$ 400,00	$ 48,60	$ 33,33	$ 24,33	$ 16,67	$ -	$ 522,93
						TOTAL MENSUAL		**$ 547,27**
						TOTAL ANUAL		**$ 6.567,20**

Fuente: La tablita

CUADRO No. 75 DESCRIPCIÓN DE PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Medio Televisivo	2 min diarios	40	$ 16,00	$ 640,00
Prensa	Aviso	24	$ 30,00	$ 720,00
Radio	Avisos	3 veces al día	$100X 12 meses	$ 1.200,00
Obsequios de muestras	Ciento	2	$ 8,00	$ 16,00
			TOTAL	**$ 2.576,00**

Fuente: Investigación directa

Elaboración: El Autor

CUADRO No. 76 DESCRIPCIÓN DE TOTAL DE GASTOS DE VENTAS

ESPECIFICACIÓN	VALOR ANUAL
Publicidad y promoción	$ 2.576,00
Sueldos	$ 6.567,20
Imprevistos 3%	$ 274,30
TOTAL	**$ 9.417,50**

Fuente:

Elaboración: El Autor

PROYECCIÓN DE LOS GASTOS DE VENTAS

CUADRO No. 77

AÑO	SUELDOS	PUBLICIDAD	IMPREVISTOS	TOTAL
1	$ 6.567,20	$ 2.576,00	$ 274,30	$ 9.417,50
2	$ 7.131,38	$ 2.715,36	$ 295,40	$ 10.142,14
3	$ 7.309,66	$ 2.862,26	$ 305,16	$ 10.477,08
4	$ 7.492,41	$ 3.017,11	$ 315,29	$ 10.824,80
5	$ 7.679,72	$ 3.180,34	$ 325,80	$ 11.185,85
	Porcentajes			
	2,50%	5,41%	3,00%	
	Fondo de reserva	$ 400,00		

AMORTIZACIÓN

CUADRO No: 78 TABLA DE AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS

PERIODO	DENOMINACIÓN		TOTAL	AMORTIZACIONES ANUAL
	ELABORACIÓN DEL PROYECTO	COSTOS LEGALES DE CONSTITUCION		
1			$ 1.860,18	$ 372,04
2				$ 372,04
3				$ 372,04
4				$ 372,04
5				$ 372,04

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL (FUENTE EXTERNA)

CUOTA FIJA

Interés = Saldo Inicial × tasa de Interés según la capitalización

Amortización = Dividendo – Interés

Saldo Final= Saldo Inicial - Abono de Capital

CUADRO No. 79

PRESTAMO:	$ 20.000,00			**PERIODOS**	10
TAZA DE INTERÉS:	11,20%		5,60%	**CAPITALIZACIONES**	SEMESTRAL
PLAZO:	5 AÑOS			**PER. GRACIA:**	
ENTIDAD FINANCIERA	BANCO DE PICHINCHA			**FORMA PAGO:**	
PERIODO	**PRESTAMO**	**AMORTIZACIÓN**	**INTERES**	**PAGO SEMESTRAL (DIVIDENDOS)**	**SALDO FINAL (CAPITAL DISMINUIDO)**
1	$ 20.000,00	$ 1.546,10	$ 1.120,00	$ 2.666,10	$ 18.453,90
2	$ 18.453,90	$ 1.632,68	$ 1.033,42	$ 2.666,10	$ 16.821,22
3	$ 16.821,22	$ 1.724,11	$ 941,99	$ 2.666,10	$ 15.097,12
4	$ 15.097,12	$ 1.820,66	$ 845,44	$ 2.666,10	$ 13.276,46
5	$ 13.276,46	$ 1.922,62	$ 743,48	$ 2.666,10	$ 11.353,84
6	$ 11.353,84	$ 2.030,28	$ 635,82	$ 2.666,10	$ 9.323,56
7	$ 9.323,56	$ 2.143,98	$ 522,12	$ 2.666,10	$ 7.179,58
8	$ 7.179,58	$ 2.264,04	$ 402,06	$ 2.666,10	$ 4.915,54
9	$ 4.915,54	$ 2.390,83	$ 275,27	$ 2.666,10	$ 2.524,71
10	$ 2.524,71	$ 2.524,71	$ 141,38	$ 2.666,10	$ 0,00
TOTAL			**$ 6.660,97**		

Fuente: COODMEGO

Elaboración: El Autor

$1.120,00 $1.546,10

$1.033,42		$1.632,68	
$2.153,42	**interés anual**	**$3.178,78**	**capital anual**

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL (FUENTE EXTERNA)

CUOTA VARIABLE

Interés = Saldo final × tasa de interés según la capitalización

Abono de Capital = Capital – interés

Saldo Final= Saldo Inicial - Abono de Capital

CUADRO No. 80

PRESTAMO:		$ 57.000,00		**PERIODOS**	10
TAZA DE INTERÉS:		7,25%	SEMESTRAL	**CAPITALIZACIONES**	SEMESTRAL
PLAZO:		2 AÑOS		**PER. GRACIA:**	
ENTIDAD FINANCIERA		COODMEGO		**FORMA PAGO:**	
PERIODO	**SALDO INICIAL**	**CAPITAL**	**INTERES**	**CUOTAS (DIVIDENDOS)**	**CAPITAL DISMINUIDO**
					$ 57.000,00
1	$ 57.000,00	5.700,00 $	$ 4.132,50	$ 9.832,50	$ 51.300,00
2	$ 51.300,00	5.700,00 $	$ 3.719,25	$ 9.419,25	$ 45.600,00
3	$ 45.600,00	5.700,00 $	$ 3.306,00	$ 9.006,00	$ 39.900,00
4	$ 39.900,00	5.700,00 $	$ 2.892,75	$ 8.592,75	$ 34.200,00
5	$ 34.200,00	5.700,00 $	$ 2.479,50	$ 8.179,50	$ 28.500,00
6	$ 28.500,00	5.700,00 $	$ 2.066,25	$ 7.766,25	$ 22.800,00
7	$ 22.800,00	5.700,00 $	$ 1.653,00	$ 7.353,00	$ 17.100,00
8	$ 17.100,00	5.700,00 $	$ 1.239,75	$ 6.939,75	$ 11.400,00
9	$ 11.400,00	5.700,00 $	$ 826,50	$ 6.526,50	$ 5.700,00
10	$ 5.700,00	5.700,00 $	$ 413,25	$ 6.113,25	$ -
TOTAL			**$ 22.728,75**		

Fuente: COOPMEGO

Elaboración: El Autor

$4.132,50	$5.700,00
$3.719,25	$5.700,00
$7.851,75	**$11.400,00**
interés anual	**capital anual**

INDICE

	PÁGINAS
Certificación	**II**
Autoría	**III**
Agradecimiento	**IV**
Dedicatoria	**V**
A.- Título	**1**
B.- Resumen en castellano e Inglés	**2**
C.-Sumary	*6*
C.-Introducción	**10**
D.-Revisión de Literatura	**13**
E.- Materiales y Métodos	**54**
F.- Resultados	**60**
G.-Discusión	**87**
H.- Conclusiones	**165**

I.- Recomendaciones **167**

J.-Bibliografía **169**

K.- Anexos ***171***

L.-Índice