

# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN

DE EMPRESAS.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE  
JARABE NATURAL ANTIINFLAMATORIO Y ANTITUSÍGENO A  
BASE DE TOMATE DE ÁRBOL Y MIEL DE ABEJA PARA LA  
CIUDAD DE LOJA.

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN  
DEL TÍTULO DE INGENIERA  
COMERCIAL

**AUTORA:**

*Lourdes Isabel Medina Sarango.*

**DIRECTOR:**

*Ing. Com. Patricio Cuenca.*

**LOJA – ECUADOR**

**2013**

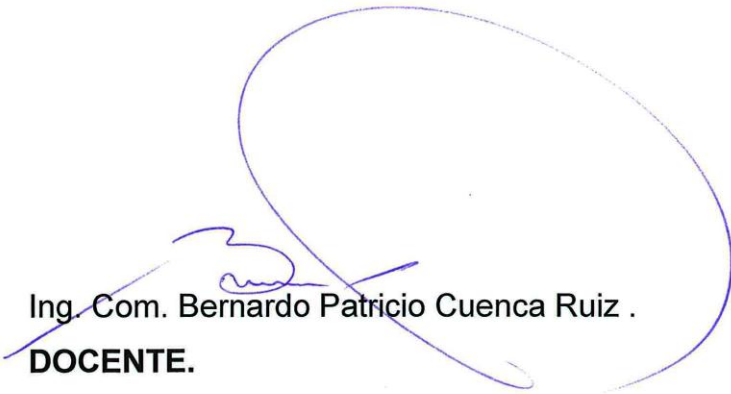
**Ing. Bernardo Patricio Cuenca Ruíz** docente de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja.

**CERTIFICA:**

Que la presente tesis, titulada **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JARABE NATURAL ANTIINFLAMATORIO Y ANTITUSÍGENO A BASE DE TOMATE DE ÁRBOL Y MIEL DE ABEJA PARA LA CIUDAD DE LOJA”**, realizada por la egresada Lourdes Isabel Medina Sarango, ha sido desarrollada bajo mi dirección, y previa la revisión correspondiente autorizo su presentación.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Loja, 23 Julio de 2013.

  
Ing. Com. Bernardo Patricio Cuenca Ruiz .  
**DOCENTE.**

## *AUTORÍA.*

Yo Lourdes Isabel Medina Sarango, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca virtual.

**Autora:** Lourdes Isabel Medina Sarango

**Firma:**

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Lourdes Isabel Medina Sarango', written over a horizontal line.

**Cédula:** 1104750581

**Fecha:** 23 de Julio de 2013

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR,  
PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y  
PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, Lourdes Isabel Medina Sarango, declaro ser autora de la tesis titulada "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JARABE NATURAL ANTIINFLAMATORIO Y ANTITUSÍGENO A BASE DE TOMATE DE ÁRBOL Y MIEL DE ABEJA PARA LA CIUDAD DE LOJA" como requisito para optar al grado de **INGENIERA COMERCIAL**, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

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

La Universidad Nacional de Loja no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización en la ciudad de Loja a los veinte y tres días del mes de Julio del año dos mil trece



**FIRMA**

**AUTOR:** Lourdes Isabel Medina Sarango

**CÉDULA:** 1104750581

**DIRECCIÓN:** Cariamanga, Mariano Samaniego y José Ángel Palacios.

**CORREO ELECTRÓNICO:** lulylin\_18@hotmail.com

**TELÉFONO:** 2576063

**CELULAR:** 0994383770

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**DIRECTOR DE TESIS:** Ing. Com. Patricio Cuenca

**TRIBUNAL DE GRADO**

**PRESIDENTE:** Ing. Ramiro Guzmán.

**VOCAL:** Ing. Manuel Pasaca Mora

**VOCAL:** Ing. Juan Encalada Orozco.

## ***DEDICATORIA.***

*A Dios por inspirarme día a día.*

*A mi esposo Pablo, por brindarme su amor, apoyo y confianza. TE AMO*

*A mis hijos Valentina y Pablito por ser mi fuente de inspiración y superación.*

*A mis padres y hermanos por ser mi apoyo incondicional en la búsqueda interminable de mi crecimiento personal y profesional, De manera especial a mis amigos y familiares por brindarme su apoyo absoluto en los momentos difíciles.*

*Lourdes Isabel*

## *AGRADECIMIENTO.*

El ser grato es una noble virtud del ser humano, he aquí el resultado de mi sacrificio y esfuerzo.

Agradezco a Dios, creador del universo, por ser mi fuente de inspiración y sabiduría en el desarrollo del presente trabajo

A la Universidad Nacional de Loja, Área Jurídica, Social y Administrativa, Carrera de Administración de Empresas, por los conocimientos científicos transmitidos a lo largo de mi formación profesional.

De manera especial a la Docente Mgs. Ing. Com. Silvia Jaramillo Luzuriaga por su asesoría y dirección en el presente trabajo de investigación.

Y a todas aquellas personas que de una u otra forma, colaboraron o participaron en la realización de este proyecto, mi más sincero agradecimiento.

**La Autora.**

*a. Tema*

*“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA  
CREACIÓN DE UNA EMPRESA  
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE  
JARABE NATURAL ANTIINFLAMATORIO Y  
ANTITUSÍGENO A BASE DE TOMATE DE  
ÁRBOL Y MIEL DE ABEJA PARA LA  
CIUDAD DE LOJA.”*

## *b. Resumen*

### **1. Resumen**

El tema de la investigación es: **PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JARABE NATURAL ANTIINFLAMATORIO Y ANTITUSÍGENO A BASE DE TOMATE DE ÁRBOL Y MIEL DE ABEJA PARA LA CIUDAD DE LOJA**, se realizó con la finalidad de conocer la viabilidad y rentabilidad de mismo.

Desde tiempos ancestrales hasta la actualidad se ha conocido que el tomate de árbol contribuye a mejorar los problemas respiratorios y la miel de abeja es un antibiótico natural por lo que, la combinación de estos dos factores es ideal; al momento no existe dicha composición en el mercado por lo que elaborar un jarabe a base de estos elementos es una gran oportunidad, al encontrarse este problema: “LA NO EXISTENCIA DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE JARABE NATURAL ANTIINFLAMATORIO Y ANTITUSÍGENO A BASE DE TOMATE DE ÁRBOL Y MIEL DE ABEJA PARA LA CIUDAD DE LOJA”, se pretende dar solución al mismo mediante la formulación de este proyecto.

Para el desarrollo del presente proyecto se planteó:

Como objetivo general determinar la factibilidad de la creación de la empresa, y como objetivos específicos realizar estudios: de Mercado, Técnico, Legal - Administrativo, y Financiero, con los que se logró establecer la rentabilidad de la misma.

Se dio cumplimiento con los objetivos establecidos mediante el uso de métodos y técnicas.



El método Deductivo se lo utilizó en el Estudio de Mercado, al segmentar la población en familias y tomar una muestra, para la aplicación de encuestas y entrevistas, para determinar así la demanda y oferta. El método inductivo contribuyó en la elaboración de los estudios de Mercado, Técnico, Legal - Administrativo y Financiero en base a la información recopilada para luego establecer conclusiones y recomendaciones generales

Se aplicó un total de 397 encuestas a las familias lojanas, de las cuales de 82,62% aceptarían el nuevo producto; se conoció también la preferencia respecto de la presentación, lugar de adquisición y medios de publicidad por los cuales sería promocionado el jarabe.

En el Estudio de Mercado se establecieron los atributos tangibles e intangibles del producto, el posible precio considerando la competencia, la calidad y el poder adquisitivo de los clientes; el lugar y forma de comercialización; el contenido básico de la campaña publicitaria así como también, los medios por los cuales sería difundida.

El Estudio Técnico comprende los aspectos técnicos del proyecto tales como el tamaño, el cual es determinado por la capacidad instalada que es de 41760 jarabes anuales para los cinco años de vida útil del proyecto, la capacidad utilizada que es la capacidad real de la empresa, la cual es de 26100 jarabes anuales, es decir 100 jarabes diarios con un peso neto de 150ml; la localización, es el lugar específico donde se ubicará la empresa; la ingeniería de Proyecto comprende elementos tales como: materia prima y mercado, proceso productivo, balance de materiales, requerimientos tecnológicos para la producción, y la distribución de la planta.

El estudio Legal-Administrativo comprende los aspectos relacionados con el funcionamiento legal de la empresa y la cadena de mando, puesto que es aquí donde se establecen los niveles jerárquicos, organigramas, y manual de funciones de la empresa "Sweet cía. Ltda."

En el Estudio financiero se determinó la inversión requerida, la cual es de \$45.436,75; este valor comprende activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo; el financiamiento del proyecto será en un 56% con capital propio \$25.436,75; y para suplir el 44% restante se solicitará un crédito de \$20.000 al Banco de Guayaquil con una tasa de interés de 12,16% anual, para un plazo de cinco años con pagos semestrales.

La Evaluación Financiera el proyecto se realizó mediante los siguientes indicadores:

El VAN es de \$30129,39, valor que es positivo, la TIR es del 22,35%, la RCB es de 31 centavos, el PRC será en 3 años, 10 meses y 13 días, el análisis de Sensibilidad se realizó con incremento en los costos del 15,70%, y con un decremento de los ingresos del 12,08%, tasas con las cuales se determinó que el proyecto no es sensible a ninguna variación.

Finalizada la evaluación financiera del proyecto se establecieron conclusiones y recomendaciones:

Se concluyó que en la ciudad de Loja no existe dicha empresa, por lo tanto después de los estudios realizados se puede afirmar que la creación de la misma es totalmente rentable debido a que la utilidad neta será del 30%, el punto de equilibrio de la empresa será 70,29% el VAN es mayor a 1, la TIR es mayor al costo del capital, y según el análisis de sensibilidad el proyecto no es sensible a variaciones tanto de incremento como de decremento.

Planteadas las conclusiones se recomendó implementar la empresa, realizar los estudios pertinentes para evitar percances futuros, no exceder la inversión en activos fijos para evitar que el precio de venta al público sea elevado, ubicar la empresa en un lugar accesible, contratar mano de obra calificada, con los aspectos mencionados se logrará que la implementación de la empresa sea exitosa, genere fuentes de trabajo y contribuya con el desarrollo socio-económico de país.

## **2. Abstract**

The theme of the research is: FEASIBILITY STUDY FOR THE CREATION OF A PRODUCER AND MARKETER OF SYRUP AND NATURAL ANTI-INFLAMMATORY ANTITUSÍGENO TOMATO TREE AND HONEY FOR THE CITY OF LOJA, was carried out with the purpose of knowing the viability and profitability of same.

From ancient times to the present has been known that the tomato tree contributes to improve the breathing problems and honey is a natural antibiotic so that the combination of these two factors is ideal; at the moment there is no such composition in the market by the elaborate a syrup base of these items is a great opportunity to meet this problem: "THE NON-EXISTENCE OF A COMPANY PRODUCER AND MARKETER OF SYRUP AND NATURAL ANTI-INFLAMMATORY AND ANTITUSÍGENO TOMATO TREE AND HONEY FOR THE CITY OF LOJA", is intended to give solution to the same through the formulation of this project.

For the development of the present project he/she thought about:

As general objective to determine the feasibility of the creation of the company, and as specific objectives to carry out studies: of Market, Technician, Legal - Administrative, and Financial, with those that it was possible to establish the profitability of the same one.

Execution was given with the established objectives by means of the use of methods and technical.

The Deductive method used it to him in the Study of Market, when segmenting the population in families and to take a sample, for the application of surveys and interviews, to determine this way the demand and offer. The inductive method contributed in the elaboration of the studies of Market, Technician, Legal - Administrative and Financial based

on the gathered information it stops then to establish conclusions and general recommendations

A total of 397 surveys was applied to the families lojanas, of which would accept the new product of 82,62%; it was also met the preference regarding the presentation, place of acquisition and means of publicity for which it would be promoted the syrup.

In the Study of Market the tangible and intangible attributes of the product settled down, the possible price considering the competition, the quality and the purchasing power of the clients; the place and commercialization form; the basic content of the advertising campaign as well as, the means for which it would be diffused.

The Technical Study understands the technical aspects of the such project as the size, which is determined by the installed capacity that it is of 41760 annual syrups for the five years of useful life of the project, the used capacity that it is the real capacity of the company, which is of 26100 annual syrups, that is to say 100 daily syrups with a net weight of 150ml; the localization, is the specific place where the company will be located; the engineering of Project understands such elements as: matter prevails and market, productive process, balance of materials, technological requirements for the production, and the distribution of the plant.

The Legal-administrative study understands the aspects related with the legal operation of the company and the control chain, since it is here where the hierarchical levels, flowcharts, and manual of functions of the company settle down "Sweet Co. Ltda."

In the financial Study the required investment was determined, which is of \$45.436,75; this value understands active fixed, differed assets and work capital; the financing of the project will be in 56% with own capital \$25.436,75; and to replace 44% a credit it will be requested from \$20.000

to the Bank of Guayaquil with an interest rate of 12,16% annual, for a five year-old term with biannual payments.

The Financial Evaluation the project was carried out by means of the following indicators:

The VAN is of \$30129.39, value that is positive, the TIR is of 22,35%, the RCB is of 31 cents, the PRC will be in 3 years, 10 months and 13 days, the analysis of Sensibility was carried out with increment in the costs of 15,70%, and with a decrement of the revenues of 12,08%, you appraise with which it was determined that the project is not sensitive to any variation.

Concluded the financial evaluation of the project conclusions and recommendations settled down:

You concluded that in the Loja city this company doesn't exist, therefore after the carried out studies one can affirm that the creation of the same one is completely profitable because the net utility will be of 30%, the point of balance of the company will be 70,29%, the VAN is bigger at 1, the TIR is bigger at the cost of the capital, and according to the analysis of sensibility the project is not sensitive to so much variations of increment decrement.

Outlined the conclusions were recommended to implement the company, to carry out the pertinent studies to avoid future accidents, non-more the investment in active fixed to avoid that the sale price to the public is high, to locate the company in an accessible place, to hire qualified manpower, with the mentioned aspects will be achieved that the implementation of the company is successful, generate work sources and contribute with the socio-economic development of country.

### *c. Introducción*

La elaboración y evaluación de proyectos de inversión es una practica limitada en la provincia debido a que la mayoría de las empresas de la ciudad han sido implementadas sin la realización de estudios previos que prevean precances futuros, más bien se han basado en vivencias de quienes las han implementado, por lo que sus objetivos no estan establecidos de forma clara, evitando asi que se tenga una visión futura de la misma.

La implementación de nuevas empresas se ha convertido en un verdadero reto para los emprendedores puesto que los requerimientos asi como las necesidades de los clientes son cada vez más exigentes, y, en la búsqueda insaciable por satisfacerlas se realiza diversos estudios como son: de Mercado, técnico, administrativo, y financiero; que contribuyen directamente en la satisfacción de las mismas.

La investigación inicia estructurando el tema y finaliza planteando conclusiones y recomendaciones que beneficien al sector empresarial mediante la implementación de nuevas empresas que generen fuentes de trabajo y utilidades.

El trabajo de Investigación se encuentra estructurado de la siguiente manera:

El tema se planteo como eje principal sobre el cual gira la investigación: Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de jarabe natural antiinflamatorio y antitusígeno a base de tomate de árbol y miel de abeja para la ciudad de Loja.

El resumen comprende datos informativos los cuales ayudan al lector a su rápida ubicación con respecto al proyecto, cabe destacar que este mismo contenido esta traducido al idioma inglés.

La introducción se la realizó resaltando la Importancia del Tema; en el contexto local, y su influencia en el desarrollo empresarial.

La revisión de la literatura comprende contenidos como: definición, importancia, características, propiedades y usos del tomate de árbol y miel de abeja, también se describe los Proyectos de inversión contemplando sus etapas como son: estudios de Mercado, Técnico, Legal - Administrativo, Financiero y Evaluación Financiera.

Los Materiales que se utilizaron para la elaboración del proyecto sirvieron de base fundamental para desarrollar la investigación. Los métodos que se utilizaron en la investigación están basados en el método científico, inductivo, deductivo y analítico, y entre las técnicas están la observación, entrevista y encuesta.

Se realizaron 397 encuestas a las familias lojanas, 114 entrevistas a las farmacias y centros naturistas, la información de aquí recopilada sirvió de base fundamental para el desarrollo de la investigación, los resultados obtenidos se los tabulo, interpreto y analizó.

En la discusión se elaboraron los siguientes estudios:

Estudio de mercado en el cual se determinó el consumo promedio anual, las demandas potencial, real, efectiva, la oferta, y demanda insatisfecha; además se elaboró el plan de comercialización (Producto, precio, plaza y promoción);

En el Estudio técnico se determinó el tamaño, localización e ingeniería del proyecto.

El Estudio Legal-Administrativo comprende la base legal de la empresa así como también los niveles jerárquicos, organigramas y manual de funciones.

En el Estudio financiero se encuentran los activos fijos, diferidos y capital de operación necesario para el funcionamiento de la empresa y en la

evaluación Financiera se establecieron indicadores financieros que contribuyeron a conocer la rentabilidad de la empresa.

Se plantearon conclusiones y recomendaciones fundamentadas en la información que se obtuvo, la cual se ve reflejada en los resultados.

La Bibliografía contempla el sustento de la información vertida en el presente trabajo.

Los Anexos son los instrumentos y otro tipo de documentos que han sido necesarios para el desarrollo de la investigación.

El Índice forma parte indispensable, ya que facilita al lector la localización de temas generales y específicos.



## *d. Revisión de la literatura*

### 1 MARCO REFERENCIAL

#### 1.1. Tomate de árbol

##### 1.1.1. Origen

Es originario de los Andes, Perú, Chile, Argentina, Ecuador, Bolivia y Colombia.



##### 1.1.2. Nombre Científico

*Solanum betaceum* (tomate de árbol, sachatomate, chilito, tomate andino o tamarillo).

##### 1.1.3. Características

- ✚ Es un arbusto de 3 a 4m de altura, con corteza grisácea y follaje perenne.
- ✚ El Fruto es una baya ovoide de 4 a 8 cm x 3 a 5 cm.
- ✚ La piel es lisa, de color rojo o anaranjado en la madurez, con estrías de color más claro.
- ✚ La pulpa es jugosa, algo ácida, de color naranja, a roja, con numerosas semillas.
- ✚ Los frutos son comestibles, pudiendo comerse crudos directamente o en ensaladas, preferiblemente se cocinan para preparar jugos, dulces y postres.

##### 1.1.4. Beneficios

Proporcionan hierro, potasio, magnesio, fósforo y vitaminas A, C y E.<sup>1</sup> Se sabe que el fruto posee alto contenido de ácido ascórbico. Otra propiedad atribuida es como remedio de problemas hepáticos en Jamaica y Bolivia. En Venezuela se utiliza este fruto para elevar la hemoglobina, en el tratamiento de la anemia.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>[http://www.pac.com.ve/index.php?option=com\\_content&view=article&catid=61&Itemid=84&id=4304](http://www.pac.com.ve/index.php?option=com_content&view=article&catid=61&Itemid=84&id=4304)

<sup>2</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Solanum\\_betaceum](http://es.wikipedia.org/wiki/Solanum_betaceum)

El consumo de la fruta fortalece el cerebro y la memoria, contribuyendo a curar migrañas y cefaleas severas, controla la rinitis y beneficia el sistema circulatorio, como bebida, se prepara en jugos utilizándose sus propiedades, para programas de reducción de peso.



El jugo es bueno para bajar el nivel del colesterol en la sangre. Por su alto contenido de vitamina F, el aceite de este tomate actúa sobre las capas más profundas de la piel, siendo utilizado para el tratamiento de las enfermedades dérmicas, en especial sobre las cicatrices. Después de algunos meses de aplicación diaria, se ha observado un ablandamiento de los cordones fibrosos y la recuperación de la pigmentación normal de la piel. Este mismo aceite elimina las arrugas faciales

#### **1.1.5. Usos**

Los usos medicinales que se le dan en Colombia y Ecuador están relacionados con las afecciones de garganta y gripe. El fruto o las hojas, previamente calentadas, se aplican en forma tópica contra la inflamación de amígdalas o anginas especialmente. Para la gripe, se debe consumir el fruto fresco en ayunas.

En fruto-terapia, el tomate de árbol es muy apreciado por la variedad de aplicaciones y excelentes resultados que deja en la piel.

Lo pueden consumir niños, jóvenes, adultos, mujeres embarazadas o madres lactantes y personas mayores. Por su aporte de provitamina A y

vitamina C, su consumo es adecuado para quienes tienen un mayor riesgo de sufrir carencias de dichas vitaminas.<sup>3</sup>

### **1.1.6. Adaptaciones y requerimientos climáticos**

Crece en climas de bosque húmedo montano con temperaturas entre los 13 y 24 °C. Se multiplica por semillas, que germinan con mucha facilidad.



### **1.1.7. Principales productores**

En el Ecuador las provincias donde se cultivan esta fruta son: Carchi, Imbabura, Pichincha, Tungurahua, Chimborazo, Bolívar, Cañar, Azuay y Loja. En total en el país se cultivan 14748 hectáreas, la provincia que más produce es Tungurahua con 8300 hectáreas.

## **1.2. Miel de Abeja**

### **1.2.1. Definición**



La miel es una sustancia viscosa, amarillenta y muy dulce, que producen las abejas transformando en su estómago el néctar de las flores, y devolviéndolo por la boca para llenar con él los panales.

### **1.2.2. Historia**

La miel tiene sus cualidades reconocidas y utilizadas por los seres humanos desde tiempos remotos, como alimento y para endulzar naturalmente con poder de endulzar dos veces mayor que el azúcar de caña.

Existen diversas referencias históricas a esta sustancia. Además de las citas bíblicas, muchos otros pueblos, como los antiguos egipcios o los griegos, por ejemplo, se referían a la miel como un producto sagrado.

<sup>3</sup>[http://www.pac.com.ve/index.php?option=com\\_content&view=article&catid=61&Itemid=84&id=4304](http://www.pac.com.ve/index.php?option=com_content&view=article&catid=61&Itemid=84&id=4304)

### 1.2.3. Composición

La miel se compone principalmente de 16 tipos de azúcares siendo dos los predominantes: la levulosa (fructosa) y la dextrosa (glucosa).

### 1.2.4. Beneficios

La miel de abeja tiene vitaminas A, B y C, sirve de regenerador de células de la piel, por lo que se usa para sanar heridas.

Es una gran fuente de energía, estimula la formación de glóbulos rojos porque posee ácido fólico, ayudando también a incrementar la producción de anticuerpos.



Es antiséptico, antibiótico, preservador y edulcorante natural. Si consumimos regularmente miel de abeja estaremos enriqueciendo nuestra alimentación, ya que esto tendrá un efecto emoliente porque ayudará a la digestión, vivificará y fortificará el pecho, los nervios y los pulmones.

Sus efectos sobre la piel son excelentes, es utilizada para quemaduras leves, ayuda a la cicatrización, ya que cura úlceras, granos y toda clase de impurezas.

Ejerce sobre el organismo no solo poder preventivo sino curativo en enfermedades como: desnutrición, afecciones cardíacas, estomacales, reumáticas, hígado, riñones, vejiga, cistitis, difteria, disentería, problemas nerviosos.

La OMS recomienda el uso de miel para el alivio de la tos en niños mayores de un año.

### 1.2.5. Propiedades

La miel de abeja posee:

✚ **Propóleo.-** Es un eficaz antibiótico natural que posee propiedades antibacteriales y antivirales, que ayudan a la formación de anticuerpos que estimulan el sistema inmunológico, aumentando la resistencia del organismo, protegiéndolo contra las infecciones en general y de agentes no específicos. Es un fungicida, anestésico, antiinflamatorio, cicatrizante, es activo contra estafilococos, estreptococos, salmonella, bacillus, proteusvulgaris, etc. y tiene las siguientes aplicaciones:

- ✓ Afecciones respiratorias
- ✓ Infecciones bucales:
- ✓ Afecciones digestivas
- ✓ Afecciones dermatológicas
- ✓ Afecciones genitourinarias
- ✓ Alivio sistemático de la psoriasis

*Pronto será considerado como uno de los mayores antibióticos del mundo actual.*<sup>4</sup>

### 1.2.6. Variedades

✚ Miel de flores

✚ Miel de mielada o mielato, rocío de miel, miel de rocío o miel de bosque

### 1.2.7. Recolección

El hombre recolecta la miel de estas celdas, con cuidado y con previos conocimientos. Una vez extraída se filtra y se envasa. Esta técnica se llama apicultura.



---

<sup>4</sup> [http://schullo.com.ec/productos/miel\\_abeja.html](http://schullo.com.ec/productos/miel_abeja.html)

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. PROYECTOS DE INVERSIÓN**

Un proyecto de inversión, es una serie de estrategias que se piensan poner en marcha, para dar eficiencia a alguna actividad u operación económica o financiera, con el fin de obtener un bien o servicio en las mejores condiciones y obtener una retribución.

Un proyecto debe ser una solución inteligente al problema de la satisfacción de las necesidades, que pueden ser diversa índole: alimentación, salud vivienda, recreación, comunicación, etc.

#### **2.1.1 Definición de Proyecto**

Una serie de planteamientos encaminados a la producción de un bien o la prestación de un servicio, con el empleo de una cierta metodología y con miras a obtener un determinado resultado, desarrollo económico o beneficio social.

#### **2.1.2 Definición de Inversión**

Es el conjunto de recursos que se emplean para producir un bien o servicio que pueda generar una utilidad.

#### **2.1.3 Definición de Proyectos de Inversión**

Es serie de planes que se piensan poner en marcha, para dar eficacia a alguna actividad u operación económica o financiera, con el fin de obtener un bien o servicio en las mejores condiciones y obtener una retribución.

Consta de un conjunto de antecedentes técnicos, legales, económicos (incluyendo mercado) y financieros que permiten juzgar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de asignar recursos a esa iniciativa.

### **2.1.3.1 Principales objetivos de un proyecto de inversión.**

- ✓ Verificar que existe un mercado potencial insatisfecho y que es viable, desde el punto de vista operativo, introducir en ese mercado el producto objeto del estudio.
- ✓ Demostrar que tecnológicamente es posible producirlo, una vez que se verificó que no existe impedimento alguno de todos los insumos necesarios para su producción.
- ✓ Demostrar que es económicamente rentable llevar a cabo su realización.

### **2.1.3.2 Orígenes de los Proyectos de Inversión.**

Los proyectos tienen su origen en la satisfacción de una necesidad; las mismas que pueden ser individuales y colectivas, por ejemplo en el primer caso, puede ser para quienes desean aprovechar las oportunidades de un negocio propio y en el segundo para la población a la que está dirigido.

El origen de los proyectos de inversión está dado por alguno de los siguientes casos o por una combinación de los mismos:

1. La existencia de una necesidad insatisfecha.
2. La existencia de sustituir exportaciones.
3. La posibilidad de agregar valor a las materias primas.
4. La posibilidad de competir a nivel internacional.
5. La necesidad de mantener la utilidad de productos perecederos.
6. La posibilidad de innovar o mejorar productos a menor costo.
7. La necesidad de aseguramiento de calidad en un producto.<sup>5</sup>

## **2.2. ESTUDIO DE MERCADO.**

### **2.2.1. Concepto.**

El mercado es el punto de encuentro de oferentes y demandantes de un bien o servicio.

---

<sup>5</sup>[http://qacontent.edomex.gob.mx/idc/groups/public/documents/edomex\\_archivo/ihaem\\_pdf\\_eh\\_27.pdf](http://qacontent.edomex.gob.mx/idc/groups/public/documents/edomex_archivo/ihaem_pdf_eh_27.pdf)

El estudio de mercado es un instrumento que provee una importante información a los inversionistas respecto a su propia conveniencia de llevarlo a cabo. <sup>6</sup>

## **2.2.2. Clases de mercado**

### **2.2.2.1. Según el monto de la mercancía**

- ✓ **Mercado Total.-** Conformado por el universo con necesidades que pueden ser satisfechas por la oferta de una empresa.
- ✓ **Mercado Potencial.-** Conformado por el mercado total que además de desear un servicio, un bien está en condiciones de adquirirlas.
- ✓ **Mercado Meta.-** Es el mercado que la empresa desea y decide captar.
- ✓ **Mercado Real.-** Representa el segmento al cual se ha logrado llegar.

### **2.2.2.2. Otros tipos de mercado**

- ✓ **Mercado mayorista.-** Se venden mercaderías al por mayor y en grandes cantidades.
- ✓ **Mercado Minorista.-** Llamado también de abastos, donde se venden en pequeñas cantidades directamente a los consumidores.

## **2.2.3. Objetivo del estudio de mercado**

El estudio de mercado busca estimar la cantidad de bienes y servicios que la comunidad adquiriría. <sup>7</sup>

## **2.2.4 Demanda**

Se define como la cantidad de bienes o servicios que están dispuestos a comprar los consumidores y/o usuarios, considerando un precio y en un periodo.

---

<sup>6</sup> FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS – Marcial Córdoba Padilla.

<sup>7</sup> FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS – Marcial Córdoba Padilla.



#### **2.2.4.1 Tipos de demanda**

- ✓ **Demanda Potencial.-** está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se podrían consumir o utilizar en un tiempo determinado.
- ✓ **Demanda Real.-** constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan actualmente.
- ✓ **Demanda Efectiva.-** es la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridas por el mercado.

#### **2.2.5. Oferta**

Se define como la cantidad ofrecida de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a un cierto precio.<sup>8</sup>

#### **2.2.6. Plan de Comercialización**

##### **2.2.6.1. Producto**

Es la descripción pormenorizada del producto o servicio que ofrecerá, destacando sus principales características.

##### **2.2.6.2. Precio**

Es la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios, o como la cantidad de dinero, que es necesario entregar para adquirir un bien<sup>9</sup>.

##### **2.2.6.3. Plaza**

Es el lugar donde se coloca el producto para su comercialización, este lugar será el adecuado previo a la realización de los estudios pertinentes.

##### **2.2.6.3.1. Canales de distribución**

Es la ruta o medio tomada por la propiedad de las mercancías a medida que estas se mueven del productor al consumidor final.

---

<sup>8</sup> [es.wikipedia.org/wiki/Oferta\\_y\\_demanda](https://es.wikipedia.org/wiki/Oferta_y_demanda)

<sup>9</sup> FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS – Marcial Córdoba Padilla.

- ✓ **Canal directo (Circuitos cortos de comercialización).** El productor o fabricante vende el producto o servicio directamente al consumidor sin intermediarios..
- ✓ **Canal indirecto.** Un canal de distribución suele ser indirecto, porque existen intermediarios entre el proveedor y el usuario o consumidor final.

#### **2.2.6.4. Promoción y Publicidad**

**2.2.6.4.1. Promoción.-** es el conjunto de actividades que se realizan con el objetivo de incrementar ventas.

**2.2.6.4.2. Publicidad.-** es la comunicación impersonal que hace posible llegar a los lugares más lejanos, influye directamente sobre la actitud de las personas <sup>10</sup>

### **2.3 ESTUDIO TECNICO.**

Determina la necesidad de capital y la mano de obra necesaria para la ejecución del proyecto.<sup>11</sup>

#### **2.3.1. Tamaño del proyecto**

Es la capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día mes o año, dependiendo del tipo de proyecto.

**Las variables determinantes del tamaño de un proyecto son:**

- La dimensión y características del mercado.
- La tecnología del proceso productivo.
- La disponibilidad de insumos y materia prima.
- La localización.
- Los costos de inversión y de operación.
- El financiamiento del proyecto.

---

<sup>10</sup> Elaboración y Evaluación de proyectos de Inversión – Módulo 10  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

<sup>11</sup> FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS – Marcial Córdoba Padilla.

### **2.3.1.1 Capacidad diseñada**

“Corresponde al nivel máximo posible de producción o prestación de servicios.

### **2.3.1.2 Capacidad Instalada**

Corresponde al nivel máximo de producción o prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanentemente.

### **2.3.1.3. Capacidad Utilizada**

Es el porcentaje de la capacidad instalada que en promedio se está utilizando, teniendo en cuenta las contingencias de producción de ventas, durante un tiempo determinado.”<sup>12</sup>

## **2.3.2. Localización**

Es el análisis de las variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo.

### **2.3.2.1. Localización de la empresa**

- Próxima a las materias primas: Algunas empresas necesitan gran cantidad de materias primas
- Cercana a los mercados: Hay empresas que les da igual donde estén entonces se colocan donde la demanda sea mayor.
- En función de otras características del entorno: Deberá ubicarse donde exista mano de obra suficientemente formada.

### **2.3.2.2. Macro- localización**

“Tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y demanda y la

---

<sup>12</sup> FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS – Marcial Córdoba Padilla.

infraestructura existente, debe indicarse con un mapa del país o región dependiendo del área de influencia del proyecto.

### **2.3.2.3. Micro- localización**

Abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará.”<sup>13</sup>

### **2.3.3. Ingeniería del proyecto**

Es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto.

**2.3.3.1. Maquinaria.-** es un conjunto de piezas o elementos móviles y fijos cuyo funcionamiento posibilita realizar un trabajo con un fin determinado.

**2.3.3.2. Equipo.-** son los elementos necesarios para la elaboración del producto.

**2.3.3.3. Flujogramas:** Es la representación gráfica de la secuencia de actividades de un proceso, muestra lo que se realiza en cada etapa<sup>14</sup>

### **2.3.3.4. Distribución de la planta**

Orienta al ahorro de recursos, esfuerzos y otras demandas ya que esta tiene distribuido todas sus áreas.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS – Marcial Córdoba Padilla.

<sup>14</sup> [www.monografias.com/.../flujograma/flujograma.shtml](http://www.monografias.com/.../flujograma/flujograma.shtml) -

<sup>15</sup> [www.mitecnologico.com/.../DefinicionDeDistribucionDePlanta](http://www.mitecnologico.com/.../DefinicionDeDistribucionDePlanta)

## 2.4. ESTUDIO LEGAL- ADMINISTRATIVO

### 2.4.1. Estudio Legal

Toda empresa para su libre operación debe cubrir ciertos requisitos exigidos por la ley, así tenemos:

#### 2.4.1.1. Base legal

- ✓ **Razón social.-** es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo que debe ser conformado de acuerdo a la ley.
- ✓ **Domicilio.-** debe indicar el lugar donde se encuentra ubicada, en caso de ser requerido por los clientes o por alguna persona jurídica.
- ✓ **Objeto.-** debe indicar claramente el motivo por el cual se creó y que actividad va a realizar.
- ✓ **Capital social.-** es el monto con el cual se puso en marcha las operaciones.
- ✓ **Tiempo de duración.-** toda actividad tiene un tiempo determinado sobre el cual se medirá resultados, es por ello que debe indicar el tiempo por el cual operará.
- ✓ **Representante legal.-** Será la persona encargada de representar legal y jurídicamente a la empresa, es el responsable absoluto por sus actividades.<sup>16</sup>
- ✓ **Acta Constitutiva.-** es un documento certificador de la constitución legal de la empresa.

#### 2.4.1.2. Tipos de Compañías

- ✓ Compañía en nombre colectivo
- ✓ Compañía en comandita simple
- ✓ Compañía en comandita por acciones
- ✓ Compañía de responsabilidad limitada
- ✓ Compañías anónimas
- ✓ Compañías de economía mixta.

---

<sup>16</sup> Elaboración y Evaluación de proyectos de Inversión – Módulo 10  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

## **2.4.2. Estudio Administrativo**

### **2.4.2.1. Niveles Jerárquicos**

- ✓ **Nivel Legislativo.-** Junta General de Accionistas
- ✓ **Nivel Ejecutivo .-** Gerente
- ✓ **Nivel Operativo.-** Jefes Departamentales, Obreros, Vendedores
- ✓ **Nivel Auxiliar.-** Secretaria, Chofer , Ayudantes
- ✓ **Nivel Asesor.-** Asesor Jurídico

### **2.4.2.2. Organigramas**

Se define como la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución.<sup>17</sup>

Un organigrama puede contener:

- ✓ Títulos de descripción condensada de las actividades.
- ✓ Nombre del funcionario que formuló las cartas.
- ✓ Fecha de formulación.
- ✓ Aprobación (del presidente, vicepresidente ejecutivo, consejo de organización, etc.).
- ✓ Leyenda (explicación de líneas y símbolos especiales)

#### **2.4.2.2.1 Tipos de Organigramas**

- ✓ **Estructurales.-** muestra los cargos existentes dentro de la empresa y estos indican la jerarquía de los empleados.
- ✓ **Funcionales.-** incluyen, además, un texto que expresa las principales funciones o labores de las unidades.
- ✓ **Posicionales.-** indican el puesto que ocupa cada uno de los empleados así como la cadena de mando.

---

<sup>17</sup> [www.promonegocios.net/.../tipos-de-organigramas.html](http://www.promonegocios.net/.../tipos-de-organigramas.html)

### 2.4.2.3. Manual funciones

Es un instrumento de trabajo que contiene el conjunto de normas, tareas, cadena de mando y funciones que deben desarrollar cada uno de los empleados.<sup>18</sup>

## 2.5. ANÁLISIS FINANCIERO

**2.5.1. Activos fijos.-** se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones.<sup>19</sup>

**2.5.2. Activos diferidos.-** son todos los recursos que son pagados para obtener un beneficio futuro.<sup>20</sup>

**2.5.3. Financiamiento.-** se define como las fuentes que permitirán la obtención de recursos, con los cuales se podrá poner en marcha el proyecto.

**2.5.4. Capital de trabajo.-** son aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar.<sup>21</sup>

**2.5.5. Presupuesto.-** es el cálculo anticipado de los ingresos y gastos de una actividad económica durante un período, por lo general en forma anual.

**2.5.6. Depreciaciones.-** la depreciación es la pérdida de valor contable que sufren los activos fijos por el uso a que se les somete y su función productora de renta.

**2.5.7. Estado de pérdidas y ganancias.-** muestra los ingresos y gastos, así como la utilidad o pérdida resultante de las operaciones de la compañía durante un periodo determinado.

---

<sup>18</sup> [www.dgr.lapampa.gov.ar/.../MANUAL%20DE%20FUNCIONES.pdf](http://www.dgr.lapampa.gov.ar/.../MANUAL%20DE%20FUNCIONES.pdf)

<sup>19</sup> [www.mitecnologico.com/.../ConceptoClasificacionActivoFijo](http://www.mitecnologico.com/.../ConceptoClasificacionActivoFijo)

<sup>20</sup> [www.wikilearning.com/...activos...activos\\_diferidos](http://www.wikilearning.com/...activos...activos_diferidos)

<sup>21</sup> [es.wikipedia.org/wiki/Capital\\_de\\_trabajo](http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_de_trabajo) –

**2.5.8. Punto de equilibrio.-** es aquel punto de actividad (volumen de ventas) donde los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, el punto de actividad donde no existe utilidad ni pérdida.<sup>22</sup>

**2.5.9. Flujo de caja.-** Es un resumen de las entradas y salidas en efectivo

## **2.6. EVALUACIÓN FINANCIERA**

**2.6.1. Valor actual neto (VAN).-** es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto.<sup>23</sup>

**2.6.2. Tasa interna de retorno (TIR).-** está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero.<sup>24</sup>

**2.6.3. Período de recuperación de Capital.-** es el número esperado de períodos que se requieren para que se recupere la inversión original<sup>25</sup>

**2.6.4. La relación beneficio costo (B/C).-** La relación beneficio/costo es un indicador que mide el grado de desarrollo y bienestar que un proyecto puede generar a una comunidad.<sup>26</sup>

**2.6.5. Análisis de Sensibilidad.-** es el aumento de costos y la disminución de ingresos, o viceversa, que provocan ajustes en la implementación de un negocio, este análisis permite establecer los riesgos.

---

<sup>22</sup> Gabriel Baca Urbina.2001. Evaluación de Proyectos. Cuarta Edición

<sup>23</sup> [es.wikipedia.org/wiki/Valor\\_actual\\_net](https://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_net)

<sup>24</sup> EVALUACIÓN DE PROYECTOS – Gabriel Baca Urbina 2001 – Cuarta Edición

<sup>25</sup> FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS – Marcial Córdoba Padilla

<sup>26</sup> [www.scribd.com/doc/.../Relacion-Beneficio-Costo](http://www.scribd.com/doc/.../Relacion-Beneficio-Costo)



## *e. Materiales y Métodos*

### **1. Materiales**

- ✓ Suministros de oficina
- ✓ Equipo de computo
- ✓ Bibliografía
- ✓ Flash memory

### **2 Métodos**

Para el desarrollo del presente proyecto se utilizaron los siguientes métodos:

- ✓ **Método Deductivo.-** se pueden extraer conclusiones particulares a partir de hechos generales.

Se lo aplicó en el Estudio de Mercado, al segmentar la población en familias, para recopilar información, con la cual se realizó estudios posteriores.

- ✓ **Método Inductivo.-** se establecen conclusiones generales a partir de un hecho en particular.

Con la información recopilada se elaboraron estudios: de Mercado, Técnico, Legal - Administrativo y Financiero, para luego establecer conclusiones y recomendaciones generales

### **3. Técnicas**

En el desarrollo del presente proyecto para la aplicación de los métodos se requirieron las siguientes técnicas:

- ✓ **Observación Directa.-** permite determinar aspectos cualitativos y cuantitativos relacionados con el objeto observado.

Permitió observar el comportamiento de los oferentes y demandantes.

- ✓ **Encuestas.-** permite extraer información de un determinado grupo de personas (muestra) de forma concreta y precisa para determinar conclusiones generales de una población.

Mediante esta técnica se logró obtener información sobre las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores, se la aplico a un total de 44856 familias.

- ✓ **Entrevistas.-** consiste en un cuestionario elaborado, este puede ser abierto o cerrado el cual se desarrolla de forma verbal con el entrevistado.

Esta técnica se la aplico a las farmacias (108 <sup>27</sup>) y centros naturistas (3 <sup>28</sup>) de la ciudad de Loja, para determinar la oferta de jarabes naturales antiinflamatorios y antitusígenos.

#### **4. Definición de la población**

- ✓ **Población o Universo.-** La ciudad de Loja cuenta con una población de 179424 habitantes.<sup>29\*</sup>

- ✓ **Tamaño de la Muestra.-** permitió determinar el número de encuestas que se aplicaron a las familias lojanas, considerando los datos del INEC según el censo realizado en el año 2010.

---

<sup>27</sup> MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA DEL ECUADOR (Departamento de Control Sanitario – Farmacias)

<sup>28</sup> Cámara de la Pequeña Industria CAPIL

<sup>29</sup> \*Proyección elaborada por la aspirante con una tasa de crecimiento del 2,65% (INEC Censo 2010)

**CUADRO N° 1**  
**POBLACIÓN HABITANTES DE LA CIUDAD DE LOJA**  
**TASA DE CRECIMIENTO**  
**2,65%**

Parroquias	Proyección de la Población		
	2010	2011	2012
Valle	30695	31508	32343
Sucre	69388	71227	73114
El sagrario	15162	15564	15976
San Sebastián	55035	56493	57991
<b>Total</b>	<b>170280</b>	<b>174792</b>	<b>179424</b>

Fuente: INEC 2010  
 Elaboración: La autora

**Determinación del tamaño de la muestra**

**CUADRO N° 2**  
**INTEGRANTES POR FAMILIA**

Parroquias	# de Integrantes x familia	Promedio
Valle	3,90	3,74 = 4
Sucre	3,82	
El sagrario	3,43	
San Sebastián	3,81	
Total	14,96	

Fuente: INEC 2010  
 Elaboración: La autora

**Fórmula:**

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

**Simbología:**

**n**= Tamaño de la Muestra

**N**= Tamaño de la Población

**e**= margen de error del 5%= 0.05

Para la determinación del tamaño de la muestra se procedió a dividir la población total para 4 miembros que conforman una familia así tenemos 44856 familias, de esta manera utilizamos la siguiente fórmula.

$$N = \frac{179424}{4}$$

$$N = 44856 \text{ Familias}$$

### Muestra

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

$$n = \frac{44856}{1 + (0,05)^2 (44856)}$$

$$n = 396,56$$

$$n = 397$$

### Distribución de la muestra por parroquias

El Total de encuestas es de 397, las mismas que se aplicaron a las familias de las parroquias de la ciudad de Loja, la muestra se describe en el cuadro siguiente:

**CUADRO N°3  
NÚMERO DE ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS DEL  
SECTOR URBANO DE LA CIUDAD DE LOJA**

Parroquias	Población 2012	Familia 4 integrantes	# de encuestas	%
Valle	32343	8086	72	18,03%
Sucre	73114	18279	162	40,75%
El sagrario	15976	3994	35	8,90%
San Sebastián	57991	14498	128	32,32%
<b>Total</b>	<b>179424</b>	<b>44856</b>	<b>397</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: INEC 2010  
Elaboración: La autora

## OFERTA

### CUADRO N°4 FARMACIAS DE LA CIUDAD DE LOJA

N°	Grupo N° 1	N°	Grupo N° 2	N°	Grupo N° 3
1	AMERICANA (CRUZ AZUL)	19	ALEMANA	37	AUXILIADORA
2	ANDREY	20	AMERICANA (SUCURSAL)	38	HISPANA
3	CUXIBAMBA	21	ANGÉLICA	39	CASTELLANA
4	IDEAL	22	DANIEL ÁLVAREZ	40	ELOY ALFARO (SUCURSAL)
1	FYBECA (LA TEBAIDA)	23	ESPÍRITU SANTO	41	ECUATORIANA
6	MEDICA	24	GALENOS (CRUZ AZUL)	42	GRAN COLOMBIA
7	MODELO	25	IBEROÁMERICA	43	MARIELIZA
8	REINA DEL CISNE (SUCURSAL)	26	KATHERINE(CRUZ AZUL)	44	ISRAEL
9	SALUD (CRUZ AZUL)	27	LOURDES	45	SANTA ANA (MIGUEL RIOFRÍO)
10	NACIONAL SAN ANTONIO	28	LA PRADERA	46	DIVINO NIÑO
11	SAN LUIS	29	DANIEL ELIAS	47	MÉDICOS
12	SANA SANA VIRGEN DEL CISNE	30	PICHINCHA (SUCURSAL)	48	MARIA FERNANDA
13	SANTA MARIA	31	SUR	49	NACIONAL (SUCURSAL)
14	SAIFYDE	32	SANTA ANA (JOSE FELÍX)	50	SANTA INES
15	SU FARMACIA	33	SANTA MARIANITA	51	SEÑOR DE LOS REMEDIOS
16	REINA DE LA NUBE	34	JERUSALEN (SUCURSAL)	52	SALUD Y VIDA
17	SANTA LUCIA	35	SINAI	53	COLOMBIA
18	SAN GREGORIO	36	JORGE DAVID	54	PICHINCHA PRINCIPAL
N°	Grupo N° 4	N°	Grupo N°5	N°	Grupo N° 6
55	CRISTO REY	73	ANA MARÍA	91	AMAZONAS NORTE
56	GABRIELA	74	BIOQUÍMICOS	92	COLON
57	ELOY ALFARO (PRINCIPAL)	75	CENTRAL	93	DOLOROSA (CRUZ AZUL)
58	ESPAÑOLA	76	SANA SANA (PRIMERO DE MAYO)	94	EL ROSARIO
59	FAMILIAR	77	DEL PUEBLO	95	SAN JOSÉ
60	GENÉISIS	78	FRANCESA	96	LOS ANDES
61	JERUSALEN (PRINCIPAL)	79	BAYER	97	NACIONAL (PRINCIPAL)
62	LOJA	80	FYBECA (RIO ZAMORA)	98	MARIA PAULA
63	SANTA ANA (LAURO GUERRERO)	81	MANATIAL	99	SANA SANA (BENJAMÍN CARRIÓN)
64	PASTEUR	82	MODELO PLUS	100	SAN PABLO
65	SAN CARLOS 1	83	SANA SANA (PIO JARAMILLO)	101	SAN CARLOS (PRINCIPAL)
66	SAN DIEGO	84	REINA DEL CISNE (PRINCIPAL)	102	SANTA ANITA
67	FARMAHORRO	85	SANA SANA (ALONSO DE MERCADILLO)	103	SANTA FÉ (PRINCIPAL)
68	SANTA LUCIA	86	SAN ISIDRO	104	SANTA FÉ (SUCURSAL)
69	SAN SEBASTIAN (SUCURSAL)	87	NACIONAL (SAN SEBASTIAN)	105	SAN CRISTÓBAL
70	SAN CAMILO LESLLI	88	SARA BETSABE	106	SONIA JUDITH
71	VIDA	89	SILVANA PATRICIA	107	FARMAAMIGA
72	MARILÚ	90	VICTORIA (CRUZ AZUL)	108	IV CENTENARIO

**Fuente:** MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA DEL ECUADOR (Departamento de control sanitario – Farmacias)

**Elaboración:** La autora

**CUADRO N°5  
CENTROS NATURISTAS DE LA CIUDAD DE LOJA**

<b>NOMBRE</b>	<b>DIRECCIÓN</b>
<b>ALIVINATU</b>	10 de Agosto y Bernardo Valdivieso
<b>CENTRO NATURISTA ORIENTAL</b>	Av. Universitaria 09-38y Miguel Riofrío
<b>CENTRO NATURISTA VILCABAMBA</b>	10 de Agosto 15-68 y 18 de Noviembre

Fuente: CAPIL

Elaboración: La autora

Luego de obtener la muestra se aplicaron las técnicas antes mencionadas con lo que se logró determinar los clientes reales y potenciales del producto.

Una vez obtenida la información se procedió al ordenamiento, clasificación y sistematización de la misma mediante cuadros y gráficos, para así dar coherencia a los resultados.

## f. Resultados

### TABULACIÓN ANÁLISIS, REPRESENTACIÓN GRÁFICA E INTERPRETACIÓN DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA

Marque con una X las respuestas que a su criterio considere conveniente:

#### 1. ¿Cuántas personas integran su familia?

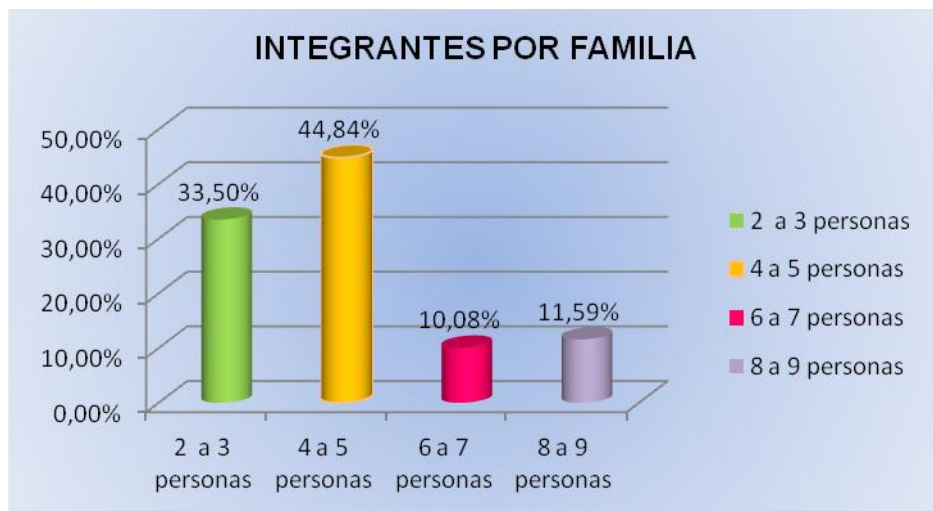
**CUADRO N° 6  
INTEGRANTES POR FAMILIA**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
2 a 3 personas	133	11,34%
4 a 5 personas	178	17,13%
6 a 7 personas	40	31,23%
8 a 9 personas	46	18,14%
<b>Total</b>	<b>397</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

**GRÁFICO N°1**



#### **INTERPRETACIÓN:**

El 44,84% de las familias lojanas están compuestas de 4 a 5 personas, el 33,50% de 2 a 3 personas, mientras que el 10,08% están integradas de 6 a 7 personas.

**CUADRO N° 7**  
**PROMEDIO DE INTEGRANTES POR FAMILIA**

Variable	Frecuencia	Porcentaje	xm	xm * f
<b>2 a 3 personas</b>	133	11,34%	2,5	332,5
<b>4 a 5 personas</b>	178	17,13%	4,5	801
<b>6 a 7 personas</b>	40	31,23%	6,5	260
<b>8 a 9 personas</b>	46	18,14%	8,5	391
<b>Total</b>	397	100,00%		1784,50

Elaboración: La Autora  
Fuente: Cuadro N° 6

$$P = \frac{\sum X_m \cdot f}{n}$$

$$P = \frac{1784,50}{397}$$

$$P = \$ 4,49 \rightarrow P = 4 \text{ Personas}$$

Las familias lojanas en promedio están compuestas por cuatro integrantes.



## 2. En su familia mensualmente ¿Cuáles son sus ingresos?

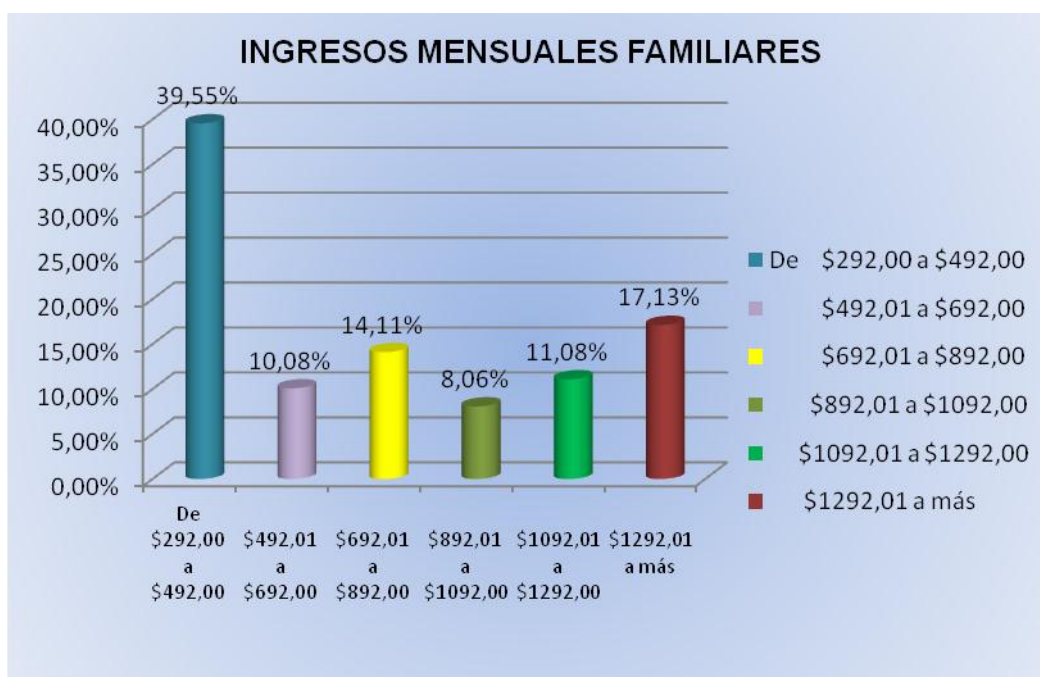
**CUADRO N° 8  
INGRESOS MENSUALES FAMILIARES**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De \$292,00 a \$492,00	157	39,55%
\$492,01 a \$692,00	40	10,08%
\$692,01 a \$892,00	56	14,11%
\$892,01 a \$1092,00	32	8,06%
\$1092,01 a \$1292,00	44	11,08%
\$1292,01 a más	68	17,13%
<b>Total</b>	<b>397</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 2**



### INTERPRETACIÓN:

El 39,55% de las familias lojanas encuestadas tienen ingresos mensuales de \$292 a \$492, el 17,13% posee ingresos superiores a los \$1292, el 14,11% de \$692,01 a \$892, mientras que el 8,06% tiene ingresos de \$892,01 a \$1092 mensualmente, los cuáles les permiten satisfacer sus necesidades y por ende elevar su calidad de vida

**CUADRO N° 9**  
**PROMEDIO DE INGRESOS MENSUALES FAMILIARES**

Variable	Frecuencia	Porcentaje	xm	xm * f
De \$292,00 a \$492,00	157	39,55%	392	61544
\$492,01 a \$692,00	40	10,08%	592	23680
\$692,01 a \$892,00	56	14,11%	792	44352
\$892,01 a \$1092,00	32	8,06%	992	31744
\$1092,01 a \$1292,00	44	11,08%	1192	52448
\$1292,01 a más	68	17,13%	1392	94656
<b>Total</b>	<b>397</b>	<b>100,00%</b>		<b>308425</b>

Elaboración: La Autora  
Fuente: Cuadro N° 8

$$P = \frac{\sum Xm \cdot f}{n}$$

$$P = \frac{\$ 308425}{397}$$

$$P = \$ 776,89 \text{ mensuales} * 12 \text{ meses.}$$

$$IPA = \$ 9322,67$$

El promedio de ingresos mensuales de las familias lojanas de \$776,89.

3. ¿Ha padecido últimamente un miembro de su familia algún problema respiratorio agudo como faringitis o síndrome gripal?

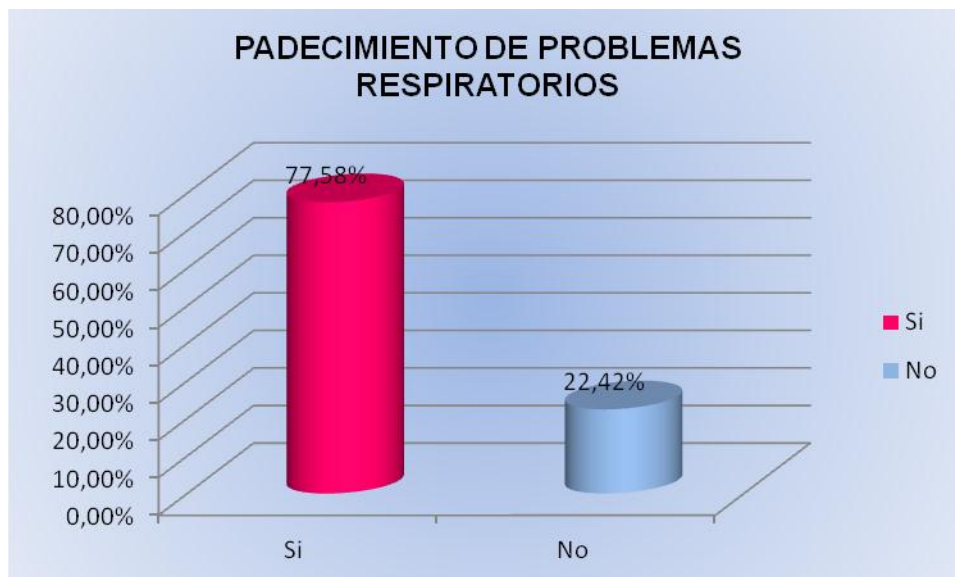
**CUADRO N° 10**  
**PADECIMIENTO DE PROBLEMAS RESPIRATORIOS**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	308	77,58%
No	89	22,42%
Total	397	100,00%

Elaboración: La Autora

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 3**



**INTERPRETACIÓN:**

De las familias lojanas encuestadas el 77,58% de ellas ha padecido últimamente de algún proceso respiratorio agudo como síndrome gripal o faringitis debido a los continuos cambios climáticos y a la contaminación ambiental, mientras que el 22,42% no ha hecho, ya que tratan en lo posible de cuidar su salud protegiéndose del frío y consumiendo constantemente vitaminas que prevengan estas afecciones.

4. ¿Cuántas veces al año en su familia se padece de afecciones respiratorias (tos, congestión nasal, dolor de garganta, etc.)

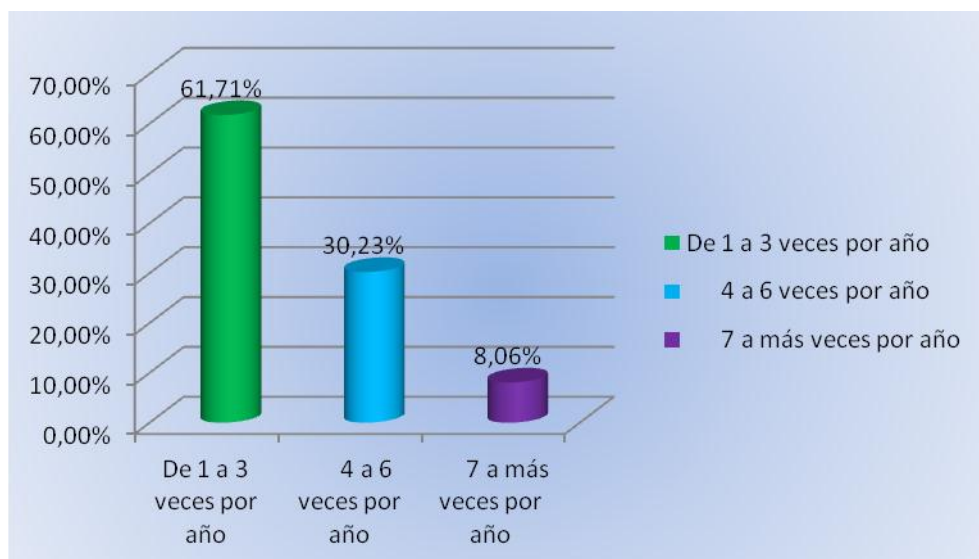
**CUADRO N° 11  
VECES QUE SE ENFERMAN**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 3 veces por año	245	61,71%
4 a 6 veces por año	120	30,23%
7 o más veces por año	32	8,06%
<b>Total</b>	<b>397</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 4**



**INTERPRETACIÓN:**

El 61,71% de las familias lojanas encuestadas padecen de afecciones respiratorias de 1 a 3 veces por año debido a los bruscos y continuos cambios climáticos, el 30,23% de 4 a 6 veces por año debido a la contaminación ambiental, mientras que el 8,06% de 7 veces a más cada año debido a que están expuestas a continuos cambios de temperatura.

**CUADRO N° 12**  
**PROMEDIO DE VECES QUE SE ENFERMAN**

Variable	Frecuencia	Porcentaje	xm	xm * f
De 1 a 3 veces por año	245	61,71%	2	490
4 a 6 veces por año	120	30,23%	5	600
7 o más veces por año	32	8,06%	7,5	240
<b>Total</b>	<b>397</b>	<b>100,00%</b>		<b>1330</b>

Elaboración: La Autora  
Fuente: Cuadro N° 11

$$P = \frac{\sum X_m \cdot f}{n}$$

$$P = \frac{1330}{397}$$

$$P = 3,35 \rightarrow P = 3 \text{ veces por año}$$

En promedio, las familias lojanas padecen 3 veces al año de problemas respiratorios.

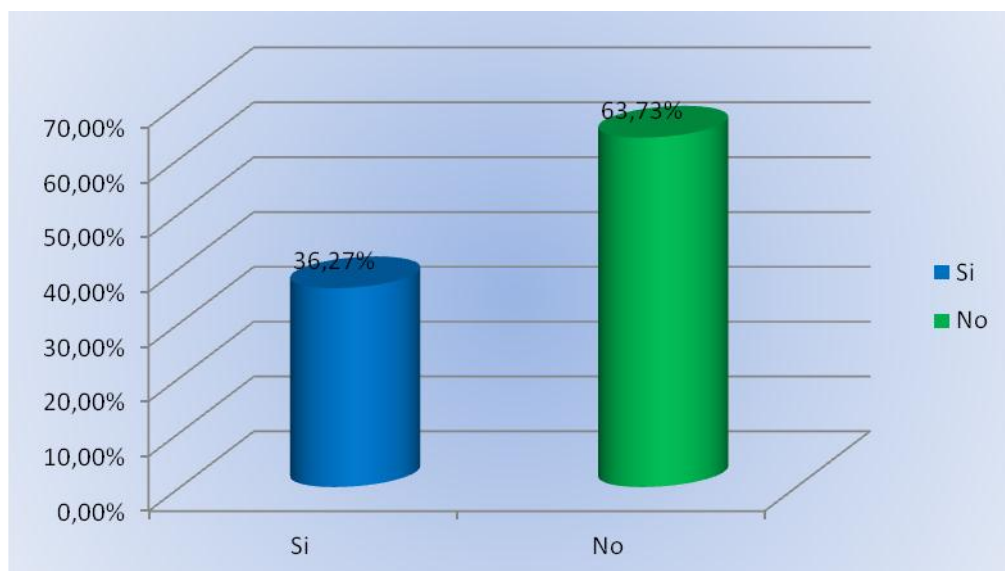
5. ¿En su familia se consumen jarabes naturales antiinflamatorios y antitúxicos?. En caso de ser NO su respuesta, pase a la pregunta N°12.

**CUADRO N° 13**  
**CONSUMO DE JARABES NATURALES**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	144	36,27%
No	253	63,73%
<b>Total</b>	<b>397</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora  
Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 5**



**INTERPRETACIÓN:**

De las encuestas aplicadas a las familias lojanas el 63,73% de ellas no consumen jarabes naturales debido a que no poseen muchos conocimientos sobre estos jarabes o no les tienen confianza; mientras que el 36,27% restante afirma que si los consume ya que los productos naturales son mejores sin tantos químicos y además son más confiables, adquieren jarabes tales como: El Abrilar, de rábano, Rowetos, Propóleo, y Aceite de bacalao.

## 6. ¿Cómo califica la efectividad del jarabe que usted compra?

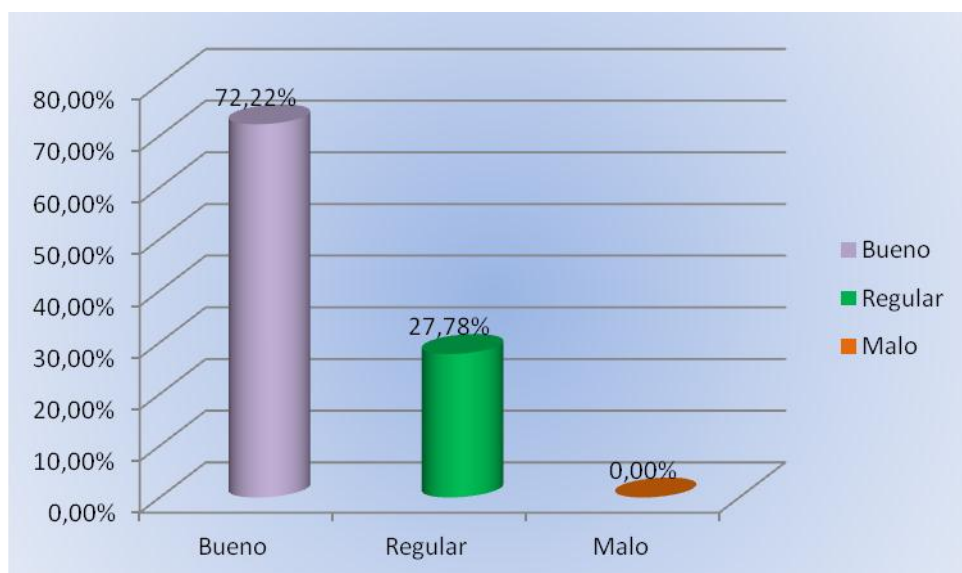
**CUADRO N° 14**  
**CALIFICACIÓN DEL JARABE**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	104	72,22%
Regular	40	27,78%
Malo	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 6**



### **INTERPRETACIÓN:**

De las encuestas aplicadas a las familias lojanas el 72,22% de ellas lo califican al jarabe que consumen como bueno debido a que cumple con sus expectativas, mientras que el 27,78% restante lo califica como regular debido a que en ocasiones no satisface sus necesidades.

7. ¿Qué cantidad de frascos de jarabe usted compra trimestralmente?

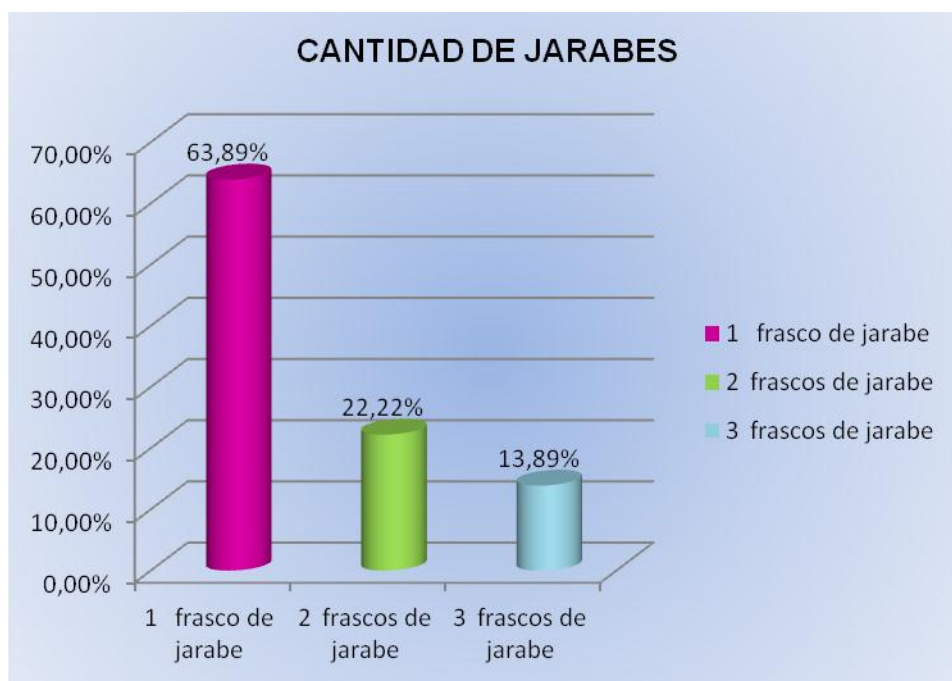
**CUADRO N° 15  
CANTIDAD DE JARABES**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
<b>1 frasco de jarabe</b>	92	63,89%
<b>2 frascos de jarabe</b>	32	22,22%
<b>3 frascos de jarabe</b>	20	13,89%
<b>Total</b>	144	100,00%

Elaboración: La Autora

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 7**



**INTERPRETACIÓN:**

El 63,89% de las familias lojanas encuestadas afirman que trimestralmente adquieren 1 frasco de jarabe para la tos, mientras que tan solo el 13,89% adquieren 3 frascos.



**CUADRO N° 16**  
**PROMEDIO TRIMESTRAL DE JARABES**

Variable	Frecuencia	Porcentaje	xm	xm * f
<b>1 frasco de jarabe</b>	92	63,89%	1	92
<b>2 frascos de jarabe</b>	32	22,22%	2	64
<b>3 frascos de jarabe</b>	20	13,89%	3	60
<b>Total</b>	144	100,00%		216

Elaboración: La Autora  
Fuente: Cuadro N° 15

$$P = \frac{\sum X_m \cdot f}{n}$$

$$P = \frac{216}{144}$$

$$P = 1,5 \rightarrow P = 1 * 4 = 6$$

*CPA = 6 frascos de jarabe*

En promedio, las familias lojanas adquieren anualmente 6 frascos de jarabe.

## 8. ¿Cuánto paga por cada frasco de jarabe?

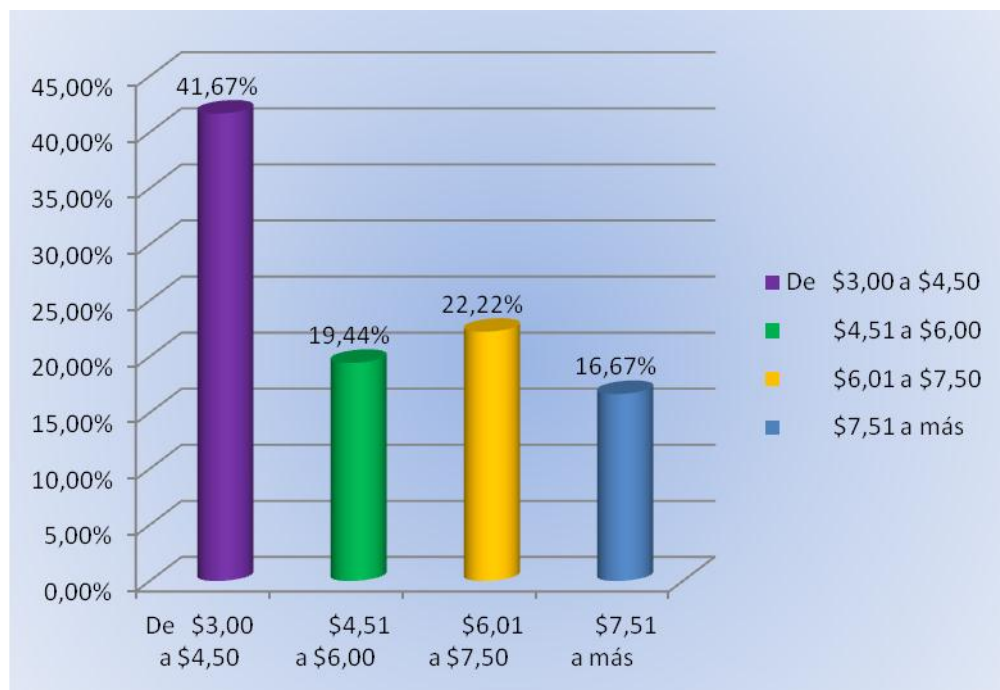
**CUADRO N° 17  
PRECIO DEL JARABE**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De \$3,00 a \$4,50	60	41,67%
\$4,51 a \$6,00	28	19,44%
\$6,01 a \$7,50	32	22,22%
\$7,51 a más	24	16,67%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 8**



### INTERPRETACIÓN

El 41,67% de las familias lojanas encuestadas pagan por el jarabe que compran de \$3 a \$4,50 ya que el precio es cómodo, el 22,22% paga de \$6,01 a \$7,50 ya que este valor es accesible, mientras que el 16,67% paga más de \$7,51 debido a la efectividad del jarabe

**CUADRO N° 18  
PROMEDIO DEL PRECIO DEL JARABE**

Variable	Frecuencia	Porcentaje	xm	f * xm
De \$3,00 a \$4,50	60	41,67%	3,75	225,00
\$4,51 a \$6,00	28	19,44%	5,26	147,14
\$6,01 a \$7,50	32	22,22%	6,76	216,16
\$7,51 a más	24	16,67%	8,26	198,12
<b>Total</b>	144	100,00%		786,42

Elaboración: La Autora  
Fuente: Cuadro N° 17

$$P = \frac{\sum Xm \cdot f}{n}$$

$$P = \frac{786,42}{144}$$

$$P = \$5,46$$

$$PP = \$5,46$$

Las familias lojanas en promedio pagan por cada frasco de jarabe \$5,46.

## 9. ¿En dónde adquiere los jarabes?

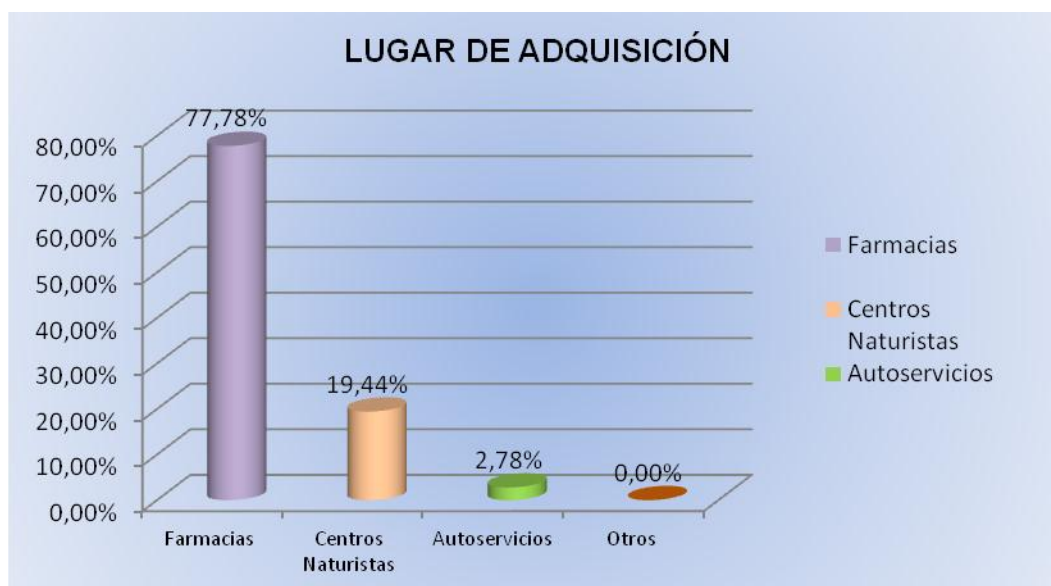
**CUADRO N° 19**  
**LUGAR DE ADQUISICIÓN**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Farmacias	112	77,78%
Centros Naturistas	28	19,44%
Autoservicios	4	2,78%
Otros	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 9**



### INTERPRETACIÓN:

El 77,78% de las familias encuestadas adquieren sus jarabes en farmacias debido a que es más seguro, el 19,44% en centros naturistas ya que en estos lugares son especialistas en productos naturales y tan solo el 2,78% en autoservicios por comodidad.

## 10. ¿Por qué medio conoció de la existencia del producto?

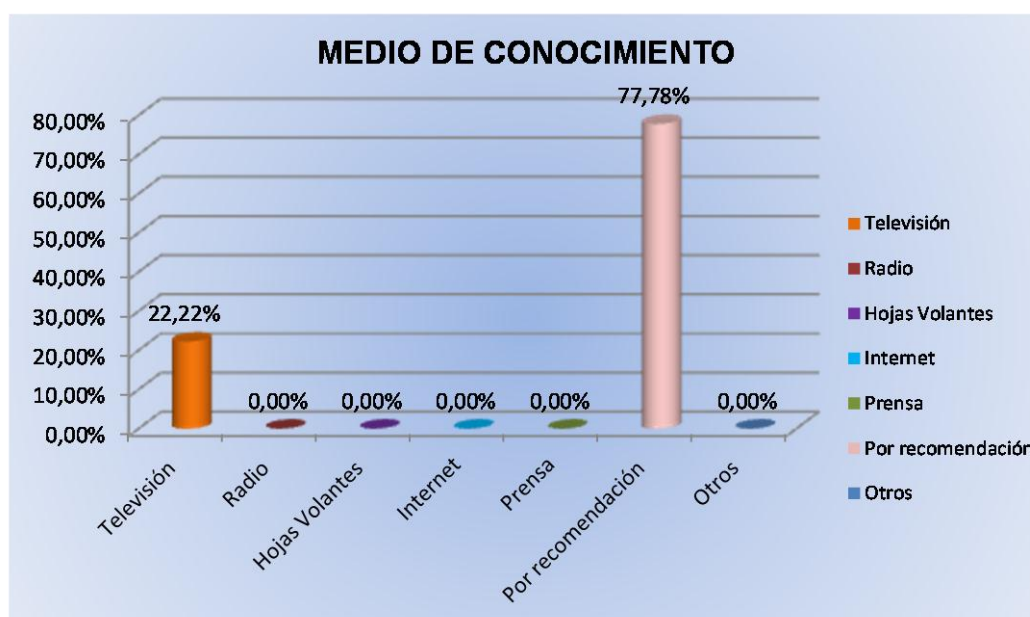
**CUADRO N° 20  
MEDIO DE CONOCIMIENTO**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	32	22,22%
Radio	0	0,00%
Hojas Volantes	0	0,00%
Internet	0	0,00%
Prensa	0	0,00%
Por recomendación	112	77,78%
Otros	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 10**



### INTERPRETACIÓN:

El 77,78% de las familias lojanas encuestadas afirman que conocieron de la existencia del jarabe que consumen por la recomendación de algún médico, mientras que el otro 22,22% lo conoció mediante la publicidad en la televisión.

## 11. ¿Recibe algún tipo de promoción por la compra de cada jarabe?

**CUADRO N° 21**  
**PROMOCIÓN POR LA COMPRA**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	11,11%
No	128	88,89%
<b>Total</b>	<b>144</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 11**



### **INTERPRETACIÓN:**

El 88,89% de las familias encuestadas afirman que no reciben ninguna promoción por la compra del jarabe que consumen, mientras que el 11,11% asegura que si la recibe, mediante descuentos, obsequios como calendarios y boletos para sorteos ocasionales.

12. Si se estableciera en la ciudad de Loja una empresa productora y comercializadora de jarabe natural a base de tomate de árbol y miel de abeja, que combata todos los síntomas relacionados con los problemas respiratorios ¿Consumiría usted este producto?

**CUADRO N° 22  
DISPUESTOS A CONSUMIR**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	328	82,62%
No	69	17,38%
<b>Total</b>	<b>397</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 12**



**INTERPRETACIÓN:**

El 82,62% de las familias lojanas encuestadas consideró que las propiedades curativas del tomate y la miel de abeja son excelentes, por lo que están dispuestas a consumir el jarabe si se estableciera la empresa en la ciudad de Loja, mientras que el 17,38% restante no desea adquirirlo debido que no consumen productos naturales, porque les brindan mucha confianza.

13. ¿En qué sector de la ciudad le agradaría que se ubique la empresa?

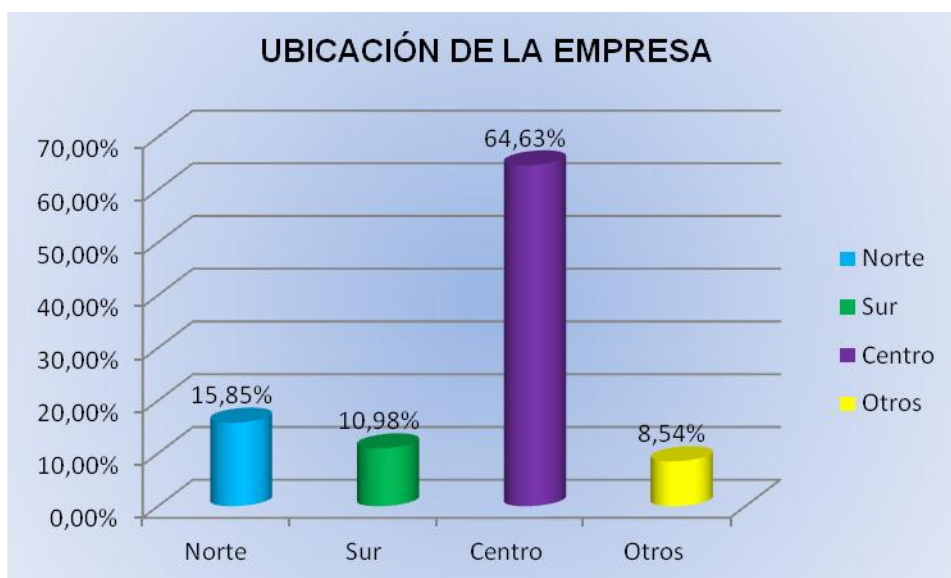
**CUADRO N° 23  
UBICACIÓN DE LA EMPRESA**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Norte	52	15,85%
Sur	36	10,98%
Centro	212	64,63%
Otros	28	8,54%
<b>Total</b>	<b>328</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 13**



**INTERPRETACIÓN:**

El 64,63% de las familias encuestadas consideran que la empresa se debe ubicar en el centro debido a que es más accesible para todos, el 15,85% cree que debe ser en el norte ya que es más conveniente, mientras que en el 8,54% afirma que debería ubicarse cerca del Centro comercial La Pradera, ya que así se garantizaría la comercialización del producto.



14. Con respecto al envase ¿Cuál cree usted que sería la mejor opción?

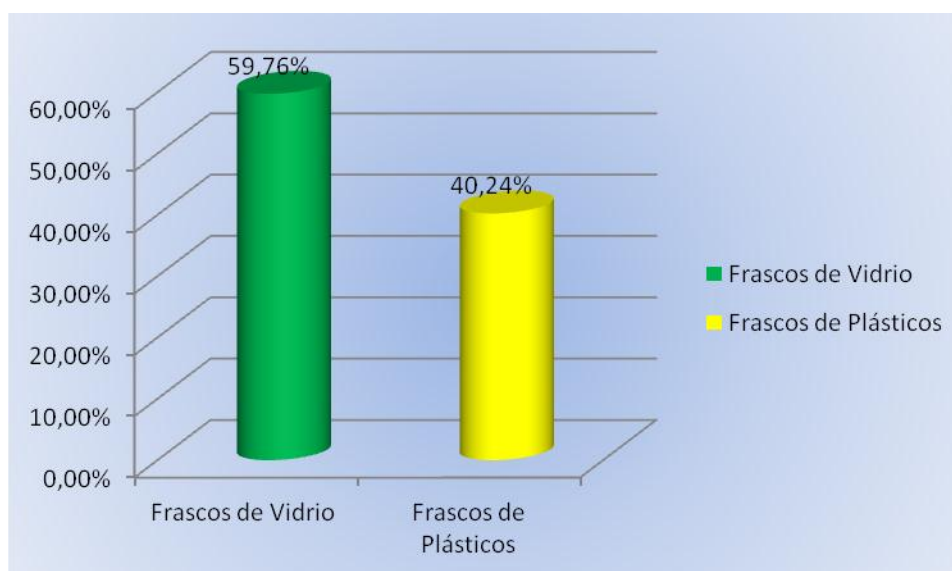
**CUADRO N° 24**  
**PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Frascos de Vidrio	196	59,76%
Frascos de Plásticos	132	40,24%
<b>Total</b>	<b>328</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 14**



**INTERPRETACIÓN:**

El 59,76% de las familias lojanas prefieren que el jarabe sea envasado en vidrio para su mejor conservación, mientras que el 40,24% consideran que debería ser en plástico para contribuir con el cuidado ambiental.

15. ¿Cuántos frascos de jarabe (150ml) estaría dispuesto a comprar por trimestre?

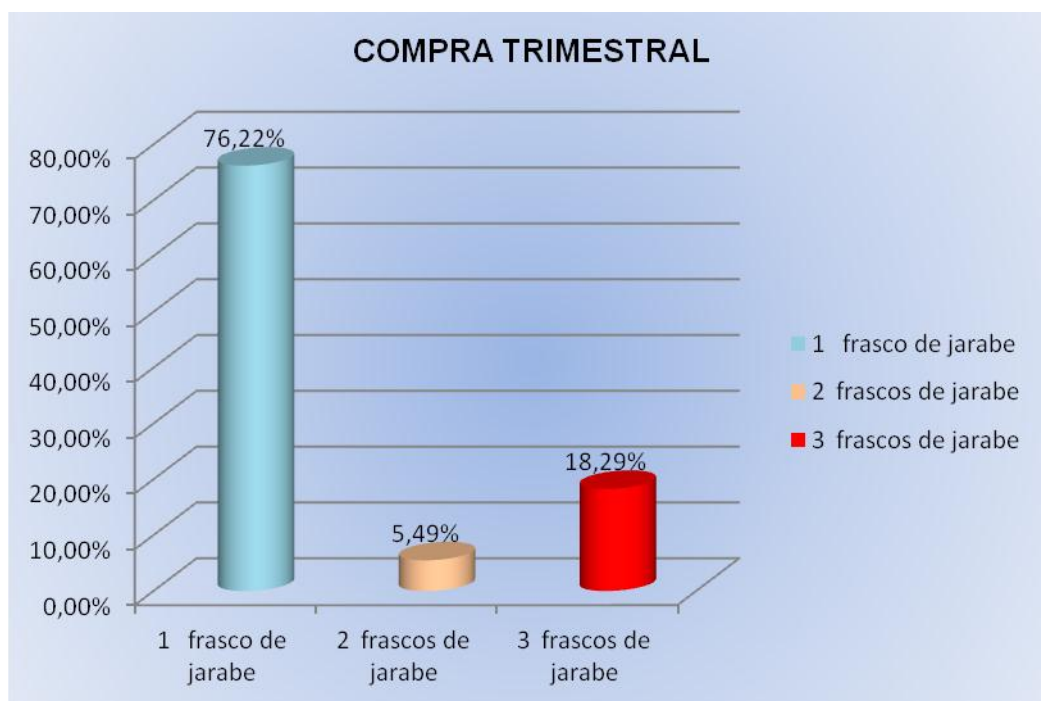
**CUADRO N° 25  
COMPRA TRIMESTRAL**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 frasco de jarabe	250	76,22%
2 frascos de jarabe	18	5,49%
3 frascos de jarabe	60	18,29%
<b>Total</b>	<b>328</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 15**



**INTERPRETACIÓN:**

El 76,22% de las familias lojanas están dispuestas a adquirir 1 jarabe cada trimestre, el 18,29% 3 jarabes, mientras el 5,49% 2 jarabes de 150ml.

**CUADRO N° 26  
PROMEDIO TRIMESTRAL**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>xm</b>	<b>xm * f</b>
<b>1 frasco de jarabe</b>	250	76,22%	1	250
<b>2 frascos de jarabe</b>	18	5,49%	2	36
<b>3 frascos de jarabe</b>	60	18,29%	3	180
<b>Total</b>	328	100,00%		466

Elaboración: La Autora  
Fuente: Cuadro N° 25

$$P = \frac{\sum X_m \cdot f}{n}$$

$$P = \frac{466}{328}$$

$$P = 1,42 * 4 \text{ trimestres}$$

$$CPA = 5,68 = CPA = 6 \text{ unidades de jarabe}$$

En promedio, las familias lojanas anualmente están dispuestas a adquirir 6 unidades de jarabe de 150m.

**16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada frasco de jarabe de 150ml?**

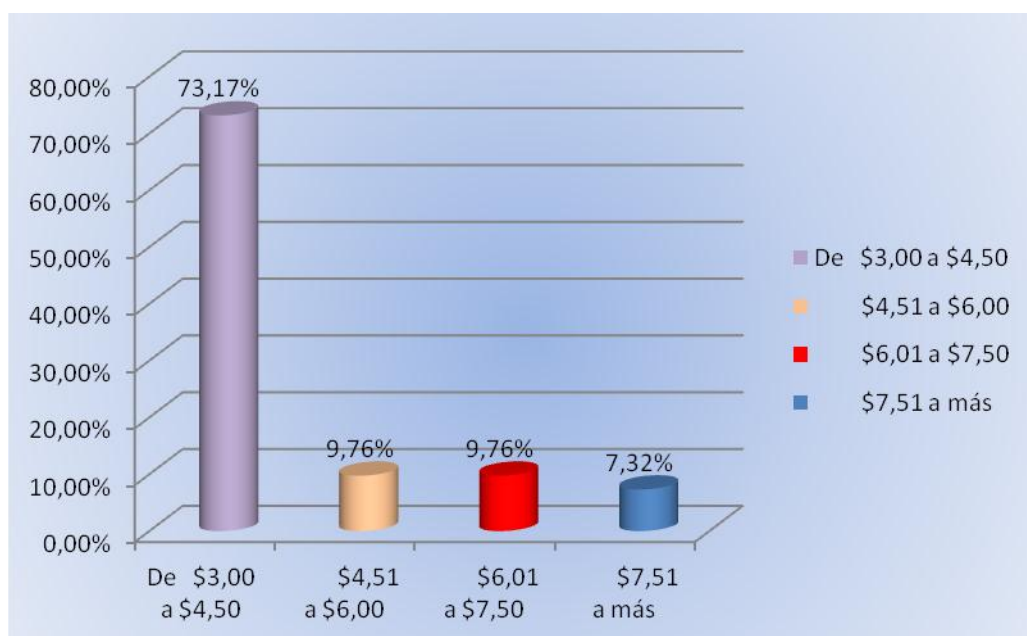
**CUADRO N° 27  
POSIBLE PAGO POR JARABE (150ml)**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De \$3,00 a \$4,50	240	73,17%
\$4,51 a \$6,00	32	9,76%
\$6,01 a \$7,50	32	9,76%
\$7,51 a más	24	7,32%
<b>Total</b>	<b>328</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 16**



**INTERPRETACIÓN**

De las familias encuestadas, el 73,17% afirman que están dispuestos a pagar de 3 a 4,50 dólares si el producto es bueno, el 9,76% de \$4,51 a \$6,00, un porcentaje igual considera que su pago podría ser de \$6,01 a \$7,50 si el jarabe es efectivo, mientras que tan solo el 7,32% estarían dispuestos a pagar más de 7,51 dólares si el jarabe cumple con lo anunciado .

**CUADRO N° 28**  
**PROMEDIO DE PAGO POR JARABE (150ml)**

Variable	Frecuencia	Porcentaje	xm	f * xm
De \$3,00 a \$4,50	240	73,17%	3,75	900,00
\$4,51 a \$6,00	32	9,76%	5,26	168,16
\$6,01 a \$7,50	32	9,76%	6,76	216,16
\$7,51 a más	24	7,32%	8,26	198,12
<b>Total</b>	<b>328</b>	<b>100,00%</b>		<b>1482,44</b>

Elaboración: La Autora  
Fuente: Cuadro N° 27

$$P = \frac{\sum Xm \cdot f}{n}$$

$$P = \frac{\$1482,44}{328}$$

$$P = \$4,52$$

En promedio, las familias lojanas pagarían un total de \$4,52 por un jarabe de 150 ml.

## 17. ¿En qué lugar le gustaría adquirir el jarabe?

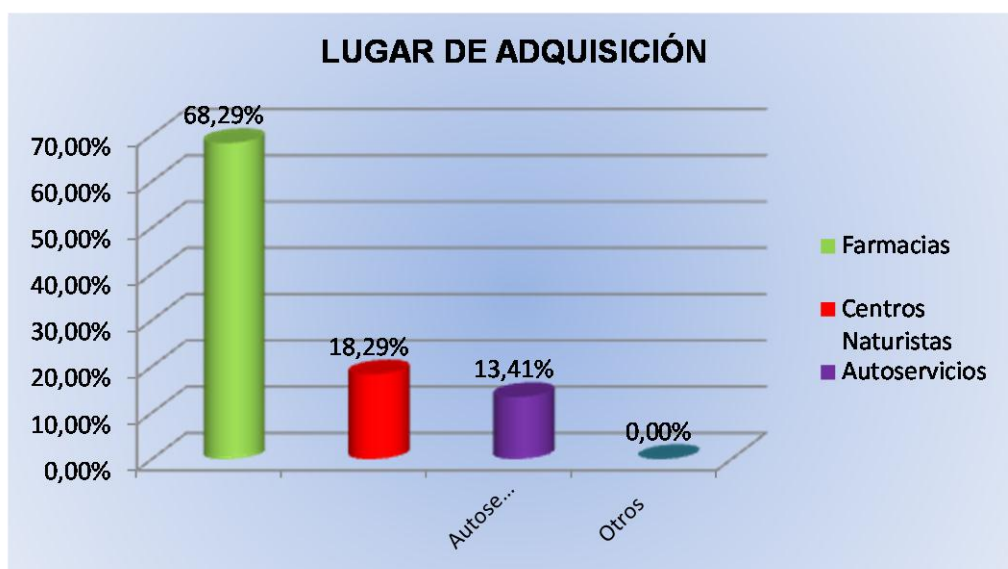
**CUADRO N° 29**  
**LUGAR DE ADQUISICIÓN**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Farmacias	224	68,29%
Centros Naturistas	60	18,29%
Autoservicios	44	13,41%
Otros	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>328</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 17**



### **INTERPRETACIÓN:**

El 68,29% de las familias encuestadas prefieren que el producto se comercialice en una farmacia, ya que estas son más seguras y confiables, el 28,29% les agradaría adquirir el producto en un centro naturista debido a que en estos negocios son especialistas en productos naturales, mientras que el 13,41% prefieren que se expenda en los autoservicios por la facilidad y comodidad al momento de para adquirirlos.

**18. ¿Por qué medios publicitarios le gustaría que este producto fuera promocionado?**

**CUADRO N° 30  
MEDIOS PUBLICITARIOS**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	260	79,27%
Radio	132	40,24%
Prensa	76	23,17%
Internet	96	29,27%
Hojas Volantes	52	15,85%
Otros	16	4,88%

Elaboración: La Autora

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 18**



**INTERPRETACIÓN:**

El 79,27% prefieren que el jarabe de tomate de árbol y miel de abeja sea promocionado por la televisión ya que sería más sencillo conocerlo, al 40,24% les agradaría que fuera por la radio debido a que la ciudadanía lojana tiene gran acogida a este medio publicitario, al 29,27% les gustaría que fuera por internet por la facilidad de adquisición a este medio, mientras que el 4,88% prefieren que sea por otros medios, como las vallas publicitarias ya que toda la población las vería en algún momento determinado.

Si señalo televisión, radio o prensa indique porque canal, emisora o periódico le agradaría que fuera promocionado:

### 18.1. Televisión

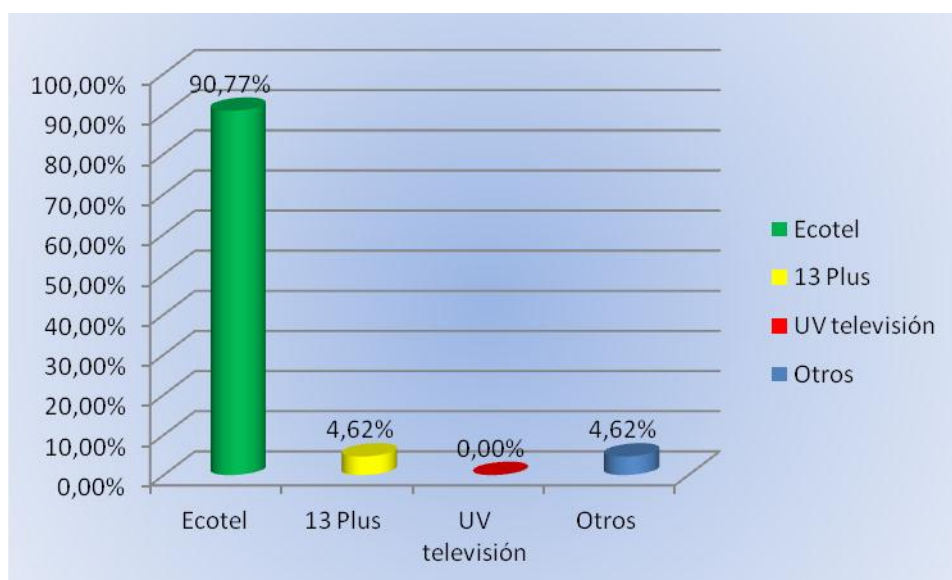
**CUADRO N° 31  
CANAL DE TELEVISIÓN**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Ecotel	236	90,77%
13 Plus	12	4,62%
UV televisión	0	0,00%
Otros	12	4,62%
<b>Total</b>	<b>260</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

**GRÁFICO N°19**



### INTERPRETACIÓN:

El 90,77% de las familias lojanas encuestadas prefieren que el jarabe sea promocionado por Ecotel debido a que este canal tiene gran acogida entre la ciudadanía lojana, mientras que el 4,62% optan por que sea por 13 Plus, a un porcentaje similar les gustaría que fuera por televisión nacional como Teleamazonas ya que así se lo conocería más.



## 18.2. Radio

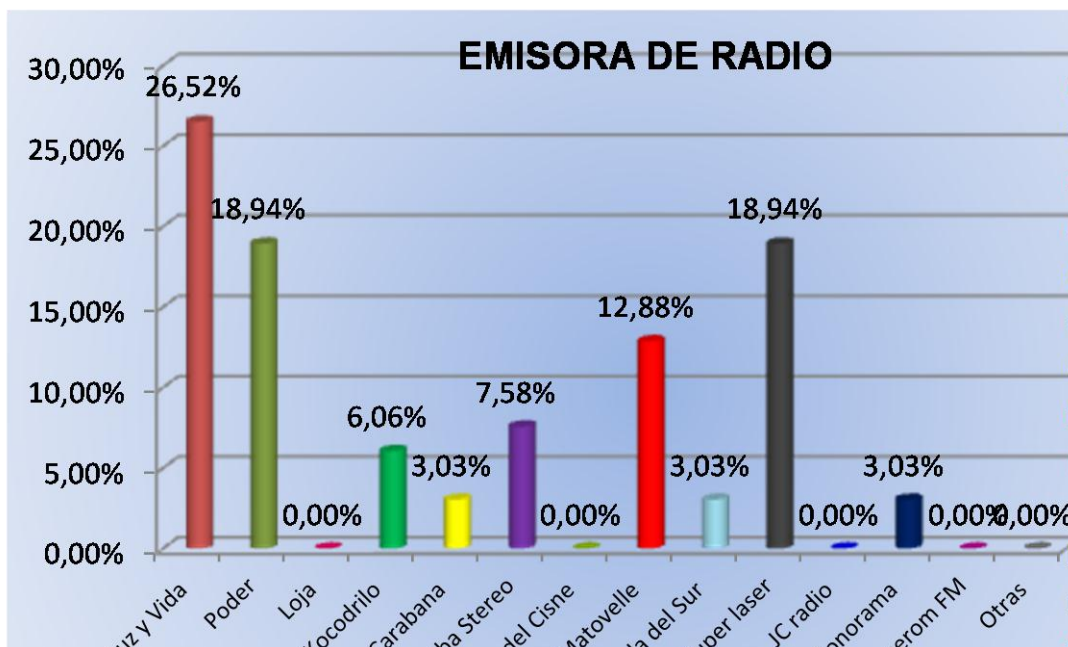
**CUADRO N° 32  
EMISORA DE RADIO**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Luz y Vida	35	26,52%
Poder	25	18,94%
Loja	0	0,00%
Kocodrilo	8	6,06%
Carabana	4	3,03%
Rumba Stereo	10	7,58%
Reina del Cisne	0	0,00%
Matovelle	17	12,88%
Centinela del Sur	4	3,03%
Super Laser	25	18,94%
JC radio	0	0,00%
Sonorama	4	3,03%
Boquerom FM	0	0,00%
Otras	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>132</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 20**



### INTERPRETACIÓN:

El 26,52% de las familias encuestadas consideran que el producto debe ser promocionado por la radio Luz y vida por la gran audiencia que tiene

entre las amas de casa y jefes de familia, el 18,94% por la radio Poder, un porcentaje similar considera que debe ser por la Super laser por la acogida de los jóvenes, mientras que el 3,03% cree que deben ser por radios como la carabana, centinela, y Sonorama ya que estas son a nivel nacional, cabe destacar que las radios antes mencionadas poseen porcentajes iguales individualmente.

### 18.3. Prensa

**CUADRO N° 33  
PERIÓDICO**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
La Hora	64	84,21%
Centinela	8	10,53%
Crónica	0	0,00%
Otras	4	5,26%
<b>Total</b>	<b>76</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 21**



#### INTERPRETACIÓN:

El 84,21% de las familias encuestadas prefieren que la publicidad del jarabe sea por el periódico La Hora ya que este es un diario local, el 10,53% por el Centinela del Sur ya que este apoya a las microempresas lojanas, mientras que el 5,26% les agradaría que fuera por prensa nacional como el Comercio y Universo.

## 19. ¿Qué promociones le gustaría recibir por la compra de jarabe?

**CUADRO N° 34**  
**TIPO DE PROMOCIÓN**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	292	89,02%
Rifas	16	4,88%
Otros	20	6,10%
<b>Total</b>	<b>328</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 22**



### INTERPRETACIÓN:

El 89,02% prefieren recibir como promociones descuentos ya que estos son más seguros y no deben esperar a la suerte, el 6,10% prefieren que exista otro tipo de promoción como obsequios por la compra del jarabe, mientras que el 4,88% prefiere recibir boletos para participar en rifas mensuales u ocasionales.

## TABULACIÓN, ANÁLISIS, REPRESENTACIÓN GRÁFICA E INTERPRETACIÓN DE LAS ENTREVISTAS APLICADAS A LAS FARMACIAS Y CENTROS NATURISTAS DE LA CIUDAD DE LOJA

### 1. ¿Comercializa usted jarabes naturales antiinflamatorios y antitusígenos?

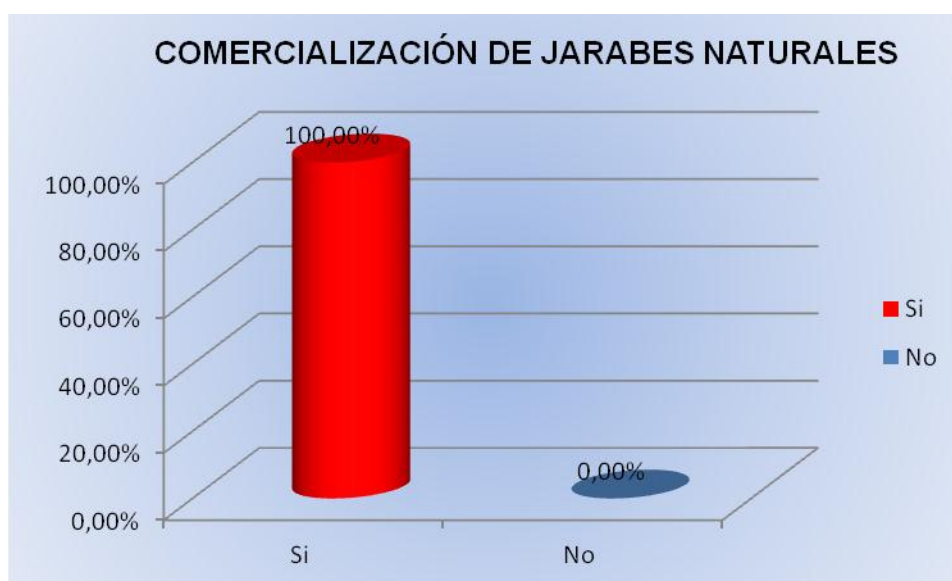
**CUADRO N° 35  
COMERCIALIZACIÓN DE JARABES NATURALES**

Variable	Farmacias	Centros Naturistas	Frecuencia	Porcentaje
<b>Si</b>	108	3	111	100,00%
<b>No</b>	0	0	0	0,00%
<b>Total</b>	108	3	111	100,00%

Elaboración: La Autora

Fuente: Entrevistas aplicadas a las Farmacias y Centros naturistas de la Ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 23**



#### **INTERPRETACIÓN:**

El 100% de las farmacias y centros naturistas de la ciudad de Loja comercializan jarabes naturales antiinflamatorios y antitusígenos como el Abrilar, Rowetos, de rábano, Eucamiel, de Propóleo , Hedilar.

2. ¿Qué jarabes antiinflamatorios y antitusígenos prefieren sus clientes?

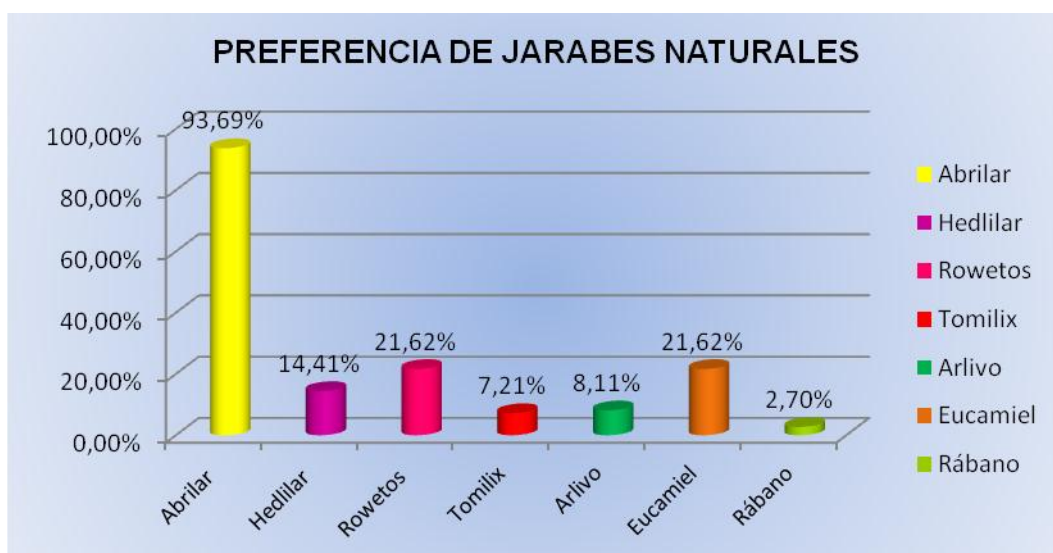
**CUADRO N° 36**  
**PREFERENCIA DE JARABES NATURALES**

Variable	Farmacias	Centros Naturistas	Frecuencia	Porcentaje
<b>Abrilar</b>	104	0	104	93,69%
<b>Hedlilar</b>	16	0	16	14,41%
<b>Rowetos</b>	21	3	24	18,92%
<b>Tomilix</b>	5	3	8	4,50%
<b>Arlivo</b>	9	0	9	8,11%
<b>Eucamiel</b>	21	3	24	18,92%
<b>Rábano</b>	0	3	3	2,70%

Elaboración: La Autora

Fuente: Entrevistas aplicadas a las Farmacias y Centros naturistas de la Ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 24**



**INTERPRETACIÓN:**

El 93,94% de las farmacias y centros naturistas entrevistados comercializan el jarabe Abrilar debido a que tiene gran acogida entre la ciudadanía lojana, el 21,62% vende el Rowetos, un porcentaje igual expende el Eucamiel ya que estos son adquiridos por su efectividad, y un 2,70% comercializan el jarabe de Rábano por su composición.

3. ¿Qué preferencia tienen sus clientes con respecto a la presentación del producto?

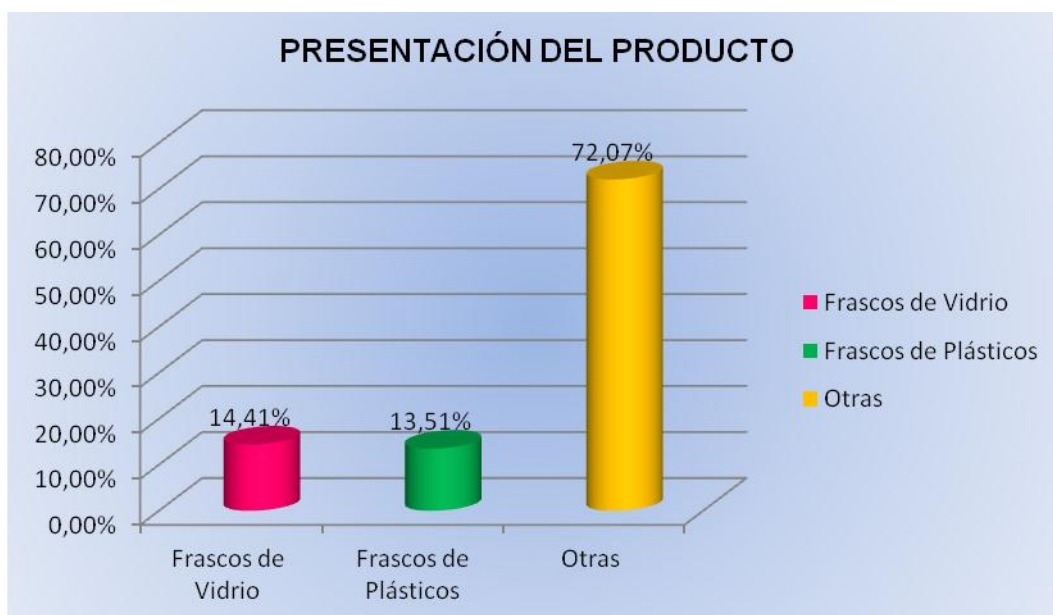
**CUADRO N° 37**  
**PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO**

Variable	Farmacias	Centros Naturistas	Frecuencia	Porcentaje
<b>Fascos de Vidrio</b>	14	2	16	14,41%
<b>Fascos de Plásticos</b>	14	1	15	13,51%
<b>Otras</b>	80	0	80	72,07%
<b>Total</b>	108	3	111	100,00%

Elaboración: La Autora

Fuente: Entrevistas aplicadas a las Farmacias y Centros naturistas de la Ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 25**



**INTERPRETACIÓN:**

Las farmacias y centros naturistas en un 72,07% afirman que sus clientes no tienen ninguna preferencia respecto al envase del producto, ya que ellos lo adquieren por su eficiencia, mientras que el 14,41% prefieren que sea el envase plástico, mientras que un 13,51%

4. ¿Qué promedio de jarabes naturales antiinflamatorios y antitusígenos que comercializa trimestralmente?

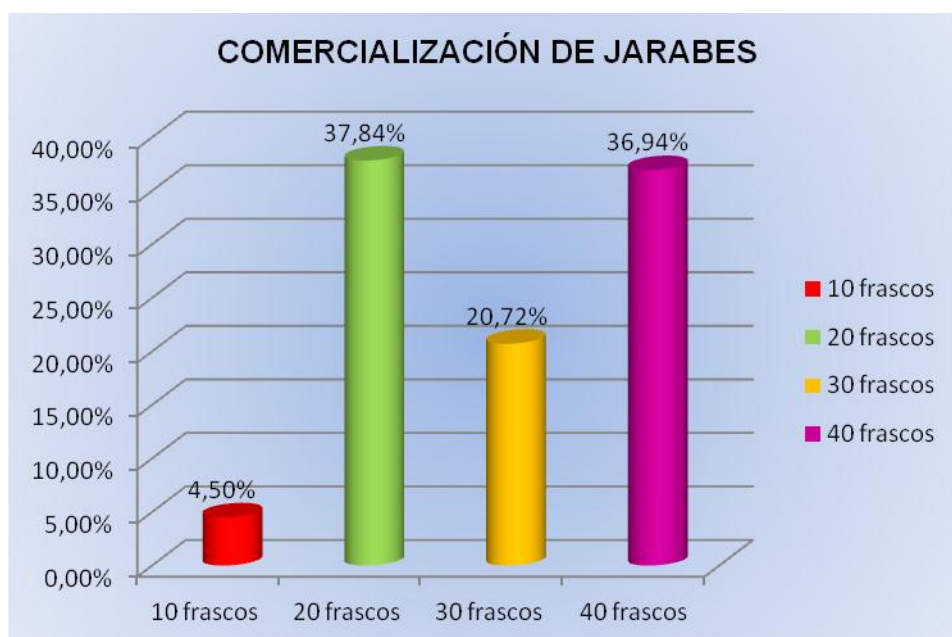
**CUADRO N° 38  
COMERCIALIZACIÓN DE JARABES**

Variable	Farmacias	Centros Naturistas	Frecuencia	Porcentaje
10 frascos	5	0	5	4,50%
20 frascos	41	1	42	37,84%
30 frascos	22	1	23	20,72%
40 frascos	40	1	41	36,94%
<b>Total</b>	<b>108</b>	<b>3</b>	<b>111</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora

Fuente: Entrevistas aplicadas a las Farmacias y Centros naturistas de la Ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 26**



**INTERPRETACIÓN:**

El 43,24% de las farmacias y centros naturistas de la ciudad de Loja comercializa mensualmente 20 frascos de jarabe debido a que las afecciones respiratorias son más frecuentes, el 27,93% vende 30 frascos, mientras que, tan solo el 7,21% expende 40 frascos debido a la ciudadanía los prefiere.

**CUADRO N° 39  
PROMEDIO DE JARABES**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>xm</b>	<b>xm * f</b>
<b>10 frascos</b>	5	4,50%	10	50
<b>20 frascos</b>	42	37,84%	20	840
<b>30 frascos</b>	23	20,72%	30	690
<b>40 frascos</b>	41	36,94%	40	1640
<b>Total</b>	111	100,00%		3220

Elaboración: La Autora  
Fuente: Cuadro N° 38

$$P = \frac{\sum Xm \cdot f}{n}$$

$$P = \frac{3220}{111}$$

$$P = 29$$

$$P = 29 * 4 \text{ trimestres}$$

***CPA = 116 unidades de jarabes***

La comercialización promedio anual de jarabes naturales antiinflamatorios y antitusígenos en las farmacias y centros naturistas de la ciudad de Loja es de 116 frascos de jarabe.



5. ¿Qué incremento anual tiene su empresa en la comercialización de jarabes naturales antiinflamatorios y antitusígenos?

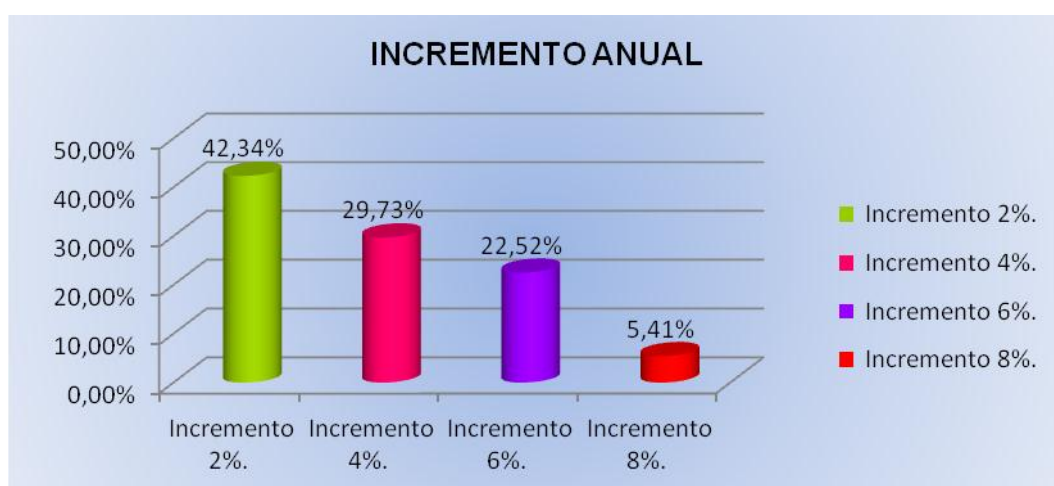
**CUADRO N° 40  
INCREMENTO ANUAL**

Variable	Farmacias	Centros Naturistas	Frecuencia	Porcentaje
Incremento 2%.	46	1	47	42,34%
Incremento 4%.	32	1	33	29,73%
Incremento 6%.	24	1	25	22,52%
Incremento 8%.	6	0	6	5,41%
<b>Total</b>	108	3	111	100,00%

Elaboración: La Autora

Fuente: Entrevistas aplicadas a las Farmacias y Centros naturistas de la Ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 27**



**INTERPRETACIÓN:**

El 42,34% de las farmacias y centros naturistas de la ciudad de Loja afirma que con respecto al año pasado sus ventas han incrementado el 2% debido a los continuos cambios climáticos, el 29,73% afirma que su incremento es del 4% por la contaminación ambiental, mientras que tan solo el 5,41% asegura haber tenido un incremento del 8% en la comercialización de jarabes naturales antiinflamatorios y antitusígenos por la gran acogida que tienen entre la ciudadanía.

6. ¿Qué preferencia tienen sus clientes con respecto al valor del jarabe?

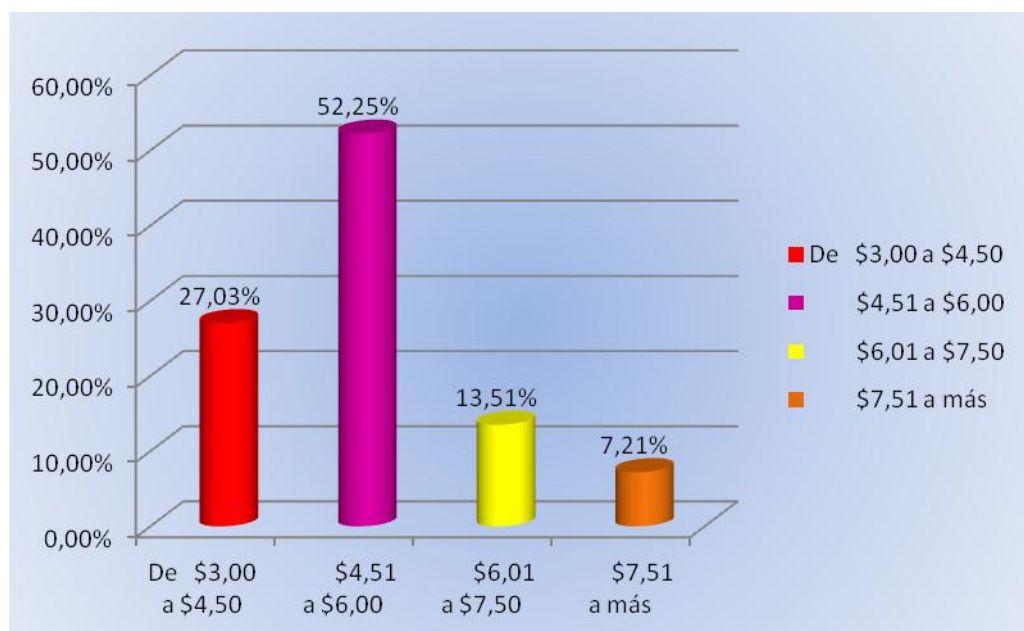
**CUADRO N°41  
PRECIO DEL JARABE**

Variable	Farmacias	Centros Naturistas	Frecuencia	Porcentaje
De \$3,00 a \$4,50	28	2	30	27,03%
\$4,51 a \$6,00	58	0	58	52,25%
\$6,01 a \$7,50	15	0	15	13,51%
\$7,51 a más	7	1	8	7,21%
<b>Total</b>	<b>108</b>	<b>3</b>	<b>111</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora

Fuente: Entrevistas aplicadas a las Farmacias y Centros naturistas de la Ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 28**



**INTERPRETACIÓN:**

Del total de farmacias y centros naturistas de la ciudad de Loja entrevistadas el 52,25% afirma que sus clientes prefieren los jarabes de 4,51 a 6 dólares por economía, mientras que un 7,21% prefieren de más de 7,51 dólares por efectividad.

**CUADRO N°42  
PROMEDIO DEL PRECIO DEL JARABE**

Variable	Frecuencia	Porcentaje	xm	f * xm
De \$3,00 a \$4,50	30	27,03%	3,75	112,50
\$4,51 a \$6,00	58	52,25%	5,26	304,79
\$6,01 a \$7,50	15	13,51%	6,76	101,33
\$7,51 a más	8	7,21%	8,26	66,04
<b>Total</b>	111	100,00%		584,66

Elaboración: La Autora  
Fuente: Cuadro N° 41

$$P = \frac{\sum Xm.f}{n}$$

$$P = \frac{\$584,66}{111}$$

$$P = \$5,26$$

El precio promedio en la comercialización de jarabes naturales grandes (200ml) es de \$5,26 tanto en las farmacias como en los centros naturistas de la ciudad de Loja.

7. ¿Qué medios de publicidad utiliza usted para promocionar sus productos?

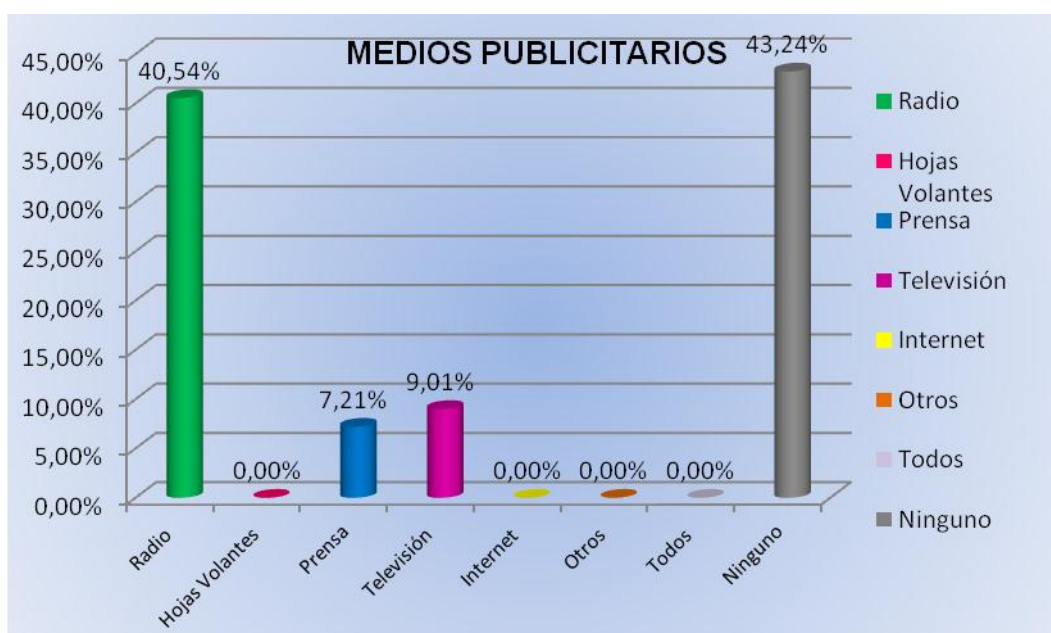
**CUADRO N° 43  
MEDIOS PUBLICITARIOS**

Variable	Farmacias	Centros Naturistas	Frecuencia	Porcentaje
Radio	43	2	45	40,54%
Hojas Volantes	0	0	0	0,00%
Prensa	8	0	8	7,21%
Televisión	9	1	10	9,01%
Internet	0	0	0	0,00%
Otros	0	0	0	0,00%
Todos	0	0	0	0,00%
Ninguno	48	0	48	43,24%
<b>Total</b>	<b>108</b>	<b>3</b>	<b>111</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora

Fuente: Entrevistas aplicadas a las Farmacias y Centros naturistas de la Ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 29**



**INTERPRETACIÓN:**

El 43,24% de las farmacias y centros naturistas entrevistados afirman que no tienen ningún tipo de publicidad ya que no la requieren, un 40,54% promociona sus productos por la radio debido a que este medio es bastante sintonizado, mientras que un 7,21% emite su publicidad mediante la prensa local ya que la ciudadanía lojana adquiere el periódico.

## 8. ¿Qué tipo de promociones les agrada a sus clientes?

**CUADRO N° 44**  
**TIPO DE PROMOCIÓN**

Variable	Farmacias	Centros Naturistas	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	85	2	87	78,38%
Rifas	23	1	24	21,62%
Otros	0	0	0	0,00%
<b>Total</b>	<b>108</b>	<b>3</b>	<b>111</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora

Fuente: Entrevistas aplicadas a las Farmacias y Centros naturistas de la Ciudad de Loja

**GRÁFICO N° 30**



### **INTERPRETACIÓN:**

De las farmacias y centros naturistas entrevistados el 78,38% aseguran que a sus clientes les agradan mucho los descuentos porque este tipo de promoción es para todos y no tienen que someterse a sorteos, mientras que el 21,62% prefieren las rifas ya que tienen la oportunidad de ganar algún premio especial.

9. Si se estableciera en la ciudad de Loja una empresa productora y comercializadora de jarabe natural a base de tomate de árbol y miel de abeja que combata todos los síntomas relacionados con los procesos respiratorios ¿Comercializaría usted este producto?

**CUADRO N° 45**

**POSIBLE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO**

Variable	Farmacias	Centros Naturistas	Frecuencia	Porcentaje
Si	99	3	102	91,89%
No	9	0	9	8,11%
Total	108	3	111	100,00%

Elaboración: La Autora

Fuente: Entrevistas aplicadas a las Farmacias y Centros naturistas de la Ciudad de Loja

**GRÁFICO N°31**



**INTERPRETACIÓN:**

El 91,89% de las farmacias y centros naturistas entrevistados de la ciudad de Loja afirman que están dispuestos a comercializar el producto si se llegara a implementar la empresa, siempre y cuando el jarabe cumpla con las normas de calidad, cumpla con los objetivos por los cuales fue creado y que tenga registro sanitario, mientras que el 8,11% afirma que no, debido a que no conocen la procedencia del producto y para seguridad de sus clientes prefieren no hacerlo.

## *g. Discusión*

### **1. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **1.1. Antecedentes generales**

La empresa está orientada a la producción y comercialización de jarabe natural antiinflamatorio y antitusígeno a base de tomate de árbol y miel de abeja.

Con el fin de cumplir con los objetivos establecidos en el presente proyecto de investigación, se optimizará los recursos mediante la inversión oportuna en maquinaria y mano de obra especializada para la producción del jarabe.

El jarabe natural a base de tomate árbol y miel de abeja, de 150ml se comercializará en el mercado local, en las farmacias y centros naturistas de la ciudad de Loja.

Para evitar gastos innecesarios se adquirirá la materia prima directamente de un proveedor, asegurando así la calidad y buen estado de la misma.

Las afecciones respiratorias en la actualidad son cada vez más frecuentes debido a los bruscos y continuos cambios climáticos, dichos malestares evitan que la ciudadanía realice sus labores diarias con normalidad, por lo que elaborar y comercializar un jarabe natural que contribuya a contrarrestar esos malestares, contribuirá directamente con el bienestar tanto físico como económico de las familias.

#### **Producto Sustituto.**

- ✓ Pastillas antigripales

## 1.2. Análisis de la demanda y oferta

### 1.2.1. Cálculo de promedio anual en la compra de jarabes naturales antiinflamatorios y antitusígenos.

**CUADRO N°46**  
**CANTIDAD QUE ESTARÍA DISPUESTO A CONSUMIR**  
**TRIMESTRALMENTE**  
**JARABES (150ml)**

Variable	Frecuencia	Porcentaje	xm	xm * f
1 frasco de jarabe	250	76,22%	1	250
2 frascos de jarabe	18	5,49%	2	36
3 frascos de jarabe	60	18,29%	3	180
<b>Total</b>	<b>328</b>	<b>100,00%</b>		<b>466</b>

Elaboración: La Autora  
Fuente: Cuadro N° 26

*Consumo promedio anual = Cpa.*

$$Cpa = \frac{\text{Requerimiento total}}{\text{Muestra}}$$

$$Cpa = \frac{466}{328}$$

$$Cpa = 1,42 \text{ jarabes trimestrales} * 4 \text{ trimestres}$$

$$Cpa = 5,68 \rightarrow Cpa = 6 \text{ jarabes de 150ml anuales}$$

#### **Procedimiento:**

Para determinar el consumo promedio anual se ha tomado como referencia la pregunta N° 15, específicamente el cuadro N° 26, en el cual se estableció el punto medio, cabe destacar que al no existir intervalos en la variable se ha tomado directamente la variable como punto medio, y a este se lo ha multiplicado por la frecuencia, al sumar estos valores se obtiene el requerimiento total y este se lo divide por la muestra (total de familias dispuestas a adquirir el producto), como este consumo es trimestral se lo debe multiplicar por cuatro trimestres que tiene el año para obtener el consumo anual.



## 1.2.2. Análisis de la Demanda

Se define como demanda la cantidad de bienes o servicios que se desea adquirir en un tiempo determinado.

Para determinar la demanda del producto se considera los datos proyectados para el año 2012.

### Proyección de la Población

**CUADRO N°47  
PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN  
2,65%**

Año	Familias
2012	44856
2013	46045
2014	47265
2015	48517
2016	49803
2017	51123

Elaboración: La Autora  
Fuente: INEC

La población de familias se proyecta a partir de los datos obtenidos del censo realizado por el INEC en el año 2010 con una tasa de crecimiento de 2,65%.

### 1.2.2.1. Cálculo Demanda Potencial

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios, que podrían consumir o utilizar de un determinado producto, en el mercado, en un tiempo determinado o no establecido.

**Población:** 44856 familias

**CUADRO N°48  
PADECIMIENTO DE PROBLEMAS RESPIRATORIOS**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	308	77,58%
No	89	22,42%
<b>Total</b>	<b>397</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora  
Fuente: Cuadros N° 10

**CUADRO N°49  
DEMANDA POTENCIAL**

Años	Población en familias	Demanda Potencial Familias
		<b>77,58%</b>
<b>2012</b>	44856	34799
<b>2013</b>	46045	35721
<b>2014</b>	47265	36668
<b>2015</b>	48517	37640
<b>2016</b>	49803	38637
<b>2017</b>	51123	39661

Elaboración: La Autora  
Fuente: Cuadros N° 47

*Dem. Potencial = n \* %n de familias que sufren de afecciones respiratorias*

*Dem. Potencial = 44856 \* 77,58%*

*Dem. Potencial = 34799 familias*

La demanda potencial es de 34799 familias lojanas.

**1.2.2.2 Cálculo Demanda Real o Actual**

Está constituida por la cantidad de bienes y servicios, que se consumen o utilizan actualmente en el mercado.

**Población:** 34799 familias

**CUADRO N° 50  
CONSUMO DE JARABES NATURALES**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
<b>Si</b>	144	36,27%
<b>No</b>	253	63,73%
<b>Total</b>	397	100,00%

Elaboración: La Autora  
Fuente: Cuadro N°13

**CUADRO N°51  
DEMANDA REAL O ACTUAL**

Años	Población en familias	Demanda Real Familias
		36,27%
2012	34799	12622
2013	35721	12956
2014	36668	13300
2015	37640	13652
2016	38637	14014
2017	39661	14385

Elaboración: La Autora  
Fuente: Cuadros N° 49 y 50

*Dem. Real = n \* %n de familias que consumen jarabes naturales*

*Dem. Real = 34799 \* 36,27%*

*Dem. Real = 12622 familias*

La demanda Actual o Real para el proyecto es de 12622 familias lojanas

**1.2.2.3. Cálculo Demanda Efectiva.**

Es la cantidad de bienes y servicios que en la práctica son requeridos por el mercado, ya que existen restricciones debido a la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impiden que se pueda acceder al producto aunque quisieran hacerlo.

**Población:** 12622 familias

**CUADRO N° 52  
DISPUESTOS A CONSUMIR**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	328	82,62%
No	69	17,38%
<b>Total</b>	<b>397</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La Autora  
Fuente: CuadroN° 22

**CUADRO N° 53  
DEMANDA EFECTIVA**

<b>Años</b>	<b>Población en familias</b>	<b>Demanda Efectiva Familias 82,62%</b>	<b>Consumo Promedio Anual</b>	<b>Demanda efectiva en Cantidad</b>
2012	12622	10428	6	62568
2013	12956	10704	6	64226
2014	13300	10988	6	65928
2015	13652	11279	6	67675
2016	14014	11578	6	69469
2017	14385	11885	6	71310

Elaboración: La Autora  
Fuente: Cuadros N° 47 y 52

*Dem. Efectiva = n \* %n de familias que consumirían el producto*

*Dem. Efectiva = 10428 \* 82,62%*

*Dem. Efectiva = 62568 unidades de 150ml*

La demanda efectiva del proyecto es de 10428 familias lojanas, las cuáles adquirirían 62568 unidades de jarabe de 150ml anualmente.

### 1.2.3. Oferta

#### 1.2.3.1 Cálculo promedio anual de venta.

**CUADRO N° 54  
PROMEDIO DE COMERCIALIZACIÓN TRIMESTRAL  
DE JARABES**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>xm</b>	<b>xm * f</b>
<b>10 frascos</b>	5	4,50%	10	50
<b>20 frascos</b>	42	37,84%	20	840
<b>30 frascos</b>	23	20,72%	30	690
<b>40 frascos</b>	41	36,94%	40	1640
<b>Total</b>	111	100,00%		3220

Elaboración: La Autora  
Fuente: Cuadro N° 39

*Vpa = Venta total \* trimestres del año*

*Vpa = 3220 \* 4 = 12880 unidades al año*

La venta anual en las farmacias así como en los centros naturistas de la ciudad de Loja es de 12880 frascos de jarabe.

### Proyección de la Oferta

**CUADRO N° 55  
PROYECCIÓN DE LA OFERTA  
2,00%**

<b>Año</b>	<b>Cantidad de frascos de jarabe</b>
<b>2012</b>	12880
<b>2013</b>	13138
<b>2014</b>	13400
<b>2015</b>	13668
<b>2016</b>	13942
<b>2017</b>	14221

Elaboración: La Autora  
Fuente: Cuadros N° 46

### 1.3. Balance de la oferta y demanda

El análisis de la oferta y la demanda nos permite calcular la demanda insatisfecha, la cual está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se requieren en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad.

**CUADRO N° 56  
DEMANDA INSATISFECHA**

<b>Años</b>	<b>Demanda Efectiva en cantidad</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
<b>2012</b>	62568	12880	49688
<b>2013</b>	64226	13138	51089
<b>2014</b>	65928	13400	52528
<b>2015</b>	67675	13668	54007
<b>2016</b>	69469	13942	55527
<b>2017</b>	71310	14221	57089

Elaboración: La Autora  
Fuente: Cuadros N°53 y 55

Analizando la demanda efectiva y la oferta se puede determinar que existe demanda insatisfecha en la comercialización de unidades de jarabe natural antiinflamatorio y antitusígeno, la cual es de 49688 unidades.

## 1.4. Plan de comercialización

### 1.4 1. Producto

Es el conjunto de atributos físicos e ideas (tangibles e intangibles) que incluyen el diseño, el color, el precio, la calidad, la marca, la cantidad y los servicios, el mismo que permite satisfacer una necesidad o deseo.



El jarabe Tamarillo será diferenciado en un mercado altamente competitivo no solo por su agradable y exquisito sabor, sino también por su efectividad al contrarrestar la tos, dolor de garganta y otros problemas relacionados con las afecciones respiratorias.

Es un producto familiar de consumo libre, es decir no requiere prescripción médica.

#### ✓ **Presentación del producto.**

- **Producto:** Jarabe Natural a base de tomate de árbol y miel de abeja.
- **Nombre de la Empresa:** *Sweet Cía. Ltda.*
- **Contenido neto en unidades:** 150 ml
- **Registro sanitario:** En trámite
- **Envase:** Frasco de vidrio
- **Ciudad y País de Elaboración:** Loja – Ecuador.

✓ **Atributos tangibles.**

➤ **Nucleo**

A través de la historia se han conocido remedios caseros naturales que combaten problemas respiratorios como la bronquitis, asma, gripe, resfriado y tos, basados en el poder de las frutas y de las hierbas en combinación con el azúcar o la miel.

La combinación ideal del tomate de árbol como antiinflamatorio y la miel de abeja como antibiótico, ambos naturales, la hacen perfecta para contrarrestar los problemas respiratorios, por lo que es una oportunidad de mercado estupenda, ya que las familias tienen preferencia a lo natural.


**GRÁFICO N°32**



**GRÁFICO N°33**



**CUADRO N° 57**  
**COMPOSICIÓN DE PRODUCTO**  
**150ml**

Producto	Composición	Porcentaje
	Tomate de árbol	80ml
	Miel de abeja	10ml
	Agua	60ml
	Ácido Cítrico	1,87 ml

Elaboración: La Autora  
Fuente: Investigación directa

➤ **Conservación**

Se debe conservar a una temperatura inferior a los 30°C ,y se debe proteger de la luz.

➤ ***Empaque***

Para su mejor conservación, el producto será envasado en frascos de vidrio de 150ml, además será comercializado en una caja de cartón individual con medidas de 14cm de alto, 11cm de ancho y 11cm de profundidad, contendrá también un instructivo de uso y administración del jarabe.

**GRÁFICO N°34**



Capacidad: 150ml

**GRÁFICO N°35**





## GRÁFICO N° 36

# TAMARILLO

## JARABE



**INTRODUCCIÓN**

Tamarillo jarabe para la tos es un producto natural que contiene como principio activo tomate de árbol y miel de abeja. Mediante este instructivo se desea explicar el funcionamiento del jarabe combatiendo las afecciones respiratorias.

El tomate de árbol es una fruta de alto valor nutricional, contiene vitaminas A, B, C, K, lo que lo hace ideal para tratar afecciones de la garganta la miel de abeja es un antiséptico, antibiótico, preservador y edulcorante natural

**Tamarillo.**

Jarabe antiinflamatorio y antitusígeno es un producto natural que combate la inflamación de la garganta, tos, acelerando el proceso de recuperación en las afecciones respiratorias ya sean irritativas, bacterianas o virales, agudas o crónicas, ya que sus poderosos componentes tienen propiedades antimicrobianas.

**Composición:**

Tomate de árbol 80 ml, Miel de abeja 10ml, Agua 60ml, Ácido cítrico 1,87ml

**Indicaciones**

Inflamación del tracto respiratorio acompañado de tos y dolor de garganta; resfriado común; tratamiento de síntomas de enfermedades bronquiales inflamatorias crónicas


**Contraindicaciones**

Intolerancia a algunos de sus componentes; al ser uno de sus componentes principales la miel de abeja no se puede utilizar en diabéticos.

**Embarazo y lactancia:** por lo general los productos naturales no tienen contraindicación durante este periodo, pero todo medicamento debe tomarse en embarazo y lactancia después de consultar a un médico

## GRÁFICO N°37

# TAMARILLO



**Efectos colaterales**

Tamarillo generalmente es bien tolerado, en pacientes diabéticos puede elevar los niveles de glucosa en sangre.

**Interacciones**

No se conoce efectos adversos en caso de ingestión simultánea con otros medicamentos. Por lo tanto puede combinarse de forma segura con otros medicamentos como por ejemplo antibióticos.

**Posología y administración**

De no prescribirse lo contrario:

**Niños en edad escolar y adolescentes:** 5ml 3 veces por día

**Adultos:** 5 a 7,5 ml 3 veces al día

**Fabricado por:**  
*Sweet cia Ltda.*

**Duración de tratamiento.**

La duración del tratamiento depende del tipo y la severidad del cuadro clínico. De todas maneras el tratamiento debe durar como mínimo 5 días aun en caso de inflamaciones menores. Tamarillo debe administrarse de 2 a 3 días después de que los síntomas hayan desaparecido para lograr un mejor efecto. si los síntomas persisten o se acompañan de insuficiencia respiratoria, fiebre, expectoración purulenta o sanguinolenta consulte a su médico de inmediato.

**Instrucciones de almacenamiento**

Conservar a temperatura inferior a los 30°C. No se debe usar el jarabe luego de su fecha de vencimiento.

Proteja su contenido de la luz

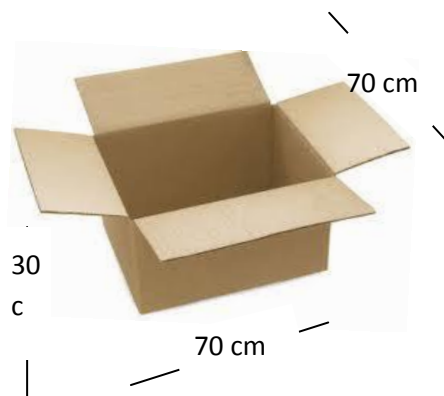
Venta libre.

➤ **Embalaje**

El jarabe para su distribución será colocado en cajas de carton esterilizados, que contribuirán a proteger de la luz y el calor al producto. Los jarabes serán introducidos dentro de la caja, para luego cerrarse previniendo así la contaminación de los jarabes.

Las dimensiones de la caja serán de 70 cm de ancho, 30 cm de alto y 70 cm de profundidad, en la cual caben 50 unidades de jarabe Tamarillo. Cabe destacar que en la caja estará impreso el contenido de la misma, así como también la forma de conservación, almacenamiento y cantidad del producto

**GRÁFICO N° 38**



**GRÁFICO N° 39**



➤ **Etiqueta**

Es la información dada sobre el producto, así tenemos:

- Nombre de la empresa
- Nombre del producto
- Contenido Neto
- Composición
- Conservación
- Posología.
- Registro Sanitario
- Precio de venta al Público.
- Responsable
- Fecha de Elaboración y vencimiento

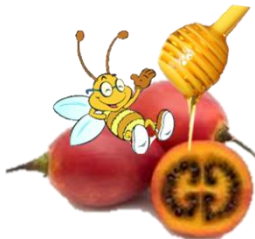
✓ **Atributos Intangibles**

➤ **Nombre de la empresa:** Sweet Cía Ltda.

➤ **Nombre del Producto:** Tamarillo

➤ **Logotipo**

**GRÁFICO N°40**



➤ **Isotipo**

**GRÁFICO N°41**

**TAMARILLO**

➤ **Slogan**

**GRÁFICO N°42**

*Lo natural en sus manos*

➤ **Etiqueta**

**GRÁFICO N° 43**



➤ **Calidad.**

La empresa “*Sweet Cía. Ltda.*” se regirá para la elaboración de su producto en los más altos estándares de calidad, con la finalidad de satisfacer las necesidades de sus clientes y contribuir así con el desarrollo social.



➤ **Calidad Técnica**



Con el firme ideal de satisfacer una necesidad social, se ha elaborado un jarabe antiinflamatorio y antitusígeno que cumple con el propósito por el cual fue creado, es decir, aliviar los síntomas relacionados con los procesos gripales.

➤ **Calidad Percibida**

Por medio de un Estudio de mercado la empresa “*Sweet Cía. Ltda.*” ha determinado que el producto tendrá una gran aceptación ya que las familias lojanas están dispuestas a adquirir el producto por los beneficios que este brinda.

➤ **Precio**

Con el firme propósito de contribuir con un desarrollo económico y social sustentable se ha determinado el precio del jarabe considerado varios factores como: La calidad, efectividad y poder adquisitivo del cliente; por lo que lo que este podrá acceder al producto en el lugar y momento que lo requiera.



➤ **Servicio**



Comprometidos con un desarrollo social sustentable la empresa “*Sweet Cía. Ltda.*” está comprometida directamente con sus clientes, por lo que les brindará un trato preferencial con la finalidad de satisfacer por completo sus necesidades, siempre estando prestos a contestar a sus inquietudes e interrogantes.

➤ **Imagen del Producto**

Con plena convicción la empresa trabajará por mantener una imagen sólida frente a sus clientes, mediante la elaboración y comercialización de productos de calidad que cumplan con los requerimientos establecidos.



## 1.4.2. Precio



Es uno de los factores que incide directamente en la aceptación o no del producto en el mercado, de este factor depende directamente la rentabilidad, solidez y vitalidad de la empresa, es por ello que se fijará de forma que sea accesible para el cliente pero que permita a la organización obtener utilidades que garanticen su crecimiento, desarrollo y permanencia en el mercado.

Para la determinación del precio del producto se hará considerando los costos de producción, el poder adquisitivo de los clientes y la competencia.

### ✓ **Análisis de los costos.**



Para determinar el precio real del producto se han considerado los costos totales de producción y de operación, los mismos que son identificados dentro de los costos fijos y variables, los cuales al ser sumados dan el total de costos y se le agrega de un margen de utilidad bruta, esto da como resultado el precio de venta al público.

✓ **Competencia.**



La competencia es uno de los factores más importantes en la determinación del precio ya que el producto debe estar a la altura de sus competidores para garantizar su óptima participación en el mercado y por ende la vitalidad de la organización

✓ **Cliente o Consumidor**



Las afecciones respiratorias al ser comunes en nuestro medio nos otorgan una gran ventaja competitiva ya que las familias para su bienestar siempre van a buscar la forma de mantener su salud en óptimas condiciones, por lo que el jarabe será un producto que se lo requiera siempre.

**Análisis.**

Costo Unitario del producto (CUP) = \$3,79 + 30% Utilidad

Precio de Venta al Público (PVP)= \$4,93

### 1.4.3. Plaza o Distribución.



Es el conjunto de actividades, operaciones, actos que se realizan desde el momento en que el fabricante o productor tiene el producto terminado hasta que llegue al consumidor usuario o cliente final.

La empresa “*Sweet Cía. Ltda.*” tiene como mercado meta las familias lojanas, su finalidad es satisfacer la necesidad de salud de sus clientes mediante la elaboración de un jarabe natural antiinflamatorio y antitusígeno 100% natural.

#### a. Canal de Distribución.

La empresa “*Sweet Cía. Ltda.*” ha considerado el criterio y necesidades de sus clientes por lo cree conveniente utilizar dos tipos de canales: directo e indirecto.



- ✓ **Productor.-** es una pieza clave dentro de un proyecto, pues es quien define el tiempo, los elementos técnicos y humanos requeridos para llevarlo a cabo, a la vez que aclara, desde un principio, lo que es y lo que no es viable; es decir, tiene una visión general de todos y cada uno de los elementos que han de conjugarse para llevar a feliz término una producción.
- ✓ **Detallista.-** ES el agente encargado de la comercialización al consumidor final.



- ✓ **Consumidor.-** Es la persona que ocupa el último lugar en la cadena de producción y distribución, es el que realiza el consumo definitivo de un producto.

La empresa “*Sweet Cía. Ltda.*” pondrá a disposición su producto de forma indirecta debido a que las familias lojanas prefieren adquirir el producto en centros naturistas y farmacias.

#### **b. Ventajas del canal de distribución**

Para facilitar al consumidor la adquisición del producto este será comercializado en las farmacias y centros naturistas de la ciudad, cabe destacar que este canal contribuye a optimizar recursos debido a que los costos de distribución serán bajos, además entre menos agentes existan el precio de venta al público no sufrirá mayores cambios.

#### **1.4.4. Promoción y publicidad.**

Para lograr que el producto tenga una óptima participación en el mercado se utilizarán estrategias de marketing como son:

##### **a. Promoción**

- ✓ **Conferencias**



Se realizaran sobre las propiedades curativas del jarabe en la radio Luz y vida en el programa buscando las llaves que es transmitido en las mañanas en horario de 10h00 a 12h00

- ✓ **Descuentos**

Como oferta de lanzamiento se podría ofrecer a la ciudadanía lojana un descuento en su compra de un 10%.



**b. Publicidad.**

Se la va a realizar en la televisión por el canal Ecotel debido a que este canal tiene preferencia entre la ciudadanía lojana.

La publicidad del jarabe natural antiinflamatorio y antitusígeno se transmitirá 2 veces al día en el medio día y en la noche.

**CUADRO N° 58  
PRESUPUESTO PUBLICITARIO**

Medio de Comunicación	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual Total
ECOTEL	60 Comerciales	\$ 10,00	\$ 600,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 600,00</b>

Elaboración: La autora  
Fuente: ECOTEL TV

La publicidad que se realizará en la televisión se detalla a continuación:

Cabe destacar que esto es un esquema del contenido del comercial.



## 2. ESTUDIO TÉCNICO

“Este estudio tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertenecientes a esta área, ya que debe definir la función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha, como para la posterior operación del proyecto”<sup>30</sup>

### 2.1 Tamaño

El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año.

Para determinar el tamaño óptimo de la planta se toma como referencia los resultados arrojados en el estudio de mercado, específicamente en el análisis de la oferta y demanda.

#### 2.1 1. Dimensión del mercado

**CUADRO N° 59**  
**DEMANDA INSATISFECHA**

<b>Años</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
<b>0</b>	209.480
<b>1</b>	215.115
<b>2</b>	220.901
<b>3</b>	226.842
<b>4</b>	232.942
<b>5</b>	239.206
<b>Total</b>	1.344.486

Elaboración: La autora  
Fuente: Cuadro N°56

---

<sup>30</sup><http://www.econlink.com.ar/proyectos-de-inversion/estudio>

### 2.1.2. Capacidad del proyecto

La forma más utilizada de establecer la cantidad de la producción o prestación de un servicio por unidad de tiempo

**2.1.2.1. Capacidad Diseñada.-** Es el nivel máximo posible de producción.

**Vida útil del proyecto = 5 años**

**Total demanda insatisfecha = 319.928**

$$PA = \frac{\textit{Total demanda insatisfecha}}{\textit{Vida útil del proyecto}}$$

$$PA = \frac{319.928 \textit{ unidades de jarabe}}{5 \textit{ años}}$$

$$PA = 63.986 \textit{ unidades por año}$$

El promedio anual es de 63.986 unidades de jarabe por año.

**2.1.2.2. Capacidad Instalada.-** Corresponde a la capacidad máxima disponible, permanentemente en máquinas, equipos, y mano de obra.

**Capacidad de la envasadora, dosificadora, selladora:** 20 frascos/hora.

**Horas:** 8 horas (480 minutos)

**Jornadas:** 1 jornada

**Días:** 261 Días

$$\textit{Producción Diaria} = 20 \frac{\textit{unidades de jarabe}}{\textit{hora}} \times 8 \textit{ horas}$$

**Producción Diaria = 160 unidades de jarabe de 150ml**

$$\textit{Cap.Instalada} = \textit{Jornadas} * \textit{Días} * \textit{Producción diaria}$$

$$\textit{Cap.Instalada} = 1 * 261 * 160$$

$$\textit{Cap.Instalada} = 41.760 \textit{ unid. de jarabe de 150ml anuales}$$

**CUADRO N° 60  
CAPACIDAD INSTALADA**

<b>Años</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Porcentaje %</b>	<b>Capacidad Instalada</b>
<b>2012</b>	49.688	84,04%	41.760
<b>2013</b>	51.089	81,74%	41.760
<b>2014</b>	52.528	79,50%	41.760
<b>2015</b>	54.007	77,32%	41.760
<b>2016</b>	55.527	75,21%	41.760
<b>2017</b>	57.089	73,15%	41.760

Elaboración: La autora  
Fuente: Cuadro N° 59

Con la maquinaria adquirida a su máxima capacidad se logrará cubrir un 84,04% la demnada instisfecha (209.480 unidades) es decir 41.760 unidades de jarabe anuales. .

**2.1.2.3. Capacidad Utilizada.-** Es la Fracción de la Capacidad Instalada que se está empleando.

La empresa Sweet Cía. Ltda. ha decidido iniciar sus actividades con una producción de unidades de jarabe de 150ml.

Cabe destacar que la producción anual irá incrementando el 2%, este porcentaje está basado en las entrevistas realizadas a las farmacias y centros naturistas de la ciudad de Loja (Cuadro N° 40)

**CUADRO N° 61  
CAPACIDAD UTILIZADA**

<b>Años</b>	<b>Capacidad Instalada</b>	<b>Porcentaje %</b>	<b>Capacidad utilizada</b>
<b>2012</b>	41.760	62,50%	26.100
<b>2013</b>	41.760	63,75%	26.622
<b>2014</b>	41.760	65,03%	27.154
<b>2015</b>	41.760	66,33%	27.698
<b>2016</b>	41.760	67,65%	28.251
<b>2017</b>	41.760	69,01%	28.817

Elaboración: La autora  
Fuente: Cuadro N°59

**Producción Anual (1) = 26.100 unidades anuales**

**Producción Mensual (12) = 2.175 unidades mensuales**

**Producción Diaria (22) = 100 unidades diarias**

## 2.2. Localización del proyecto

Se refiere a la ubicación estratégica de la empresa, debido a que de ella depende en gran parte el desarrollo de la misma, ya que de la accesibilidad que tengan los clientes a ella se define su futuro.

### 2.2.1 Factores

#### Servicios Básicos

##### ✓ Sistema Vial

El sistema vial en este lugar es el más idóneo, puesto que permite acceder rápidamente a un medio de transporte en caso de que se necesite movilizarse para adquirir la materia prima o para su distribuir el producto terminado.



##### ✓ Sistema de Agua Potable

El lugar en el cual se encontrará la empresa dispone de este líquido vital a toda hora, lo que permitirá producir con eficacia, eficacia y efectividad.



##### ✓ Sistema de Energía Eléctrica

El sistema de Energía eléctrica del lugar permitirá producir constante, ya que este servicio es estable, de tal forma que se optimiza al máximo la producción.



##### ✓ Sistema de Alcantarillado

El lugar cuenta con el servicio de alcantarillado domiciliario.



✓ **Sistema Telefónico**

El servicio telefónico es idóneo, puesto que permitirá a la empresa mantenerse comunicada tanto con clientes como con proveedores.



**2.2.2. Macro y microlocalización**

**2.2.2.1. Macrolocalización**

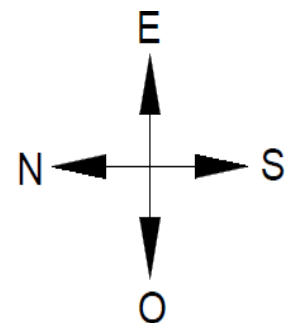
La empresa “Sweet” *cía ltda*” se ubicará en el Ecuador, en la provincia de Loja, ciudad de Loja.



**2.2.2.2. Microlocalización**

Específicamente la empresa “Sweet” *cía. Ltda.* Se ubicará en la zona sur de la ciudad de Loja, en la ciudadela “La Pradera” en las calles Almendros y Ciprés

**Barrio "LA PRADERA"**



## 2.3. Ingeniería del proyecto

### 2.3.1. Proceso productivo

#### 2.3.1.1. Materia prima y mercado

##### ➤ Materia Prima

### Materia Prima Directa

#### Tomate de árbol.



**Precio:** \$2,18 por kilogramo.

#### **Características:**

- ✓ **Tamaño promedio:** entre 60 y 80 mm de largo; 46 y 50 mm de diámetro
- ✓ **Peso:** en un kilogramo hay entre 12 y 14 unidades con un peso promedio entre 70 y 80 gramos.
- ✓ **Color:** puede variar ya que su interior puede ser anaranjado o morado.

#### **Miel de Abeja**



**Precio:** \$3,25

**Tamaño:** Envase de 1 litro

#### **Características:**

- ✓ **Color:** Amarillo
- ✓ **Consistencia:** Biscosa
- ✓ **Estado:** Líquida



## Materia prima Indirecta

### Exipientes

Preservantes: Parabenos (Ácido Cítrico)



### Características:

- ✓ **Contenido:** 25kg
- ✓ **Precio:** \$19,50
- ✓ Se lo obtiene en un laboratorio. Sus características básicas son:
- ✓ **Fórmula:** C<sub>6</sub>H<sub>8</sub>O<sub>7</sub>
- ✓ **Peso molecular:** 192,13
- ✓ **Apariencia:** Cristales Blancos
- ✓ **Sabor :** Ácido
- ✓ **Olor:** Prácticamente sin olor
- ✓ **Solubilidad:** Su solubilidad en agua es de 3.83 X 10<sup>5</sup> mg/L a 25 °C. es decir 0,383g/ml.
- ✓ **Punto de Fusión:** 153°C<sup>31</sup>

Por cada mililitro (ml) de agua se colocan 12,47 mg de ácido cítrico.

### Agua.



Se utilizará agua potable que se someterá durante el proceso de fabricación del producto a un punto de ebullición para evitar la propagación de gérmenes, hongos y bacterias.

---

<sup>31</sup> <http://www.bristhar.com.ve/acidocitrico.html>

## Materiales Indirectos

### Envases de vidrio



Capacidad: 150ml

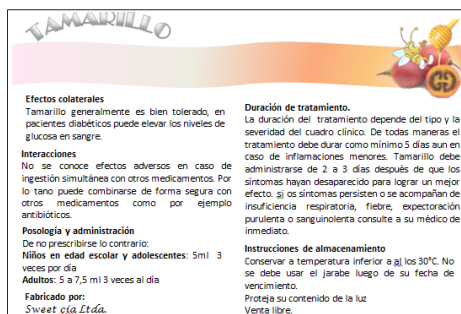
- ✓ **Precio :** \$0,23 por unidad
- ✓ **Tamaño:** 12cm x 5 cm
- ✓ **Espesor:** 0,02 ml

### Etiquetas



- ✓ **Precio:** \$12,00 rollo por 100 unidades.
- ✓ **Tamaño:** 6cm x 10cm.

### Instructivos



- ✓ **Precio:** \$0,16 c/u
- ✓ **Tamaño:** 12,2cm x 14,6cm

## Caja



- ✓ **Precio:** \$0,15 c/u
- ✓ **Tamaño:** 14cm x 11cm x 11cm

## Caja de Cárton



- ✓ **Precio:** \$0,18 c/u
- ✓ **Tamaño:** 30 cm x 70 cm x 30 cm

### Balance de Materia prima y materiales.

A partir de las especificaciones de la materia prima, así como también de los materiales, se puede establecer una base de cálculo de 150ml de jarabe que será el producto final, con un rendimiento de la materia prima en un 99% (despulpadora de fruta), por lo que el contenido de cada frasco de jarabe se especificará en el siguiente cuadro:

**CUADRO N° 62**  
**BALANCE DE MATERIALES**

Descripción	Cantidad (g)	Cantidad(ml)	Total (ml)
Tomate de árbol	80g	-	80ml
Miel de abeja	-	10ml	10ml
Agua	-	60ml	60ml
Ácido cítrico	1,87g	-	1,87ml

Elaboración: La autora  
Fuente: Investigación Directa

Cabe destacar que cada ml es igual a un gramo, por lo que se puede determinar las cantidades en una sola unidad de medida; se destaca también que por cada mililitro de sustancia se requiere 0,01246g de ácido cítrico, con el cálculo correspondiente para 150ml de jarabe se requerirán 1,87g del ácido.

$$\text{Acido Cítrico} = 0,01246 \frac{g}{ml} \times 150ml$$

$$\text{Ácido Cítrico} = 1,87g \text{ por cada jarabe de } 150ml$$

#### ➤ **Mercado**

En la ciudad de Loja existe demanda insatisfecha con respecto a los jarabes naturales antiinflamatorios y antitusígenos es por ello que la comercialización de jarabe Tamarillo de 150ml compensará las necesidades del mercado, ya que este producto combate las afecciones o problemas respiratorios y esta dirigido a las familias de la ciudad.



#### **2.3.1.2. Descripción del proceso productivo.**

- **Recepción de la materia prima.-** se recibirán los tomates de árbol y la miel de abeja , esto será en el departamento de producción, actividad para la cual se han programado 20 minutos
- **Limpieza de la materia prima.-** se realizará mediante el lavado y secado de lo tomates lo cual se realizará en 20 minutos mediante la inmersión de los mismos en agua.
- **Traslado de la materia prima.-** se realizará mediante la banda transportadora la cual llevara la materia prima a la despulpadora esto tardará 15 minutos.
- **Despulpamiento.-** se realizara mediante la máquina despulpadora la cual dejará la pulpa lista para la elaboración del jarabe la cual tardará 23 minutos
- **Control de calidad.-** se realizará la revisión de la pulpa para evitar que pepas o restos de corteza se filtren entre esta, tardara 5 minutos.

- **Cocción.-** se procede a hervir el agua e incorporar la miel de abeja y la pulpa de tomate de árbol, con lo que la mezcla mediante su proceso de cocción quedará homogénea y consistente la que tardará 25 minutos.
- **Colocación de preservantes.-** posterior a la cocción se agregará el preservante en la primera etapa del enfriamiento, dicha colocación y control de calidad tardarán 2 minutos.
- **Enfriamiento de la mezcla.-** cuando la mezcla ya está cocida se coloca en un recipiente en una cámara de enfriamiento a una temperatura de 2°C, esto demorará 30 minutos.
- **Envasado, sellado y etiquetado del producto.-** cuando el jarabe está frío en su totalidad se procede a embasarlo mediante la máquina la cual dosifica la cantidad de jarabe en cada frasco, además lo sella y pega la etiqueta, esto tardará 300 minutos.
- **Control de calidad.-** Cuando se ha terminado con el proceso de producción y el producto está listo pasará por un estricto control de calidad para evitar cualquier desperfecto en el envasado y etiquetado. Esto se llevará a cabo en 10 minutos.
- **Embalaje y almacenamiento.-** cuando el producto ya ha pasado por el control de calidad, una vez envasado y etiquetado se procede a almacenarlo en cajas de cartón para luego ser trasladadas a la bodega de la empresa, la cual deberá estar a temperatura no mayor a 30°C, esta actividad se cumplirá en 20 minutos.

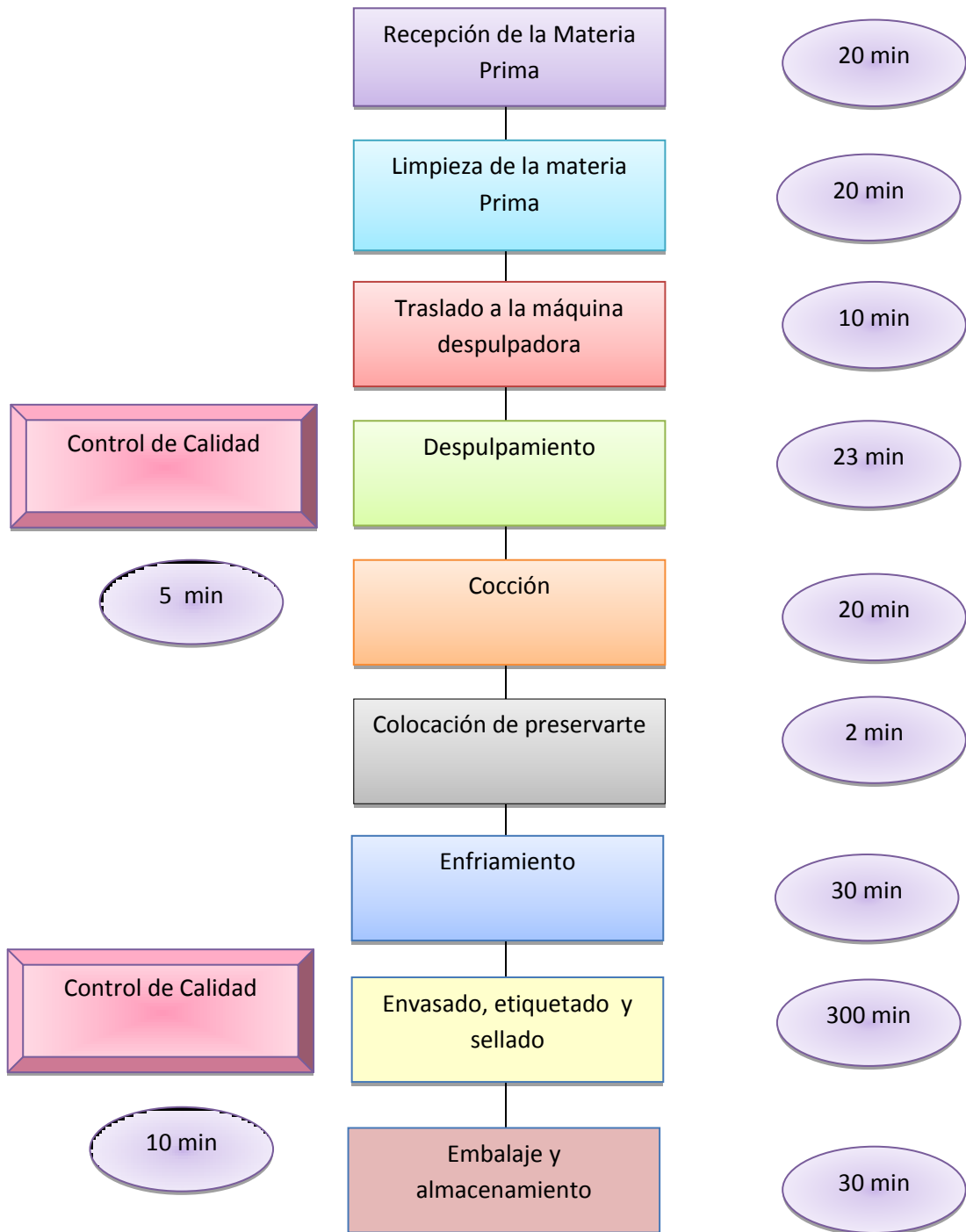
El proceso productivo del jarabe natural de tomate de árbol y miel de abeja tardará 480 minutos equivalentes a 8 horas.

### **Recurso humano.**

La empresa “*Sweet*” cía. Ltda. Estará conformada por personal idóneo, el cual está apto para laborar en la organización.

Esta organización laborará 5 días a la semana, 8 horas diarias, en un horario de 08h00 a 12h00 y de 14h00 a 18h00, con lo que se da pleno cumplimiento a lo estipulado en el código de trabajo.

**Diagrama de procesos de la empresa “Sweet Cía. Ltda.”**



**Total empleado**  $\Sigma = 480$  min (8 horas)  
**Total de Jarabes** = 100 unidades de 150ml

### 2.3.2. Flujograma de Procesos de la empresa "Sweet" cía Ltda.

N°	Actividad	○ □ ▽ ⇨ □	Responsable	Tiempo
1	Recepción de la MP.	●	Obrero	20 min
2	Limpieza de la MP.	●	Obrero	20min
3	Traslado de la MP.	●	Obrero	10 min
4	Despulpamiento del tomate de árbol.	●	Obrero	23 min
5	Control de Calidad	●	Jefe de Producción	5 min
6	Cocción de la mezcla.	●	Obrero	2 min
7	Colocación del preservarte.	●	Jefe de producción	30 min
8	Enfriamiento de la mezcla	●	Obrero	300 min
9	Envasado, sellado y etiquetado del producto	●	Obrero	10 min
10	Control de calidad	●		30 min
11	Embalaje y almacenamiento	●	Jefe de producción Obrero	
TOTAL				480 min

#### Leyenda

	<p>Actividad u operación</p> <p>Inspección o control</p> <p>Demora o espera.</p>		<p>Almacenamiento o archivo</p> <p>Transporte o recorrido</p> <p>Actividad combinada</p>
---	--	--	--

### 2.3.3. Requerimientos para la empresa

Para lograr un desempeño eficiente de la empresa, esta requiere de:

#### 2.3.3.1. Materia prima a utilizarse

- ✓ Tomate de árbol \$2.18 c/kilogramo
- ✓ Miel de abeja \$3,25 c/500ml

#### 2.3.3.2. Identificación de maquinaria y equipo, herramientas y vestimenta y equipo de seguridad industrial.

##### Maquinaria y equipo

- ✓ Marmita Electrica: \$1200
- ✓ Banda transportadora \$750
- ✓ Despulpadora: \$ 1200
- ✓ Envasadora dosificadora selladora y etiquetadora: \$1500
- ✓ Cámara de enfriamiento: \$950

#### GRÁFICO N° 44



##### Herramientas

- ✓ Balanza \$180,00
- ✓ Gavetas \$7,50,00
- ✓ juego de cuchillos \$25,00
- ✓ set de cucharas con medida \$15,00
- ✓ Termostato \$120,00



## GRÁFICO N° 45



### Vestimenta y equipo de seguridad industrial

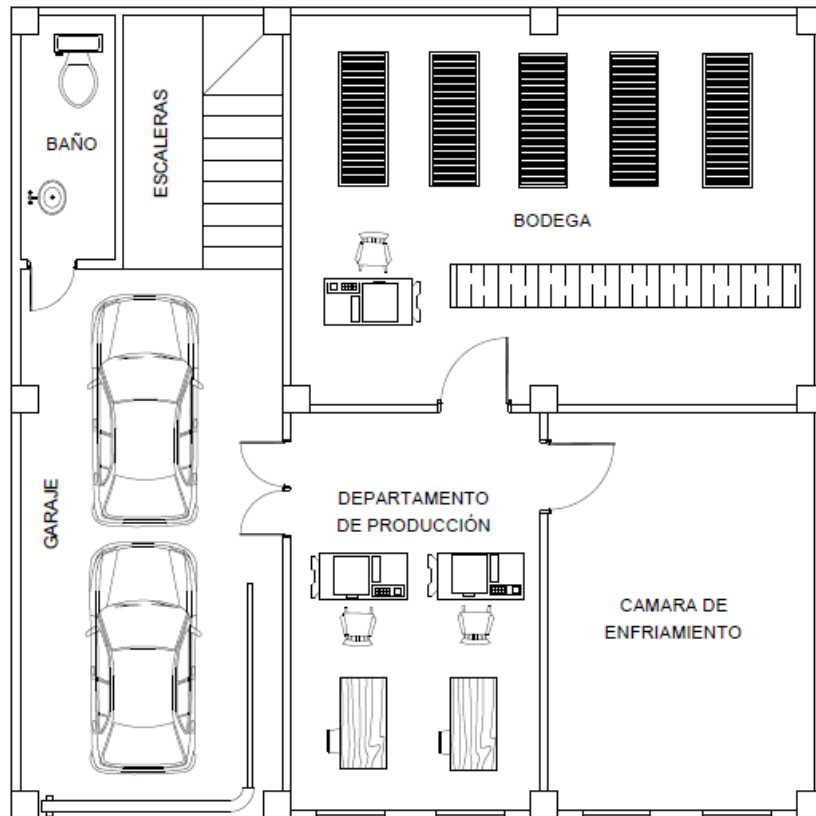
- ✓ Uniforme (Pantalon,camiseta) \$45,00
- ✓ Botas \$25,00
- ✓ Mascarillas con orejeras \$18.00
- ✓ Mallas para el Cabello \$2,00
- ✓ Guantes de caucho \$1,50
- ✓ Delantal \$3,00

## GRÁFICO N° 46

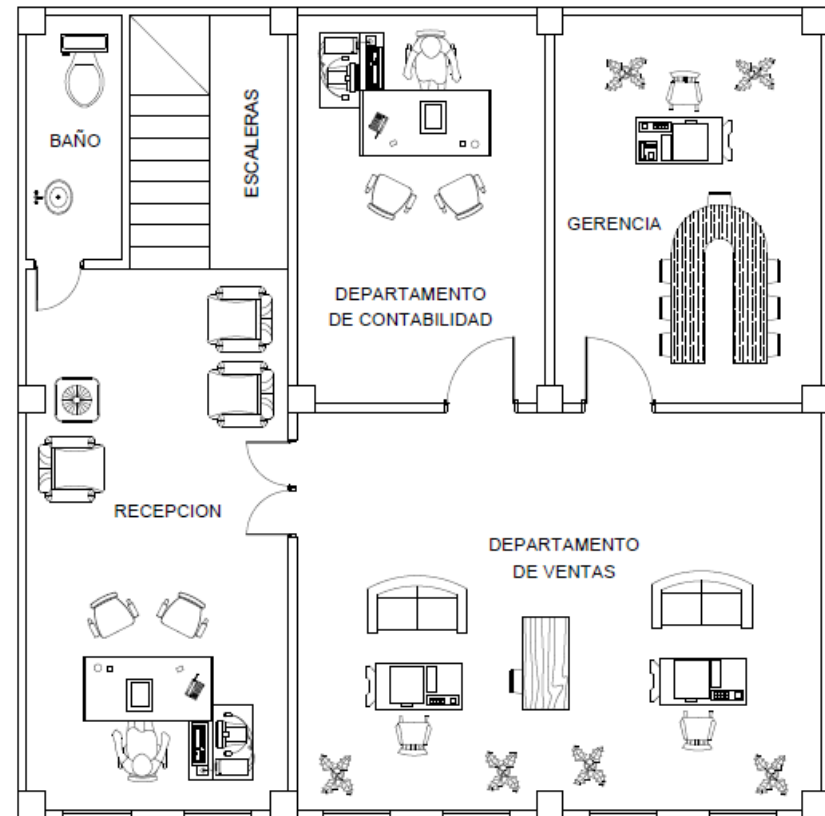


### 2.3.4. Distribución de la Planta

#### DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA BAJA



#### DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA ALTA



### 3. ORGANIZACIÓN LEGAL – ADMINISTRATIVA

#### 3.1. Organización legal

##### 3.1.1. Base Legal

Toda empresa para su libre funcionamiento debe reunir los requisitos exigidos por la ley. La Compañía se constituirá mediante escritura pública que previo mandato de la Superintendencia de Compañías será inscrita en el Registro Mercantil, con la modalidad de Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada.



- ✓ **Nombre, nacionalidad y domicilio de los socios que la forman:**  
Lourdes Isabel Medina Sarango de nacionalidad ecuatoriana domiciliada en la provincia de Loja, canton Loja
- ✓ **Razón Social:** Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar conforme a lo que la ley establece, siendo este “Sweet” cía Ltda.
- ✓ **Domicilio:** Ciudad de Loja, Cdla. La Pradera, almendros 23 -52 y cipres
- ✓ **Objeto Social:** Producción y comercialización de jarabe natural antiinflamatorio y antitusígeno a base de tomate de árbol y miel de abeja. por lo tanto podrá realizar contratos civiles y mercantiles relacionados con el objeto principal de la misma
- ✓ **Representante Legal:** Sra. Lourdes Isabel Medina Sarango
- ✓ **Capital Social:** 25436,75 dólares americanos
- ✓ **Tiempo de duración:** 5 años a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil.
- ✓ **Domicilio:** Ciudad de Loja, Cdla. La Pradera, almendros 23 -52 y cipres

### 3.1.2. Constitución de la empresa.

#### **ACTA CONSTITUTIVA**

En la ciudad de Loja a los diez y ocho días del mes de Abril del 2012, siendo las 15H04 min pm la Sra. Lourdes Isabel Medina Sarango con CI.- 110475058-1 de estado civil casado de nacionalidad ecuatoriana acude a la Notaría quinta del cantón Loja.

La Sra. Lourdes Isabel Medina Sarango en este acto manifiesta su libre consentimiento y deseo de crear una empresa dedicada a la Producción y Comercialización de un jarabe natural antiinflamatorio y antitusígeno a base de tomate de árbol y miel de abeja por un lapso de duración de 5 años con un capital inicial de 25.436,75 dólares americanos conformado por un financiamiento propio y externo; la misma que será identificada con la razón social "**Sweet**" **CÍA. LTDA.** que se encuentra ubicada en el sur de la ciudad de Loja en las calles almendros 23 – 52 y ciprés.

Se designa mediante asamblea como **GERENTE** a Medina Sarango Lourdes Isabel por su conocimiento, experiencia, habilidades, destreza, poder de liderazgo, carácter, iniciativa, determinación.

No teniendo otro asunto que tratarse se da por terminada la reunión siendo las 15H45 min pm del día indicado; finalmente al pie de la presente los que en ello intervinieron.

Lourdes Isabel Medina Sarango

**GERENTE**

## **Empresa "Sweet" Cía. Ltda.**

### **OBJETIVOS**

- ✓ Ofrecer un Producto de calidad para todos los consumidores
- ✓ Obtener utilidades mediante la comercialización del jarabe.
- ✓ Establecer un precio accesible por los consumidores.
- ✓ Brindar un servicio en atención al cliente que satisfaga al consumidor
- ✓ Posicionar el producto en el mercado durante el periodo establecido

### **METAS**

- ✓ Obtener una utilidad neta del 30% en el primer año
- ✓ Tener un personal capacitado en el manejo de la maquinaria en 3 meses
- ✓ Producir a escala para reducir costos en un año.
- ✓ Crear una base de datos de los clientes.
- ✓ Realizar promociones y publicidad del producto que comercializa la empresa.

### **POLÍTICAS.**

- ✓ Correcta presentación personal (uniforme de trabajo limpio y adecuado, puntualidad, cabello ordenado, afeitado, credencial, materiales de trabajo)
- ✓ Atención cordial y oportuna al cliente.
- ✓ Prohibido el ingreso de personal no autorizado a la empresa.
- ✓ Hacer conocer el producto que ofrece la empresa.

### **ESTRATEGIAS.**

- ✓ Seleccionar la mejor materia prima y mano de obra para realizar el producto.
- ✓ Capacitación del personal para que sea eficiente y eficaz
- ✓ Lanzar nuestro producto al mercado con un precio bajo, para lograr posicionamiento y reconocimiento en el mercado.

- ✓ Promocionar el producto por la televisión y radio.
- ✓ Crear ofertas promocionales de lanzamiento como: obsequio de esferos y calendarios.

### **VALORES DE LA EMPRESA**

Los valores a practicarse y cumplirse serán:

- ✓ Puntualidad
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Respeto
- ✓ Lealtad
- ✓ Honradez
- ✓ Honestidad
- ✓ Profesionalismo
- ✓ Ética

### 3.1.3. Minuta

#### SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, díguese insertar una de constitución de compañía Limitada, de acuerdo a las siguientes cláusulas:

**PRIMERA:** OTORGANTES.- Concorre al otorgamiento de esta escritura la señora **LOURDES ISABEL MEDINA SARANGO** con Nro. CI: 110475058-1, la compareciente declara ser ecuatoriana, mayor de edad, domiciliada en esta ciudad, sin impedimento legal para contratar.

**SEGUNDA:** CONSTITUCIÓN.- La compareciente convienen libre y voluntariamente, en constituir la compañía limitada: **“Sweet”**, la misma que se regirá por las leyes del Ecuador y por los siguientes estatutos.

**TERCERA:** ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA LIMITADA: **“Sweet”**,

#### **CAPÍTULO PRIMERO: RAZÓN SOCIAL, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL Y PLAZO DE DURACIÓN.**

**Art. 1.-** La compañía que se constituye por el presente instrumento llevará la razón social: **“Sweet Cía. Ltda.”**, debiendo en consecuencia, en todas sus operaciones y actividades actuar con este nombre.

**Art. 2.-** El domicilio principal de la compañía es la ciudad de Loja, República del Ecuador; y por resolución su propietaria, podrá establecer sucursales, conforme a ley.

**Art. 3.-** La compañía tiene como objeto social principal, ofrecer a la ciudadanía el producto jarabe natural antiinflamatorio y antitusígeno a base de tomate de árbol miel de abeja; podrá por tanto, realizar todos los actos y contratos civiles y mercantiles, relacionados con el objeto social principal.

**Art. 4.-** El plazo de duración de la compañía es de CINCO AÑOS, contados a partir de la fecha de inscripción de la escritura en el Registro

Mercantil, sin embargo, la gerente podrá disolverla en cualquier tiempo o prorrogar su plazo de duración en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

## **CAPÍTULO SEGUNDO: DEL CAPITAL SOCIAL**

**Art. 5.-** El capital social de la compañía es de \$ 25.436,75. El capital está íntegramente suscrito y pagado conforme se especifica en las declaraciones.

**Art. 6.-** La compañía puede aumentar el capital social por resolución de la Junta general de socios. Los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento de capital en proporción de sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la junta general de socios.

**Art. 7.-** El pago del aumento de capital podrá hacerse en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de utilidades, por capitalización del superávit proveniente de la revalorización de activos fijos o por los demás medios previstos en la ley.

**Art. 8.-** La compañía puede reducir el capital social por resolución del propietario, en la forma que ésta lo determine y de acuerdo a la ley.

**Art. 9.-** Las aportaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello, el consentimiento unánime del propietario. La cesión o venta se celebre por escritura pública y se observe las pertinentes disposiciones legales.

**Art. 10.-** Las resoluciones de aumento y reducción del capital, se tomarán con el consentimiento unánime del propietario; y las modificaciones correspondientes a la escritura constitutiva, se harán sujetándose a las solemnidades previstas por la ley para la formación de la compañía limitada. Si la Cía. se llegara a expandir entre más personas se les denominará socios, los mismos que tendrán derechos y obligaciones.



## **CAPÍTULO TERCERO: DE LOS SOCIOS, OBLIGACIONES Y DERECHOS**

**Art. 11.-** Son obligaciones de los socios:

- a) Tomar a su cargo las funciones que le fueren encomendadas por la Junta general de socios, por el presidente administrativo o el gerente, según sus atribuciones;
- b) Cumplir con las encomiendas y deberes que le asignaren la Junta general de socios, el presidente administrativo o el gerente;
- c) Cumplir con las obligaciones de los socios previstas en la Ley de Compañías;
- d) Las demás que le señalen estos estatutos.

**Art. 12.-** Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

- a) Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios y en las deliberaciones de la compañía, personalmente o mediante mandato a otro socio, con poder notarial o carta poder para cada sesión. El poder a un particular será necesariamente notariado. Cada socio tiene derecho a un voto cualquiera sea el monto de sus aportaciones;
- b) Elegir y ser elegido para cualquiera función en los organismos de administración y fiscalización;
- c) A percibir utilidades y beneficios a prorrata de las aportaciones pagadas, salvo que la Junta general de socios decida hacerlo en otra forma;
- d) Los demás previstos en la Ley de Compañías y estos estatutos.

**Art. 13.-** La responsabilidad de los socios por las obligaciones sociales, es la que determine la ley. No se reconocerá a favor de los socios beneficios económicos especiales, ni intereses a sus aportes.

## **CAPÍTULO CUARTO: DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN**

**Art. 14.-** El gobierno y administración de la compañía se ejerce por medio de la Junta general de socios, el presidente administrativo y el gerente.

## **SECCIÓN UNO: DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS**

**Art. 15.-** La Junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en número suficiente para formar quórum.

**Art. 16.-** Las sesiones de Junta general de socios son ordinarias y extraordinarias; se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta general de socios en la modalidad de Junta universal; esto es, que la Junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital pagado y todos los asistentes, quienes deberán suscribir el acta y bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la Junta, entendiéndose legalmente convocada y válidamente constituida.

**Art. 17.-** Las Juntas ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía: y, las extraordinarias en cualquier tiempo en que fueren convocadas, luego del referido lapso. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria; caso contrario, las resoluciones serán nulas.

**Art. 18.-** Las Juntas generales ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios y con ocho días por lo menos de anticipación al señalado para la sesión de Junta general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, hora, orden del día y objeto de la sesión.

**Art. 19.-** El quórum para las sesiones de Junta general de socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del número de socios de la compañía; en segunda convocatoria se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se indicará en la convocatoria. La sesión no podrá continuar válidamente sin el quórum establecido.

**Art. 20.-** Con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías, las resoluciones se tomarán con los votos favorables de la mayoría absoluta de los socios concurrentes. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

**Art. 21.-** Las resoluciones de la Junta general de socios, tomadas con arreglo a la ley y a lo que disponen estos estatutos, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto, estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

**Art. 22.-** Las sesiones de Junta general de socios, serán presididas por el presidente administrativo de la compañía, y a su falta, por la persona designada en cada sesión de entre los socios. Actuará de secretario o el socio que la Junta elija en cada caso.

**Art. 23.-** Las actas de las sesiones de Junta general de socios, se llevarán escritas a mano, en libro de actas, cuyas hojas deberán estar debidamente numeradas, escritas en el anverso y el reverso, las mismas que llevarán las firmas del presidente y secretario y serán rubricadas por los mismos en cada página. El presidente administrativo de la compañía resolverá los demás aspectos formales sobre las actas, dejando constancia de ello. De cada sesión de Junta se formará un expediente, el mismo que contendrá la copia del acta y de los documentos que adjudiquen que las convocatorias han sido hechas legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

**Art. 24.-** Son atribuciones privativas de la Junta general de socios:

- a) Resolver sobre el aumento o disminución del capital, la fusión o transformación de la compañía, la disolución anticipada, prórroga del plazo de duración; y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y estos estatutos;
- b) Nombrar al presidente administrativo y al gerente de la compañía, señalándoles su remuneración y removerlos de sus funciones por causa debidamente justificada;

- c) Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarios e informes que presenten los administradores;
- d) Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;
- e) Acordar la exclusión de socios, de acuerdo con las causas establecidas en la ley;
- f) Resolver el establecimiento de sucursales, oficinas y agencias;
- g) Resolver cualquier asunto que no sea de competencia privativa del presidente administrativo o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía;
- h) Interpretar con el carácter de obligatorio en los casos de duda que se presenten, sobre las disposiciones de estos estatutos y sobre las convenciones que rijan la vida de la compañía;
- i) Reglamentar los estatutos;
- j) Fijar la clase y monto de las cauciones que tengan que rendir los empleados que manejen bienes y valores, calificar esas fianzas, aceptarlas y ordenar su cancelación cuando llegue el caso;
- k) Aprobar el presupuesto de la compañía;
- l) Resolver sobre las adquisiciones, préstamos e inversiones de más de MIL DÓLARES;
- m) Las demás que señalen estos estatutos y la Ley de Compañías.

**Art. 25.-** Las resoluciones de la Junta general de socios, son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

## **SECCIÓN DOS: DEL PRESIDENTE ADMINISTRATIVO**

**Art. 26.-** El presidente administrativo de la compañía será nombrado por la Junta general, de entre los socios; durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Percibirá la remuneración que señale la Junta general de socios.

**Art. 27.-** Son deberes y atribuciones del presidente administrativo de la compañía:

- a) Vigilar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma; e informar a la junta general de socios, anualmente o cuando se le solicite;
- b) Convocar, presidir la Junta general de socios y suscribir las actas;
- c) Vigilar la contabilidad y la preparación de los informes a la Junta general de socios, sobre el estado económico y movimiento financiero y contable de la compañía;
- d) Subrogar al gerente por falta o ausencia temporal o definitiva, con todas las atribuciones, conservando las propias, mientras dure su ausencia; o, hasta que la Junta general de socios designe al sucesor y se haya inscrito su nombramiento; esto, aunque no se le hubiere encargado por escrito;
- e) Firmar el nombramiento del gerente y conferir certificaciones sobre el mismo;
- f) Inscribir su nombramiento en el Registro Mercantil;
- g) Ejercer las demás funciones, deberes y atribuciones que le señalen la Ley de Compañías, estos estatutos y la Junta general de socios.

### **SECCIÓN TRES: DEL GERENTE**

**Art. 28.-** El gerente será un socio de la compañía, nombrado por la Junta general de socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Recibirá la remuneración que señale la Junta general de socios-

**Art. 29.-** Son deberes y atribuciones de gerente de la compañía:

- a) Representará la compañía en forma legal, judicial y extrajudicialmente;
- b) Perseguir el cumplimiento del fin social de la compañía;
- c) Dirigir la cuestión económica financiera de la compañía;
- d) Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la compañía;
- e) Realizar pagos por concepto de gastos administrativos de la compañía y suscribir los documentos correspondientes;

- f) Realizar inversiones y adquisiciones hasta por el monto de MIL DÓLARES, sin perjuicio de lo dispuesto en la Ley de Compañías;
- g) Firmar el nombramiento del presidente administrativo y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;
- h) Nombrar al personal administrativo y contratar el personal técnico que requiera la compañía, conjuntamente con el presidente;
- i) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil;
- j) Llevar los libros de actas y expedientes de cada sesión de Junta general de socios;
- k) Conferir copias y certificaciones de los actos de la Junta general de socios, del presidente y de la gerencia;
- l) Manejar cuentas bancarias de la compañía, según sus atribuciones;
- m) Hacer efectivos los ingresos de la compañía;
- n) Presentar a la Junta general de socios el informe administrativo y económico, balances, estado de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios, según lo dispuesto en estos estatutos, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico;
- o) Resolver las observaciones, peticiones y reclamos de los socios y de terceros, interpuestos a la compañía por los canales administrativos y legales pertinentes;
- p) Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establecen la ley y estos estatutos; y, las que señale la Junta general de socios.

## **CAPÍTULO QUINTO: DE LA FISCALIZACIÓN Y ASESORÍA CONTABLE**

**Art. 30.-** Los socios de la compañía nombrarán de entre ellos un interventor, para que vigile, inspeccione, controle y fiscalice los actos de los administradores y las operaciones sociales, con derecho ilimitado y sin

dependencia de la administración. El interventor durará dos años en sus funciones y puede ser indefinidamente reelegido.

**Art. 31.-** Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo anterior, la Junta general de socios podrá contratar la asesoría contable o auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada.

## **CAPÍTULO SEXTO: DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA**

**Art. 32.-** La disolución y liquidación de la compañía, se regla por las disposiciones pertinentes en la Ley de Compañías y estos estatutos.

**Art. 33.-** En la liquidación de la compañía, el remanente del patrimonio, será distribuido entre los socios, una vez cumplidas las obligaciones sociales, en proporción al aporte pagado de cada socio.

### **DISPOSICIÓN GENERAL**

Todo lo no previsto en estos estatutos y en los reglamentos la compañía, será conocido y resuelto por la Junta general de socios.

### **SECCIÓN CUARTA: DECLARACIONES**

La socia fundadora de la compañía, la señora: **LOURDES ISABEL MEDINA SARANGO** con Nro.CI:110475058-1, Gerente de la Empresa “*Sweet*” **Cía. Ltda.**” para un período determinado en este estatuto está autorizada para que realice los trámites y gestiones necesarias, encaminadas a la legalización y aprobación de la escritura de formación de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil; y todos los trámites de rigor para que pueda operar la compañía. Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario se dignará agregar las cláusulas de estilo para su validez.

---

**Abg. Paulina Moncayo.**  
**CI.: 110386594-3**

### 3.1.4. Contratos

#### 3.1.4.1. Modelo de contrato individual de trabajo

Conste por el presente documento, el contrato que se suscribe al tenor de las cláusulas siguientes:

**PRIMERA: COMPARECIENTES.-** Comparecen a celebrar el presente contrato de Trabajo: **A)** La señora Lourdes Medina Sarango con cédula de identidad 11043750581 a nombre y en representación de la Empresa **“Sweet” Cía. Ltda.**, en su calidad de Gerente y Representante Legal, parte a la que en adelante y para efectos del presente contrato, se podrá denominar “El Empleador”; y, **B) LA DOCTORA PAULINA MONCAYO** con cédula 1104645678 con suficiente capacidad para ejercer derechos y contraer obligaciones a nombre propio, a quien, para efectos del presente contrato se podrá denominar como “ Empleada”.

**SEGUNDA: ANTECEDENTES.-** La empresa **“Sweet” Cía. Ltda.**, requiere contratar los servicios de **LA DOCTORA. PAULINA MONCAYO**, Quien ha manifestado su voluntad de prestar sus servicios lícitos y personales.

**TERCERA: OBJETO.-** Con los antecedentes expuestos, la Ingeniera Comercial Lourdes Medina, por los derechos que representa de la empresa **“Sweet” Cía. Ltda.**, en su calidad de Gerente de la misma, contrata a **LA DOCTORA PAULINA MONCAYO** para que preste sus servicios en calidad de **ASESOR JURÍDICO**.

La Empleada se compromete a prestar sus servicios personales en forma exclusiva para con El Empleador, en la clase de trabajo acordado, para el cual declara tener los conocimientos y capacidades necesarias.

El Empleador y la Empleada convienen en que la relación laboral entre ambos se regirá por el presente contrato individual de trabajo, Código del Trabajo, Ley del Seguro Social Obligatorio y legislación conexas; y la Empleada desempeñará sus funciones en conformidad con la Ley, Reglamento Interno y Código de Conducta de la empresa **“Sweet” Cía.**



**Ltda.**, y las disposiciones generales, órdenes e instrucciones que imparta El Empleador a través de sus representantes.

**CUARTA: JORNADA DE TRABAJO.-** La jornada de trabajo será dependiendo de las consultas que se requieran.

**QUINTA: REMUNERACIÓN.-** La remuneración que recibirá **LA DOCTORA PAULINA MONCAYO**, percibirá en virtud de este contrato es de **TREINTA 00/100 DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (USD. 30.00)**, pagaderos por cada consulta que se le realice.

**LA DOCTORA PAULINA MONCAYO** faculta a El Empleador a depositar los valores que componen su remuneración en una cuenta que para el efecto abrirá en el Banco de Guayaquil.

**SEXTA: PLAZO.-** El presente contrato tiene un plazo de duración de UN AÑO, con un periodo de prueba de NOVENTA DÍAS contados a partir de la suscripción del mismo. Durante este período de prueba, cualquiera de las partes lo pueden dar por terminado sin ninguna formalidad y sin derecho a indemnización alguna.

Vencido este plazo automáticamente se entenderá que continúa en vigencia por un año más. De todos modos cualquiera de las partes podrá dar por terminado este contrato, previo visto bueno, en los casos de los Art. 172 y 173 y con el procedimiento determinado en el Art. 621 del mismo Código.

Además del resto de causales señaladas en la Ley, el; presente contrato de trabajo podrá dársele por terminado, por acuerdo de las partes, en cuyo caso la Empleada deberá presentar su renuncia directamente al Empleador, con quince días de anticipación.

**SÉPTIMA: LUGAR DE TRABAJO.-** Los servicios contratados serán prestados principalmente en la ciudad de **Loja**, en las calles **sucre entre Miguel Riofrío y Rocafuerte**, lugar donde funciona **La empresa “Sweet” Cía. Ltda.**

**OCTAVA: CONFIDENCIALIDAD.-** La Empleada se compromete a guardar absoluta reserva sobre toda la información, política, procedimientos u operaciones, casos de tipo legal que realice El Empleador, y que llegue a su conocimiento con ocasión de la ejecución del presente contrato. La Empleada asume el compromiso de tomar todas

---

**GERENTE**

Sra.. Lourdes Medina  
**CI:** 1104750581

---

**ASESOR JURÍDICO**

Abg. Paulina Moncayo  
**CI:** 1104645678

### **3.1.4.2. Modelo de contrato de arriendo**

En el cantón Loja, a los 18 días del mes de Abril de 2012, por una parte el Señora Doctor Humberto Matamoros con cédula 1103865943, que en adelante se denominará el “arrendador” y por otra parte la Sra. Lourdes Isabel Medina Sarango , Gerente de la empresa “Sweet” Cía. Ltda. con cédula 1104750581, que se denominará “arrendatario” convienen en celebrar el presente Contrato de Arrendamiento, contenido en las siguientes cláusulas:

**PRIMERA:** El, Doctor Humberto Matamoros es propietario del inmueble ubicado en el cantón Loja, Provincia de Loja.

**SEGUNDA:** El Doctor Humberto Matamoros en calidad de arrendador, da y entrega en arrendamiento a la Sra. Lourdes Isabel Medina Sarango, el inmueble ubicado en la dirección antes mencionada.

**TERCERA:** El arrendatario, Sra. Lourdes Isabel Medina Sarango declara que ha recibido el inmueble materia de arriendo, a su completa satisfacción para dedicarlo la empresa de producción y comercialización de jarabe natural antiinflamatorio y antitusígeno a base de tomate de árbol y miel de abeja y que se obliga a pagar al arrendador o quien sus derechos represente la cantidad de \$350,00 DÓLARES AMERICANOS, pagaderos en los cinco primeros días de cada mes, siendo el único comprobante de pago el recibo firmado por el arrendador.

**CUARTA:** El arrendatario declara que el arrendador le ha entregado y que ha recibido en perfecto estado de funcionamiento, todas las instalaciones eléctricas, sanitarias, cerrajería, llaves, y que se obliga a entregarlo en el mismo estado que los recibe o pagar su valor en caso de pérdidas o destrucción de los mismos, salvo el deterioro producido por el uso y goce del inmueble.

**QUINTA:** Los servicios de agua potable, luz eléctrica se pagarán mensualmente durante el tiempo que dure el contrato.

**SEXTA:** El tiempo de duración del contrato es de 5 años, que comenzará a regir desde la fecha de suscripción del presente contrato, pudiendo ser renovado, siempre y cuando se pongan de acuerdo en el nuevo contrato de arrendamiento para el siguiente año.

**SÉPTIMA:** El arrendatario, no puede hacer ninguna mejora en el inmueble arrendado, sin consentimiento expreso del arrendador y por escrito, en todo caso, quedará en beneficio del arrendador cualquier mejora que hiciere, sin que tenga este que reconocer pago alguno.

**OCTAVA:** El arrendatario queda expresamente prohibido de subarrendar el inmueble arrendado, o traspasar sus derechos. Tampoco podrá dar otro uso o destino al inmueble, que el convenido.

**NOVENA:** Las causas de terminación del contrato serán las previstas en la Ley de Inquilinato a la cual se sujetan las partes.

**DÉCIMA:** En caso de discrepancia los contratantes se sujetan a los jueces de la ciudad de Loja, al juicio verbal sumario de inquilinato, renunciando fuero y domicilio. Fijan para cualquier notificación el inmueble arrendado.

Para constancia y en fe de conformidad firman por duplicado:

.....

**ARRENDADOR**

C.I: .....

.....

**ARRENDATARIO**

C.I: .....

## **3.2. Organización Administrativa**

### **3.2.1. Niveles Jerárquico**

Lo conforman el conjunto de organismos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que poseen independientemente de las funciones que realizan.

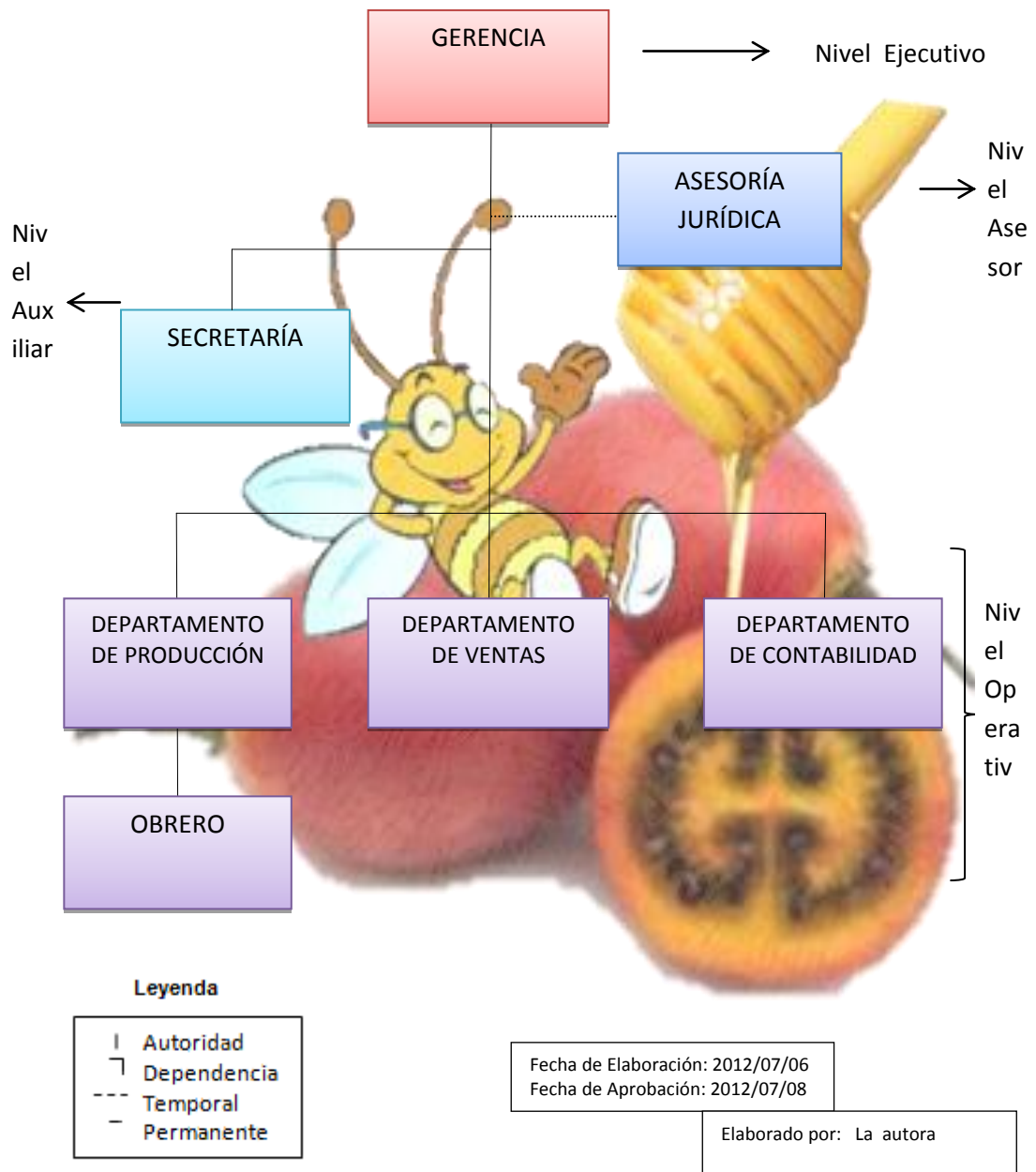
- ✓ **Nivel Ejecutivo.-** Está representado por el Gerente de la empresa, puesto que será el encargado de tomar decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas de la empresa, ejerciendo autoridad para garantizar su fiel cumplimiento.
- ✓ **Nivel Asesor.-** La empresa contará con un asesor legal, el mismo que se encargara de la legalidad de los trámites de la misma.
- ✓ **Nivel Auxiliar.-** Ayuda a los niveles administrativos en la prestación de servicios, en este caso estará conformado por la secretaria
- ✓ **Nivel Operativo.-** Quienes conforman dicho nivel, son los responsables directos de ejecutar las actividades de producción de la empresa, aquí se encuentran los obreros, jefe de producción, vendedores y contadora.

### **3.2.2 Organigramas.**

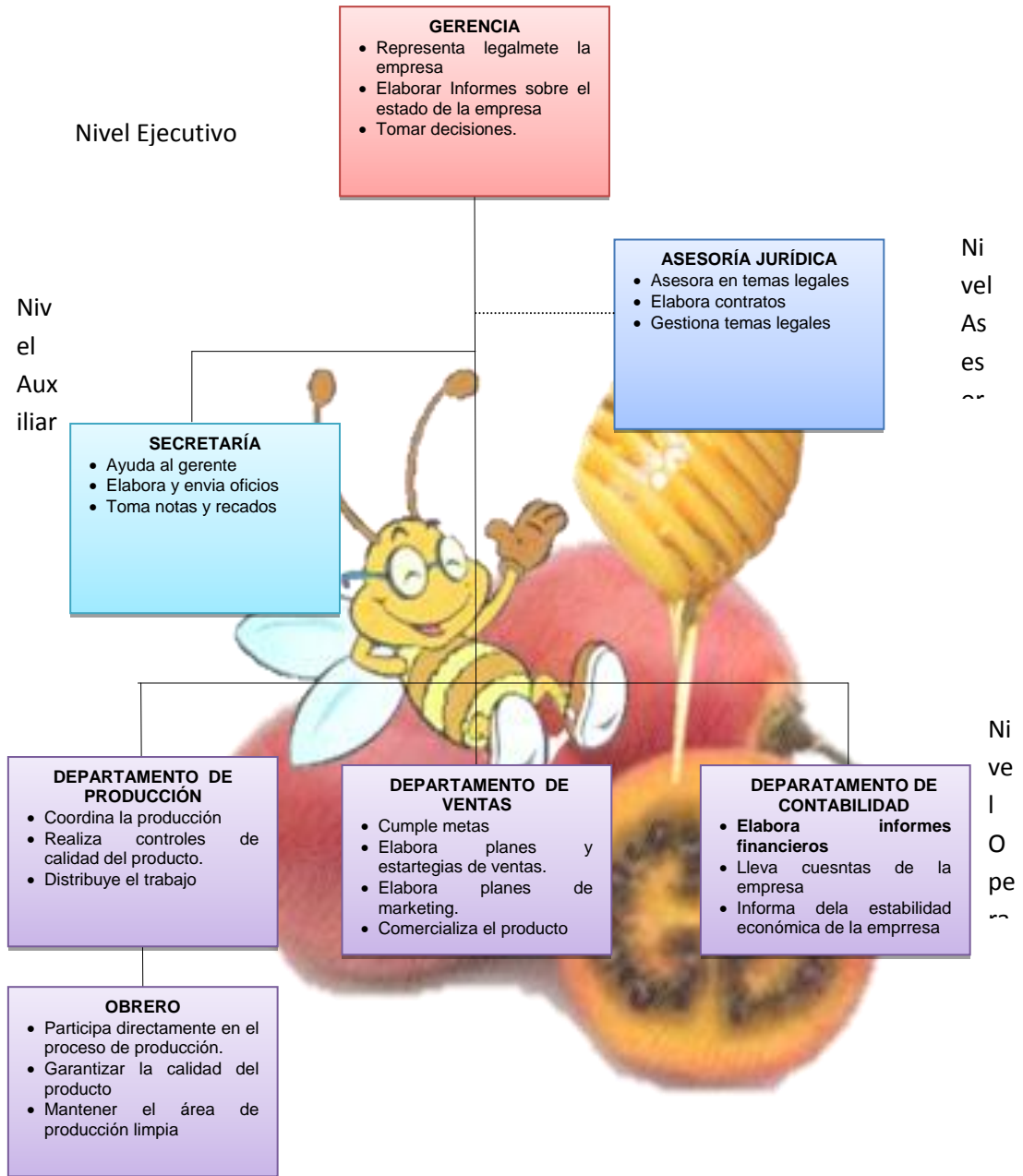
Es la representación gráfica de la estructura orgánica que muestra la composición de las unidades administrativas que la integran y sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría

## Organigramas de la Empresa "Sweet" Cía Ltda.

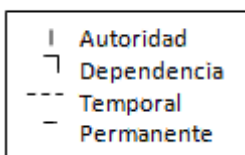
### 1. Organigrama Estructural de la empresa "Sweet" Cía Ltda.



## 2. Organigrama Funcional de la empresa “Sweet” Cía Ltda.



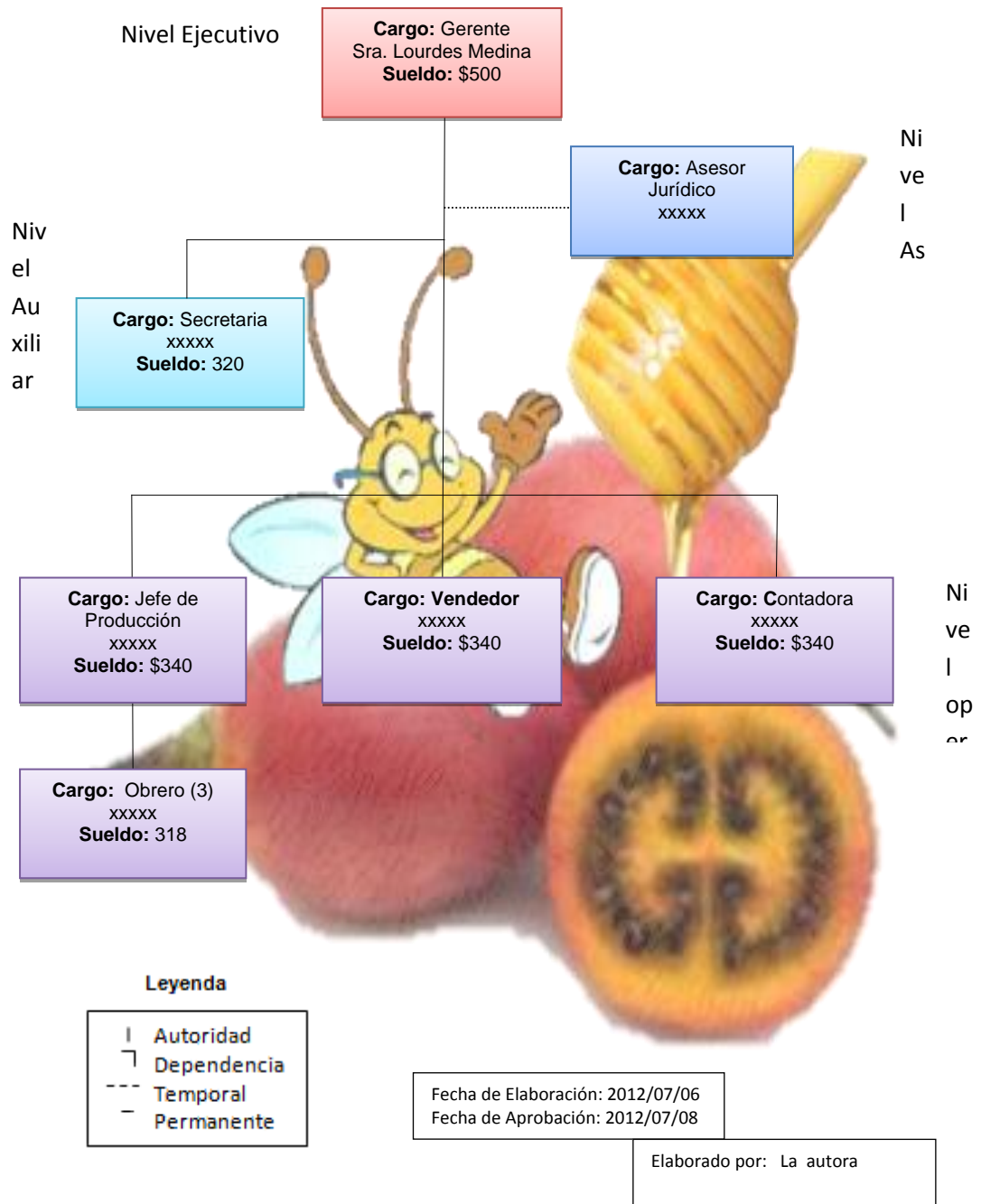
### Leyenda



Fecha de Elaboración: 2012/07/06  
Fecha de Aprobación: 2012/07/08

Elaborado por: La autora

### 3. Organigrama Posicional de la empresa "Sweet" Cía Ltda.





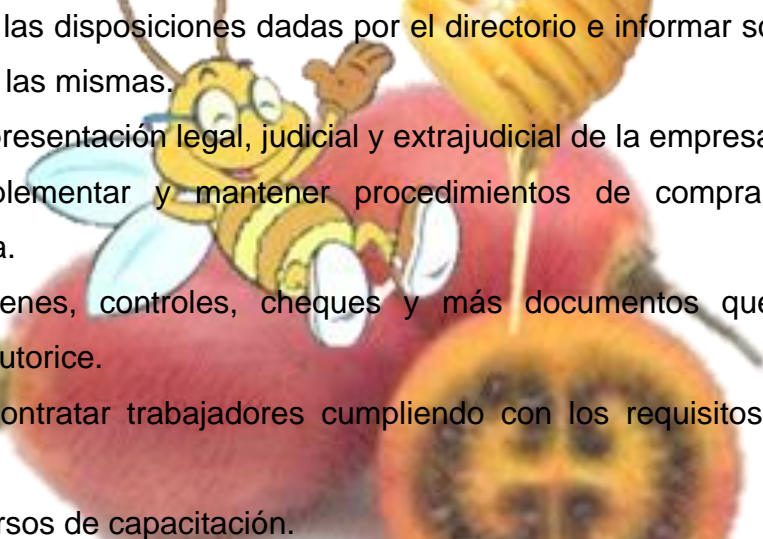
### 3.2.3. Manual de funciones.

**Código:** 001.

**Puesto o cargo:** Gerente.

**Naturaleza del trabajo:** Es el encargado de velar por el desenvolvimiento de la empresa, corregir, dirigir y controlar la ejecución de las labores inherentes a la compañía.

#### **Funciones:**

- 
- ✓ Cumplir con las disposiciones dadas por el directorio e informar sobre la marcha de las mismas.
  - ✓ Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la empresa.
  - ✓ Diseñar, implementar y mantener procedimientos de compra de materia prima.
  - ✓ Tramitar órdenes, controles, cheques y más documentos que el reglamento autorice.
  - ✓ Nombrar y contratar trabajadores cumpliendo con los requisitos del Caso.
  - ✓ Organizar cursos de capacitación.

#### **Características de clase:**

- ✓ Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando así como de la empresa en general.
- ✓ Actuar con independencia profesional usando su criterio para la solución de los problemas inherentes al cargo.
- ✓ Responder por equipos a su cargo hasta un valor de \$1000.

#### **Requisitos:**

- ✓ **Educación:** Título de ingeniero comercial.
- ✓ **Experiencia:** 2 años en funciones similares.

**Código:** 002.

**Puesto o cargo:** Asesor Jurídico.

**Naturaleza del trabajo:** Es el encargado de los asesoramientos legales, emitir resoluciones ya sea de constitución, disolución, reformas de estatutos y otras relacionadas con la parte legal de la empresa.

**Funciones:**

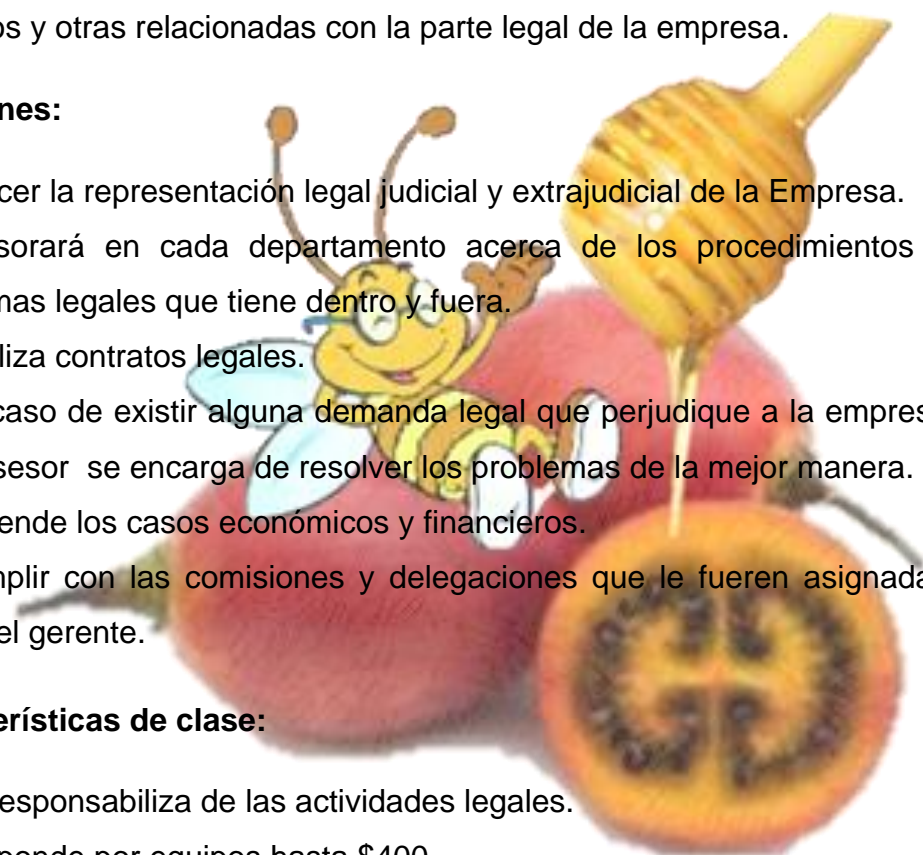
- ✓ Ejercer la representación legal judicial y extrajudicial de la Empresa.
- ✓ Asesorará en cada departamento acerca de los procedimientos y normas legales que tiene dentro y fuera.
- ✓ Realiza contratos legales.
- ✓ En caso de existir alguna demanda legal que perjudique a la empresa el asesor se encarga de resolver los problemas de la mejor manera.
- ✓ Defiende los casos económicos y financieros.
- ✓ Cumplir con las comisiones y delegaciones que le fueren asignadas por el gerente.

**Características de clase:**

- ✓ Se responsabiliza de las actividades legales.
- ✓ Responde por equipos hasta \$400.

**Requisitos:**

- ✓ **Educación:** Título en doctorado en jurisprudencia.
- ✓ **Experiencia:** 2 años en funciones similares.



**Código:** 003.

**Puesto o cargo:** Secretaria.

**Naturaleza del trabajo:** Realizar labores de secretaría o asistencia directa al gerente de la empresa.

**Funciones:**

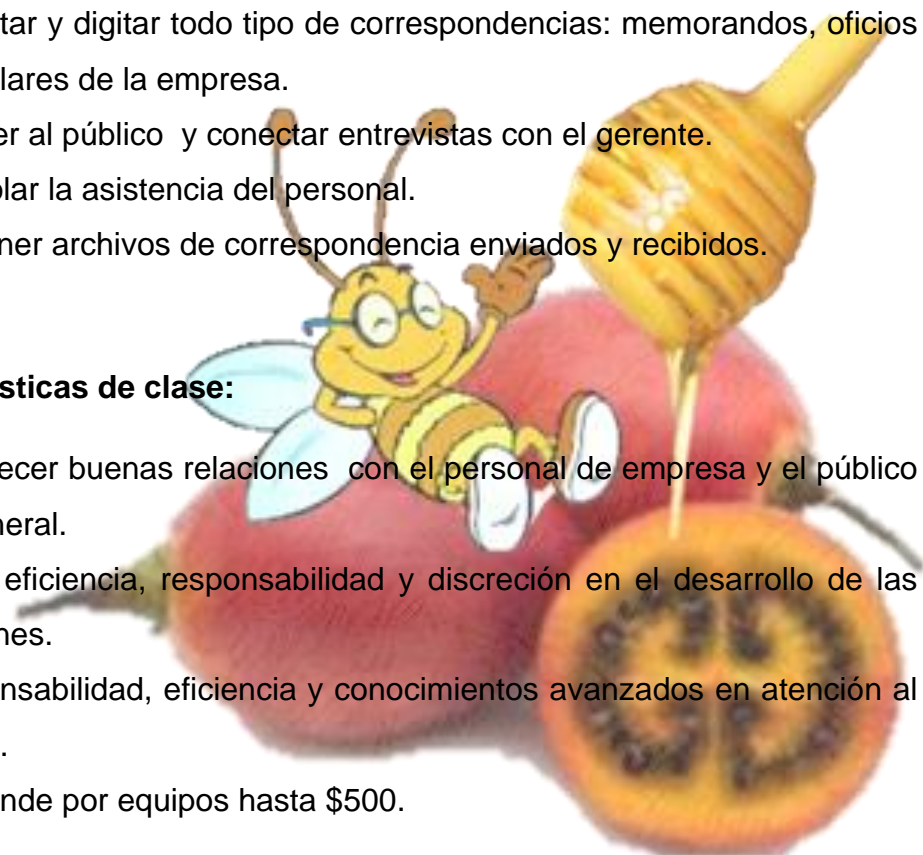
- ✓ Redactar y digitar todo tipo de correspondencias: memorandos, oficios y circulares de la empresa.
- ✓ Atender al público y conectar entrevistas con el gerente.
- ✓ Controlar la asistencia del personal.
- ✓ Mantener archivos de correspondencia enviados y recibidos.

**Características de clase:**

- ✓ Establecer buenas relaciones con el personal de empresa y el público en general.
- ✓ Tener eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de las funciones.
- ✓ Responsabilidad, eficiencia y conocimientos avanzados en atención al cliente.
- ✓ Responde por equipos hasta \$500.

**Requisitos:**

- ✓ **Educación:** Título de bachiller.
- ✓ **Experiencia:** 2 años en labores afines.



**Código:** 004.

**Puesto o cargo:** Jefe de producción.

**Naturaleza del trabajo:** Planificar, organizar y controlar el funcionamiento del departamento de producción.

**Funciones:**

- ✓ Supervisar y controlar las actividades diarias de los trabajadores.
- ✓ Evaluar y ejecutar programas de producción
- ✓ Supervisar la entrega y recepción de los implementos de su departamento.
- ✓ Controlar el buen funcionamiento de la maquinaria y equipos.
- ✓ Realiza con control de la calidad del producto.
- ✓ Controla inventarios y presenta informes de los requerimientos del departamento.

**Características de clase:**

- ✓ La responsabilidad de supervisar y controlar existencias de materia prima y el cuidado de la misma para evitar paralizaciones de las actividades.
- ✓ Responder por equipos a su cargo hasta \$300.

**Requisitos:**

- ✓ **Educación:** Título en Bioquímica y Farmacia.
- ✓ **Experiencia:** 2 años en labores afines.

**Código:** 005.

**Puesto o cargo:** Obrero.

**Naturaleza del trabajo:** Elaborar el producto mediante el procesamiento de la materia Prima.

**Funciones:**

- ✓ Ayudar en la preparación del jarabe.
- ✓ Mantener el área de producción de manera higiénica.
- ✓ Ayudar a controlar que toda el área no se encuentre en riesgos.
- ✓ Verificar que los insumos se encuentren en buenas condiciones.
- ✓ Almacenar la materia prima.
- ✓ Verificar el proceso de envasado, etiquetado y almacenaje del producto.

**Características de clase:**

- ✓ Se responsabiliza por la preparación del jarabe.
- ✓ Responde por equipos hasta \$50.

**Requisitos:**

- ✓ **Educación:** Título de bachiller.
- ✓ **Experiencia:** 1 año en labores afines.



**Código:** 006.

**Puesto o cargo:** Vendedor.

**Naturaleza del trabajo:** Planificar, organizar, dirigir y controlar el funcionamiento del departamento de comercialización del producto.

**Funciones:**

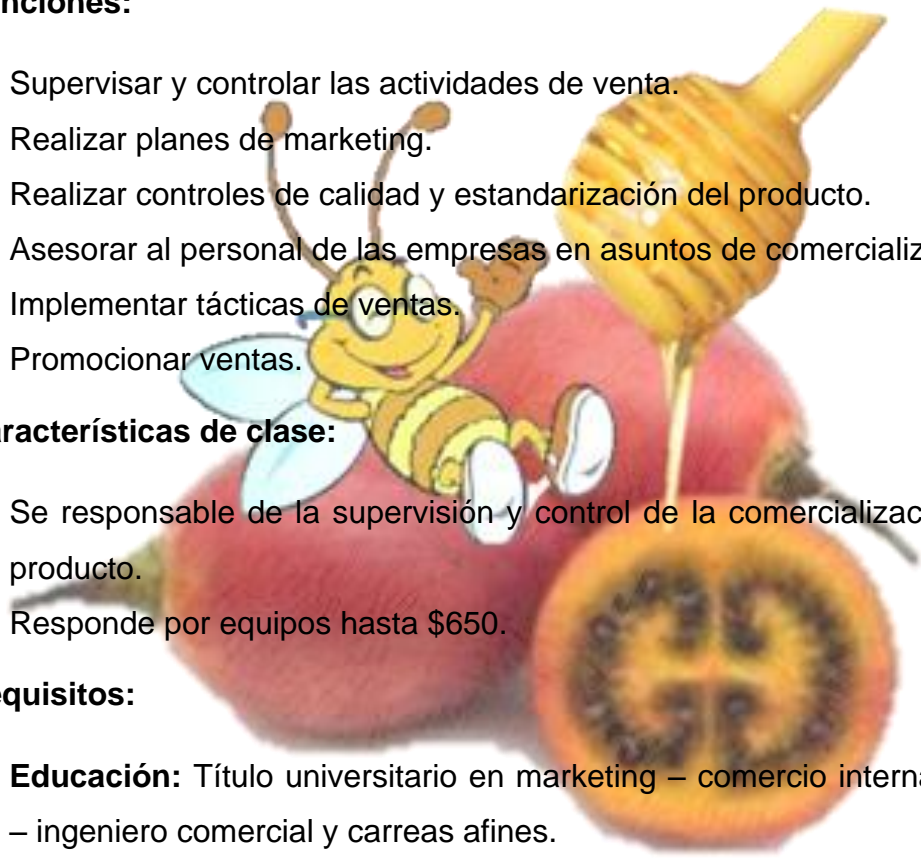
- ✓ Supervisar y controlar las actividades de venta.
- ✓ Realizar planes de marketing.
- ✓ Realizar controles de calidad y estandarización del producto.
- ✓ Asesorar al personal de las empresas en asuntos de comercialización.
- ✓ Implementar tácticas de ventas.
- ✓ Promocionar ventas.

**Características de clase:**

- ✓ Se responsable de la supervisión y control de la comercialización del producto.
- ✓ Responde por equipos hasta \$650.

**Requisitos:**

- ✓ **Educación:** Título universitario en marketing – comercio internacional – ingeniero comercial y carreras afines.
- ✓ **Experiencia:** 1 año en labores afines.



**Código:** 007.

**Puesto o cargo:** Contadora.

**Naturaleza del trabajo:** Realizar labores de contabilidad y asistencia económica financiera al gerente de la empresa.

**Funciones:**

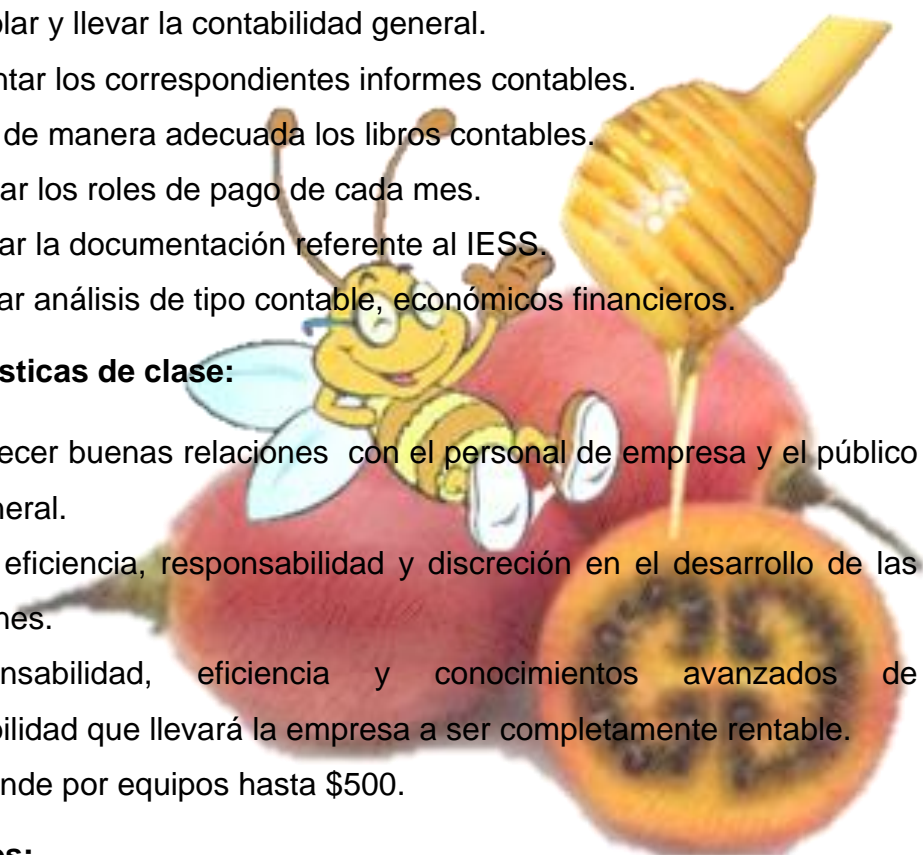
- ✓ Controlar y llevar la contabilidad general.
- ✓ Presentar los correspondientes informes contables.
- ✓ Llevar de manera adecuada los libros contables.
- ✓ Elaborar los roles de pago de cada mes.
- ✓ Tramitar la documentación referente al IESS.
- ✓ Realizar análisis de tipo contable, económicos financieros.

**Características de clase:**

- ✓ Establecer buenas relaciones con el personal de empresa y el público en general.
- ✓ Tener eficiencia, responsabilidad y discreción en el desarrollo de las funciones.
- ✓ Responsabilidad, eficiencia y conocimientos avanzados de contabilidad que llevará la empresa a ser completamente rentable.
- ✓ Responde por equipos hasta \$500.

**Requisitos:**

- ✓ **Educación:** Título de Contadora.
- ✓ **Experiencia:** 2 años en labores afines.



## 4. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio económico-financiero tiene por objeto hacer una presentación amplia y rigurosa de cada uno de los elementos que estructuran el proyecto.

### 4.1. Análisis Financiero

#### 4.1.1. Inversión en activos

Las inversiones del proyecto son todos los activos que requiere la empresa para garantizar la elaboración del producto. Las inversiones se detallan a continuación son:

- ✓ Inversión en activos fijos.
- ✓ Inversión en activos diferidos.
- ✓ Inversión en activo circulante o capital de trabajo.

##### 4.1.1.1. Inversión en activos Fijos

Son las inversiones que se realizan en bienes tangibles para garantizar la operación del proyecto y no son objeto de comercialización, se adquieren para ser usadas durante la vida útil del proyecto, los mismos están sujetos a depreciación.

- ✓ **Maquinaria.-** es necesaria para facilitar el proceso de transformación de la materia prima en el producto terminado.

**CUADRO N°63  
MAQUINARIA Y EQUIPO**

Denominación	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Marmita Eléctrica	u	1	1200,00	1.200,00
Banda transportadora	u	1	750,00	750,00
Despulpadora de frutas	u	1	1200,00	1.200,00
Envasadora-Dosificadora-Selladora-etiquetadora	u	1	1500,00	1.500,00
Cámara de enfriamiento	u	1	950,00	950,00
Total				5.600,00

Fuente: Ecotecservec.  
Elaboración: La Autora



- ✓ **Herramientas.-** consideradas como instrumentos de uso manual o mecánico para facilitar el proceso de producción.

**CUADRO N°64  
HERRAMIENTAS**

Denominación	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Balanza	u	1	180,00	180,00
Gavetas plásticas	u	10	7,50	75,00
Juego de cuchillos	u	1	25,00	25,00
Set de cucharas de medida	u	1	15,00	15,00
Termostato	u	1	120,00	120,00
<b>Total</b>				415,00

Fuente: Coral centro  
Elaboración: La Autora

- ✓ **Equipo de oficina:** Esta sección contempla toda la dotación de aquellos elementos técnicos requeridos para el cumplimiento de las labores administrativas de la empresa.

**Departamento Administrativo**

**CUADRO N°65  
EQUIPO DE OFICINA**

Denominación	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Teléfono	u	3	90,00	270,00
Fax	u	1	180,00	180,00
<b>Total</b>				450,00

Fuente: Master Pc  
Elaboración: La Autora

**Departamento de Ventas**

**CUADRO N°66  
EQUIPO DE OFICINA**

Denominación	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Teléfono celular	u	1	90,00	90,00
Flash memory	u	1	25,00	25,00
<b>Total</b>				115,00

Fuente: Master Pc  
Elaboración: La Autora

- ✓ **Equipo de cómputo:** comprende los equipos de computación como computadores e impresoras.

#### Departamento Administrativo

**CUADRO N°67  
EQUIPO DE CÓMPUTO**

Denominación	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computadora	u	3	960,00	2.880,00
Impresora	u	3	120,00	360,00
<b>Total</b>				3.240,00

Fuente: Master Pc  
Elaboración: La autora

#### Departamento de Ventas

**CUADRO N°68  
EQUIPO DE CÓMPUTO**

Denominación	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Computadora	u	1	960,00	960,00
Impresora	u	1	120,00	120,00
<b>Total</b>				1.080,00

Fuente: Master Pc  
Elaboración: La autora

- ✓ **Muebles y Enseres:** Se refiere al mobiliario, que se requiere para realizar las actividades tanto financieras como productivas de la empresa.

#### Departamento Administrativo

**CUADRO N°69  
MUEBLES Y ENSERES**

Denominación	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Escritorio	u	3	200,00	600,00
Sillas	u	8	38,00	304,00
Sillón	u	1	80,00	80,00
Archivador	u	2	120,00	240,00
<b>Total</b>				1.224,00

Fuente: Mueblería Ramón  
Elaboración: La autora

## Departamento de Ventas

### CUADRO N°70 MUEBLES Y ENSERES

Denominación	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Sillas	u	3	45,00	135,00
Stand.	u	1	35,00	35,00
Escritorio	u	1	180,00	180,00
Total				350,00

Fuente: Mueblería Ramón  
Elaboración: La autora

## Departamento de Producción

### CUADRO N°71 MUEBLES Y ENSERES

Denominación	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Mesa metálica (4m x 0,80m)	u	3	100,00	300,00
Estante	u	3	45,00	135,00
Total				435,00

Fuente: Ochoa Hnos.  
Elaboración: La autora

- ✓ **Vehículo:** contribuye al transporte de la materia prima así como también al de los productos terminados para su comercialización.

### CUADRO N°72 VEHÍCULO

Denominación	Unidad	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Camión Refrigerado	u	1	23.000,00	23.000,00
Total				23.000,00

Fuente: Cuadro N° 52  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 73  
RESUMEN ACTIVOS FIJOS**

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL
Maquinaria y equipos	5.600,00
Herramientas	415,00
Muebles y Enseres	2.009,00
Equipo de Oficina	565,00
Equipo de Computo	4.320,00
Vehículo	23.000,00
<b>Total</b>	<b>35.909,00</b>

Fuente: Cuadros N° 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72

Elaboración: La Autora

**4.1.1.2. Inversión en activos diferidos**

Son aquellos gastos no reembolsables que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto y suelen ser amortizados. En este rubro se tomó en cuenta los gastos realizados en el estudio del proyecto y otros gastos relacionados con los mismos.

**Costos de elaboración del proyecto:** es monto de inversión previsto para cubrir estos costos para la elaboración del mismo.

**CUADRO N°74  
COSTOS DE ELABORACIÓN DEL PROYECTO**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Material de Oficina	1	50,70	50,70
Suministros de Computación	1	276,60	276,60
Derechos y Aranceles	1	125,00	125,00
Movilización y subsistencias	1	330,00	330,00
Imprevistos	1	39,12	39,12
<b>Total</b>			<b>821,42</b>

Fuente: Cuadro de Financiamiento

Elaboración: La Autora

**Costos legales de la constitución de la empresa:** Incluye los desembolsos con el afán de conseguir que la compañía sea reconocida legalmente y pueda desarrollar sus actividades con normalidad.

**CUADRO N° 75  
COSTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN**

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Registro único de contribuyentes	1	0,50	0,50
Permiso de la Dirección municipal de higiene	1	20,00	20,00
Patentes municipales	1	45,00	45,00
Registro Sanitario	1	50,00	50,00
<b>Total</b>			<b>115,00</b>

Fuente: Registro Mercantil, Municipio de Loja

Diseño: La Autora

**Costos de adecuación del local:** En esta sección se agrupan aquellos gastos efectuados con motivo del montaje de la empresa.

**CUADRO N° 76  
ADECUACIÓN DEL LOCAL**

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Valor total
Pintura	2	25,00	50,00
Línea Telefónica	1	75,00	75,00
Extintor	1	50,00	50,00
Botiquín	1	25,00	25,00
<b>Total</b>			<b>200,00</b>

Fuente: El Condor, Exponova SA.

Diseño: Grupo de Investigación

**CUADRO N° 77  
RESUMEN ACTIVOS DIFERIDOS**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	VALOR TOTAL
Costos Legales de Constitución	1	400,00	400,00
Elaboración del Proyecto	1	821,42	821,42
Adecuación del Local	1	200,00	200,00
Imprevistos	1	200,00	200,00
<b>Total Activos Diferidos</b>			<b>1.621,42</b>

Fuente: Cuadros N°73, 74, 75

Diseño: La autora

#### 4.1.1.3. Inversión en activo circulante o capital de trabajo

Los activos circulantes llegan a constituirse en el dinero que se debe disponer para que la compañía realice sus operaciones durante un ciclo productivo, estos activos tienen facilidad de liquidez y tienden a ser recuperados durante el proceso de comercialización del producto.

**Materia Prima Directa.-** se considera la materia prima que interviene de manera directa en el proceso productivo, la cual sufre un transformación.

**CUADRO N° 78**  
**MATERIA PRIMA DIRECTA**

Denominación	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Tomate de árbol	13	kg.	2,18	28,34
Miel de abeja (500ml)	2	500 ml	3,25	6,50
<b>Total Materia Prima Directa (diario)</b>				<b>34,84</b>
<b>Total Materia Prima Directa (mensual)</b>				<b>696,80</b>
<b>Materia Prima Directa (anual)</b>				<b>8.361,60</b>

Fuente: Mercado mayorista  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N°79**  
**MATERIA PRIMA DIRECTA**  
**2,68%<sup>32</sup>**

Años	Valor Total
0	8.361,60
1	8.585,69
2	8.815,79
3	9.052,05
4	9.294,65
5	9.543,74

Fuente: Cuadro N° 78  
Elaboración: La Autora

<sup>32</sup> Inflación Junio 2013 (Banco central de Ecuador)

**Mano de Obra Directa.-** Aquí se considera el costo derivado de sueldos al personal operativo, encargado de la elaboración del producto

**CUADRO N°80  
MANO DE OBRA DIRECTA**

<b>RUBROS/CARGO</b>	<b>OBRERO</b>
Salario	350,00
Décimo tercer sueldo 1/12	29,17
Décimo cuarto sueldo SBA/12	26,50
Vacaciones 1/24	14,58
Aporte patronal 11,15%	39,03
Aporte IECE 0,50%	1,75
Aporte SECAP 0,50%	1,75
Fondos de reserva 8,33%	29,16
<b>COSTO REAL DEL TRABAJO</b>	<b>491,93</b>
<b>LIQUIDO PAGAR</b>	<b>491,93</b>
Nº de Empleados	2
<b>Total Mensual</b>	<b>983,86</b>
<b>Total Anual</b>	<b>11.806,32</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 81  
PROYECCIÓN  
2,68%**

<b>Año</b>	<b>Valor Total</b>
0	11.806,32
1	12.122,73
2	12.447,62
3	12.781,21
4	13.123,75
5	13.475,47

Fuente: Cuadro N° 80  
Elaboración: La Autora

**Materia prima Indirecta.-** es aquella que interviene en el proceso de producción pero que no sufre ninguna transformación.

**CUADRO N° 82  
MATERIA PRIMA INDIRECTA**

Denominación	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
Preservantes ( Funda 25kg)	0,187	Kg.	19,50	3,65
<b>Total Materia Prima Indirecta (diario)</b>				<b>3,65</b>
<b>Total Materia Prima Indirecta (mensual)</b>				<b>72,93</b>
<b>Total Materia Prima Indirecta (anual)</b>				<b>875,16</b>

Fuente: Farmalemana  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 83  
PROYECCIÓN  
2,68%**

Años	Valor Total
<b>0</b>	875,16
<b>1</b>	898,61
<b>2</b>	922,70
<b>3</b>	947,43
<b>4</b>	972,82
<b>5</b>	998,89

Fuente: Cuadro N° 82  
Elaboración: La Autora

**Mano de obra indirecta.-** son aquellas personas que interviene indirectamente el proceso productivo mediante la supervisión y controles de calidad.

**CUADRO N° 84  
MANO DE OBRA INDIRECTA**

Rubros/cargo	Jefe de producción
<b>Salario</b>	450,00
<b>Décimo tercer sueldo 1/12</b>	37,50
<b>Décimo cuarto sueldo SBA/12</b>	26,50
<b>Vacaciones 1/24</b>	18,75
<b>Aporte patronal 11,15%</b>	50,18
<b>Aporte IECE 0,50%</b>	2,25
<b>Aporte SECAP 0,50%</b>	2,25
<b>Fondos de reserva 8,33%</b>	37,49
<b>COSTO REAL DEL TRABAJO</b>	<b>624,91</b>
<b>LIQUIDO PAGAR</b>	<b>624,91</b>
<b>N° de Empleados</b>	1
<b>Total Mensual</b>	<b>624,91</b>
<b>Total Anual</b>	<b>7.498,92</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales  
Elaboración: La Autora



**CUADRO N° 85  
PROYECCIÓN  
2,68%**

<b>Año</b>	<b>Valor Total</b>
<b>0</b>	7.498,92
<b>1</b>	7.699,89
<b>2</b>	7.906,25
<b>3</b>	8.118,14
<b>4</b>	8.335,70
<b>5</b>	8.559,10

Fuente: Cuadro N° 84.  
Elaboración: La Autora

**Materiales Indirectos.-** Son aquellos que contribuyen a la buena presentación de producto a comercializarse.

**CUADRO N° 86  
MATERIALES INDIRECTOS**

<b>Denominación</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>Etiqueta.</b>	1	rollo x 100u	12,00	12,00
<b>Frascos de vidrio</b>	100	U	0,23	23,00
<b>Cajas de cartón individual</b>	100	U	0,15	15,00
<b>Cajas de cartón</b>	4	U	0,18	0,72
<b>Instructivo</b>	100	U	0,16	16,00
<b>Total Materia Prima Indirecta (diario)</b>				<b>66,72</b>
<b>Total Materia Prima Indirecta (mensual)</b>				<b>1.445,60</b>
<b>Total Materia Prima Indirecta (anual)</b>				<b>17.347,20</b>

Fuente: Coral Centro, Intergraph  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 87  
PROYECCIÓN  
2,68%**

<b>Años</b>	<b>Valor Total</b>
<b>0</b>	17.347,20
<b>1</b>	17.812,10
<b>2</b>	18.289,47
<b>3</b>	18.779,63
<b>4</b>	19.282,92
<b>5</b>	19.799,70

Fuente: Cuadro N° 86  
Elaboración: La Autora

**Vestimenta.-** es el vestuario que utilizará el personal del Departamento producción para la elaboración del producto, para evitar cualquier tipo de insalubridad.

**CUADRO N° 88  
VESTIMENTA**

Denominación	Cantidad	Unidad	Valor Unitario	Valor Total
<b>Uniformes</b>	10	U	45,00	450,00
<b>Botas</b>	6	Par	25,00	150,00
<b>Mascarilla</b>	6	U	18,00	108,00
<b>Malla para Cabello</b>	6	U	2,00	12,00
<b>Gorro</b>	6	U	1,50	9,00
<b>Delantales</b>	6	U	3,00	18,00
<b>Total Vestimenta mensual</b>				<b>62,25</b>
<b>Total Vestimenta anual</b>				<b>747,00</b>

Fuente: Corral centro  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 89  
PROYECCIÓN  
2,68%**

Años	Valor Total
<b>0</b>	747,00
<b>1</b>	767,02
<b>2</b>	787,58
<b>3</b>	808,68
<b>4</b>	830,36
<b>5</b>	852,61

Fuente: Cuadro N° 88  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 90  
PRESUPUESTO DE SERVICIOS BÁSICOS**

Denominación	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
<b>Consumo de Agua</b>	m3	250	0,20	50,00
<b>Consumo de Energía eléctrica</b>	kw/h	350	0,11	38,50
<b>Consumo de teléfono</b>	Min	100	0,10	10,00
<b>Total Mensual</b>				<b>98,50</b>
<b>Total Anual</b>				<b>1.182,00</b>

Fuente: Municipio de Loja, ERRSA, CNT  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 91  
PROYECCIÓN  
2,68%**

<b>Año</b>	<b>Valor total</b>
<b>0</b>	1.182,00
<b>1</b>	1.213,68
<b>2</b>	1.246,20
<b>3</b>	1.279,60
<b>4</b>	1.313,90
<b>5</b>	1.349,11

Fuente: Cuadro N° 90  
Elaboración: La Autora

## **4.1.2. Gastos**

### **4.1.2.1. Gastos administrativos**

Son costos necesarios que están asociados con la gestión, los empleados, y las funciones generales de una organización que no pueden ser aplicados directamente a alguna categoría de gastos relacionados con la operación.<sup>33</sup>

**CUADRO N° 92  
ROL DE PAGOS**

<b>RUBROS/CARGO</b>	<b>GERENTE</b>	<b>SECRETARIA</b>	<b>CONTADORA</b>	<b>ASESOR JURÍDICO</b>
<b>Salario</b>	550,00	350,00	400,00	Se presupuesta consultar al Asesor Jurídico 6 veces año y en cada consulta se le pagará un valor de \$35
<b>Décimo tercer sueldo 1/12</b>	45,83	29,17	33,33	
<b>Décimo cuarto sueldo SBA/12</b>	22,08	22,08	22,08	
<b>Vacaciones 1/24</b>	22,92	14,58	16,67	
<b>Aporte patronal 11,15%</b>	61,33	39,03	44,60	
<b>Aporte IECE 0,50%</b>	2,75	1,75	2,00	
<b>Aporte SECAP 0,50%</b>	2,75	1,75	2,00	
<b>Fondos de reserva 8,33%</b>	45,82	29,16	33,32	
<b>COSTO REAL DEL TRABAJO</b>	<b>753,47</b>	<b>487,51</b>	<b>554,00</b>	
<b>LIQUIDO PAGAR</b>	<b>753,47</b>	<b>487,51</b>	<b>554,00</b>	<b>35,00</b>
<b>N° de Empleados</b>	1	1	1	1
<b>Total Mensual</b>	<b>753,47</b>	<b>487,51</b>	<b>554,00</b>	<b>35,00</b>
<b>Total Anual</b>	<b>9.041,68</b>	<b>5.850,16</b>	<b>6.648,04</b>	<b>210,00</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales.  
Elaboración: La Autora

<sup>33</sup> <http://www.cantuss.info/a/negocio/2011/09/Que-son-los-gastos-administrativos.html>

**CUADRO N° 93  
PROYECCIÓN  
2,68%**

<b>Año</b>	<b>Valor Total</b>
<b>0</b>	21.749,88
<b>1</b>	22.332,78
<b>2</b>	22.931,30
<b>3</b>	23.545,85
<b>4</b>	24.176,88
<b>5</b>	24.824,82

Fuente: Cuadro N° 92  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N°94  
SERVICIOS BÁSICOS**

<b>Denominación</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>Consumo de Agua</b>	m3	50	0,20	10,00
<b>Consumo de Energía eléctrica</b>	kw/h	150	0,11	16,50
<b>Consumo de teléfono</b>	Min	250	0,10	25,00
<b>Total Mensual</b>				51,50
<b>Total Anual</b>				618,00

Fuente: Municipio de Loja, ERRSA, CNT  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 95  
PROYECCIÓN  
2,68%**

<b>Año</b>	<b>Valor Total</b>
<b>0</b>	618,00
<b>1</b>	634,56
<b>2</b>	651,57
<b>3</b>	669,03
<b>4</b>	686,96
<b>5</b>	705,37

Fuente: Cuadro N° 94  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N°96  
PRESUPUESTO DE ARRIENDO**

<b>Denominación</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Arriendo de Local	u	1	350,00	350,00
<b>Total Mensual</b>				350,00
<b>Total Anual</b>				4.200,00

Fuente: Investigación directa  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 97  
PROYECCIÓN  
2,68%**

<b>Año</b>	<b>Valor Total</b>
<b>0</b>	4.200,00
<b>1</b>	4.312,56
<b>2</b>	4.428,14
<b>3</b>	4.546,81
<b>4</b>	4.668,67
<b>5</b>	4.793,79

Fuente: Cuadro N° 96  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 98  
ÚTILES DE OFICINA**

<b>Denominación</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>Grapadora</b>	U	3	5,75	17,25
<b>Cinta adhesiva uniflex invisible + dispensador.</b>	Pack 7 rollos	1	7,97	7,97
<b>Perforadora</b>	U	3	8,00	24,00
<b>Porta-clips Imantado UNIOFFICE cuadrado.</b>	Caja x 100unid.	3	2,39	7,17
<b>Porta-esferos cubilete plástico redondo.</b>	U	3	2,04	6,12
<b>Saca-grapas</b>	U	3	0,75	2,25
<b>Total Anual útiles de oficina</b>				<b>64,76</b>
<b>Total Mensual Útiles de Oficina</b>				<b>5,40</b>

Fuente: La reforma  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 99  
PROYECCIÓN  
2,68%**

<b>Año</b>	<b>Valor Total</b>
<b>0</b>	64,76
<b>1</b>	66,50
<b>2</b>	68,28
<b>3</b>	70,11
<b>4</b>	71,99
<b>5</b>	73,92

Fuente: Cuadro N° 98  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 100  
SUMINISTROS DE OFICINA**

Denominación	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Corrector	(Caja x12 unid)	1	22,00	22,00
Lápiz	(Caja x12 unid)	1	2,40	2,40
Esferos	(Caja x12 unid)	2	3,00	6,00
Borrador	(Caja x6 unid)	1	1,50	1,50
Hojas de Papel Bond	Resma	3	5,00	15,00
Tabla apoya manos	U	2	2,25	4,50
Regla	U	3	0,90	2,70
<b>Total Mensual</b>				54,10
<b>Total Anual</b>				649,20

Fuente: La Reforma  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 101  
PROYECCIÓN  
2,68%**

Año	Valor Total
0	649,20
1	666,60
2	684,46
3	702,81
4	721,64
5	740,98

Fuente: Cuadro N° 100  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 102  
UTENSILIOS DE LIMPIEZA**

Denominación	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Recogedor	U	1	2,50	2,50
Franelas vileda	rollo 12m	3	5,41	16,23
Escoba	U	2	2,50	5,00
Basurero	U	2	5,50	11,00
Rociadores	U	2	1,50	3,00
Trapeador	U	1	2,50	2,50
Guantes de Caucho	Par	3	1,25	3,75
<b>Total utensilios de Limpieza (Anual)</b>				43,98
<b>Total utensilios de Limpieza (Mensual)</b>				<b>3,67</b>

Fuente: Mercamax  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 103  
PROYECCIÓN  
2,68%**

<b>Año</b>	<b>Valor Total</b>
<b>0</b>	43,98
<b>1</b>	45,16
<b>2</b>	46,37
<b>3</b>	47,61
<b>4</b>	48,89
<b>5</b>	50,20

Fuente: Cuadro N° 102  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N°104  
SUMINISTROS DE LIMPIEZA**

<b>Denominación</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
<b>Desinfectante</b>	750ml	2	5,00	10,00
<b>Detergente</b>	Funda (1kg)	2	1,25	2,50
<b>Cloro</b>	500ml	3	1,50	4,50
<b>Lavavajilla 500 g</b>	500g	4	2,25	9,00
<b>Esponja para platos</b>	U	4	0,50	2,00
<b>Midas</b>	U	4	0,35	1,40
<b>Total Suministros de limpieza (Anual)</b>				29,40
<b>Total Suministros de limpieza (Mensual)</b>				2,45

Fuente: Mercamax  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 105  
PROYECCIÓN  
2,68%**

<b>Año</b>	<b>Valor Total</b>
0	29,40
1	30,19
2	31,00
3	31,83
4	32,68
5	33,56

Fuente: Cuadro N° 104  
Elaboración: La Autora

**1.4.2.2. Gastos de venta**

Son los originados por las ventas o que se hacen para el fomento de éstas, tales como: comisiones a agentes y sus Gastos de viajes, Costo de

muestrarios y exposiciones, Gastos de propaganda, Servicios de correo, teléfono y telégrafo del área de ventas, etc.

**CUADRO N° 106  
PUBLICIDAD**

Denominación	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Ecotel (Comerciales 1 min)	U	30	10,00	300,00
<b>Total Mensual</b>				<b>300,00</b>
<b>Total Anual</b>				<b>3.600,00</b>

Fuente: Ecotel  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 107  
PROYECCIÓN  
2,68%**

Año	Valor Total
0	3.600,00
1	3.696,48
2	3.795,55
3	3.897,27
4	4.001,71
5	4.108,96

Fuente: Cuadro N° 106  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 108  
LUBRICANTES Y COMBUSTIBLES**

Denominación	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Gasolina Super	Galón	40	2,18	87,20
Cambio de Aceite y Lavado	U	1	30,00	30,00
<b>Total Mensual</b>				<b>117,20</b>
<b>Total Anual</b>				<b>1.406,40</b>

Fuente: Gasolinera "Abendaño"  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 109  
PROYECCIÓN  
2,68%**

Año	Valor Total
0	1.406,40
1	1.444,09
2	1.482,79
3	1.522,53
4	1.563,34
5	1.605,23

Fuente: Cuadro N° 108  
Elaboración: La Autora



**CUADRO N° 110  
TELEFONÍA CELULAR**

Denominación	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Plan ideal 39 controlado	u	1	45,80	45,80
<b>Total Mensual</b>				<b>45,80</b>
<b>Total Anual</b>				<b>549,60</b>

Fuente: CONOCEL SA  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 111  
PROYECCIÓN  
2,68%**

Año	Valor Total
0	549,60
1	564,33
2	579,45
3	594,98
4	610,93
5	627,30

Fuente: Cuadro N° 110  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 112  
SUMINISTROS DE OFICINA**

Denominación	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Corrector	(Caja x12 unid)	1	1,90	1,90
Lápiz	(Caja x12 unid)	1	0,40	0,40
Esferos	(Caja x12 unid)	1	0,28	0,28
Borrador	(Caja x6 unid)	1	0,20	0,20
Hojas de Papel Bond	Resma	1	5,00	5,00
Regla	U	1	0,90	0,90
Facturas	Block	12	11,50	138,00
Notas de Pedido	Block	12	11,50	138,00
Notas de Venta	Block	12	11,50	138,00
<b>Total Suministros de oficina (Anual)</b>				<b>422,68</b>
<b>Total Suministros de oficina (Mensual )</b>				<b>35,22</b>

Fuente: La Reforma, Intergraph  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 113  
PROYECCIÓN  
2,68%**

<b>Año</b>	<b>Valor Total</b>
0	422,68
1	434,01
2	445,64
3	457,58
4	469,85
5	482,44

Fuente: Cuadro N° 112  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 114  
ROL DE PAGOS**

<b>RUBROS/CARGO</b>	<b>VENDEDOR</b>
Salario	450,00
Décimo tercer sueldo 1/12	37,50
Décimo cuarto sueldo SBA/12	22,08
Vacaciones 1/24	18,75
Aporte patronal 11,15%	50,18
Aporte IECE 0,50%	2,25
Aporte SECAP 0,50%	2,25
Fondos de reserva 8,33%	37,49
<b>COSTO REAL DEL TRABAJO</b>	<b>620,49</b>
<b>LIQUIDO PAGAR</b>	<b>620,49</b>
N° de Empleados	1
<b>Total Mensual</b>	<b>620,49</b>
<b>Total Anual</b>	<b>7.445,92</b>

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales.  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 115  
PROYECCIÓN  
2,68%**

<b>Año</b>	<b>Valor Total</b>
<b>0</b>	7.445,92
<b>1</b>	7.645,47
<b>2</b>	7.850,37
<b>3</b>	8.060,76
<b>4</b>	8.276,79
<b>5</b>	8.498,61

Fuente: Cuadro N° 114  
Elaboración: La Autora

### 4.1.3. Depreciaciones

Es una reducción del activo fijo, sea en cantidad, calidad, valor o precio, debida al uso, a la obsolescencia o sólo por el paso del tiempo.

**CUADRO N° 116**  
**BIENES A DEPRECIARSE**

BIENES A DEPRECIARSE	VALOR	VIDA ÚTIL	PORCENTAJE
Maquinaria y equipos	5.600,00	10	10,00%
Herramientas	415,00	3	33,33%
Muebles y Enseres	2.009,00	10	10,00%
Equipo de Oficina	565,00	5	20,00%
Equipo de Computo	4.320,00	3	33,33%
Vehículo	23.000,00	5	20,00%
<b>Total</b>	<b>35.909,00</b>		

Fuente: Cuadros N° 73, SRI

Elaboración: La Autora

### Departamento Administrativo

**CUADRO N° 117**  
**DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES**

AÑOS	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
<b>0</b>			1.224,00
<b>1</b>	122,40	122,40	1.101,60
<b>2</b>	122,40	244,80	979,20
<b>3</b>	122,40	367,20	856,80
<b>4</b>	122,40	489,60	734,40
<b>5</b>	122,40	612,00	612,00
<b>6</b>	122,40	734,40	489,60
<b>7</b>	122,40	856,80	367,20
<b>8</b>	122,40	979,20	244,80
<b>9</b>	122,40	1101,60	122,40
<b>10</b>	122,40	1224,00	0,00

Fuente: Cuadro N° 69

Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 118  
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE OFICINA**

<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
<b>0</b>			450,00
<b>1</b>	90,00	90,00	360,00
<b>2</b>	90,00	180,00	270,00
<b>3</b>	90,00	270,00	180,00
<b>4</b>	90,00	360,00	90,00
<b>5</b>	90,00	450,00	0,00

Fuente: Cuadros N° 65  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 119  
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
<b>0</b>			3.240,00
<b>1</b>	1.080,00	1.080,00	2.160,00
<b>2</b>	1.080,00	2.160,00	1.080,00
<b>3</b>	1.080,00	3.240,00	0,00

Fuente: Cuadro N° 67  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N°120  
REPOSICIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
<b>0</b>			3.337,52
<b>1</b>	1.112,51	1.112,51	2.225,02
<b>2</b>	1.112,51	2.225,02	1.112,51

Fuente: Cuadro N° 121  
Elaboración: La Autora

**Departamento de Producción**

**CUADRO N° 121  
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES**

<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
<b>0</b>			435,00
<b>1</b>	43,50	43,50	391,50
<b>2</b>	43,50	87,00	348,00
<b>3</b>	43,50	130,50	304,50
<b>4</b>	43,50	174,00	261,00
<b>5</b>	43,50	217,50	217,50
<b>6</b>	43,50	261,00	174,00
<b>7</b>	43,50	304,50	130,50
<b>8</b>	43,50	348,00	87,00
<b>9</b>	43,50	391,50	43,50
<b>10</b>	43,50	435,00	0,00

Fuente: Cuadro N°71  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 122  
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO**

<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
<b>0</b>			5.600,00
<b>1</b>	560,00	560,00	5.040,00
<b>2</b>	560,00	1.120,00	4.480,00
<b>3</b>	560,00	1.680,00	3.920,00
<b>4</b>	560,00	2.240,00	3.360,00
<b>5</b>	560,00	2.800,00	2.800,00
<b>6</b>	560,00	3.360,00	2.240,00
<b>7</b>	560,00	3.920,00	1.680,00
<b>8</b>	560,00	4.480,00	1.120,00
<b>9</b>	560,00	5.040,00	560,00
<b>10</b>	560,00	5.600,00	0,00

Fuente: Cuadro N° 63  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 123  
DEPRECIACIÓN HERRAMIENTAS**

<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
<b>0</b>			430,00
<b>1</b>	143,33	143,33	286,67
<b>2</b>	143,33	286,67	143,33
<b>3</b>	143,33	430,00	0,00

Fuente: Cuadro N° 64  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 124  
REPOSICIÓN HERRAMIENTAS**

<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
<b>0</b>			442,94
<b>4</b>	147,65	147,65	295,30
<b>5</b>	147,65	295,30	147,65

Fuente: Cuadro N° 125  
Elaboración: La Autora

**Departamento de ventas**

**CUADRO N° 125  
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES**

<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
<b>0</b>			350,00
<b>1</b>	35,00	35,00	315,00
<b>2</b>	35,00	70,00	280,00
<b>3</b>	35,00	105,00	245,00
<b>4</b>	35,00	140,00	210,00
<b>5</b>	35,00	175,00	175,00
<b>6</b>	35,00	210,00	140,00
<b>7</b>	35,00	245,00	105,00
<b>8</b>	35,00	280,00	70,00
<b>9</b>	35,00	315,00	35,00
<b>10</b>	35,00	350,00	0,00

Fuente: Cuadro N° 70  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 126  
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE OFICINA**

<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
<b>0</b>			115,00
<b>1</b>	23,00	23,00	92,00
<b>2</b>	23,00	46,00	69,00
<b>3</b>	23,00	69,00	46,00
<b>4</b>	23,00	92,00	23,00
<b>5</b>	23,00	115,00	0,00

Fuente: Cuadro N° 66  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 127  
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
<b>0</b>			1.080,00
<b>1</b>	360,00	360,00	720,00
<b>2</b>	360,00	720,00	360,00
<b>3</b>	360,00	1080,00	0,00

Fuente: Cuadro N° 68  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 128  
REPOSICIÓN EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
<b>0</b>			1.112,51
<b>1</b>	370,84	370,84	741,67
<b>2</b>	370,84	741,67	370,84

Fuente: Cuadro N°129  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 129  
DEPRECIACIÓN VEHÍCULO**

<b>AÑOS</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN ACUMULADA</b>	<b>VALOR EN LIBROS</b>
<b>0</b>			23.000,00
<b>1</b>	4.600,00	4.600,00	18.400,00
<b>2</b>	4.600,00	9.200,00	13.800,00
<b>3</b>	4.600,00	13.800,00	9.200,00
<b>4</b>	4.600,00	18.400,00	4.600,00
<b>5</b>	4.600,00	23.000,00	0,00

Fuente: Cuadro N° 80  
Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 130  
RESUMEN DEPRECIACIONES**

BIENES A DEPRECIARSE	COSTO DE ADQUISICIÓN	V / RESIDUAL	V/ ÚTIL	% DEP.	DEP. ANUAL
Maquinaria y equipos	5.600,00	2.800,00	5	20,00%	1.120,00
Herramientas	415,00	0,00	3	33,33%	138,33
Reposición Herramientas	426,12	142,04	3	33,33%	142,04
Muebles y Enseres (Dep. Administrativo)	1.224,00	612,00	5	20,00%	244,80
Muebles y Enseres (Dep. de Producción)	435,00	217,50	5	20,00%	87,00
Muebles y Enseres (Dep. de Ventas)	350,00	175,00	5	20,00%	70,00
Equipo de Oficina (Dep. Administrativo)	450,00	0,00	5	20,00%	90,00
Equipo de Oficina (Dep. de Ventas)	115,00	0,00	5	20,00%	23,00
Equipo de cómputo (Dep. Administrativo)	3.240,00	0,00	3	33,33%	1.080,00
Reposición Equipo de Computo	3.326,83	1.108,94	3	33,33%	1.108,94
Equipo de Computo (Dep. Ventas)	1.080,00	0,00	3	33,33%	360,00
Reposición Equipo de Computo	1.108,94	369,65	3	33,33%	369,65
Vehículo	23.000,00	0,00	5	20,00%	4.600,00
<b>Total</b>	<b>40.770,90</b>	<b>5.425,13</b>			<b>9.433,77</b>

Fuente: Cuadro N° 116, 117, 118,119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129.  
Elaboración: La Autora

**4.1.4. Amortización activos diferidos**

**CUADRO N° 131  
AMORTIZACIÓN ACTIVOS DIFERIDOS**

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL	AÑOS	AMORTIZACIÓN
Costos Legales de Constitución	400,00	5	80,00
Elaboración del Proyecto	821,42	5	164,28
Adecuación del Local	200,00	5	40,00
Imprevistos	200,00	5	40,00
<b>Total</b>	<b>1.621,42</b>		<b>324,28</b>

Fuente: Cuadro N° 77  
Elaboración: La Autora



#### 4.1.5. Resumen de inversiones

**CUADRO N° 132  
RESUMEN COSTOS DE PRODUCCIÓN O CAPITAL DE TRABAJO**

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materia Prima Directa	696,80	8.361,60
Mano de Obra Directa	983,86	11.806,32
Materia Prima Indirecta	72,93	875,16
Mano de Obra Indirecta	624,91	7.498,92
Materiales Indirectos	1.445,60	17.347,20
Vestimenta	62,25	747,00
Servicios Básicos	98,50	1.182,00
Depreciación de Maquinaria y Equipo	93,33	1.120,00
Depreciación de Herramientas	11,53	138,33
Depreciación de Muebles y Enseres	7,25	87,00
<b>Total</b>	<b>4.089,71</b>	<b>49.076,53</b>

Fuente: Cuadro N° 78, 80, 82, 84, 86, 88, 90

Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 133  
RESUMEN GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldos y Salarios	1.812,49	21.749,88
Servicios Básicos	51,50	618,00
Arriendo de Local	350,00	4.200,00
Útiles de Oficina	0,45	5,40
Suministros de Oficina	54,10	649,20
Utensilios de Limpieza	0,31	3,67
Suministros de Limpieza	0,20	2,45
Amortización de Activos Diferidos	27,02	324,28
Dep. De Muebles y Enseres	20,40	244,80
Dep. De Equipo de Computo	90,00	1.080,00
Dep. De Equipo de Oficina	7,50	90,00
<b>Total</b>	<b>2.413,97</b>	<b>28.967,68</b>

Fuente: Cuadro N° 92, 94, 96, 98, 100, 102, 104, 117, 118, 119

Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 134  
RESUMEN GASTO DE VENTA**

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad	300,00	3.600,00
Lubricantes y Combustible	117,20	1.406,40
Telefonía Móvil	45,80	549,60
Suministros de Oficina	2,94	35,22
Sueldos y Salarios	620,49	7.445,92
Dep. muebles y enseres	5,83	70,00
Dep. Equipo de Oficina	1,92	23,00
Dep. Equipo de Computo	30,00	360,00
Dep. Vehículo	383,33	4.600,00
<b>Total</b>	<b>1.507,51</b>	<b>18.090,14</b>

Fuente: Cuadro N° 106, 108, 110, 112, 114,125, 126,129

Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 135  
RESUMEN DE INVERSIONES**

Rubros	Valor Total
<b>Activos Fijos</b>	
Maquinaria y equipos	5.600,00
Herramientas	415,00
Muebles y Enseres	2.009,00
Equipo de Oficina	565,00
Equipo de Computo	4.320,00
Vehículo	23.000,00
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>35.909,00</b>
<b>Activos Diferidos</b>	
Costos Legales de Constitución	400,00
Elaboración del Proyecto	821,42
Adecuación del Local	200,00
Imprevistos	200,00
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>1.621,42</b>
<b>Capital de trabajo (mes)</b>	
Materia Prima Directa	696,80
Mano de Obra Directa	983,86
Materia Prima Indirecta	72,93
Mano de Obra Indirecta	624,91
Materiales Indirectos	1.445,60
Vestimenta	62,25
Servicios Básicos	98,50
Gastos Administrativos	2.413,97
Gatos de Venta	1.507,51
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>7.906,33</b>
<b>Total de la Inversión</b>	<b>45.436,75</b>

Fuente: Cuadro N° 73, 132,133, 134

Elaboración: La Autora

#### 4.1.6. Financiamiento

Es el conjunto de recursos monetarios financieros para llevar a cabo una actividad económica, estos recursos pueden ser internos o externos.

**CUADRO N° 136  
FINANCIAMIENTO**

DENOMINACIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Capital Propio	25.436,75	56%
Capital Externo	20.000,00	44%
<b>Total</b>	<b>45.436,75</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuadro N° 135

Elaboración: La Autora

El financiamiento se realizará en el banco de Guayaquil.

**Capital:** 20.000 dólares americanos

**Tasa :** 12,16%

**Plazo :** 5 años      **Forma:** Semestral      **N° de Pagos:** 10

**CUADRO N° 137  
TABLA DE AMORTIZACIÓN**

PERIODO	SALDO ANTERIOR	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	DIVIDENDOS	SALDO FINAL
0					20.000,00
1	20.000,00	1.216,00	2.000,00	3.216,00	18.000,00
2	18.000,00	1.094,40	2.000,00	3.094,40	16.000,00
3	16.000,00	972,80	2.000,00	2.972,80	14.000,00
4	14.000,00	851,20	2.000,00	2.851,20	12.000,00
5	12.000,00	729,60	2.000,00	2.729,60	10.000,00
6	10.000,00	608,00	2.000,00	2.608,00	8.000,00
7	8.000,00	486,40	2.000,00	2.486,40	6.000,00
8	6.000,00	364,80	2.000,00	2.364,80	4.000,00
9	4.000,00	243,20	2.000,00	2.243,20	2.000,00
10	2.000,00	121,60	2.000,00	2.121,60	0,00
<b>Total</b>		<b>6688,00</b>	<b>20.000,00</b>	<b>26.688,00</b>	

Fuente: Cuadro N° 136

Elaboración: La Autora

#### 4.1.7. Presupuesto proformado de Costos proyectado

**CUADRO N° 138  
PRESUPUESTO PROFORMADO**

DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>* Costo Primo</b>					
Materia Prima Directa	8.361,60	8.585,69	8.815,79	9.052,05	9.294,65
Mano de Obra Directa	11.806,32	12.122,73	12.447,62	12.781,21	13.123,75
<b>*Costos Generales de Fabricación</b>					
Materia Prima Indirecta	875,16	898,61	922,70	947,43	972,82
Mano de Obra Indirecta	7.498,92	7.699,89	7.906,25	8.118,14	8.335,70
Materiales Indirectos	17.347,20	17.812,10	18.289,47	18.779,63	19.282,92
Vestimenta	747,00	767,02	787,58	808,68	830,36
Servicios Básicos	1.182,00	1.213,68	1.246,20	1.279,60	1.313,90
Dep. Maquinaria y Equipo (Prod)	1.120,00	1.120,00	1.120,00	1.120,00	1.120,00
Dep. Herramientas	138,33	138,33	138,33	142,04	142,04
Dep. Muebles y Enseres (Prod)	87,00	87,00	87,00	87,00	87,00
<b>Total Costos de Fabricación</b>	<b>49.163,53</b>	<b>50.445,06</b>	<b>51.760,93</b>	<b>53.115,78</b>	<b>54.503,13</b>
<b>* Costos de Operación</b>					
<b>Gastos Administrativos</b>					
Sueldos y Salarios	21.749,88	22.332,78	22.931,30	23.545,85	24.176,88
Servicios Básicos	618,00	634,56	651,57	669,03	686,96
Arriendo de Local	4.200,00	4.312,56	4.428,14	4.546,81	4.668,67
Útiles de Oficina	64,76	66,50	68,28	70,11	71,99
Suministros de Oficina	649,20	666,60	684,46	702,81	721,64
Suministros de Limpieza	29,40	30,19	31,00	31,83	32,68
Utensilios de Limpieza	43,98	45,16	46,37	47,61	48,89
Amortización de Activos Diferidos	324,28	324,28	324,28	324,28	324,28
Dep. De Muebles y Enseres (Adm)	244,80	244,80	244,80	244,80	244,80
Dep. De Equipo de Computo (Adm)	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.108,94	1.108,94
Dep. De Equipo de Oficina (Adm)	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>29.094,30</b>	<b>29.827,42</b>	<b>30.580,19</b>	<b>31.382,08</b>	<b>32.175,73</b>
<b>Gastos de Venta</b>					
Publicidad	3.600,00	3.696,48	3.795,55	3.897,27	4.001,71
Lubricantes y Combustible	1.406,40	1.444,09	1.482,79	1.522,53	1.563,34
Telefonía Móvil	549,60	564,33	579,45	594,98	610,93
Suministros de Oficina	422,68	434,01	445,64	457,58	469,85
Sueldos y Salarios	7.445,92	7.645,47	7.850,37	8.060,76	8.276,79
Dep. Muebles y Enseres (Ventas)	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
Dep. Equipo de cómputo (Ventas)	360,00	360,00	360,00	369,65	369,65
Dep. Equipo de Oficina (Ventas)	23,00	23,00	23,00	23,00	23,00
Dep. Vehículo	4.600,00	4.600,00	4.600,00	4.600,00	4.600,00
<b>Total Gastos de Ventas</b>	<b>18.477,60</b>	<b>18.837,38</b>	<b>19.206,80</b>	<b>19.595,77</b>	<b>19.985,26</b>
<b>Gastos Financieros</b>					
Interés por préstamo	2.310,40	1.824,00	1.337,60	851,20	364,80
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>2.310,40</b>	<b>1.824,00</b>	<b>1.337,60</b>	<b>851,20</b>	<b>364,80</b>
<b>Total Gastos de Operación</b>	<b>49.882,30</b>	<b>50.488,80</b>	<b>51.124,59</b>	<b>51.829,05</b>	<b>52.525,79</b>
<b>Costo Total de Producción</b>	<b>99.045,84</b>	<b>100.933,86</b>	<b>102.885,53</b>	<b>104.944,83</b>	<b>107.028,92</b>

Fuente: Cuadro N° 132, 133, 134, 137

Elaboración: La Autora

#### 4.1.7. Costos

Son las erogaciones del proceso de producción hasta cuando el bien o servicio esté terminado.

**4.1.7.1. Costo Unitario de Producción.-** es el valor monetario que cuesta el producto luego de su transformación.

$$CUP = \frac{\text{Costo Total de Producción}}{\text{Nº de Unidades Producción}}$$

$$CUP = \frac{99.045,84}{26.100}$$

$$CUP = 3,79$$

**CUADRO N° 139  
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN**

AÑOS	COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	NUMERO DE UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN
1	99.045,84	26.100	3,79
2	100.933,86	26.100	3,87
3	102.885,53	26.100	3,94
4	104.944,83	26.100	4,02
5	107.028,92	26.100	4,10

Fuente: Cuadro N° 138  
Elaboración: La Autora

**4.1.8. Precio de venta al Público.-** es el valor monetario por el cual el bien se va a comercializar, considerando los costos de producción y el margen de utilidad.

**CUADRO N° 140  
PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO**

<b>AÑOS</b>	<b>COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>MARGEN DE UTILIDAD</b>	<b>PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO</b>
1	3,79	30,00%	4,93
2	3,87	30,00%	5,03
3	3,94	30,00%	5,12
4	4,02	30,00%	5,23
5	4,10	30,00%	5,33

Fuente: Cuadro N° 139  
Elaboración: La Autora

**4.1.9. Ingresos por Ventas.-** son los ingresos obtenidos por la comercialización del producto.

**CUADRO N° 141  
INGRESOS POR VENTAS**

<b>AÑOS</b>	<b>PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO</b>	<b>NÚMERO DE UNIDADES PRODUCIDAS</b>	<b>INGRESO POR VENTAS</b>
1	4,93	26.100	128.759,59
2	5,03	26.100	131.214,02
3	5,12	26.100	133.751,18
4	5,23	26.100	136.428,27
5	5,33	26.100	139.137,60

Fuente: Cuadro N° 140  
Elaboración: La Autora

#### **4.1.10 Clasificación de Costos**

##### **Costos fijos y variables**

**Costos Fijos.-** no cambian con el volumen total de las ventas o la cantidad de las modificaciones que se realizan en la producción.

**Costos Variables.-** son aquellos que se hallan en relación proporcional con el incremento o decremento del volumen de ventas.

**Costo total.-** son necesarios para producir y comercializar el producto.

**CUADRO N° 142**  
**CLASIFICACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES**

Descripción	Año 1	Costo Fijo	Costo Variable
<b>* Costo Primo</b>			
Materia Prima Directa	8.361,60		8.361,60
Mano de Obra Directa	11.806,32	11.806,32	
<b>*Costos Generales de Fabricación</b>			
Materia Prima Indirecta	875,16		875,16
Mano de Obra Indirecta	7.498,92	7.498,92	
Materiales Indirectos	17.347,20		17.347,20
Suministros de Producción	747,00		747,00
Servicios Básicos	1.182,00	1.182,00	
Dep. Maquinaria y Equipo	1.120,00	1.120,00	
Dep. Herramientas	138,33	138,33	
Dep. Muebles y Enseres	87,00	87,00	
<b>Total Costos de Fabricación</b>	<b>49.163,53</b>	<b>21.832,57</b>	<b>27.330,96</b>
<b>* Costos de Operación</b>			
<b>Gastos Administrativos</b>			
Sueldos y Salarios	21.749,88	21.749,88	
Servicios Básicos	618,00	618,00	
Arriendo de Local	4.200,00	4.200,00	
Útiles de Oficina	64,76	64,76	
Suministros de Oficina	649,20	649,20	
Suministros de Limpieza	29,40	29,40	
Utensilios de Limpieza	43,98	43,98	
Amortización de Activos Diferidos	324,28	324,28	
Dep. De Muebles y Enseres	244,80	244,80	
Dep. De Equipo de Computo	1.080,00	1.080,00	
Dep. De Equipo de Oficina	90,00	90,00	
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>29.094,30</b>	<b>29.094,30</b>	
<b>Gastos de Venta</b>			
Publicidad	3.600,00	3.600,00	
Lubricantes y Combustible	1.406,40		1.406,40
Telefonía Móvil	549,60	549,60	
Suministros de Oficina	422,68	422,68	
Sueldos y Salarios	7.445,92	7.445,92	
Dep. Muebles y Enseres	70,00	70,00	
Dep. Equipo de Computo	360,00	360,00	
Dep. Equipo de Oficina	23,00	23,00	
Dep. Vehículo	4.600,00	4.600,00	
<b>Total Gastos de Ventas</b>	<b>18.477,60</b>	<b>17.071,20</b>	<b>1.406,40</b>
<b>Gastos Financieros</b>			
Interés por préstamo	2.310,40	2.310,40	
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>2.310,40</b>	<b>2.310,40</b>	
<b>Total Gastos de Operación</b>	<b>49.882,30</b>	<b>48.475,90</b>	<b>1.406,40</b>
<b>Costo Total de Producción</b>	<b>99.045,84</b>	<b>70.308,48</b>	<b>28.737,36</b>

Fuente: Cuadro N° 138  
Elaboración: La Autora

#### 4.1.11. Punto de equilibrio

Es el punto en el cual a cierto volumen de producción o ventas la empresa no gana ni pierde.

##### ✓ Método Matemático

##### Punto de equilibrio en función de la capacidad Instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

$$PE = \frac{70.308,48}{128.759,59 - 28.737,36} \times 100$$

$$PE = 70,29\%$$

##### Punto de equilibrio en función de los ingresos

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

$$PE = \frac{70.308,48}{1 - \frac{28737,36}{128.759,59}}$$

$$PE = \$90.508,79$$

##### Punto de equilibrio en función de las unidades producidas

$$CVU = \frac{CF}{UP}$$

$$CVU = \frac{70.308,48}{26100}$$

$$CVU = 2,69$$

$$PE = \frac{CF}{PVu - CVu}$$

$$PE = \frac{70.308,48}{4,93 - 3,79}$$

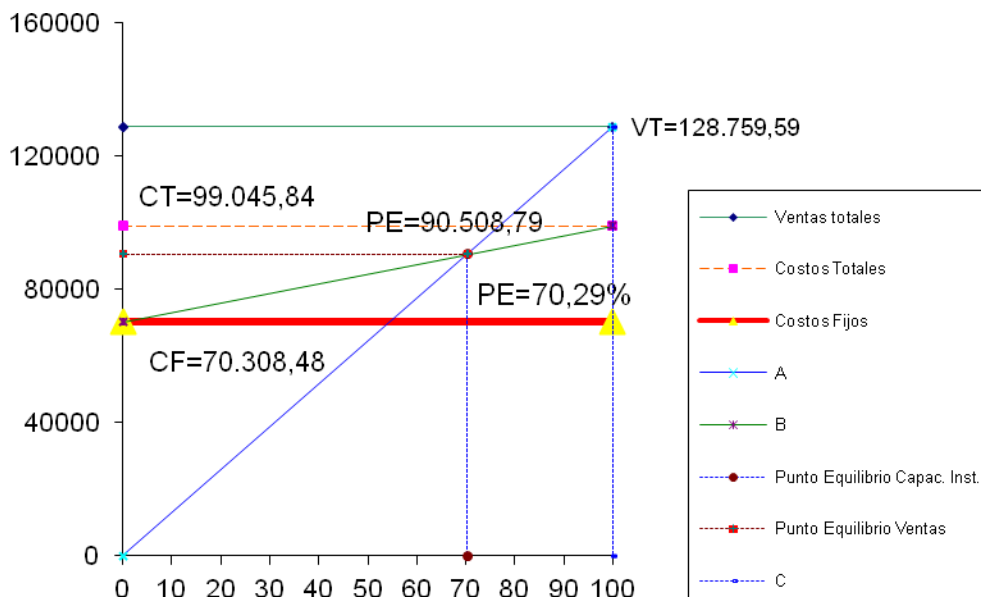
$$PE = 61.674 \text{ unidades}$$



✓ Método Gráfico

DATOS		RESULTADOS	
COSTO VARIABLE	28.737,36	COSTO TOTAL	99.045,84
COSTO FIJO	70.308,48	P.E CAPAC. INST	70,29%
VENTAS TOTALES	128.759,59	P.E VENTAS	\$90.508,79

**GRÁFICO N° 47**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO**



#### 4.1.12. Estado de pérdidas y ganancias.

Tiene como propósito determinar las utilidades o pérdidas obtenidas por una empresa en el transcurso de un ejercicio fiscal y mostrar la forma en que dichos resultados se desarrollaron.

**CUADRO N° 143**  
**ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>1. Ingresos</b>					
Ventas	128.759,59	131.214,02	133.751,18	136.428,27	139.137,60
Valor residual					5.425,13
<b>Total de Ingresos</b>	<b>128.759,59</b>	<b>131.214,02</b>	<b>133.751,18</b>	<b>136.428,27</b>	<b>144.562,73</b>
<b>2. Egresos</b>					
Total Costos de Fabricación	49.163,53	50.445,06	51.760,93	53.115,78	54.503,13
Costos de Operación	49.882,30	50.488,80	51.124,59	51.829,05	52.525,79
<b>Total Egresos</b>	<b>99.045,84</b>	<b>100.933,86</b>	<b>102.885,53</b>	<b>104.944,83</b>	<b>107.028,92</b>
(1-2) utilidad bruta en ventas	29.713,75	30.280,16	30.865,66	31.483,45	37.533,81
(-) 15% para Trabajadores	4.457,06	4.542,02	4.629,85	4.722,52	5.630,07
(=) Utilidad antes de impuestos	25.256,69	25.738,14	26.235,81	26.760,93	31.903,74
(-25%) Impuesto a la Renta	6.314,17	6.434,53	6.558,95	6.690,23	7.975,93
<b>(=) Utilidad Líquida</b>	<b>18.942,52</b>	<b>19.303,60</b>	<b>19.676,86</b>	<b>20.070,70</b>	<b>23.927,80</b>

Fuente: Cuadro N° 159,160, 169,

Elaboración: La Autora

## 4.2. EVALUACIÓN FINANCIERA

Es una herramienta de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de los administradores financieros, ya que un análisis que se anticipe al futuro puede evitar posibles desviaciones y problemas en el largo plazo.<sup>34</sup>

**4.2.1. Flujo de Caja.-** Este documento presenta las entradas y salidas de efectivo que tendrá el proyecto en su vida útil, muestra las fuentes de recursos financieros y el destino que se dará a los mismos. La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que de la evaluación del mismo se efectuará los resultados que en ella se determinen.

**CUADRO N° 144  
FLUJO DE CAJA**

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>1. Ingresos</b>					
Ventas	128.759,59	131.214,02	133.751,18	136.428,27	139.137,60
Valor residual					5.425,13
<b>Total de Ingresos</b>	<b>128.759,59</b>	<b>131.214,02</b>	<b>133.751,18</b>	<b>136.428,27</b>	<b>144.562,73</b>
<b>2. Egresos</b>					
Total Costos de Fabricación	47.818,20	49.099,73	50.415,60	51.766,74	53.154,09
Costos de Operación	43.090,22	43.696,72	44.332,51	44.998,37	45.695,12
(+) 15% para Trabajadores	4.457,06	4.542,02	4.629,85	4.722,52	5.630,07
(+)25% Impuesto a la Renta	6.314,17	6.434,53	6.558,95	6.690,23	7.975,93
(+) Cuota capital	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
<b>Total de Egresos</b>	<b>105.679,65</b>	<b>107.773,00</b>	<b>109.936,91</b>	<b>112.177,86</b>	<b>116.455,21</b>
<b>Flujo de Caja</b>	<b>23.079,93</b>	<b>23.441,02</b>	<b>23.814,27</b>	<b>24.250,41</b>	<b>28.107,52</b>
Amortización de Activos Diferidos	324,28	324,28	324,28	324,28	324,28
Depreciaciones	7.813,13	7.813,13	7.813,13	7.855,43	7.855,43
<b>Balance</b>	<b>31.217,35</b>	<b>31.578,44</b>	<b>31.951,69</b>	<b>32.430,13</b>	<b>36.287,24</b>

Fuente: Cuadro N° 143

Elaboración: La Autora

**Nota:** Se disminuyó en los costos de Fabricación y de Operación las amortizaciones del activo diferido y las depreciaciones.

**4.2.2. Valor Actual Neto (VAN):** El valor actual neto determina el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados en la vida útil del

<sup>34</sup> <http://www.monografias.com/trabajos16/metodos-evaluacion-economica/metodos-evaluacion-economica.shtml>

proyecto. El valor actual neto es un indicador que permite apreciar si el flujo de efectivo traído al valor presente es igual o superior a la inversión inicial, al aplicar una tasa de descuento requerida por los accionistas.

$$VAN = \sum \text{Flujo Neto} - \text{Inversión.}$$

- ✓ Si el VAN es > 0 (cero) el proyecto tendrá rentabilidad mayor a cero.
- ✓ Si el VAN es = 0 (cero) el proyecto es indiferente.
- ✓ Si el VAN es < 0 (cero) el proyecto no es rentable.

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

$$FA = \frac{1}{(1+12,16\%)^1}$$

$$FA = 0,891583452211$$

**CUADRO N° 145  
VALOR ACTUAL NETO (VAN)**

AÑOS	FLUJOS NETOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUALIZADO
		12,16%	
	45.436,75		
1	23.079,93	0,891583452211	20.577,69
2	23.441,02	0,794921052257	18.633,76
3	23.814,27	0,708738456006	16.878,09
4	24.250,41	0,631899479321	15.323,82
5	28.107,52	0,563391119223	15.835,53
<b>Total</b>			<b>87.248,89</b>
<b>Inversión</b>			45.436,75
<b>VAN</b>			41.812,13

Fuente: Cuadro N° 144  
Elaboración: La Autora

$$VAN = \sum \text{FLUJO NETO} - \text{INVERSIÓN}$$

$$VAN = \sum 87.248,89 - 45.436,75$$

$$VAN = 41,812,13$$

**4.2.3. Período 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 servicios.

**CUADRO N° 146  
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL**

AÑOS	FLUJOS NETOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUALIZADO
		12,16%	
0	45.436,75		
1	23.079,93	0,891583452	20.577,69
2	23.441,02	0,794921052	18.633,76
3	23.814,27	0,708738456	16.878,09
4	24.250,41	0,631899479	15.323,82
5	28.107,52	0,563391119	15.835,53
			<b>87.248,89</b>
			45.436,75
			41.812,13

Fuente: Cuadro N° 145  
Elaboración: La Autora

$$PRC = \text{AÑO QUE SE RECUPERA LA INVERSIÓN} + \frac{\text{INVERSIÓN} - \sum \text{PRIMEROS FLUJOS}}{\text{FLUJO NETO EL AÑO QUE SUPERA LA INVERSIÓN}}$$

$$PRC = 4 + \frac{45.436,75 - 56.089,54}{16.878,09}$$

$$PRC = 2,36883959$$

**Años** = 2

**Meses** = 0,36883959\*12 = 4,42607511

**Días** = 0,42607511\*30 = 12,7822534

La inversión se recupera en 2 años, 4 meses y 12 días.

**4.2.4. Relación 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 poder tomar una decisión se toma en cuenta lo siguiente:

- ✓ Si la RBC > 1 se acepta el proyecto.

- ✓ Si la RBC < 1 se rechaza el proyecto.
- ✓ Si la RBC = 1 conviene o no conviene realizar el proyecto

**CUADRO N° 147**  
**RELACIÓN BENEFICIO COSTO**

AÑOS	INGRESO ORIGINAL	EGRESO ORIGINAL	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	128.759,59	105.679,65	0,891583452	114.799,92	94.222,23
2	131.214,02	107.773,00	0,794921052	104.304,79	85.671,03
3	133.751,18	109.936,91	0,708738456	94.794,61	77.916,52
4	136.428,27	112.177,86	0,631899479	86.208,96	70.885,13
5	144.562,73	116.455,21	0,563391119	81.445,36	65.609,83
<b>TOTAL</b>				<b>481.553,63</b>	<b>394.304,74</b>

Fuente: Cuadro N° 146  
Elaboración: La Autora

$$RBC = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

$$RBC = \frac{481.553,63}{394.304,74}$$

$$RBC = 1,22$$

Por cada dólar invertido se tendrá una utilidad de 22 centavos.

**4.2.5. Tasa Interna de Retorno (TIR):** toma en cuenta el valor del dinero con el tiempo y las variaciones de los flujos durante toda la vida útil del proyecto.

El criterio de decisión para tomar decisiones de “aceptación o Rechazo” es el siguiente:

- ✓ Si la TIR es > al costo de capital debe aceptarse el proyecto.
- ✓ Si la TIR es = al costo de capital, es criterio del inversionista su ejecución.
- ✓ Si la TIR es < al costo de capital debe rechazarse el Proyecto

**CUADRO N° 148  
TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN MAYOR
		44,06%		44,07%	
0	45.436,75				
1	23.079,93	0,694155213	16.021,06	0,694107031	16.019,94
2	23.441,02	0,48185146	11.295,09	0,481784571	11.293,52
3	23.814,27	0,334479703	7.965,39	0,334410058	7.963,73
4	24.250,41	0,232180829	5.630,48	0,232116373	5.628,92
5	28.107,52	0,161169533	4.530,08	0,161113606	4.528,50
<b>TOTAL</b>	168.129,92		<b>45.442,09</b>		<b>45.434,62</b>
			<b>5,34</b>		<b>-2,13</b>

Fuente: Cuadro N° 173  
Elaboración: La Autora

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

$$TIR = 0,4406 + 0,01 \left( \frac{5,34}{5,34 - (-2,13)} \right)$$

$$TIR = 44,07\%$$

La TIR es de 44,07%, valor que es mayor al costo del capital lo que indica que el proyecto debe aceptarse.

**4.2.6. Análisis de sensibilidad.-** es la interpretación de variables dadas a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera para el futuro, se trata de medir si estas variables económicas afectan o no al proyecto.

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos originales y los costos originales, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros en aumento de los Costos y una disminución en los Ingresos Para la toma de decisiones se debe considerar lo siguiente:

- ✓ Cuando el coeficiente de sensibilidad es  $> 1$  el proyecto es sensible.
- ✓ Cuando el coeficiente de sensibilidad es  $= 1$  el proyecto no sufre ningún efecto.
- ✓ Cuando el coeficiente de sensibilidad es  $< 1$  el proyecto no es sensible.



**CUADRO N° 149**  
**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 11,49% EN LOS COSTOS**

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		<b>11,49%</b>			<b>30,59%</b>		<b>30,60%</b>	
1	99.045,84	110.426,20	128.759,59	18.333,38	0,7657554	14.038,89	0,7656968	14.037,81
2	100.933,86	112.531,17	131.214,02	18.682,86	0,5863814	10.955,28	0,5862916	10.953,60
3	102.885,53	114.707,07	133.751,18	19.044,11	0,4490247	8.551,28	0,4489216	8.549,31
4	104.944,83	117.002,99	136.428,27	19.425,29	0,3438431	6.679,25	0,3437378	6.677,21
5	107.028,92	119.326,54	139.137,60	19.811,05	0,2632997	5.216,24	0,2631989	5.214,25
						45.440,94		45.432,18
						4,19		-4,57

TIR del proyecto = 44,07%

$$NTIR = T_m + Dt \left( \frac{VAN_m}{VAN_m - VAN_M} \right)$$

$$NTIR = 0,3059 + 0,01 \left( \frac{4,19}{4,19 - (-4,57)} \right)$$

$$NTIR = 30,59\%$$

**Porcentaje de Variación**

$$\%Var = \frac{Dt}{TIR \text{ del Proyecto}} * 100$$

$$\%Var = \frac{13,47\%}{44,07\%} * 100$$

$$\%Var = 30,57\%$$

**Sensibilidad**

$$Sens = \frac{\%Var}{NTIR}$$

$$Sens = \frac{30,57}{30,59}$$

$$Sens = 0,999267$$

**Diferencia de TIR**

$$DT = TIR \text{ del proyecto} - NTIR$$

$$DT = 44,07\% - 30,59\%$$

$$DT = 13,47\%$$

- ✓ La sensibilidad el incremento de los costos en un 11,49% es de 0,999267, lo que indica que el proyecto no es sensible

**CUADRO N° 150**  
**ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL DECREMENTO DE 12,08% EN LOS COSTOS**

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			<b>8,82%</b>		<b>30,66%</b>		<b>30,67%</b>	
1	99045,84	128759,59	117402,99	18357,16	0,765345171	14049,56	0,765287	14048,49
2	100933,86	131214,02	119640,95	18707,08	0,58575323	10957,73	0,585664	10956,06
3	102885,53	133751,18	121954,33	19068,80	0,448303406	8548,61	0,448200	8546,65
4	104944,83	136428,27	124395,30	19450,47	0,343106847	6673,59	0,343002	6671,55
5	107028,92	139137,60	126865,66	19836,74	0,262595168	5209,03	0,262495	5207,04
						45438,53		45429,78
						1,77		-6,98

TIR del proyecto = 44,07%

$$NTIR = T_m + Dt \left( \frac{VAN_m}{VAN_m - VAN_M} \right)$$

$$NTIR = 0,3066 + 0,01 \left( \frac{1,77}{1,77 - (-6,98)} \right)$$

$$NTIR = 30,66\%$$

**Diferencia de TIR**

$$DT = TIR_{del\ proyecto} - NTIR$$

$$DT = 44,07\% - 30,66\%$$

$$DT = 13,41\%$$

**Porcentaje de Variación**

$$\%Var = \frac{Dt}{TIR_{del\ Proyecto}} * 100$$

$$\%Var = \frac{13,41\%}{44,07\%} * 100$$

$$\%Var = 30,42\%$$

**Sensibilidad**

$$Sens = \frac{\%Var}{NTIR}$$

$$Sens = \frac{30,42}{30,66}$$

$$Sens = 0,9920988$$

- ✓ La sensibilidad decremento en los ingresos en un 8,82% es de 0,9920988, lo que indica que el proyecto no es sensible

## *h. Conclusiones*

Concluido el presente proyecto de Factibilidad se puede plantear las siguientes conclusiones:

- ✓ En la ciudad de Loja no existen empresas que produzcan y comercialicen jarabes naturales antiinflamatorios y antitusígenos a base de tomate de árbol y miel de abeja.
- ✓ Según los estudios realizados cada frasco de jarabe se comercializará en \$4,93 con un margen de utilidad bruta del 30% para cada año de vida del proyecto.
- ✓ El punto de equilibrio en relación a la capacidad instalada es del 70,29% y en relación a las ventas es \$90.508,79
- ✓ El VAN del proyecto es de \$41.812,13 lo que indica que desarrollarlo es totalmente factible. ya que el mismo es mayor a 1.
- ✓ La TIR es del 44,07%, la cual es mayor al costo del capital lo que garantiza que el desarrollo del presente proyecto es completamente rentable.
- ✓ Según el Análisis de Relación Costo Beneficio por cada dólar invertido se obtendrán 22 centavos de utilidad neta.
- ✓ El presente proyecto requiere una inversión de \$45436,75, la misma que se recuperará en 2 años, 4 meses y 12 días. .
- ✓ Según el análisis de Sensibilidad realizado al proyecto, este no es sensible a variaciones tanto de, incremento en los costos, como de decremento en los ingresos, por lo tanto se puede desarrollar sin ningún contratiempo.

## *í. Recomendaciones*

Planteadas las conclusiones se puede recomendar lo siguiente:

- ✓ Para implementar una empresa siempre se deben realizar estudios previos tales como: Estudio Mercado, técnico, Administrativo - legal y Financiero, para evitar cualquier percance en el Futuro
- ✓ Toda nueva empresa pequeña para empezar a funcionar, no requiere de una gran inversión en activos fijos, puesto que esto ocasionaría que el precio de venta al público sea elevado, y por ende no tenga una buena acogida en el mercado.
- ✓ Se debe Invertir en lo estrictamente necesario para evitar cualquier contratiempo.
- ✓ La empresa debe estar ubicada en un lugar accesible para que los clientes tengan acceso a ella, y por lo tanto puedan adquirir el producto.
- ✓ Se debe utilizar mano de obra calificada para elaborar productos de calidad, estandarizados que garanticen a la empresa su estabilidad y permanencia en el mercado.
- ✓ Desarrollar el presente proyecto de factibilidad puesto que por los estudios realizados se garantiza su rentabilidad económica.

## *j. Bibliografía*

### **Libros**

- ✓ INFOGUIA CAPIL (Cámara de la pequeña industria de Loja)
- ✓ MANUAL PARA LA ELABORACIÓN DE PROYECTOS DE GRADUACIÓN A NIVEL SUPERIOR
  - Manuel Enrique Pasaca Mora
- ✓ ELABORACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN MÓDULO 10
  - Universidad Nacional de Loja
- ✓ EVALUACIÓN DE PROYECTOS. CUARTA EDICIÓN. 2001.
  - Gabriela Baca Urbina.
- ✓ FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS
  - Marcial Córdoba Padilla.

### **Internet.**

- ✓ [http://es.wikipedia.org/wiki/Solanum\\_betaceum](http://es.wikipedia.org/wiki/Solanum_betaceum)
- ✓ [http://www.pac.com.ve/index.php?option=com\\_content&view=article&catid=61&Itemid=84&id=4304](http://www.pac.com.ve/index.php?option=com_content&view=article&catid=61&Itemid=84&id=4304)
- ✓ [es.wikipedia.org/wiki/Demanda\\_\(economía\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Demanda_(economía))
- ✓ [es.wikipedia.org/wiki/Oferta\\_y\\_demanda](http://es.wikipedia.org/wiki/Oferta_y_demanda) –
- ✓ [es.wikipedia.org/wiki/Precio](http://es.wikipedia.org/wiki/Precio) –
- ✓ [es.wikipedia.org/wiki/Canal\\_de\\_distribución](http://es.wikipedia.org/wiki/Canal_de_distribución) -
- ✓ [www.mailxmail.com/...proyectos/tamaño-proyecto](http://www.mailxmail.com/...proyectos/tamaño-proyecto)  
[emprenderagrofitec2miraflores.wikispaces.com/.../MACROLOCALIZACION.doc](http://emprenderagrofitec2miraflores.wikispaces.com/.../MACROLOCALIZACION.doc) -  
[www.mailxmail.com/curso.../localizacion-proyecto](http://www.mailxmail.com/curso.../localizacion-proyecto) -
- ✓ [www.slideshare.net/.../ingenieria-de-proyectos-presentation](http://www.slideshare.net/.../ingenieria-de-proyectos-presentation)
- ✓ [www.fing.uncu.edu.ar/.../proyectos/.../ingenieria\\_de\\_proyecto.pdf](http://www.fing.uncu.edu.ar/.../proyectos/.../ingenieria_de_proyecto.pdf) -
- ✓ [es.wikipedia.org/wiki/Máquina](http://es.wikipedia.org/wiki/Máquina) -

- ✓ [www.maquinaria.com.uy/](http://www.maquinaria.com.uy/) -
- ✓ [www.slideshare.net/anieto61/flujiogramas](http://www.slideshare.net/anieto61/flujiogramas) -
- ✓ [es.wikipedia.org/wiki/Proceso](http://es.wikipedia.org/wiki/Proceso)
- ✓ [www.mitecnologico.com/.../DefinicionDeDistribucionDePlanta](http://www.mitecnologico.com/.../DefinicionDeDistribucionDePlanta)
- ✓ [www.promonegocios.net/.../tipos-de-organigramas.html](http://www.promonegocios.net/.../tipos-de-organigramas.html) -
- ✓ [www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas.html](http://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas.html)
- ✓ [www.dgr.lapampa.gov.ar/.../MANUAL%20DE%20FUNCIONES.pdf](http://www.dgr.lapampa.gov.ar/.../MANUAL%20DE%20FUNCIONES.pdf) –
- ✓ [manual-de-funciones-excel.softonic.com/](http://manual-de-funciones-excel.softonic.com/)
- ✓ [www.arpem.com/...compania/tipos/tipos\\_p.html](http://www.arpem.com/...compania/tipos/tipos_p.html) -
- ✓ [proyectosparainvertir.com](http://proyectosparainvertir.com)
- ✓ [es.wikipedia.org/wiki/Inversi3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Inversi3n) –
- ✓ [www.mitecnologico.com/.../ConceptoClasificacionActivoFijo](http://www.mitecnologico.com/.../ConceptoClasificacionActivoFijo)
- ✓ [www.wikilearning.com/...activos...activos\\_diferidos/](http://www.wikilearning.com/...activos...activos_diferidos/)-
- ✓ [es.wikipedia.org/wiki/Capital\\_de\\_trabajo](http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_de_trabajo) –
- ✓ [es.wikipedia.org/wiki/Presupuesto](http://es.wikipedia.org/wiki/Presupuesto) -
- ✓ [es.wikipedia.org/wiki/Depreciaci3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Depreciaci3n)
- ✓ [es.wikipedia.org/wiki/Amortizaci3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Amortizaci3n) –
- ✓ [www.definicion.org/estado-de-perdidas-y-ganancias](http://www.definicion.org/estado-de-perdidas-y-ganancias) -
- ✓ [es.wikipedia.org/wiki/Flujo\\_de\\_caja](http://es.wikipedia.org/wiki/Flujo_de_caja) –
- ✓ [es.wikipedia.org/wiki/Valor\\_actual\\_net0](http://es.wikipedia.org/wiki/Valor_actual_net0) –
- ✓ [es.wikipedia.org/wiki/Tasa\\_interna\\_de\\_retorno](http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_interna_de_retorno) -
- ✓ [www.scribd.com/doc/.../Relacion-Beneficio-Costo](http://www.scribd.com/doc/.../Relacion-Beneficio-Costo) -
- ✓ [es.wikipedia.org/.../An3lisis\\_del\\_punto\\_de\\_equilibrio](http://es.wikipedia.org/.../An3lisis_del_punto_de_equilibrio) –
- ✓ [http://schullo.com.ec/productos/miel\\_abeja.html](http://schullo.com.ec/productos/miel_abeja.html)
- ✓ <http://www.monografias.com/trabajos16/metodos-evaluacioneconomica/metodos-evaluacion-economica.shtml>
- ✓ <http://www.cantuss.info/a/negocio/2011/09/Que-son-los-gastos-administrativos.html>
- ✓ <http://www.bristhar.com.ve/acidocitrico.html>

## k. Anexos

### Anexo 1 - Encuesta



#### UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA AREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Como egresada de la UNL del Área Jurídica, Social y Administrativa de la Carrera de Administración de empresas, estoy cumpliendo con un requisito indispensable para la obtención del grado de Ingeniería Comercial, es por ello que le solicito se digne en proporcionar información verídica y confiable.

#### DATOS GENERALES

Marque con una X las respuestas que a su criterio considere conveniente:

1. ¿Cuántas personas integran su familia?

2. ¿En su familia mensualmente ¿Cuáles son los ingresos?

De \$ 292 a \$ 492 ( ) \$ 492,01 a \$692 ( )  
\$692,01 a \$ 892 ( ) \$ 892,01 a \$1092 ( )  
\$1092,01 a \$1292 ( ) \$1292,01 a más ( )

3. ¿Ha padecido últimamente un miembro de su familia algún problema respiratorio agudo como faringitis o síndrome gripal?

Si ( ) No ( )

4. ¿Qué promedio de veces al año en su familia se padece de afecciones respiratorias (Tos, Congestión nasal, dolor de garganta, etc).

De 1 a 3 veces por año ( ) 4 a 6 veces por año ( )  
6 o más veces por año ( )

5. ¿En su familia consumen jarabes naturales antiinflamatorios y antitusígenos? En caso de ser NO su respuesta pase a la pregunta N°12.

Si ( ) No ( )

¿Cuáles?.....

6. ¿Cómo califica la efectividad de jarabe que usted compra?

Bueno ( )

Malo ( )

Regular ( )

- 7. ¿Qué cantidad de frascos de jarabe compra trimestralmente?**  
 1 frasco ( )      2 frascos ( )      3 frascos ( )
- 8. ¿Cuánto paga por cada frasco de jarabe?**  
 De \$3,00 a \$ 4,50 ( )      \$ 4,51 a \$6,00 ( )  
 \$6,01 a \$ 7,50 ( )      \$ 7,51 a más ( )
- 9. ¿En dónde adquiere los jarabes?**  
 Farmacias ( )      Centros Naturistas ( )  
 Autoservicios ( )      otros ( )  
 ¿Cuáles?.....
- 10. ¿Por qué medio conoció de la existencia del producto?**  
 Televisión ( )      Radio ( )  
 Hojas Volantes ( )      Internet ( )  
 Prensa ( )      Por recomendación ( )  
 Otros ( )  
 ¿Cuáles?.....
- 11. Recibe algún tipo de promoción por cada jarabe que compra**  
 Si ( )      No ( )  
 ¿Cuál?.....
- 12. Si se estableciera en la ciudad de Loja una empresa productora y comercializadora de jarabe natural a base de tomate de árbol y miel de abeja que combata todos los síntomas relacionados con los procesos respiratorios, ¿consumiría usted este producto?**  
 Si ( )      No ( )  
 ¿Por qué?.....
- 13. ¿En qué Sector de la Ciudad le agradaría que se Ubique la Empresa?**  
 Norte ( )      Sur ( )  
 Centro ( )      Otros ( )  
 ¿Cuáles?.....
- 14. con respecto al envase ¿cuál cree usted que sería la mejor opción?**  
 Frasco de vidrio ( )      Frascos de plástico ( )  
 Otros ( )  
 ¿Cuáles?.....
- 15. ¿Cuántos Frascos de jarabe (150ml) estaría dispuesto a comprar por trimestre?**  
 1 frasco ( )      2 frascos ( )      3 frascos ( )
- 16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada frasco de jarabe?**  
 De \$3,00 a \$ 4,50 ( )      \$ 4,51 a \$6,00 ( )  
 \$6,01 a \$ 7,50 ( )      \$ 7,51 a más ( )
- 17. ¿En qué lugar le gustaría adquirir el Jarabe?**  
 Farmacias ( )      Centros Naturistas ( )  
 Autoservicios ( )      Otros ( )  
 ¿Cuáles?.....
- 18. ¿Por qué medios publicitarios le gustaría que el producto sea promocionado?**  
 Televisión ( )      Radio ( )



Prensa ( ) Internet ( )  
Hojas volantes ( ) Otros ( )  
¿Cuáles?.....

....

**Si señalo televisión, prensa o periódico indique porque canal, periódico, emisora le agradecería que fuera promocionado el producto:**

**21.1 Televisión**

Ecotel ( ) 13 Plus ( )  
UV televisión( ) Otros ( )

¿Cuál?.....

**....21.2 Radio**

Super Laser ( ) Poder ( ) Loja ( )  
Kocodrilo ( ) Carabana ( ) Rumba Stereo ( )  
Reina del Cisne ( ) Matovelle ( ) Centinela del Sur( )  
Luz y vida ( ) Jc Radio ( ) Sonorama ( )  
Boquerom FM ( ) Otras ( )

¿Cuáles?.....

**21.3 Prensa**

La hora ( ) Centinela ( ) Crónica ( )  
Otras ( )

¿Cuáles?.....

**19. ¿Qué promociones le gustaría recibir por la compra del jarabe?**

Descuentos ( ) Rifas ( )  
Otros ( )

¿Cuáles?.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Anexo 2 - Entrevista.



### UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA AREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Como egresada de la UNL del Área Jurídica, Social y Administrativa de la carrera de Administración de empresas, estoy cumpliendo con un requisito Para obtención del grado de Ingeniería Comercial, es por ello que le solicito se digne en proporcionar información verídica y confiable.

1. **¿Comercializa usted jarabes naturales antiinflamatorios y antitusígenos?**  
Si ( ) No ( )  
¿Cuáles?.....
2. **¿Qué jarabes antiinflamatorios y antitusígenos prefieren sus clientes?**  
.....
3. **¿Qué preferencias tienen sus clientes con respecto de la presentación del producto?**  
Frasco de vidrio ( ) Frascos de plástico ( )  
Otras ( )  
¿Cuáles?.....
4. **¿Qué promedio de jarabes naturales antiinflamatorios y antitusígenos comercializa trimestralmente?**  
.....
5. **¿Qué incremento Anual tiene su empresa en la Comercialización de jarabes naturales antiinflamatorios y antitusígenos?**  
2% ( ) 4% ( )  
6% ( ) 8% ( )
6. **¿Qué preferencia tienen sus clientes con respecto al valor del producto?**  
De \$3,00 a \$ 4,50 ( ) \$ 4,51 a \$6,00 ( )  
\$6,01 a \$ 7,50 ( ) \$ 7,51 a más ( )
7. **¿Qué medios de publicidad utiliza UD. Para promocionar sus producto?**  
Radio ( ) Hojas Volantes ( )  
Periódico ( ) Televisión ( )  
Internet ( ) Otros ( )  
¿Cuáles?.....

**8. ¿Qué tipo de promociones les agrada a sus clientes?**

Descuentos (    ) Rifas (    )

Otros (    )

¿Cuáles.....

**9. Si se estableciera en la ciudad de Loja una empresa productora y comercializadora de jarabe natural a base de tomate de árbol y miel de abeja que combata todos los síntomas relacionados con los procesos respiratorios, ¿comercializaría usted este producto?**

Si (    ) No (    )

¿Por qué?.....

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Anexo 3 - Maquinaria y equipo

### Marmita Electrica

**Precio:** \$1200

#### Características

- ✓ Realizada totalmente en acero inoxidable calidad AISI 304 18/8 con terminación pulido sanitario
- ✓ Olla de Cocción acero inoxidable de 2,5 mm. Capacidad de 800 litros
- ✓ Tapa de acero inoxidable de 2,5 mm Cumple con normas internacionales de seguridad. Por lo tanto, no incluye autoclaves ni sellos de goma.
- ✓ Sistema de regulación de temperatura por termostato entre 20°C y 120°C.
- ✓ Alimentación Eléctrica (Consumo 21Kw/hr)
- ✓ 3 Resistencias 380 volts. ( 220 volts Opcional )
- ✓ Peso Aproximado: 150 Kg.



### Banda transportadora

**Precio:** \$750

#### Descripción:

Mesa rectangular de acero inoxidable, con una banda en poliuretano y un motor de 1.5 hp, utilizada para transportar y seleccionar frutas y hortalizas, con un mecanismo de control que permite regular las revoluciones de la banda. Cabe destacar que transporta cajas de peso liviano no mayor a 10kg.



#### Características:

- ✓ Modelo y marca : JJ Industrial Ltda SERIE: JJ 700
- ✓ Capacidad. 1 Ton/H

- ✓ Dimensiones: largo 3mts, ancho 70cms, alto 75 a 90 cms.
- ✓ Estructura metálica: acero inoxidable calibre 166 asis 304.
- ✓ Moto reductor: 1.5 hp. Tres fases 220 vlts.
- ✓ Contiene 1 lona espesor 2.1 mm, ancho 50 cm en p.v.c blanco con cangilones en acero inoxidable.
- ✓ Velocidad aproximada 42 rpm.

### **Despulpadora**

Es también trozadora, licuadora y refinadora.

**Precio:** \$1200

#### **Características**

- ✓ Elaborada en acero inoxidable
- ✓ Sistema: Horizontal con corrector de inclinación que la convierte en semihorizontal, para mayor rendimiento.
- ✓ Garantía absoluta de rendimiento, ya que el sistema de aspas patentado permite que el desecho salga totalmente seco, (libre de pulpa).
- ✓ Sistema de aspas protegidas para impedir que parta la semilla.
- ✓ Dotada de dos tamices para cualquier tipo de fruta, incluyendo frutas de alta dificultad.
- ✓ Medidas: Altura: 70 cms Ancho: 40 cms Profundidad: 40 cms Peso: 35 kilos Motor: SIEMENS 1 h.p. (1.750 r.p.m.) Capacidad:100 kilos / h. a 250 Kg/h.



### **Envadadora dosificadora selladora**

Envasadoras, selladoras, etiquetadoras Lineales su funcionamiento es en secuencia es decir con la medida previamente establecida dosifica la cantidad de liquido en el envase al



mismo tiempo del sellado etiqueta el producto.

### **Características**

- ✓ En acero inoxidable.
- ✓ Capacidad: 20 unidades por hora
- ✓ De manejo sencillo y fácil mantenimiento.
- ✓ Control eléctrico y electrónico para los diferentes ajustes de operación.
- ✓ Cuentan con un sistema de desembobinado por lo que para su operación requiere de etiquetas en rollo. Su operación es completamente automática y se utilizan con un transportador cuyas dimensiones dependerá de los requerimientos de velocidad y tipo de envase.

### **Cámara de enfriamiento**

Cuando a un producto se le baja la temperatura de forma brusca por un tiempo mayor a los 15 minutos se eliminan bacterias sobrevivientes del proceso de producción, además de eliminar la posibilidad de dispersión de hongos.



**Precio:** \$950

### **Características**

- ✓ Aislamiento térmico
- ✓ Muros a prueba de corrosión e impacto
- ✓ Fabricado en acero 100% en acero inoxidable
- ✓ Tamaño: 2m de largo por 2m de alto y 2,5m de profundidad.
- ✓ Temperatura: Regulable hasta -35°C

## Anexo 4 – Financiero

**CUADRO N° 151**  
**CLASIFICACIÓN DE COSTOS AÑO 2**

Descripción	Año 2	Costo Fijo	Costo Variable
<b>* Costo Primo</b>			
Materia Prima Directa	8585,69		8585,69
Mano de Obra Directa	12122,73	12122,73	
<b>*Costos Generales de Fabricación</b>			
Materia Prima Indirecta	898,61		898,61
Mano de Obra Indirecta	7699,89	7699,89	
Materiales Indirectos	17812,10		17812,10
Suministros de Producción	767,02		767,02
Servicios Básicos	1213,68	1213,68	
Dep. Maquinaria y Equipo	1120,00	1120,00	
Dep. Herramientas	138,33	138,33	
Dep. Muebles y Enseres	87,00	87,00	
<b>Total Costos de Fabricación</b>	<b>50445,06</b>	<b>22381,63</b>	<b>28063,43</b>
<b>* Costos de Operación</b>			
<b>Gastos Administrativos</b>			
Sueldos y Salarios	22332,78	22332,78	
Energía Eléctrica	634,56	634,56	
Teléfono	4312,56	4312,56	
Útiles de Oficina	66,50	66,50	
Suministros de Oficina	666,60	666,60	
Suministros de Limpieza	30,19	30,19	
Utensilios de Limpieza	45,16	45,16	
Amortización de Activos Diferidos	324,28	324,28	
Dep. De Muebles y Enseres	244,80	244,80	
Dep. De Equipo de Computo	1080,00	1080,00	
Dep. De Equipo de Oficina	90,00	90,00	
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>29827,42</b>	<b>29827,42</b>	
<b>Gastos de Venta</b>			
Publicidad	3696,48		3696,48
Lubricantes y Combustible	1444,09		1444,09
Telefonía Móvil	564,33	564,33	
Suministros de Oficina	434,01	434,01	
Sueldos y Salarios	7645,47	7645,47	
Dep. Muebles y Enseres	70,00	70,00	
Dep. Equipo de Computo	360,00	360,00	
Dep. Equipo de Oficina	23,00	23,00	
Dep. Vehículo	4600,00	4600,00	
<b>Total Gastos de Ventas</b>	<b>18837,38</b>	<b>13696,81</b>	<b>5140,57</b>
<b>Gastos Financieros</b>			
Interés por préstamo	1824,00	1824,00	
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>1824,00</b>	<b>1824,00</b>	
<b>Total Gastos de Operación</b>	<b>50488,80</b>	<b>45348,23</b>	<b>5140,57</b>
<b>Costo Total de Producción</b>	<b>100933,86</b>	<b>67729,86</b>	<b>33204,00</b>

Fuente: Cuadro N138

Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 152**  
**CLASIFICACIÓN DE COSTOS AÑO 3**

Descripción	Año 3	Costo Fijo	Costo Variable
<b>* Costo Primo</b>			
Materia Prima Directa	8815,79		8815,79
Mano de Obra Directa	12447,62	12447,62	
<b>*Costos Generales de Fabricación</b>			
Materia Prima Indirecta	922,70		922,70
Mano de Obra Indirecta	7906,25	7906,25	
Materiales Indirectos	18289,47		18289,47
Suministros de Producción	787,58		787,58
Servicios Básicos	1246,20	1246,20	
Dep. Maquinaria y Equipo	1120,00	1120,00	
Dep. Herramientas	138,33	138,33	
Dep. Muebles y Enseres	87,00	87,00	
<b>Total Costos de Fabricación</b>	<b>51760,93</b>	<b>22945,40</b>	<b>28815,53</b>
<b>* Costos de Operación</b>			
<b>Gastos Administrativos</b>			
Sueldos y Salarios	22931,30	22931,30	
Energía Eléctrica	651,57	651,57	
Teléfono	4428,14	4428,14	
Útiles de Oficina	68,28	68,28	
Suministros de Oficina	684,46	684,46	
Suministros de Limpieza	31,00	31,00	
Utensilios de Limpieza	46,37	46,37	
Amortización de Activos Diferidos	324,28	324,28	
Dep. De Muebles y Enseres	244,80	244,80	
Dep. De Equipo de Computo	1080,00	1080,00	
Dep. De Equipo de Oficina	90,00	90,00	
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>30580,19</b>	<b>30580,19</b>	
<b>Gastos de Venta</b>			
Publicidad	3795,55		3795,55
Lubricantes y Combustible	1482,79		1482,79
Telefonía Móvil	579,45	579,45	
Suministros de Oficina	445,64	445,64	
Sueldos y Salarios	7850,37	7850,37	
Dep. Muebles y Enseres	70,00	70,00	
Dep. Equipo de Computo	360,00	360,00	
Dep. Equipo de Oficina	23,00	23,00	
Dep. Vehículo	4600,00	4600,00	
<b>Total Gastos de Ventas</b>	<b>19206,80</b>	<b>13928,46</b>	<b>5278,34</b>
<b>Gastos Financieros</b>			
Interés por préstamo	1337,60	1337,60	
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>1337,60</b>	<b>1337,60</b>	
<b>Total Gastos de Operación</b>	<b>51124,59</b>	<b>45846,25</b>	<b>5278,34</b>
<b>Costo Total de Producción</b>	<b>102885,53</b>	<b>68791,66</b>	<b>34093,87</b>

Fuente: Cuadro N°138

Elaboración: La Autora



**CUADRO N° 153  
CLASIFICACIÓN DE COSTOS AÑO 4**

Descripción	Año 4	Costo Fijo	Costo Variable
<b>* Costo Primo</b>			
Materia Prima Directa	9052,05		9052,05
Mano de Obra Directa	12781,21	12781,21	
<b>*Costos Generales de Fabricación</b>			
Materia Prima Indirecta	947,43		947,43
Mano de Obra Indirecta	8118,14	8118,14	
Materiales Indirectos	18779,63		18779,63
Suministros de Producción	808,68		808,68
Servicios Básicos	1279,60	1279,60	
Dep. Maquinaria y Equipo	1120,00	1120,00	
Dep. Herramientas	142,04	142,04	
Dep. Muebles y Enseres	87,00	87,00	
<b>Total Costos de Fabricación</b>	<b>53115,78</b>	<b>23527,99</b>	<b>29587,79</b>
<b>* Costos de Operación</b>			
<b>Gastos Administrativos</b>			
Sueldos y Salarios	23545,85	23545,85	
Servicios Básicos	669,03	669,03	
Arriendo de local	4546,81	4546,81	
Útiles de Oficina	70,11	70,11	
Suministros de Oficina	702,81	702,81	
Suministros de Limpieza	31,83	31,83	
Utensilios de Limpieza	47,61	47,61	
Amortización de Activos Diferidos	324,28	324,28	
Dep. De Muebles y Enseres	244,80	244,80	
Dep. De Equipo de Computo	1108,94	1108,94	
Dep. De Equipo de Oficina	90,00	90,00	
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>31382,08</b>	<b>31382,08</b>	
<b>Gastos de Venta</b>			
Publicidad	3897,27		3897,27
Lubricantes y Combustible	1522,53		1522,53
Telefonía Móvil	594,98	594,98	
Suministros de Oficina	457,58	457,58	
Sueldos y Salarios	8060,76	8060,76	
Dep. Muebles y Enseres	70,00	70,00	
Dep. Equipo de computo	369,65	369,65	
Dep. Equipo de Oficina	23,00	23,00	
Dep. Vehículo	4600,00	4600,00	
<b>Total Gastos de Ventas</b>	<b>19595,77</b>	<b>14175,97</b>	<b>5419,80</b>
<b>Gastos Financieros</b>			
Interés por préstamo	851,20	851,20	
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>851,20</b>	<b>851,20</b>	
<b>Total Gastos de Operación</b>	<b>51829,05</b>	<b>46409,25</b>	<b>5419,80</b>
<b>Costo Total de Producción</b>	<b>104944,83</b>	<b>69937,24</b>	<b>35007,58</b>

Fuente: Cuadro N°138

Elaboración: La Autora

**CUADRO N° 154  
CLASIFICACIÓN DE COSTOS AÑO 5**

Descripción	Año 5	Costo Fijo	Costo Variable
<b>* Costo Primo</b>			
Materia Prima Directa	9294,65		9294,65
Mano de Obra Directa	13123,75	13123,75	
<b>*Costos Generales de Fabricación</b>			
Materia Prima Indirecta	972,82		972,82
Mano de Obra Indirecta	8335,70	8335,70	
Materiales Indirectos	19282,92		19282,92
Suministros de Producción	830,36		830,36
Servicios Básicos	1313,90	1313,90	
Dep. Maquinaria y Equipo	1120,00	1120,00	
Dep. Herramientas	142,04	142,04	
Dep. Muebles y Enseres	87,00	87,00	
<b>Total Costos de Fabricación</b>	<b>54503,13</b>	<b>24122,39</b>	<b>30380,74</b>
<b>* Costos de Operación</b>			
<b>Gastos Administrativos</b>			
Sueldos y Salarios	24176,88	24176,88	
Servicios Básicos	686,96	686,96	
Arriendo de local	4668,67	4668,67	
Útiles de Oficina	71,99	71,99	
Suministros de Oficina	721,64	721,64	
Suministros de Limpieza	32,68	32,68	
Utensilios de Limpieza	48,89	48,89	
Amortización de Activos Diferidos	324,28	324,28	
Dep. De Muebles y Enseres	244,80	244,80	
Dep. De Equipo de Computo	1108,94	1108,94	
Dep. De Equipo de Oficina	90,00	90,00	
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>32175,73</b>	<b>32175,73</b>	
<b>Gastos de Venta</b>			
Publicidad	4001,71		4001,71
Lubricantes y Combustible	1563,34		1563,34
Telefonía Móvil	610,93	610,93	
Suministros de Oficina	469,85	469,85	
Sueldos y Salarios	8276,79	8276,79	
Dep. Muebles y Enseres	70,00	70,00	
Dep. Equipo de computo	369,65	369,65	
Dep. Equipo de Oficina	23,00	23,00	
Dep. Vehículo	4600,00	4600,00	
<b>Total Gastos de Ventas</b>	<b>19985,26</b>	<b>14420,21</b>	<b>5565,05</b>
<b>Gastos Financieros</b>			
Interés por préstamo	364,80	364,80	
<b>Total Gastos Financieros</b>	<b>364,80</b>	<b>364,80</b>	
<b>Total Gastos de Operación</b>	<b>52525,79</b>	<b>46960,74</b>	<b>5565,05</b>
<b>Costo Total de Producción</b>	<b>107028,92</b>	<b>71083,13</b>	<b>35945,79</b>

Fuente: Cuadro N°138

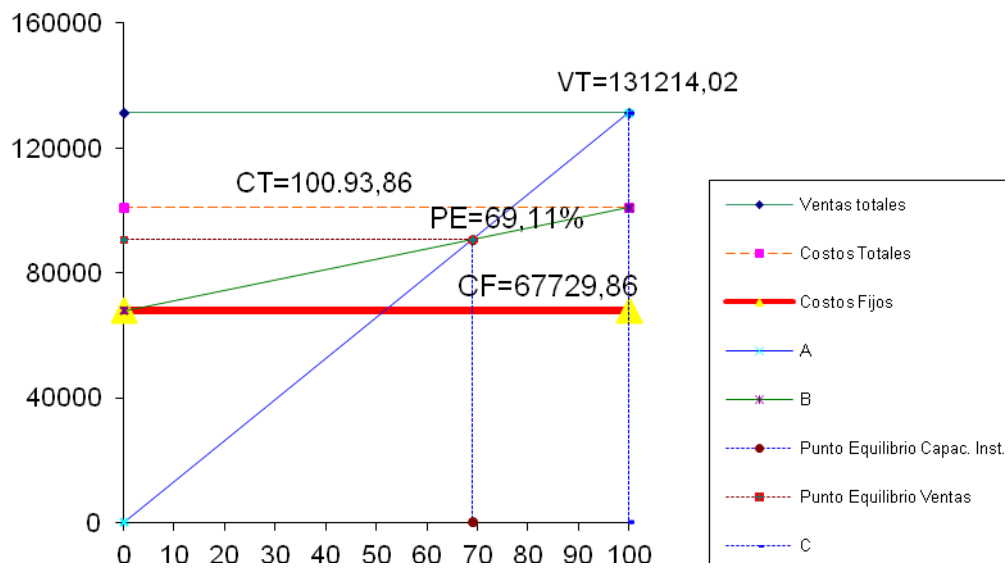
Elaboración: La Autora

## Punto de equilibrio

### Datos:

<b>COSTO VARIABLE</b>	33204,00	<b>COSTO TOTAL</b>	100933,86
<b>COSTO FIJO</b>	67729,86	<b>P.E CAPAC. INST</b>	69,11%
<b>VENTAS TOTALES</b>	131214,02	<b>P.E VENTAS</b>	90675,50

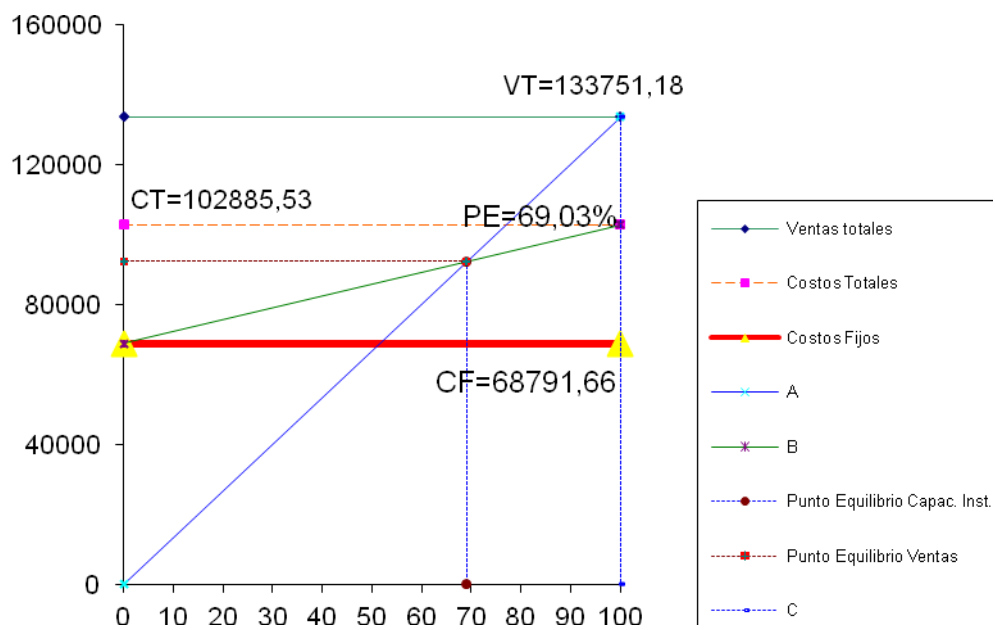
**GRÁFICO N° 48**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 2**



## Datos

<b>COSTO VARIABLE</b>	34093,87	<b>COSTO TOTAL</b>	102885,53
<b>COSTO FIJO</b>	68791,66	<b>P.E CAPAC. INST</b>	69,03%
<b>VENTAS TOTALES</b>	133751,18	<b>P.E VENTAS</b>	92326,04

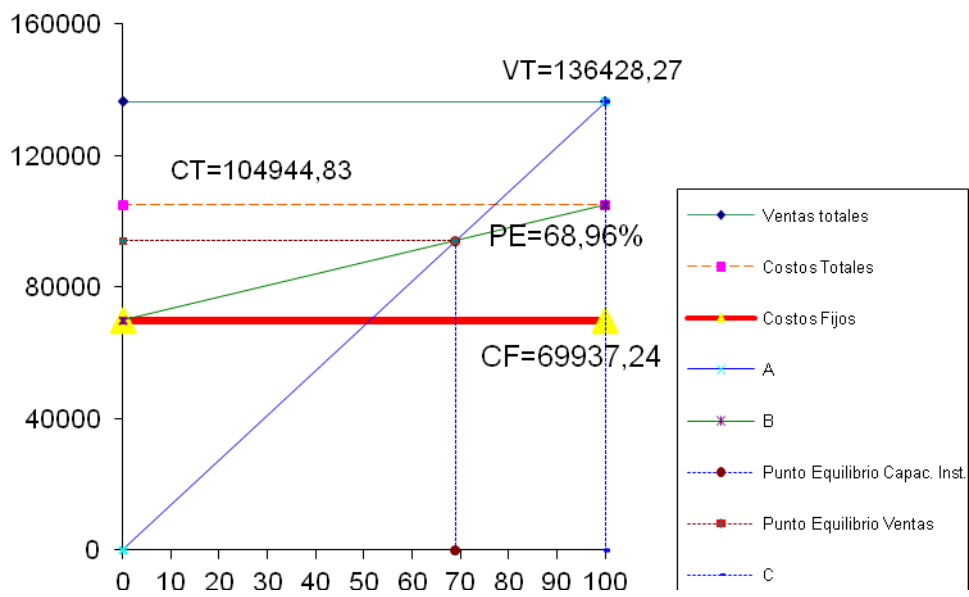
**GRÁFICO N° 49**  
**PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3**



**Datos:**

<b>COSTO VARIABLE</b>	35007,58	<b>COSTO TOTAL</b>	104944,83
<b>COSTO FIJO</b>	69937,24	<b>P.E CAPAC. INST</b>	68,96%
<b>VENTAS TOTALES</b>	136428,27	<b>P.E VENTAS</b>	94077,62

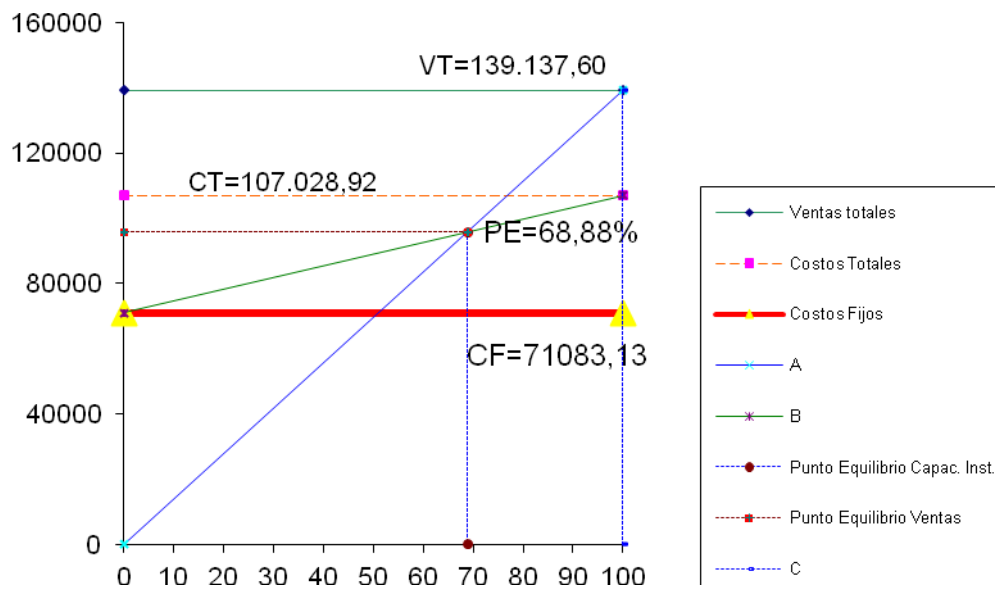
**GRÁFICO N° 50  
PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 4**



**Datos:**

<b>COSTO VARIABLE</b>	35.945,79	<b>COSTO TOTAL</b>	107.028,92
<b>COSTO FIJO</b>	71.083,13	<b>P.E CAPAC. INST</b>	68,88%
<b>VENTAS TOTALES</b>	139.137,60	<b>P.E VENTAS</b>	95.844,20

**GRÁFICO N° 51  
PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5**



## INDICE

<b>Caratula</b>	<b>I</b>
<b>Certificación</b>	<b>II</b>
<b>Autoría</b>	<b>III</b>
<b>Carta de autorización</b>	<b>IV</b>
<b>Dedicatoria</b>	<b>V</b>
<b>Agradecimiento</b>	<b>VI</b>
<b>a. Tema</b>	<b>1</b>
<b>b. Resumen</b>	<b>2</b>
1. Resumen	2
2. Resumen en ingles	5
<b>c. Introducción</b>	<b>8</b>
<b>d. Revisión de la literatura</b>	<b>11</b>
<b>1 MARCO REFERENCIAL</b>	<b>11</b>
1.1. Tomate de árbol	11
1.1.1. Origen	11
1.1.2. Nombre Científico	11
1.1.3. Características	11
1.1.4. Beneficios	11
1.1.5. Usos	12
1.1.6. Adaptaciones y requerimientos climáticos	13
1.1.7. Principales productores	13
1.2. Miel de Abeja	13
1.2.1. Definición	13
1.2.2. Historia	13
1.2.3. Composición	14
1.2.4. Beneficios	14
1.2.5. Propiedades	15
1.2.6. Variedades	15
1.2.7. Recolección	15
<b>2. MARCO TEÓRICO.</b>	<b>16</b>
<b>2.1 PROYECTOS DE INVERSIÓN.</b>	<b>16</b>
2.1.1 Definición de Proyecto	16
2.1.2 Definición de Inversión	16
2.1.3 Definición de Proyectos de Inversión	16

2.1.3.1 Principales objetivos de un proyecto de inversión.	17
2.1.3.2 Orígenes de los Proyectos de Inversión.	17
<b>2.2. ESTUDIO DE MERCADO.</b>	<b>17</b>
2.2.1. Concepto.	17
2.2.2. Clases de mercado	18
2.2.2.1. Según el monto de la mercancía	18
2.2.2.2. Otros tipos de mercado	18
2.2.3. Objetivo del estudio de mercado	18
2.2.4 Demanda	18
2.2.4.1 Tipos de demanda	19
2.2.5. Oferta	19
2.2.6. Plan de Comercialización	19
2.2.6.1. Producto	19
2.2.6.2. Precio	19
2.2.6.3. Plaza	19
2.2.6.3.1. Canales de distribución	19
2.2.6.4. Promoción y Publicidad	20
2.2.6.4.1. Promoción.	20
2.2.6.4.2. Publicidad	20
<b>2.3 ESTUDIO TECNICO.</b>	<b>20</b>
2.3.1. Tamaño del proyecto	20
2.3.1.1 Capacidad Diseñada	21
2.3.1.2. Capacidad Instalada	21
2.3.1.3. Capacidad Utilizada	21
2.3.2. Localización	21
2.3.2.1. Localización de la empresa	21
2.3.2.2. Macro-localización	21
2.3.2.3. Micro-localización	22
2.3.3. Ingeniería del proyecto	22
2.3.3.1. Maquinaria	22
2.3.3.2. Equipo	22
2.3.3.3. Flujogramas	22
2.3.3.4. Distribución de la planta	22
<b>2.4. ESTUDIO LEGAL- ADMINISTRATIVO</b>	<b>23</b>
2.4.1. Estudio Legal	23
2.4.1.1. Base legal	23
2.4.1.2. Tipos de Compañías	23
2.4.2. Estudio Administrativo	24
2.4.2.1. Niveles Jerárquicos	24



2.4.2.2. Organigramas	24
2.4.2.2.1 Tipos de Organigramas	24
2.4.2.3. Manual funciones	25
<b>2.5. ANÁLISIS FINANCIERO</b>	<b>25</b>
2.5.1. Activos fijos	25
2.5.2. Activos diferidos	25
2.5.3. Financiamiento	25
2.5.4. Capital de trabajo	25
2.5.5. Presupuesto	25
2.5.6. Depreciaciones	25
2.5.7. Estado de pérdidas y ganancias.	25
2.5.8. Punto de equilibrio	26
2.5.9. Flujo de caja	26
<b>2.6. EVALUACIÓN FINANCIERA</b>	<b>26</b>
2.6.1. Valor actual neto (VAN)	26
2.6.2. Tasa interna de retorno (TIR)	26
2.6.3. Período de recuperación de Capital	26
2.6.4. La relación beneficio costo (B/C)	26
2.6.5. Análisis de Sensibilidad	26
<b>e. Materiales y Métodos</b>	<b>27</b>
1. Materiales	27
2. Métodos	27
3. Técnicas	27
4. Definición de la población	28
<b>f. Resultados</b>	<b>33</b>
1. Tabulación análisis, representación gráfica e interpretación de las encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja	33
2. Tabulación, análisis, representación gráfica e interpretación de las entrevistas aplicadas a las farmacias y centros naturistas de la ciudad de Loja	62
<b>g. Discusión</b>	<b>73</b>
<b>1. ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>73</b>
1.1. Antecedentes generales	74
1.2. Análisis de la demanda y oferta	74
1.2.1. Cálculo promedio anual en la compra de jarabes naturales	

Antiinflamatorios y antitusígenos	74
1.2.2. Análisis de la Demanda	75
1.2.2.1. Cálculo Demanda Potencial	75
1.2.2.2 Cálculo Demanda Real o Actual	76
1.2.2.3. Cálculo Demanda Efectiva.	77
1.2.3. Oferta	78
1.2.3.1 Cálculo promedio anual de venta.	78
1.3. Balance de la oferta y demanda	79
1.4. Plan de comercialización	80
1.4 1. Producto	80
1.4.2. Precio	88
1.4.3. Plaza o Distribución.	90
1.4.4. Promoción y publicidad.	91
<b>2. ESTUDIO TÉCNICO</b>	<b>93</b>
2.1 Tamaño	93
2.1 1. Dimensión del mercado	93
2.1.2. Capacidad del proyecto	94
2.1.2.1. Capacidad Diseñada	94
2.1.2.2. Capacidad Instalada	94
2.1.2.3. Capacidad Utilizada	95
2.2. Localización del proyecto	96
2.2.1 Factores	96
2.2.2. Macro y microlocalización	97
2.2.2.1. Macrolocalización	97
2.2.2.2. Microlocalización	97
2.3. Ingeniería del proyecto	98
2.3.1. Proceso productivo	98
2.3.1.1. Materia prima y mercado	98
2.3.1.2. Descripción del proceso productivo.	102
2.3.2. Flujo de Procesos de la empresa “Sweet” cía Ltda.	105
2.3.3. Requerimientos para la empresa	106
2.3.3.1. Materia prima a utilizarse	106
2.3.3.2. Identificación de maquinaria y equipo, herramientas y vestimenta y equipo de seguridad industrial.	106
2.3.4. Distribución de la Planta	108
<b>3. ORGANIZACIÓN LEGAL – ADMINISTRATIVA</b>	<b>109</b>
3.1. Organización legal	109
3.1.1. Base Legal	109
3.1.2. Constitución de la empresa.	110
3.1.3. Minuta	113

3.1.4. Contratos	121
3.1.4.1. Modelo de contrato individual de trabajo	121
3.1.4.2. Modelo de contrato de arriendo	125
3.2. Organización Administrativa	127
3.2.1. Niveles Jerárquico	127
3.2.2 Organigramas.	127
3.2.3. Manual de funciones.	131
<b>4. ESTUDIO FINANCIERO</b>	<b>138</b>
4.1. Análisis Financiero	138
4.1.1. Inversión en activos	138
4.1.1.1. Inversión en activos fijos	138
4.1.1.2. Inversión en activos diferidos	142
4.1.1.3. Inversión en activo circulante o capital de trabajo	144
4.1.2. Gastos	149
4.1.2.1. Gastos administrativos	149
4.1.2.2. Gastos de venta	153
4.1.3. Depreciaciones	157
4.1.4. Amortización activos diferidos	162
4.1.5. Resumen de inversiones	163
4.1.6. Financiamiento	165
4.1.7. Presupuesto proformado de costos proyectado	166
4.1.7. Costos	167
4.1.7.1. Costo Unitario de producción	167
4.1.8. Precio de venta al Público	167
4.1.9. Ingresos por Ventas.	168
4.1.10. Clasificación de Costos	168
4.1.11. Punto de equilibrio	170
4.1.12. Estado de pérdidas y ganancias.	172
<b>4.2 EVALUACIÓN FINANCIERA</b>	<b>173</b>
4.2.1. Flujo de Caja	173
4.2.2. Valor Actual Neto (VAN)	173
4.2.3. Período de recuperación de Capital	175
4.2.4..Relación Beneficio Costo	175
4.2.5. Tasa Interna de Retorno (TIR)	176
4.2.6. Análisis de sensibilidad	177
<b>h. Conclusiones</b>	<b>181</b>
<b>i. Recomendaciones</b>	<b>182</b>
<b>j. Bibliografía</b>	<b>183</b>
<b>k. Anexos</b>	<b>185</b>

1. Encuesta	185
2. Entrevista	188
3. Maquinaria y equipo	190
4. Financiero	193

## PARROQUIAS URBANAS DE LOJA

Población, Viviendas Ocupadas, Superficie y Densidad por Parroquia Urbana y Según Zonas Censales CPV-2010

Código	Parroquias Urbanas	Zonas No.	Hombres	Mujeres	Total Población	Viviendas Ocupadas*	Superficie Km <sup>2</sup>	Densidad Hab/km <sup>2</sup>
<b>TOTAL</b>			<b>81475</b>	<b>88805</b>	<b>170280</b>	<b>43187</b>	<b>53,2</b>	<b>3199</b>
11 01 01	EL VALLE	1-2-3-4-10-11-12-13	14772	15923	30695	7553	13,1	2347
11 01 02	SUCRE	5-6-7-8-9-14-15-16-17-18-19-20-21-22-26-27-28-29-30	33070	36318	69388	17495	23,6	2943
11 01 03	EL SAGRARIO	23-24-25	6994	8168	15162	4230	2,7	5616
11 01 04	SAN SEBASTIAN	31-32-33-34-35-36-37-38-39-40-41-42-43	26639	28396	55035	13909	13,9	3968

\* VIVIENDAS Oc.p.p. + V. Particulares  
 FUENTE: INEC. "VII Censo de Población y VI de Vivienda 2010". Base de datos REDATAM  
 Superficies calculadas por AICE-DISUR

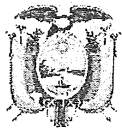
### Parroquia Loja

### Promedio de personas por hogar

Sexo	Tasa de Crecimiento	Parroquia Urbana	Nro. De Hogares	Promedio
Hombre	2,84%	El Valle	7858	3,90
Mujer	2,48%	Sucré	18171	3,82
Total	2,65%	Sagrario	4415	3,43
		San Sebastián	14441	3,81

FUENTE: INEC. "VII Censo de Población y VI de Vivienda 2010". Base de datos REDATAM





MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA DEL ECUADOR  
DIRECCIÓN PROVINCIAL DE SALUD DE LOJA  
DEPARTAMENTO DE CONTROL SANITARIO-FARMACIAS  
CALENDARIO DE TURNOS DE FARMACIAS DE LA CIUDAD DE LOJA AÑO 2012



Nº	GRUPO Nº 1	Enero	Febr.	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agost.	Sept.	Octubr.	Nov.	Dic.
1	AMERICANA (CRUZ AZUL)	7 al 14	18 al 25	31 MARZO	AL 7 ABRIL	12 al 19	23 al 30	[Shaded]	4 al 11	15 al 22	27 OCTUBRE	AL 3 NOVIEMBRE	8 al 15
2	ANDREY												
3	CUXIBAMBA												
4	IDEAL												
5	FYBECA LA TEBAIDA												
6	MEDICA												
7	MODELO												
8	REINA DEL CISNE SUCURSAL												
9	SALUD (CRUZ AZUL)												
10	NACIONAL SAN ANTONIO												
11	SAN LUIS												
12	SANA SANA VIRGEN DEL CISNE												
13	SANTA MARIA												
14	SAIFYDE												
15	SU FARMACIA												
16	REINA DE LA NUBE												
17	SANTA LUCIA												
18	SAN GREGORIO												

Nº	GRUPO Nº 2	Enero	febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agost.	Sept.	Octubr.	Nov.	Dic.
1	ALEMANA	[Shaded]	25 FEBRERO	AL 3 MARZO	7 al 14	19 al 26	30 JUNIO	AL 7 JULIO	11 al 18	22 al 29	[Shaded]	3 al 10	15 al 22
2	AMERICANA SUCURSAL												
3	ANGELICA												
4	DANIEL ALVAREZ												
5	ESPIRITU SANTO												
6	GALENOS (CRUZ AZUL)												
7	IBEROAMERICA												
8	KATHERINE (CRUZ AZUL)												
9	LOURDES												
10	LA PRADERA												
11	DANIEL ELIAS												
12	PICHINCHA SUCURSAL												
13	SUR												
14	SANA SANA JOSE FELIX												
15	SANTA MARIANITA												
16	JERUSALEN SUCURSAL												
17	SINAI												
18	JORGE DAVID												

Nº	GRUPO Nº 3	Enero	Febr.	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agost.	Sept.	Octubr.	Nov.	Dic.
1	AUXILIADORA	21 al 28	[Shaded]	3 al 10	14 al 21	26 MAYO	AL 2 JUNIO	7 al 14	18 al 25	29 SEPTIEMBRE	AL 6 OCTUBRE	10 al 17	22 al 29
2	HISPANA												
3	CASTELLANA												
4	ELOY ALFARO (SUCURSAL)												
5	ECUATORIANA												
6	GRAN COLOMBIANA												
7	MARIELIZA												
8	ISRAEL												
9	SANA SANA MIGUEL RIOFRIO												
10	DIVINO NIÑO												
11	MEDICOS												
12	MARIA FERNANDA												
13	NACIONAL SUCURSAL												
14	SANTA INES												
15	SEÑOR DE LOS REMEDIO												
16	SALUD Y VIDA												
17	COLOMBIA												
18	PICHINCHA PRINCIPAL												

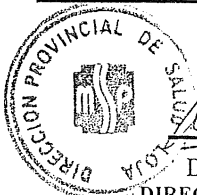
*[Signature]*  
ASOCIACION PROVINCIAL DE FARMACEUTICOS DE LOJA

DIRECCION PROVINCIAL DE SALUD  
DE LOJA  
CONTROL SANITARIO  
LOJA

Nº	GRUPO N° 4	Enero	Febr.	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agost.	Sept.	Octubr.	Nov.	Dic.
1	CRISTO REY	28 ENERO	AL 4 FEBRERO	10 al 17	21 al 28				25 AGOSTO	al 1 SEPTIEMBRE	6 al 13	17 al 24	
2	GABRIELA												
3	ELOY ALFARO PRINCIPAL												
4	ESPAÑOLA												
5	FAMILIAR												
6	GENESIS												
7	JERUSALEN PRINCIPAL												
8	LOJA												
9	SANA SANA LAURO GUERRERO												
10	PASTEUR												
11	SAN CARLOS 1												
12	SAN DIEGO												
13	FARMAHORRO												
14	SANTA LUISA												
15	SAN SEBASTIAN SUCURSAL												
16	SAN CAMILO LESLLI												
17	VIDA												
18	MARILU												

Nº	GRUPO Nro 5	Enero	Febr.	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agost.	Sept.	Octubr.	Nov.	Dic.
1	ANA MARIA												
2	BIOQUIMICOS												
3	CENTRAL												
4	SANA SANA PRIMERO DE MAYO												
5	DEL PUEBLO												
6	FRANCESA												
7	BAYER												
8	FYBECA RIO ZAMORA												
9	MANANTIAL												
10	MODELO PLUS												
11	SANA SANA PIO JARAMILLO												
12	REINA DEL CISNE PRINCIPAL												
13	SANA SANA ALONSO DE MERCAD.												
14	SAN ISIDRO												
15	NACIONAL SAN SEBASTIAN												
16	SARA BETSABE												
17	SILVANA PATRICIA												
18	VICTORIA ( CRUZ AZUL)												

Nº	GRUPO N° 6	Enero	Febr.	Marzo	abril	Mayo	Junio	Julio	Agost.	Sept.	Octubr.	Nov.	Dic.
1	AMAZONAS NORTE	31 de diciembre 2011 al 7 de Enero 2012											
2	DOLON												
3	DOLOROSA (CRUZ AZUL)												
4	EL ROSARIO												
5	SAN JOSÉ												
6	LOS ANDES												
7	NACIONAL PRINCIPAL												
8	MARIA PAULA												
9	SANA SANA BENJAMIN CARRIÓN.												
10	SAN PABLO												
11	SAN CARLOS PRINCIPAL												
12	SANTA ANITA												
13	SANTA FE PRINCIPAL												
14	SANTA FE SUCURSAL												
15	SAN CRISTOBAL												
16	SONIA JUDITH												
17	FARMAAMIGA												
18	IV CENTENARIO												



Dra. Mercedes León Ojeda  
DIRECTORA PROVINCIAL DE SALUD DE LOJA

Dr. Edgar Armijos Veintimilla  
COORDINADOR DEL PROCESO DE CONTROL Y VIGILANCIA SANITARIA

