



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

**“FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA INDUSTRIALIZADORA DE CAFÉ ÓRGANICO
EN LA CIUDAD DE LOJA”**

TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

AUTORAS

Diana Isabel Abad Villalta
Janeth Elizabeth Ordóñez Cueva

DIRECTORA

Ing. MAE. Rocío Toral.

Loja –Ecuador.

2013.

Educación
sinónimo de
Libertad

CERTIFICACIÓN

Mg. Sc. Rocio Toral Tinitana.

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**

CERTIFICA:

Que la Tesis, titulada: **“FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA INDUSTRIALIZADORA DE CAFÉ ORGANICO, EN LA CIUDAD DE LOJA”** presentada por las estudiantes: Diana Isabel Abad Villalta y Janeth Elizabeth Ordoñez Cueva, previa a la obtención del título de ingenieras en Administración de Empresas, ha sido orientado, dirigido y revisado bajo mi dirección, siendo prolijamente revisada, por lo que autorizo su presentación para los fines consiguientes legales.

Loja. Noviembre de 2013



.....
Ing. Rocío Toral Tinitana
DIRECTORA

AUTORÍA

Nosotras, Janeth Elizabeth Ordoñez Cueva y Diana Isabel Abad Villalta declaramos ser autoras del presente trabajo de tesis y eximimos expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

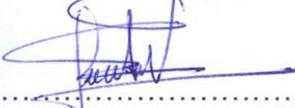
Adicionalmente aceptamos y autorizamos a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de nuestra tesis en el repositorio Institucional-biblioteca Virtual.

AUTORA: Janeth Elizabeth Ordoñez Cueva

FIRMA: 

CÉDULA: 1104749716

AUTORA: Diana Isabel Abad Villalta.

FIRMA: 

CÉDULA: 114831266

FECHA: Loja, Noviembre del 2013

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

Nosotras, Diana Isabel Abad Villalta y Janeth Elizabeth Ordoñez Cueva declaramos ser autoras de la Tesis titulada: **FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA INDUSTRIALIZADORA DE CAFÉ ORGÁNICO EN LA CIUDAD DE LOJA**, Como requisito para optar al Grado de: **INGENIERAS EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**: autorizamos 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 del exterior, con las 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 19 días del mes de noviembre del dos mil trece, firma de las autoras.


FIRMA:

AUTORA: Janeth Elizabeth Ordoñez Cueva.

CÉDULA: 1104749716

DIRECCIÓN: Catamayo, Barrio La Vega

CORREO ELECTRÓNICO:

janetheli87@yahoo.es

TELÉFONO: CÉLULAR: 0994207499


FIRMA:

AUTORA: Diana Isabel Abad Villalta

CÉDULA: 1104831266

DIRECCIÓN: Loja, Ciudadela Las Zarzas 2.

CORREO ELECTRÓNICO:

dianitaisabelabad@gmail.com

TELÉFONO: CÉLULAR: 0959850646

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTORA DE TESIS: Ing. Roció Toral

TRIBUNAL DE GRADO:

Ing. Com. Ney Alfredo Gallardo (Presidente)

Ing. Com. Santiago Ludeña (Vocal)

Ing.Com. Orlando Curimilma (Vocal)

DEDICATORIA

El presente trabajo, lo dedico con mucho amor a la Virgen del Cisne, a mi esposo, padres hermanos y cuñados que han sido mi apoyo incondicional en cada uno de mis logros, con su cariño y amor, lograron educarme y formarme, inculcándome los buenos principios que poseen las personas de bien, para así poder culminar con éxitos mi más anhelados deseos profesionales.

Diana Abad

El presente trabajo está dedicado a mis Padres, Hermanos, personas allegadas y especialmente a Dios, que por su apoyo moral, espiritual y económico, me han ayudado alcanzar mis deseos de superación personal y profesional

Janeth Ordóñez.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional de Loja, por la formación recibida durante todos estos años de estudios superiores, al Área Jurídica, Social y Administrativa, a la Carrera de Administración de Empresas, a sus Docentes quienes con su calidez humana y sabiduría académica nos han conducido a lograr nuestros objetivos, y en especial al Director de Tesis la Ingeniera Rocío Toral Tituaña, que nos apoyó en forma desinteresada como Docente de la Carrera en la dirección de todo el presente trabajo investigativo hasta la culminación del mismo, a todos cuantos hicieron posible la realización del presente estudio investigativo.

a. TÍTULO

**“FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA
INDUSTRIALIZADORA DE CAFÉ ORGANICO, EN LA CIUDAD DE LOJA”**

b. RESUMEN

RESUMEN EN ESPAÑOL.

El presente proyecto tiene como finalidad establecer un estudio de mercado, técnico, financiero y la evaluación del mismo, orientado a demostrar la factibilidad de la creación de una empresa industrializadora y comercializadora de café orgánico en la ciudad de Loja, emprendimiento que se origina en base a los diferentes problemas que tiene la sociedad actual, como la falta de empleo que conlleva a que muchas personas busquen la manera de emprender en empresas propias, con ideas nuevas que contribuyan al mejoramiento y crecimiento de las mismas.

Por todo lo antes mencionado es necesario proporcionar diferentes ideas que contribuyan al crecimiento de nuevas empresas como es el caso de la empresa industrializadora de café orgánico, la misma que satisfaga los diversos gustos y preferencias de los consumidores de esta bebida tan tradicional que durante décadas se ha mantenido.

Para esto se aplica una metodología basada en los distintos métodos investigativos como el científico, deductivo e inductivo que permitieron la ejecución del mismo.

Al hablar de estudio de mercado del presente proyecto se concluye que la población investigada fueron las familias del área urbana de la ciudad de Loja, obteniendo una población de 46.045, procediendo a igualar la oferta a

la demanda para determinar la demanda insatisfecha que existe en la ciudad.

En este estudio se procede a determinar los demandantes potenciales, así como los reales y los efectivos.

En los gustos y preferencias por las bebidas calientes, los consumidores tienen diversas tendencias, es por ello que están presentes varios productos sustitutos y complementarios del café.

Este proyecto tendrá una vida útil de cinco años y su planta de procesamiento se la localizara en el barrio "Las Zarzas 2" siendo esta una ubicación alejada del centro de la ciudad, donde no causara molestias a las familias aledañas de misma, cabe mencionar que la capacidad instalada es de 21.120 kg de café al año, determinando una capacidad utilizada para el primer año de 17.952 kg de café, teniendo en cuenta que en los siguientes años la producción será progresiva.

Además en lo referente a la organización de la empresa, estará conformada por una sociedad de responsabilidad limitada y estará conformada por un gerente, asesor jurídico, secretaria - contadora, y el personal necesario para el proceso productivo del café orgánico.

Se concluye que el proyecto es factible por los resultados obtenidos en los cálculos económicos y financieros, mismos que están actualizados con las diferentes obligaciones tributarias, laborales y patronales que se tiene que cumplir con las actuales políticas y disposiciones del gobierno, contando con

una inversión inicial de \$31.732,52 además en la evaluación se obtuvo un VAN positivo de \$ 30.676,91, relación de beneficio costo de 1.10, la TIR es de 35,56% el tiempo de recuperación del capital es de 2 años, 1 meses y 13 días y una sensibilidad que podría soportar el proyecto del 1,16% en incremento en costos y 2,30% en disminución en ingresos.

SUMMARY

This project aims to establish a market research, technical, financial and evaluation thereof, aimed at demonstrating the feasibility of creating a producer and marketer of organic coffee in the city of Loja, originating enterprise based to the various problems of the society, such as lack of employment that leads many people to seek ways to engage in their own businesses, with new ideas that contribute to the improvement and growth of the same.

For all of the above is necessary to provide different ideas that contribute to the growth of new businesses such as the company's production and marketing of organic coffee that meets the same satisfying various tastes and preferences of consumers of this drink as traditional for decades has remained.

For this applies a methodology based on the various research methods and the scientific, deductive and inductive that allowed the execution. Speaking of this market research project concludes that the research population were the families of the urban area of the city of Loja, obtaining a population of 24.050, proceeding to match supply to demand, since there were no relevant data and current thereof.

This study proceeds to identify potential applicants and the real and effective with those who were unable to determine what the average daily

consumption of organic coffee for families Lojanas, which in this case is 0.44 kg of coffee equivalent to two tablespoons per family.

In the preferences for hot drinks, consumers have different trends, which is why we present several complementary products and coffee substitutes.

This project will have a useful life of five years and its processing plant will locate in the neighborhood "The Brambles 2" this being a location away from the city center, which will not cause nuisance to neighboring families of same, it is noteworthy that the installed capacity of 21.120 kg of coffee per year, determining a capacity used for the first year of 17.952 kg of coffee, considering that in the following years the production will be incremental.

Also with regard to the organization of the company, will be made up of a limited liability company and will consist of a manager, legal adviser, secretary - accountant, and staff necessary for the production process of organic coffee.

We conclude that the project is feasible by the results of economic and financial calculations, they are updated with the various tax obligations, labor and employers who must comply with current government policies and regulations, with an initial investment of \$ 31.732,52 plus the evaluation obtained a positive VAN of \$ 30.677,91 cost benefit ratio of 1.10, the TIR is 35,56% and a sensitivity of 1.16 % In cost increases 2.30% In decline in revenue.

C. INTRODUCCIÓN

El Ecuador atraviesa por una grave crisis política y económica lo que ha traído como consecuencia que los inversionistas nacionales y extranjeros no se arriesguen a invertir en el país y mucho menos en la región sur, factor principal para el bajo desarrollo empresarial.

El proyecto se caracteriza por pretender ofrecer un producto de calidad en lo que se refiere a la industrialización y comercialización de café orgánico, aprovechando que la provincia de Loja cuenta con una gran variedad de materia prima, es decir se aprovecha los recursos existentes y se aspira que los resultados se proyecten hacia la creación y confirmación de una empresa que asegure satisfacción para los consumidores y rendimiento económico para los inversionistas.

Por tal razón se ha propuesto presentar un trabajo de investigación orientado a la producción de café orgánico, utilizando equipos de mayor alcance considerando las necesidades de los demandantes.

En este trabajo se enfoca aspectos tales como:

El estudio de mercado, el cual con el apoyo de métodos, técnicas y procedimientos permitiendo determinar el comportamiento la demanda actual, real y futura al igual que los gustos y preferencias de los consumidores.

Se presenta también información relacionada con el estudio técnico en el que se establece el tamaño de acuerdo a la capacidad instalada, la

localización de la planta al igual que la ingeniería donde se establece el proceso de producción, se describen además ,los equipos utilizados y el personal que formara parte de la empresa “**CAFÉ ORGANICO DEL SUR CIA.LTDA**” se propone una estructura administrativa-organizacional que obedece a normas legales de la ley de compañías que describen los niveles jerárquicos y las funciones establecidas para cada cargo.

Seguidamente se detalla el estudio financiero en el cual consta el financiamiento necesario para la operación del proyecto; se incluye el análisis de los costos e ingresos; así como los estados financieros y la determinación del punto de equilibrio.

Se realiza la evaluación financiera que se constituye en una de las partes primordiales que permite establecer la factibilidad de proyecto, se analizan principales indicadores como el Valor Actual Neto (VAN) Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (RBC), Periodo de Recuperación del Capital (PRC) y Análisis de Sensibilidad (AS).

Finalmente se incluye las conclusiones y recomendaciones las cuales permitirá establecer la factibilidad del proyecto.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL

NOMBRE CIENTIFICO DEL CAFÉ: coffeaarabica.



El vocablo café se deriva del árabe “kahwah” (cauá), llegando a nosotros a través del vocablo turco “kahweh” (cavé). Se trata de un arbusto siempre verde originario de Etiopia. Una versión dice que el cafeto o café fue descubierto casualmente por un pastor al ver que sus cabras, que habían comido el bruto de esta planta, se ponían nerviosas e intranquilas.

Otra versión, en cambio, afirma que el café lo descubrieron unos monjes que lo utilizaban para proporcionarse insomnio en sus horas de oración nocturna.

El café, ha sido por mucho tiempo una de las bebidas más importantes en el mundo, siendo rivalizado solo por el té, la cocoa y el mate. Se conocen unas 25 a 40 especies en Asia y África Tropicales.

La semilla de café es un grano que al pasar por proceso de transformación (recolección, secado, tostado molido y empacado) se obtiene una bebida de

delicioso sabor y aroma, constituyéndose de esta forma uno de los productos conocidos e importantes del mundo¹.

El café en Ecuador se ha constituido durante décadas en un producto tradicional de gran importancia dentro de la economía ecuatoriana, siendo una fuente de ingresos para el país y para quienes lo cultivan, originando actividades económicas como el comercio, la industria y sobre todo otorgando empleo a miles de ecuatorianos. Históricamente la caficultura en Ecuador empezó alrededor de los años 1830 en la provincia de Manabí, con una variedad típica de café arábigo. Luego en los años 50 ingresa la especie robusta, que alcanzó gran difusión en zonas tropicales húmedas de la Costa y en los años 70 se propagó a la Amazonía. La ruptura del “Acuerdo Internacional del Café” en el año 1989, trajo como consecuencia desconcierto en la producción, promoviendo una sobre oferta en el producto, deterioro de la calidad y caída de los precios a nivel mundial².

En la década de los 90 las exigencias de los consumidores empezaron a incrementarse como reacción a los cafés de mala calidad y por el crecimiento de la conciencia social y medioambiental, dando paso a nuevos nichos de mercado para los caficultores como fue el caso de los cafés especiales, que hoy en día se producen a gran escala. Posteriormente a

¹ Estudio del café especial ecuatoriano 2010.

http://blogs.funiber.org/saludynutricion/files/2010/12/Coronel_Feijo_Manuel-Alberto_PFM.pdf.

²Análisis estadístico de la producción de café en el Ecuador 2000.

<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/2140/1/4220.pdf>

comienzos del siglo XX, el sector cafetalero ecuatoriano representó el primer rubro de divisas de 20 millones de dólares aproximadamente.

Ecuador debido a su ubicación geográfica es uno de los 12 países donde se producen las dos variedades de café: arábigo y robusta. Su café es uno de los mejores producidos en América del Sur y de los más demandados en Europa, al igual que el cacao. Aproximadamente, el 68% de la superficie total de café es de arábigo considerado uno de los de mejor calidad, su producción se concentra específicamente en Manabí, la provincia de Loja y en las estribaciones de la Cordillera Occidental de los Andes, por otra parte el café robusta posee una producción del 32% y se cultiva en la amazonia, Sucumbíos y Orellana³.

La actividad cafetalera en Ecuador posee una notable importancia en los ámbitos: económico, social y ecológico.

➤ **En el ámbito económico:**

Genera divisas al Estado, provenientes de las exportaciones cafetaleras. Según datos del Banco Central del Ecuador, para el 2011 el país exportó alrededor de 139,6 millones de dólares de café natural e industrializado, esto representó 10,8 millones de dólares más que en el 2008, que fue de 128,8 millones de dólares.

Otorga ingresos para las familias cafetaleras, según FAPECAFES, por más de 50 años el café ha sido fuente de ingresos para las familias de pequeños

³CORECAF. Historia del café 2010. <http://www.corecaf.org/interna.php?IDPAGINA=26&TIPOPAS=Tips>

cafetaleros del Ecuador. De acuerdo a la investigación realizada en la Zona 7 del país familias de productores de café agremiados, para el 2010 se han beneficiado de esta actividad, quienes han obtenido ingresos que en promedio llegan a \$ 1.203 dólares/hectárea anuales.

➤ **Ámbito social:**

La caficultura en el orden social se basa en la generación de empleo directo e indirecto, FAPECAFES quien reúne a siete asociaciones de caficultores de la zona 7, en la actualidad se ha convertido en un soporte muy importante para el desarrollo de estos pequeños productores, generando fuentes de empleo tanto para las familias caficultoras como para aquellas familias vinculadas a la comercialización, industrialización, transporte y exportación del café, reduciendo así la tasa de desempleo. Actualmente por cada hectárea de café un caficultor contrata de 10 a 20 jornaleros aproximadamente.

La provincia de Loja especialmente en los cantones de Puyango, Espíndola y Quilanga se consideran grandes productores de café orgánico, ya que se cultiva las plantaciones de café sin el uso de insumos químicos pasando por un proceso de cosecha, lavado y secado obteniendo de esta forma un excelente materia prima para la transformación del café orgánico tostado y molido.

➤ **Ámbito ecológico:**

La caficultura promueve una mejor biodiversidad por la cantidad de árboles que el café necesita como sombra para protegerse de los rayos solares, es por ello que los caficultores de la Región 7, para proteger sus plantaciones utilizan diferentes tipos de sombra tales como: de rápido crecimiento (el guineo, plátano, faique, etc.), maderables (cedro, almendro, eucalipto, laurel etc.) y frutales (guabo, naranjo, mango, aguacate, etc.) constituyendo a la vez un hábitat para diferentes especies de plantas y animales, quienes se desarrollan de acuerdo a los diferentes agro ecosistemas que existen en esta zona, de allí su gran importancia y es así que hoy en día la caficultura orgánica se vuelve más indispensable, debido a que contribuye al cuidado del medio ambiente, garantizando calidad en el producto y cuidando la salud de los consumidores. **Situación actual en la Zona 7 del Ecuador**

En la Zona 7 del país, existe una baja producción de café, como lo mencionó: Fulvio Galarza presidente de FAPECAFES, en el 2010 las asociaciones que integran esta federación, tuvieron una producción promedio de 7 quintales por hectárea, su finalidad es producir por lo menos 25 quintales por hectárea; para lograr esto, ellos están gestionando un proyecto dentro del Programa Nacional de Negocios Rurales Inclusivos (PRONERI), mediante el cual se pueda ejercer prácticas: con tecnología en fincas modelo, que puedan ser aplicadas por los pequeños productores de esta zona en sus fincas, llegando a producir de 35 a 40 quintales por hectárea; con toda esta tecnología y sistemas de riego, se estaría

asegurando la cosecha y teniendo la garantía en producir sin aplicar químicos, sino solo abonos orgánicos.

Causas de la baja productividad del café en la Zona 7

El 27,16 % de los caficultores agremiados de las provincias de la Zona 7 del Ecuador, menciono: que la baja productividad de café que han experimentado en los últimos años se relaciona con el aumento de plagas y enfermedades, que impedían al café desarrollarse en su totalidad; además el bajo precio en años anteriores imposibilitaban al caficultor contrarrestar estas plagas por el alto costo en insumos y mano de obra, ya que los costos de producción superaban a los ingresos, por lo que no podían mantener un café de buena calidad y optaban por abandonarlo.

Otra de las causas principales de la baja productividad del café, ha sido la falta de créditos y asesoramiento técnico (22,84%), los caficultores.

Desconocían de buenas prácticas de cultivo; asimismo se ha observado la falta de infraestructura para beneficiar el café.

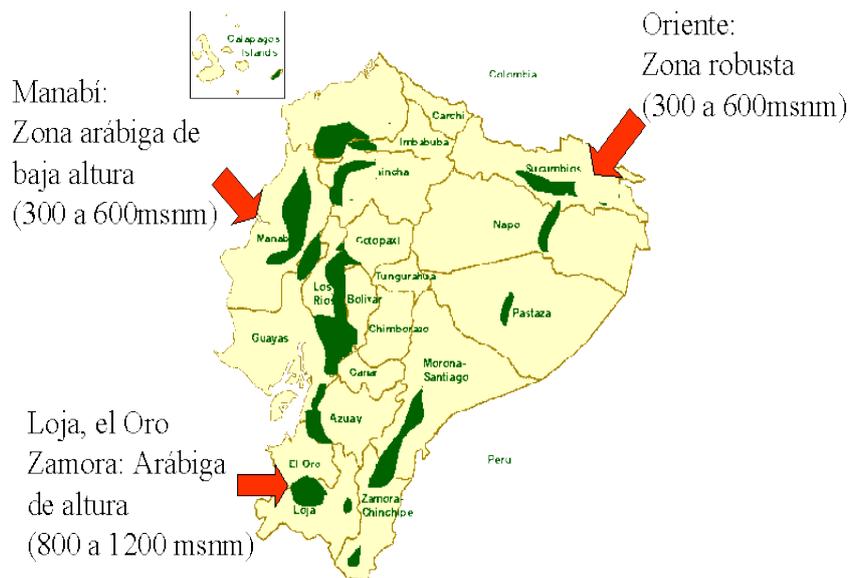
En la actualidad debido al alza de los precios que se ha venido dando desde el 2004 y el apoyo de algunos organismos preocupados por reactivar la producción cafetalera en el Ecuador, ha traído como consecuencia la motivación en la mayoría de los productores en retomar la producción de café en esta zona⁴.

⁴El COFENAC. Sector cafetalero 2010. http://www.cofenac.org/?page_id=5

Variedades de café que se cultiva en el país.

Entre las principales zonas cafetaleras tenemos:⁵

Principales zonas cafetaleras del Ecuador



En Ecuador se cultivan y exportan las dos variedades de café comercial, que son:

- **Café arábigo (Coffearabica)**

Se cultiva desde alturas cercanas al nivel del mar hasta los 2000 metros de altitud; las plantaciones se encuentran localizadas en los flancos exteriores de las cordilleras andinas occidentales y orientales.

⁵PROGRAMA NACIONAL DEL CAFÉ. Primer diagnóstico cafetero. ecuador, 1987.

- **Café robusta (coffeacanephora)**

Se cultiva a una altura de 400 msnm, en zonas tropicales húmedas como las del oriente ecuatoriano.

De las dos especies, el café arábigo es de mayor importancia económica y produce el grano mejor cotizado.

Café industrializado

El sector industrial cafetalero ecuatoriano, cuenta con tecnología de punta para la elaboración de café soluble, lo que garantiza la calidad de los productos a exportar⁶.

Las empresas ecuatorianas que producen café soluble tienen una larga trayectoria a nivel mundial, ofreciendo seriedad y seguridad en sus negociaciones en el exterior.

Cafés de especialidad ecuatorianos

Un café especial es aquel producto que se distingue de los demás por sus características que le dan mayor valor agregado, entre las que podemos citar:

- Sus particulares características de taza

⁶AGRYTEC. (2010)Mejoran exportaciones del café ecuatoriano
http://agrytec.com/agricola/index.php?option=com_content&view=article&id=2290:mejoran-exportaciones-del-cafe-ecuatoriano&catid=78:noticias-componente-internacional.

- Las zonas agro- ecológicas donde se cultiva
- La tecnología de producción y procesamiento que se emplea
- Su aporte en la conservación de la biodiversidad
- Los principios solidarios que garantizan un precio justo para el caficultor.

En el país se ofrece cafés de especialidad, para deleitar hasta los paladares más exigentes, en esta gama se cuenta con los: “orgánicos”, “gourmet”, “de sombra”, “de origen”, de “conservación”, “de mercado justo”; todos producidos bajo estrictas normas de calidad y con total dedicación, para brindar al mundo un café de excelentes características y que representan una oportunidad para ser competitivos en el mercado internacional.

Según el COFENAC, el sector cafetalero actualmente muestra un índice de crecimiento de los cafés especiales debido a la tendencia de los consumidores a un estilo de vida más sano con alimentos saludables, orgánicos, que no contaminen el medio ambiente.

A nivel sur del país, FAPECAFES quien se caracteriza por vender principalmente cafés especiales; entre el año 2003 y 2005 incrementó del 65% al 85% las ventas de cafés especiales. En el 2010, los productores agremiados a esta federación, preocupados por mejorar la calidad de sus productos en su mayoría están cultivando orgánicamente y al mismo tiempo promoviendo una caficultura sostenible, el 76% produce café orgánico,

mientras que un 4% de manera convencional (no orgánico); hay que resaltar que un 17% de los caficultores asociados lo hacen de las dos formas.

Cabe indicar que la conservación del medio ambiente es un requisito indispensable para aquellos productores que deseen entrar al comercio justo.

EL CAFÉ ORGÁNICO

El café orgánico son aquellos granos de café que se cultivan sin el uso de pesticidas o fertilizantes, utilizando solo métodos naturales. La teoría detrás de todo esto es que la producción de café orgánico contamina menos que el cultivo de café normal.

Beneficios:

- Con el café orgánico se elimina la exposición a los insecticidas y pesticidas habituales en la agricultura contemporánea.
- En general, se puede decir que reducir la exposición del cuerpo a agentes químicos externos siempre es beneficioso. Es importante saber, que el café orgánico no está completamente exento de agentes químicos.

Beneficios para el medioambiente: La protección y conservación de la biodiversidad; protección de suelos; regulación de lluvias, heladas, vientos; protección de cuencas hidrológicas, captación de carbono; generación de alimentos y diversificación productiva.

Diferencia entre el café orgánico y el grano de café normal

- **Sistema de Producción:** El cultivo del café orgánico es similar al que se realizaba tradicionalmente.

El cafeto se solía sembrar a la sombra, intercalados entre árboles, fundamentalmente naranjales, plataneros y limoneros.

Con este sistema se evitaba la contaminación del agua y se mantenía la riqueza del suelo.

Los pájaros que tenían como hábitat los árboles que daba sombra al café, mantenían a raya las distintas alimañas e insectos dañinos del cafeto

Con el tiempo, se abandona este sistema de producción y se introduce el sistema actual extensivo al sol, en donde el uso de los insecticidas y fertilizantes son necesarios.

Precio: El café orgánico es hoy en día más caro que el café normal, porque los costes de producción son superiores a los del sistema de cultivo tradicional. A esto se añade que la producción de café orgánico se realiza a pequeña escala.⁷

⁷http://www.elcomercio.com/pais/cafe-organico-motiva-productores_0_596940439.html

PROCESO DE TRANSFORMACIÓN DEL CAFÉ



Los procesos de industrialización del café se desarrollan en todos los continentes, y en general tienden a desarrollarse cerca de los mercados de consumo final del producto. Las diferentes técnicas de industrialización que se aplican pueden llevarse a cabo de la misma forma por ejemplo en Italia, Nueva Zelanda o Colombia, en la medida en que se apliquen los mismos conceptos y procesos.

Independientemente de la técnica que se utilice, siempre será fundamental conocer el tipo de materia prima o café verde que se utilice. Ninguna técnica puede mejorar la calidad de la materia prima original. Lo único que podría hacer es atenuar los defectos de la misma. Es por ello que, independientemente de la técnica de industrialización aplicada, conocer la calidad y el origen del café es fundamental para poder obtener una experiencia de consumo satisfactoria.

En el campo de la industrialización del café existen diferentes etapas. Una porción del café consumido en el mundo se somete a procesos de descafeinación. Se podría aseverar que todo el café que se consume en el mundo ha pasado por el proceso de tostación, y de molienda y extracción.

Es necesario partir de café tostado y molido para la producción de café soluble, ya sea atomizado o liofilizado.⁸

TOSTACIÓN



La Tostación es la transformación de los granos de café mediante la aplicación de calor, lo que origina varios cambios físicos y reacciones química que desarrollan todo el aroma y sabor de la apreciada bebida.

Inicialmente el grano absorbe calor y pierde la humedad y algunos gases. Luego ocurre el "primer crack" con un sonido como de crispeta (maíz tostado) o "palomitas de maíz". A partir de ese momento el grano crece en tamaño y comienza a tomar un color oscuro por la caramelización de los azúcares conformando los más de 800 compuestos químicos que tiene el café tostado.

La transformación de los azúcares simples y aminoácidos, que le otorgan al café la mayoría de sus mejores propiedades aromáticas y su color característico, se conoce como la reacción de Maillard. Finalmente, y

⁸[www.cafedecolombia.com/particulares/es/sobre-el-café/\(industrialización\)/](http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/sobre-el-café/(industrialización)/)

dependiendo del grado de tostación deseado, puede haber un "segundo crack" y se presenta una reacción exotérmica (que libera calor). A partir de ese momento es necesario reducir la temperatura aplicada con agua o con aire frío para obtener exactamente el color y sabor deseados. Las reacciones químicas en el interior del grano continúan por algún tiempo (horas o incluso días) después de que el grano ha salido del tostador, durante el cual el café tostado continúa emitiendo CO₂. Es por esta razón que las técnicas de empaque deberán tener en cuenta la liberación de dichos gases.

Existen diversos niveles y técnicas de tostación que se adaptan a los gustos y preferencias de diferentes consumidores y mercados. Es así como en ciertos mercados como en Norte América y los países escandinavos prefieren niveles de tostación baja o media con los que se pueden experimentar en detalle las características de origen del grano, y en otros mercados como en la cuenca del Mediterráneo prefieren cafés con tostaciones altas en las que se siente más el "carácter" de la tostación en sí, con menor presencia de notas ácidas y florales de origen, pero mayor cuerpo.

Hay varias maneras de cuantificar el grado de tostación de un café y una de las más aceptadas es la medición de color por método Agtron, que indica el grado de "reflectancia", es decir que colores más claros tienen un mayor valor, desde colores alrededor de 60 para escandinavos, 45 para tostaciones

intermedias tipo "city", hasta colores de 25 a 30 para tostaciones profundas tipo italiana o francesa.

Es evidente que cada grano y cada origen tiene atributos que contribuyen a la calidad final de la bebida, y que está también relacionada con el tipo de tostación que se le aplique.⁹

MOLIENDA Y EXTRACCIÓN



Al café tostado y molido se le aplica agua caliente para generar una infusión que obtenga todo el sabor y aroma presente en los granos. Cuando se hace una extracción a presión atmosférica se obtiene directamente la bebida lista para consumir. Industrialmente se aplica agua a mayor presión y temperatura lo que permite obtener extractos con concentración más de 10 veces mayor.

Para permitir la extracción que resulta de la mezcla de agua caliente el café tostado se muele. El grado de molienda, es decir el tamaño de las partículas obtenidas, depende del tipo de preparación posterior y oscila desde un polvo muy fino para *expresso*, pasando por una textura arenosa para preparación

⁹[www.cafedecolombia.com/particulares/es/sobre-el-café/\(industrialización/tostación](http://www.cafedecolombia.com/particulares/es/sobre-el-café/(industrialización/tostación)

de café colado estándar, hasta simplemente partir el grano en pocas piezas para la extracción a nivel industrial. Las moliendas más finas permiten obtener una bebida más fuerte, pero requieren de un filtro especial para obtener una taza libre de partículas insolubles. El café tostado y molido es particularmente delicado y se deteriora rápidamente en contacto con el oxígeno del aire, razón por la cual debe ser almacenado o empacado en forma hermética y utilizada rápidamente.

MARCO CONCEPTUAL

Proyectos de inversión

Se puede decir que un proyecto de inversión es una propuesta que surge como resultado de estudios que la sustentan y que está conformada por un conjunto determinado de acciones con el fin de lograr ciertos objetivos.

El propósito del proyecto de inversión es poder generar ganancias o beneficios adicionales a los inversionistas que lo promueven y, como resultado de este, también se verán beneficiados los grupos o poblaciones a quienes va dirigido.

Un proyecto puede ser de carácter público o de carácter privado.

Un proyecto de inversión, por lo tanto, es una propuesta de acción que, a partir de la utilización de recursos disponibles considera posible obtener ganancias.

Estos beneficios, que no son seguros, pueden ser conseguidos a corto, mediano o largo plazo.

EMPRESA

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

COMPONENTES

Los componentes del estudio profundiza la investigación por medio de los análisis del mercado técnico y financiero, los cuales son la base por medio del cual se apoyan los inversionistas para tomar una decisión.¹⁰

Estudio de mercado

El estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro de un mercado.

Importancia del estudio de mercado

Con el estudio de mercado pueden lograrse múltiples objetivos y que puede aplicarse en la práctica a cuatro campos definidos, de los cuales mencionaremos algunos de los aspectos más importantes a analizar como son:

El consumidor

Persona que identifica sus preferencias, hábitos de consumo, gustos y necesidades para adquirir un bien o un servicio.¹¹

¹⁰FERNANDEZ ESPINOSA Saúl (2007) LOS PROYECTOS DE INVERSION (1ra edición) Costa Rica editorial tecnológica de costa rica. Pág. 15.

- Sus motivaciones de consumo
- Sus hábitos de compra
- Sus opciones sobre nuestros productos y los de la competencia
- Su aceptación de precio, preferencia, etc.

El producto

Es todo aquello que la empresa o la organización realiza o fabrica para ofrecer al mercado y satisfacer determinadas necesidades de los consumidores.¹²

El mercado

Es cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio formal y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes.

➤ Objetivos.

Un estudio de mercado servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio está dispuesto a obtenerlo. Adicionalmente el estudio de mercado va indicar las características y especificaciones del servicio o

¹¹ FERNANDEZ ESPINOSA Saúl (2007) LOS PROYECTOS DE INVERSION (1ra edición) Costa Rica editorial tecnológica de costa rica. Pág. 32-33.

¹² BACA URBINA Gabriel: (1997), Elaboración y Evaluación de proyectos de Investigación; (3era edición), Bogotá D. C., Editorial McGraw -Hill.Pag.14-15

producto corresponden a lo que desea comprar el cliente. Nos dirá igualmente que tipos de clientes son los interesados en nuestros bienes lo cual servirá para orientar la producción del negocio. Finalmente el estudio de mercado nos dará la información del precio apropiado para colocar nuestro bien o servicio y competir en el mercado o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

Por otra parte cuando el estudio se hace como paso inicial de un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño del negocio a instalar, con las previsiones correspondientes para las ampliaciones posteriores consecuentes del crecimiento esperado de la empresa.

Finalmente el estudio de mercado deberá exponer los canales de distribución acostumbrados para el tipo de bien o servicio que se desee colocar y cuál es su funcionamiento.

ANALISIS DE LA DEMANDA

La fase previa o el estudio más importante que antecede la evaluación de un proyecto de inversión, lo constituye el análisis y proyección de la demanda. De ahí se desprende que su estudio sea de vital importancia para justificar una posible inversión, ya que la misma está muy interrelacionada con el objetivo básico del proyecto, con la determinación de su tamaño.

DEMANDA

Es la cantidad de un bien o servicio que puede ser adquirida en un mercado a cierto precio establecido y durante un periodo de tiempo.

En la demanda se ubican tres instancias:

➤ **DEMANDA POTENCIAL.**

Constituye la cantidad de bienes y servicios que podrían consumir los clientes un determinado producto en el mercado.

➤ **DEMANDA REAL.**

Volumen total de bienes o servicios requeridos para satisfacer un mercado que están realmente dispuestas a consumir un producto determinado.

➤ **DEMANDA EFECTIVA.**

Está constituida por la cantidad de bienes y servicios que en la práctica están dispuestos a adquirir el producto.

➤ **DEMANDA INSATISFECHA.**

Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él.

ANALISIS DE LA OFERTA

Se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio y condiciones dadas en un determinado momento.¹³

¹³ MIRANDA, José, (2005) "Gestión de Proyectos : EVALUACION FINANCIERA ECONOMICA SOCIAL Y AMBIENTAL" (5ta edición) Bogotá M.M editores. pág. 9

ESTRATEGIAS DE MARKETING.

Una estrategia de marketing detalla cómo se logra un objetivo de marketing.

Mientras que los objetivos son específicos y medibles, las estrategias son descriptivas.

Los objetivos de marketing tienen un ámbito muy estrecho, se relacionan con el comportamiento del consumidor las estrategias proporcionan una dirección para todas las áreas de plan de marketing. Las estrategias sirven como una guía para posicionar el producto, además sirven como referencia para desarrollar un Marketing Mix específico: producto precio plaza promoción publicidad.

➤ PRODUCTO

Es un conjunto de atribuciones tangibles e intangibles que incluye el empaque, color, precio, prestigio del fabricante, prestigio del detallista y servicios que prestan este y el fabricante. La idea básica de esta definición es que los consumidores estén comprando algo más que un conjunto de atributos físicos.

➤ PRECIO

Es el valor monetario que los compradores están dispuestos a pagar por un bien que el oferente considera adecuada para el mismo también se puede conceptualizar al precio de las siguientes maneras:

Económico: utilidad de un bien para satisfacer unas necesidades.

De intercambio: valor de un producto o servicio en función de su capacidad de intercambio.

Productiva: reflejo de los costes de obtención o producción de un bien o servicio.¹⁴

➤ **PLAZA.**

La plaza es el lugar en donde vendemos el producto. Muchas veces y es recomendable antes de abrir una empresa es hacer un estudio de mercado zona donde se pretende abrir el negocio.

➤ **PROMOCIÓN.**

Es la comunicación que persigue difundir un mensaje y que este tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. Los objetivos principales de la comunicación son:

- Comunicar las características del producto.
- Comunicar los beneficios del producto
- Que se recuerde o se compre la marca/ producto.¹⁵

¹⁴MIRANDA, José, (2005) "Gestión de Proyectos : EVALUACION FINANCIERA ECONOMICA SOCIAL Y AMBIENTAL" (5ta edición) Bogotá M.M editores. pág. 11.

¹⁵HUERTA, Ernestina y SIU Carlos (2000), "Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión para Bienes de Capital", México, eco ediciones. Pag.12

ESTUDIO TÉCNICO.

Se define y se justifica el proceso de producción y la tecnología a emplear para obtener el producto además, se define el tamaño del proyecto y los costos relacionados con la producción, la operación y el monto de las operaciones a realizar para que el proyecto inicie su operación.¹⁶

➤ TAMAÑO.

El tamaño de la planta está definido por la cantidad a producir en función de la fracción del mercado que se desea satisfacer, aquí se establece una conexión con el estudio de mercado en donde se definió la demanda efectiva del proyecto y el mercado objetivo.

➤ CAPACIDAD INSTALADA.

Es aquella que indica cual será la máxima capacidad de producción que se alcanzara con los recursos disponibles. Esta capacidad se expresa en la cantidad a producir por unidad de tiempo, es decir volumen pasó valor, o unidades de producto elaboradas por año, mes, días, turno, hora, etc. En algunos casos la capacidad de una planta se expresa no en términos de la cantidad de producto que se obtiene, si no en función del volumen de materia prima que se procesa.

¹⁶ FERNANDEZ ESPINOSA Saúl (2007) LOS PROYECTOS DE INVERSION (1ra edición) Costa Rica editorial tecnológica de costa rica. Pág. 46-47.

➤ **CAPACIDAD UTILIZADA.**

Se indican y explican el Porcentaje de utilización de la capacidad instalada tomando en cuenta la demanda, curva de aprendizaje disponibilidad de materia prima, mano de obra, etc.

➤ **CAPACIDAD ADMINISTRATIVA.**

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

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

Tiene que ver con la definición de la estructura organizativa que se hará responsable del proyecto tanto en la fase de ejecución como en la de operación.¹⁷

➤ **CAPACIDAD FINANCIERA.**

¹⁷FERNANDEZ ESPINOSA Saúl (2007) LOS PROYECTOS DE INVERSION (1ra edición) Costa Rica editorial tecnológica de costa rica. Pág. 47.

Se refiere a las posibilidades que tiene la empresa para realizar pagos e inversiones a corto, mediano y largo plazo para su desarrollo y crecimiento, además de tener liquidez y margen de utilidad de operaciones.

LOCALIZACIÓN

Se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicara el proyecto buscando, en todo caso una mayor utilidad o minimización de costos.

Comprende niveles progresivos de aproximación, que van desde una integración al medio nacional o regional (macro localización) hasta identificar una zona urbana o rural (micro localización) para finalmente identificar un sitio preciso.¹⁸

➤ MACROLOCALIZACIÓN.

Consiste en la ubicación de empresa en el país y en el espacio rural y urbano de alguna región.

➤ MICROLOCALIZACION.

Es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, en y en esta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.

¹⁸ MIRANDA, José, (2005) "Gestión de Proyectos : EVALUACION FINANCIERA ECONOMICA SOCIAL Y AMBIENTAL" (5ta edición) Bogotá M.M editores. pág. 122, 123.

INGENIERÍA DEL PROYECTO.

➤ TECNOLOGIA.

Es la forma técnica de disponer de la mejor ubicación los equipos y demás elementos físicos de la empresa para facilitar la circulación de los materiales.¹⁹

- **Componente Tecnológico:** consiste en determinar la maquinaria y tipo adecuada a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde a los niveles de producción esperada de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer
- **Distribución de la planta:** la distribución del área como de la maquinaria y equipos debe brindar las condiciones óptimas de trabajo haciendo de una operación eficiente y cuidando la seguridad para el trabajador.
- **Proceso Productivo:** describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generara el servicio; debe incluirse el flujo grama de procesos es decir representar gráficamente indicando los tiempos necesarios para cada fase.
- **Diseño de producto:** el producto originario del proyecto reúne las características necesarias para el usuario para lograr la satisfacción de una necesidad.

¹⁹BARRENO, Luis, año 2011 "Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos", pág. 54 Primera edición, Ecuador.

- **Flujo grama de procesos:** Constituye una herramienta por medio de los cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción.²⁰

➤ **PROCESOS PRODUCTIVOS**

Es toda actividad productiva en donde existen procesos que permiten llevar a cabo la producción de un producto de una manera eficiente que permite un flujo constante de la materia prima.²¹

➤ **INFRAESTRUCTURA.**

Es todo proceso de fabricación o de prestación de servicios que se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a la necesidades de los procesos que allí se van a realizar.

ESTUDIO ORGANIZACIONAL.

El estudio organizacional del proyecto considera la planeación e implementación de una estructura organizacional para la empresa o negocio, egresos de inversión y operación en la organización, estudio legal, aspectos comerciales, aspectos técnicos, aspectos laborales, aspectos tributarios y contratación.

²⁰FLORES URIBE, Juan Antonio, (2006) Plan de negocios para las pyme Bogotá: eco ediciones pág.: 53.

²¹BACA URBINA Gabriel: (1997), Elaboración y Evaluación de proyectos de Investigación (3era edición), Bogotá D. C., Editorial McGraw-Hill. Pág.36

➤ ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

Una organización puede estructurarse de diferentes maneras y estilos, dependiendo de sus objetivos, el entorno y los medios disponibles. La estructura de una organización determinará los modos en los que opera en el mercado y los objetivos que podrá alcanzar.

Es por tanto la estructura organizacional la que permite la asignación expresa de responsabilidades de las diferentes funciones y procesos a diferentes personas, departamentos o filiales. En esta sección analizaremos el proceso que siguen las organizaciones para decidir cuál debe ser su estructura organizacional y posteriormente veremos los tipos más habituales de estructuras que podemos encontrarnos distinguiendo entre: formales y informales, jerárquicas y planas y por último veremos un resumen de los tipos de estructuras según han ido evolucionando con el tiempo.²²

➤ NIVELES JERARQUICOS.

La jerarquía cuando se individualiza podría definirse como el status o rango que posee un trabajador dentro de una empresa, así el individuo que desempeña como gerente goza indudablemente de un respetable status dentro de la misma pero la diferencia de este individuo en el cargo también condicionara su mayor o menor jerarquía dentro de una empresa.

²²<http://www.encyclopediafinanciera.com/organizaciondeempresas/estructura-organizacional.htm>

➤ **ORGANIGRAMAS.**

Los organigramas son útiles instrumentos de organización y nos relevan la división de funciones, los niveles jerárquicos las líneas de autoridad y responsabilidad, los canales formales de la comunicación la naturaleza lineal o asesoramiento del departamento, los jefes de cada grupo de empleados, trabajadores, entre otros, y las relaciones que existen entre diversos puestos de la empresa en cada departamentos o sección de la misma.²³

➤ **MANUAL DE FUNCIONES.**

Es un libro que confiere todas las actividades relacionadas con el funcionamiento y operación del área correspondiente. Este manual documenta los conocimientos, experiencia y tecnología del área, para hacer frente a sus retos y funciones, con el propósito de cumplir adecuadamente con su misión.

El manual describe la organización formal, mencionada, para cada puesto de trabajo los objetivos del mismo, funciones, autoridad y responsabilidades.

ESTUDIO FINANCIERO.

El objetivo de este apartado es determinar por medio de indicadores financieros la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estimar en detalle los ingresos, así como los costos de la inversión inicial y los costos de la operación del proyecto.²⁴

²³<http://es.wikipedia.org/wiki/Organigrama>.

²⁴FERNANDEZ ESPINOSA Saúl (2007) LOS PROYECTOS DE INVERSION (1ra edición) Costa Rica editorial tecnológica de costa rica. Pág. 45.

➤ **INVERSION.**

Las inversiones bien sea a corto o a largo plazo, representan colocaciones que la empresa realiza para obtener un rendimiento de ellos o bien recibir dividendos que ayuden a aumentar el capital de la empresa.

➤ **FINANCIAMIENTO.**

El financiamiento es el mecanismo por medio del cual una persona o una empresa obtienen recursos para un proyecto específico. Por medio del financiamiento las empresas pueden mantener una economía estable, planear a futuro y expandirse.²⁵

➤ **PRESUPUESTOS**

El presupuesto es un documento que permite a las empresas, los gobiernos, las organizaciones privadas y las familias establecer prioridades y evaluar la consecución de sus objetivos.

➤ **ACTIVOS**

Son todos los bienes que su empresa posee y se clasifican en.

- **Activos fijos:** son los activos como edificios, vehículo, maquinaria etc. y tienen depreciación con excepción del terreno.

²⁵<https://es.wikipedia.org/wiki/Presupuesto>

- **Activos diferidos:** son los gastos que se realizan al iniciar actividades y son realizados por una sola vez, así se tienen gastos de constitución, estudios previos de tipo técnico.
- **Activos circulantes:** es el capital de trabajo que lo constituyen la materia prima, mano de obra, carga fabril, gastos financieros etc.

➤ **AMORTIZACIÓN**

Compensación en dinero del valor de los medios fundamentales de trabajo (maquina, instalaciones, edificios), valor que pasa gradualmente al nuevo producto obtenido en el proceso de producción.

➤ **DEPRECIACIONES**

Pérdida de valores y bienes del activo fijo, la depreciación se divide en tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la obsolescencia.

➤ **PUNTO DE EQUILIBRIO**

Es un punto de balance entre ingresos y egresos denominados por algunos autores como “punto muerto”, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias:

FÓRMULAS:

En función a la capacidad instalada:

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{VENTAS TOTALES} - \text{COSTO VARIABLE TOTAL}} \times 100$$

En función a las ventas:

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJO TOTAL}}{\text{COSTO VARIABLE TOTAL}}$$

EVALUACIÓN FINANCIERA

Estudia el efecto que produce un nuevo proyecto en la sociedad y en el empresario. Pretende determinar la forma de distribuir los recursos económicos de tal manera que su empleo sea óptima, por lo que es necesario medir la relación que existe entre los recursos utilizados con los resultados o beneficios estimados.

VALOR ACTUAL NETO:

Sirve para saber el valor del dinero en el tiempo. Es la diferencia entre todos los ingresos y todos los egresos actualizados al periodo actual. Según el criterio el valor actual neto el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es positivo.²⁶

TASA INTERNA DE RETORNO:

Sirve para determinar el interés que gana el proyecto en el tiempo de vida. Herramienta para el análisis de rentabilidad de flujos de fondos, que se define como la tasa de descuento de los flujos en la que el valor presente neto se hace igual a cero:

²⁶FERNANDEZ ESPINOSA Saúl (2007), LOS PROYECTOS DE INVERSION (1ra edición) Editorial tecnológica de costa rica 2007. Pág. 132.

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

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL:

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original del capital.²⁷

$$PCR = \text{Año que supera la inversión} + \frac{In - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo del Año que Supera la In}}$$

RELACIÓN COSTO BENEFICIO

Nos permite determinar cuál es la utilidad que genera el proyecto por cada unidad monetaria que invierte.

$$RCB = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD:

Sirve para determinar hasta donde soporta que los ingresos disminuyan y los egresos aumenten.

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada 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 en el futuro.

²⁷ DOCUMENTO DEL MODULO X, Elaboración y Evaluación de Proyectos de Inversión 2009.

Fórmulas:

DIFERENCIA DEL TIR=TIR del proyecto-Nueva TIR

$$\% \text{ de variación} = \frac{\text{DIFERENCIACIÓN entre TIR}}{\text{TIR del proyecto}}$$

$$SENSIBILIDAD = \frac{\% \text{VARIACIÓN}}{\text{Nueva TIR}}$$

e. MATERIALES Y METODOS.

Para el presente proyecto de investigación se utilizaron los siguientes materiales.

1. materiales.

UTILES DE OFICINA.

- Lápices.
- Esferográficos.
- Papel bond
- Tinta de impresora.

EQUIPO DE OFICINA.

- Equipo de computación.
- Flash memory
- Calculadora.

MÉTODOS.

Método científico:

Este método ayudó a estructurar el proyecto de investigación, partiendo de una idea central y un proceso lógico para recabar información, tabularla, analizarla y establecer los resultados en los estudios de mercado, técnico, organizacional y financiero además este método permitió presentar

resultados, conclusiones y recomendaciones sobre la realidad social que envuelve el estudio del proyecto.

Método deductivo:

A través de este método se determinó el proceso específico de las diferentes fases del proyecto: estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio financiero y evaluación financiera para concluir si el presente proyecto de inversión es factible.

Método inductivo:

Para la aplicación de este método fue necesario seguir un proceso que determine un desarrollo eficiente del proyecto de investigación. Para ello primeramente utilizamos la observación directa y luego generalizamos una vez analizado el tema propuesto.

Método analítico:

A través de este método se pudo analizar e interpretar los resultados obtenidos con la aplicación de las encuestas a las personas en estudio.

Método descriptivo:

Ayudó a describir la información poblacional base del proyecto y la obtenida con la muestra establecida, también los diferentes escenarios de competencia, económicos, financieros por los cuales puede atravesar la

nueva empresa, ayudo además a describir los procesos reales más idóneos para la fase operativa y administrativa.

TÉCNICAS

Observación directa:

Esta herramienta permitió conocer el tipo de materia prima que se adquirirá al igual cómo se encuentra el mercado en lo referente a la comercialización de café orgánico y poder tener información acerca de cómo introducir el nuevo producto al mercado Loja.

Encuesta.

En la presente investigación se aplicaron dos tipos de encuestas; una encuesta se aplicó a las familias del Área Urbana de la ciudad de Loja, esta información recolectada sirvió para realizar evaluar y analizar las diferentes variables como, gustos, preferencias en productos orgánicos en este caso el café orgánico que se está ofreciendo a la población en estudio, y otra encuesta a los distribuidores de café.

POBLACIÓN Y MUESTRA

POBLACIÓN

La población a quien es dirigido el producto son las familias del Área Urbana de la ciudad de Loja, mismo que posee una población de 170.280 (2010), se proyecta el aumento de la población para 5 años utilizando una fórmula

matemática para este fin, la información y los datos para realizar este proceso se la obtuvo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) del año 2010.

Seguidamente se expone la fórmula de proyección de la población para los 5 años de vida útil del proyecto.

Determinación Del Tamaño De La Muestra

Dato de la población del área urbana de la ciudad de Loja es de 170.280 habitantes para el año 2010 según el último censo de población y vivienda aplicado por el INEC es necesario proyectar la población para el año 2013 por lo que se aplica la siguiente formula:

FORMULA DE PROYECCIÓN

$$\underline{Pa = Po (1 + i)^n}$$

$$Pa = ?$$

$$Po = 170.280$$

$$i = 2.65\% / 100 = 0.0265$$

$$n = (1, 2, 3)$$

Pa= Población actual

Po = Población inicial

1 = Constante

i = Tasa de crecimiento poblacional

$$\underline{Pa = Po (1 + i)^n}$$

$$Pa = 170.280 (1 + 0.0265)^3$$

$$= 184.179 / 4$$

$$= 46.045$$

OBTENCIÓN DE LA MUESTRA PARA LA DEMANDA.

Para poder determinar la muestra es necesario considerar la población de año 2013 que es de 184.179 habitantes los mismos que son divididos para los 4 integrantes por familias, obteniendo un promedio de 46.045 familias del Área Urbana de la ciudad de Loja.

➤ **Población 46.045 = año 2013**

Se aplica la siguiente formula

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

Dónde:

n= Tamaño de la muestra
N= Población Total
e= Margen de error, se aplica el 5%
1= Constante numérico

DESARROLLO DE LA FÓRMULA

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

$$n = \frac{44535}{1 + 44535(0.05)^2}$$

$$n = \frac{44535}{112.34}$$

$$n = 396$$

ENCUESTAS A APLICAR EN LAS PARROQUIAS DE LA CIUDAD DE LOJA

CUADRO N°1

POBLACIÓN DE LA CIUDAD DE LOJA					
PARROQUIAS	POBLACIÓN 2010	POBLACIÓN 2013	POBLACIÓN POR FAMILIAS	PORCENTAJE %	ENCUESTAS
EL VALLE	31.582	34.160	8.540	19	73
SAN SEBASTIAN	27.435	29.674	7.419	16	64
SUCRE	39.720	42.962	10.741	23	93
SAGRARIO	71.543	77.383	19.346	42	166
TOTAL	170.280	184.179	46.045	100%	396

FUENTE: INEC
ELABORACIÓN: LAS AUTORAS

El cuadro realizado, representa el número de familias y encuestas que se obtiene por cada parroquia, para obtener las familias del año 2013 se procede a proyectar con la fórmula establecida anteriormente. Una vez obtenidos estos resultados se divide para 4 que es la cantidad promedio por familia obteniendo un total de población de 46.045, con estos datos se puede determinar el número de encuestas que se aplicaran para cada parroquia. Es decir se toma la población proyectada del año 2013 y el número de familias de cada parroquia, y mediante una regla de tres se determina el porcentaje de las encuestas que se harán en cada parroquia,

así como la cantidad de encuestas que se aplicaran en el área urbana de la ciudad de Loja.

OBTENCIÓN DE LA MUESTRA PARA LA OFERTA.

➤ COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA

Para la realización de las encuestas a los ofertantes de café, se obtuvo datos de la Cámara de Comercio de la ciudad de Loja, esto en lo que respecta al cantón Loja; (número de mercados, tiendas, supermercados).

DISTRIBUCION MUESTRAL EN NEGOCIOS DE LA CIUDAD DE LOJA (AREA URBANA).

CUADRO N° 2

DISTRIBUCIÓN MUESTRAL DE NEGOCIOS DE LA CIUDAD DE LOJA

	TOTAL DE NEGOCIOS DE LA CIUDAD DE LOJA	MERCADOS	TIENDAS	SUPERMERCADOS
LOJA				
2010	1541	6	1072	461
2011	1572	6	1094	471
2012	1603	6	1116	480
2013	1635	7	1138	490
TOTAL	6351			

FUENTE: CAMARA DE COMERCIO DE LOJA

ELABORACIÓN: LAS AUTORAS

Para poder establecer la muestra se procedió a proyectar los datos obtenidos ya que la Cámara de Comercio facilito la información hasta el año

2010, se ha tomado en cuenta principalmente estos negocios ya que son en donde mayormente recurren los consumidores para la adquisición del café proyectando hasta el año 2013 con una tasa del 2% de crecimiento empresarial.

CALCULO DE LA MUESTRA OFERENTES CIUDAD DE LOJA.

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

$$n = \frac{1635}{1 + 1635(0.05)^2}$$

$$n = \frac{1635}{5.0875}$$

$$n = 321$$

Dónde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población Total

e= Margen de error, se aplica el 5%

1= Constante numérico

CUADRO N° 3

NEGOCIOS DE LA CIUDAD DE LOJA		
MUESTRA 321	PORCENTAJE	ENCUESTAS
MERCADOS	5%	16
TIENDAS	70%	225
SUPERMERCADOS	25%	80
TOTAL	100%	321

FUENTE: Cámara de comercio de Loja cuadro n°2
ELABORACION: las autoras

Procedimiento Utilizado

El proceso lógico se realizó de forma sistemática, así se empezó con una muestra poblacional del Área Urbana de la ciudad da Loja a la cual se aplicó las encuestas para luego estructurar un estudio de mercado que permitió obtener información sobre gustos y preferencias, y aspectos de la oferta luego se procedió a tabular las encuestas, la misma que sirvió para efectuar el análisis y discusión de resultados; y, así poder realizar el análisis del mercado (demanda, oferta, etc.).

Luego, se ejecutó el estudio técnico, determinando el tamaño, localización, el diseño de la planta así como la ingeniería del proyecto; Además, el estudio de la estructura Jurídica y Administrativa con la que contará la empresa, para posteriormente establecer el estudio financiero en el cual se determinó la inversión y financiamiento para luego realizar la respectiva evaluación utilizando los índices del Valor Actual Neto, Tasa Interna de

Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital y el Análisis de sensibilidad, determinando así la factibilidad del presente.

Finalmente en base a los objetivos y resultados obtenidos, se formularon las conclusiones y recomendaciones del proyecto presente.

f. RESULTADOS.

TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA ENCUESTA DEMANDANTES

ENCUESTAS APLICADAS AL AREA URBANA DE LA CIUDAD DE LOJA

1.- ¿Consume usted café?

CUADRO #4

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	308	78%
NO	88	22%
TOTAL	396	100%

FUENTE: Encuestas aplicadas a familias del área urbana de la ciudad de Loja

ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO #1



ANALISIS E INTERPRETACIÓN:

Con los datos obtenidos se puede indicar que el 78% de los encuestados manifiesta que consumen café, esto se debe a que en nuestro medio este es un producto de consumo masivo. Los demandantes manifiestan consumirlo de preferencia como un acompañante de las comidas diarias. En tanto un 22 % manifiesta no consumir café y que éste es sustituido por otras bebidas.

2.- ¿Qué tipo de café usted consume?

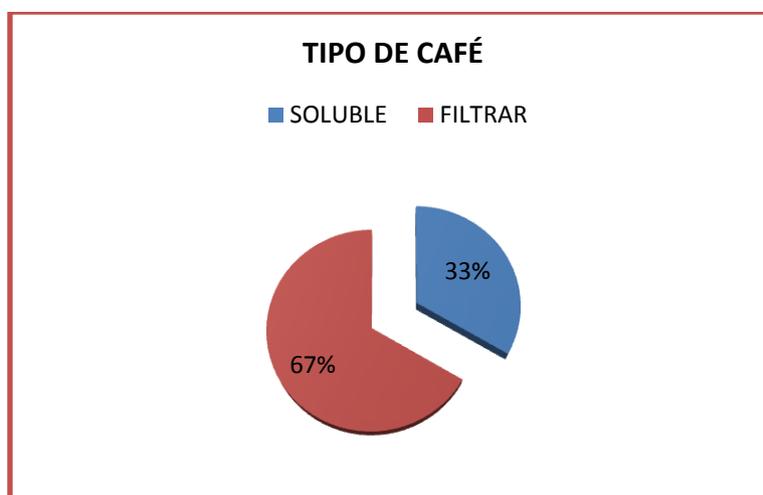
CUADRO #5

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SOLUBLE	103	33%
FILTRAR	205	67%
TOTAL	308	100%

FUENTE: Encuestas aplicadas a familias del área urbana de la ciudad de Loja

ELABORACIÓN: Las autoras.

GRÁFICO #2



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

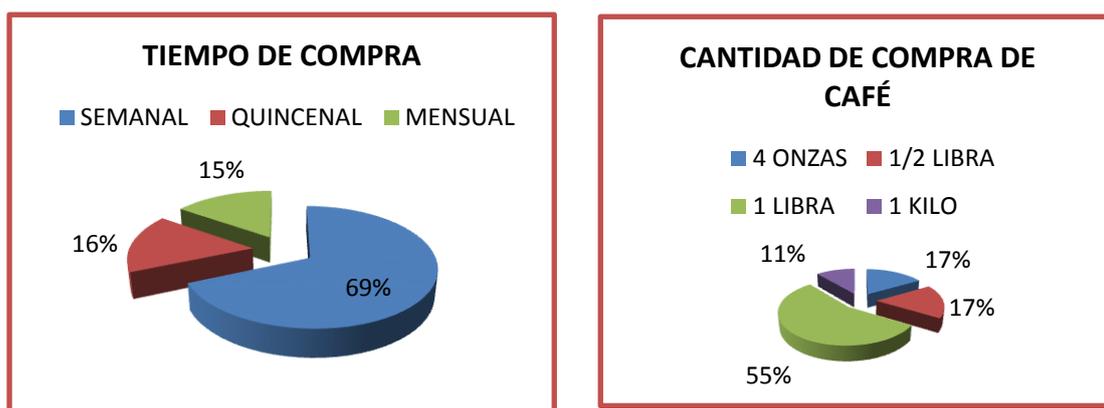
Con respecto al tipo de consumo de café el 67% de los encuestados manifestaron que consumen café de filtrar, seguido de un 33 % que consumen café soluble, el porcentaje antes mencionado indica que los gustos y preferencias de las personas encuestadas es hacia el tipo de café es el de filtrar ya que manifiestan que de esta manera se mantiene el sabor y aroma.

3.- ¿Cada que tiempo usted consume café y en qué cantidad?

CUADRO #6

Variables	Frecuencia	%	Cantidad			
			4 onzas	1/2 libra	1 libra	1 kilo
			F	F	F	F
Semanal	211	69%	35	35	129	12
Quincenal	50	16%	5	9	28	8
Mensual	47	15%	11	9	13	14
TOTAL	308	100%	51	53	170	34
	PORCENTAJE DE CANTIDAD DE CONSUMO		17%	17%	55%	11%
Fuente: Encuestas estudio de mercado						
Elaboracion: Las autoras						

GRAFICO #3



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Con respecto a la cantidad y tiempo de consumo de café se menciona que, el 69 % de encuestados compran café semanalmente la cantidad de 1 libra, siendo este el porcentaje mayoritario, el 16 % adquieren 1 libra quincenalmente y un 15% mensualmente adquieren la misma cantidad.

Esta información nos permite identificar que la mayoría de encuestados compran café semanalmente en cantidad de una libra siendo esos los porcentajes más representativos.

4.- ¿Cuál es el precio que paga y que cantidad?

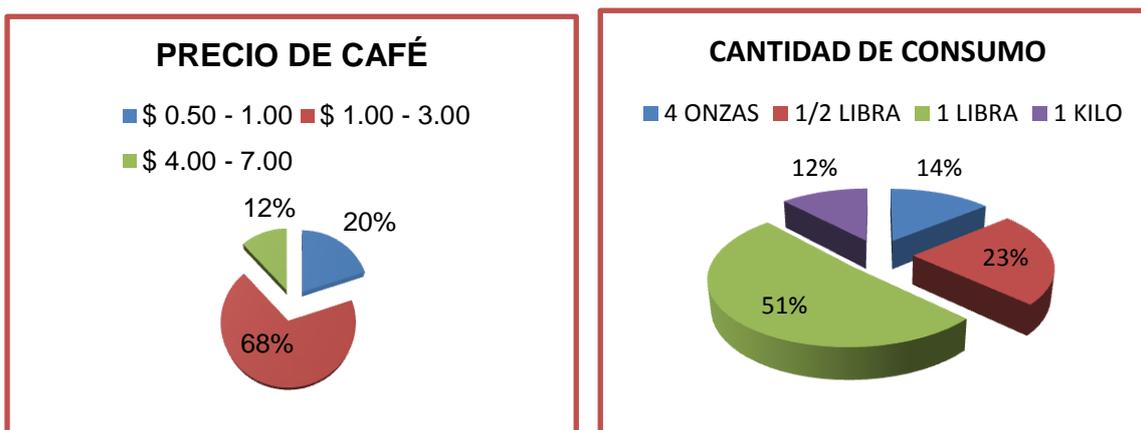
CUADRO #7

Variable	Frecuencia	%	Cantidad			
			4 onzas	1/2 libra	1 libra	1 kilo
			F	F	F	F
\$ 0.50 - 1.00	61	20%	44	17	0	0
\$ 1.00 - 3.00	211	69%	0	55	156	0
\$ 4.00 - 7.00	36	12%	0	0	0	36
TOTAL	308	100%	44	72	156	36
	PORCENTAJE DE LA CANTIDAD DE CONSUMO		14%	23%	51%	12%

FUENTE: encuestas a familias del área urbana de la ciudad de Loja

ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO #4



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Con respecto a la interrogante sobre el precio de café los encuestados supieron manifestar que adquieren el café a un precio de \$1 a \$ 3 obteniendo un porcentaje del 69%, en cantidad de 1 libra con un 51%, siendo estos los porcentajes mayoritarios.

5.- ¿Según su criterio cuales son las características que debe tener un buen café?

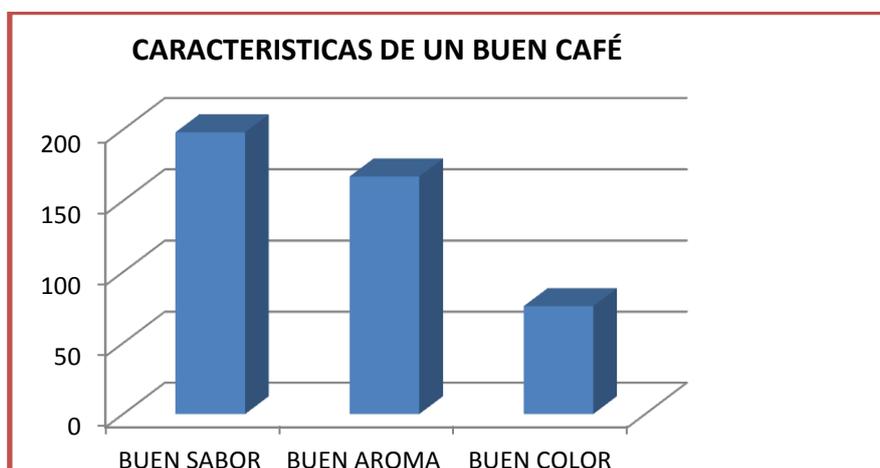
CUADRO #8

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BUEN SABOR	198	45%
BUEN AROMA	167	38%
BUEN COLOR	76	17%

FUENTE: Encuestas a familias del área urbana de la ciudad de Loja

ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO #5



ANALISIS E INTERPRETACION.

La principal característica que los consumidores de café toman en cuenta es el sabor con un 45% ya que consideran que el sabor es un factor primordial para la adquisición de un producto seguido del aroma y color. El café orgánico es un producto de excelente sabor, aroma y color el cual tendrá muy buena acogida en el mercado ya que posee las principales características que los consumidores prefieren.

6.- ¿En qué sitio compra usted el café?

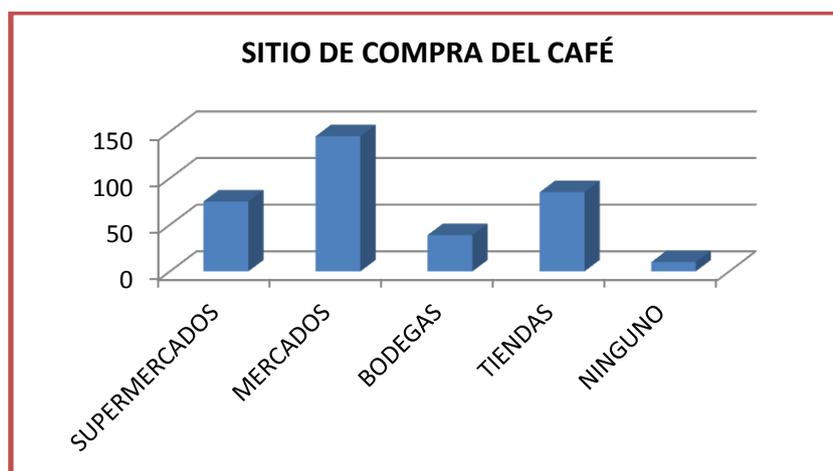
CUADRO #9

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SUPERMERCADOS	75	21%
MERCADOS	145	41%
BODEGAS	39	11%
TIENDAS	85	24%
NINGUNO	10	3%

FUENTE: encuestas a familias del área urbana de la ciudad de Loja

ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO #6



ANALISIS E INTERPRETACION:

Las preferencia de los lugares de compra del café son los mercados, con un 41% seguido de Las tiendas con un 24 %, supermercados con un 21%, y las bodegas con un 11% entre otros lugares mencionados está que se industrializa el café en casa.

Se determina que los lugares de preferencia para comprar el café son los mercados al igual que las tiendas pudiendo determinar que el café orgánico será distribuido principalmente en mercados y tiendas de la ciudad.

7.- ¿Sabe usted de la existencia de productos orgánicos?

CUADRO #10

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	218	71%
NO	90	29%
TOTAL	308	100%

FUENTE: encuestas a familias del área urbana de la ciudad de Loja

ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO #7



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Un 71% de los encuestados manifestaron que si conocen la existencia de los productos orgánicos al igual que tienen muy buenas referencias ya que consideran que ayudan a mantener una buena salud y no contaminan el medio ambiente mientras que un 29% no conocen la existencia de estos productos.

8.- ¿Estaría usted dispuesto a cambiar el café, que usted consume por un café orgánico (que es un café libre de fertilizantes químicos)?

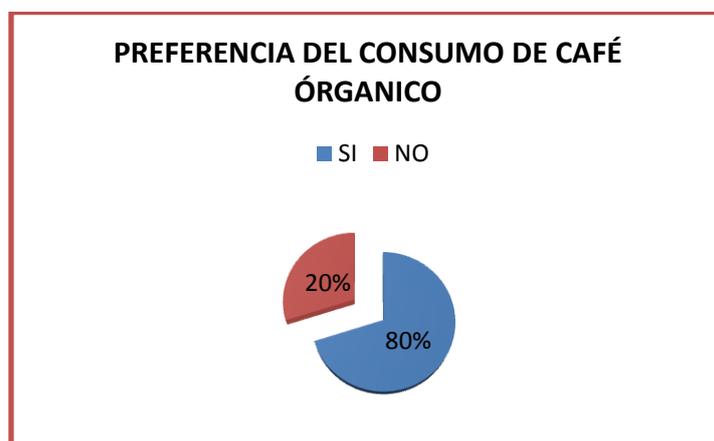
CUADRO #11

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	216	80%
NO	92	20%
TOTAL	308	100%

FUENTE: encuestas a familias del área urbana de la ciudad de Loja

ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO #8



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a esta interrogante los encuestados manifiestan en un 80% que si cambiarían el consumo del café por un café orgánico, ya que ayudarían a mantener su salud así como a conservar un medio ambiente limpio, seguido y un 20% que no lo consumirían.

Según este porcentaje se llega a determinar que el café orgánico tendrá muy buena acogida en el mercado.

9.- ¿Cada que tiempo consumiría usted café orgánico y en qué cantidad?

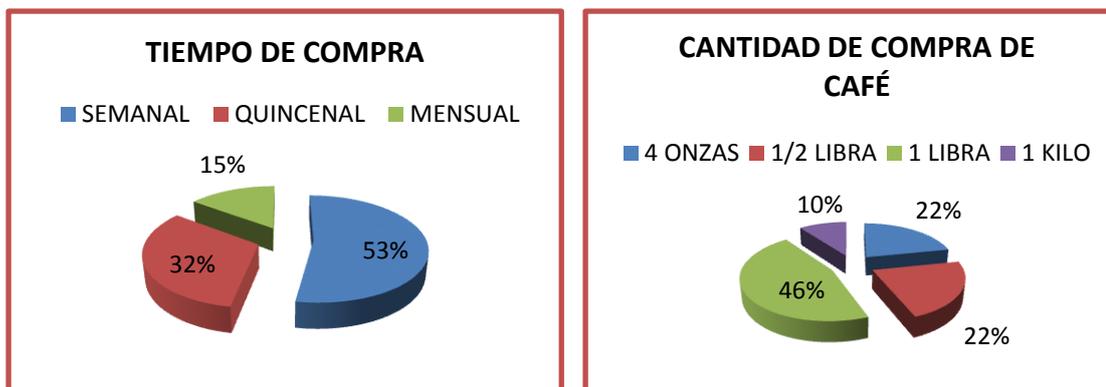
CUADRO #12

Variable	Frecuencia	%	Cantidad			
			4 onzas	1/2 libra	1 libra	1 kilo
			F	F	F	F
Semanal	114	53%	23	20	60	11
Quincenal	70	32%	15	21	29	5
Mensual	32	15%	9	7	10	6
TOTAL	216	100%	47	48	99	22
	PORCENTAJE DE CANTIDAD DE CONSUMO		22%	22%	46%	10%

FUENTE: encuestas a familias del área urbana de la ciudad de Loja

ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO #9



ANALISIS E INTERPRETACION:

Con respecto a los datos obtenidos en la cantidad y tiempo de consumo se menciona que, el 53% desearían adquirir el café semanalmente en cantidad de 1 libra que equivale al 46 %, quincenalmente 32% y mensualmente 15%. La cantidad de café que se adquiriría mayoritariamente es de una libra semanalmente.

10.- ¿Cuál es el precio que pagaría por el café orgánico y que cantidad?

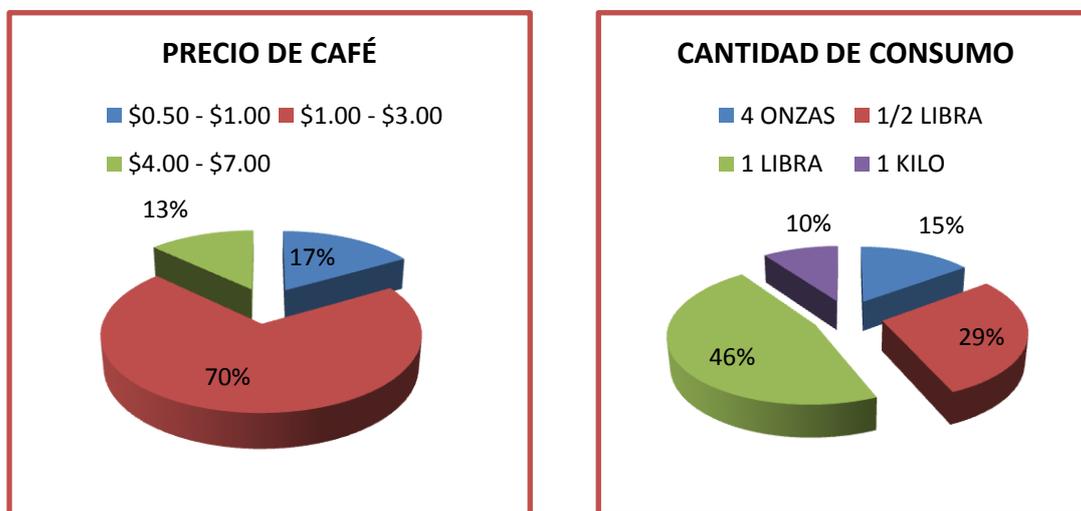
CUADRO #13

Variable	Frecuencia	%	Cantidad			
			4 onzas	1/2 libra	1 libra	1 kilo
			F	F	F	F
\$ 0.50 - 1.00	36	17%	23	13	0	0
\$ 1.00 - 3.00	152	70%	9	49	94	0
\$ 4.00 - 7.00	28	13%	0	0	7	21
TOTAL	216	100%	32	62	101	21
	PORCENTAJE DE LA CANTIDAD DE CONSUMO		15%	29%	47%	10%

FUENTE: encuestas a familias del área urbana de la ciudad de Loja

ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO #10



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El precio del café que los encuestados estarían dispuestos a pagar es de \$ 1 a \$ 3 que equivale al 70% en la cantidad de 1libra, se tomará este valor como un referente para establecer el precio de la libra de café orgánico.

11.- ¿Según su criterio cual es la característica que debería tener un buen empaque de café?

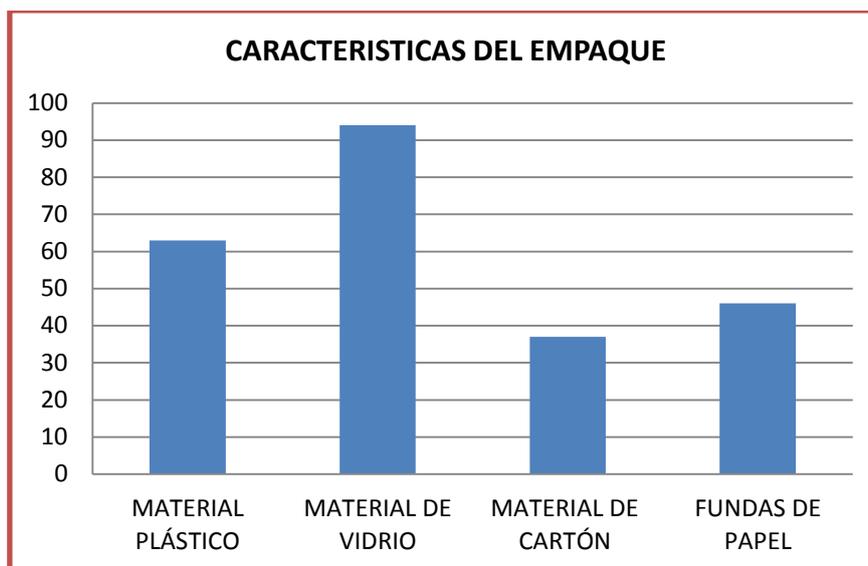
CUADRO #14

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MATERIAL PLÁSTICO	63	26%
MATERIAL DE VIDRIO	94	39%
MATERIAL DE CARTÓN	37	15%
FUNDAS DE PAPEL	46	19%

FUENTE: encuestas a familias del área urbana de la ciudad de Loja

ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO #11



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Según las características del empaque del café orgánico es de material de vidrio con un 39% ya que consideran que el vidrio mantiene mejor la calidad de los productos, seguido del material plástico con un 26%, las fundas de papel con un 19% y finalmente el cartón con un 15%. Siendo el vidrio el empaque de mayor preferencia por los consumidores.

12.- ¿Qué promoción preferiría recibir por adquirir el café orgánico?

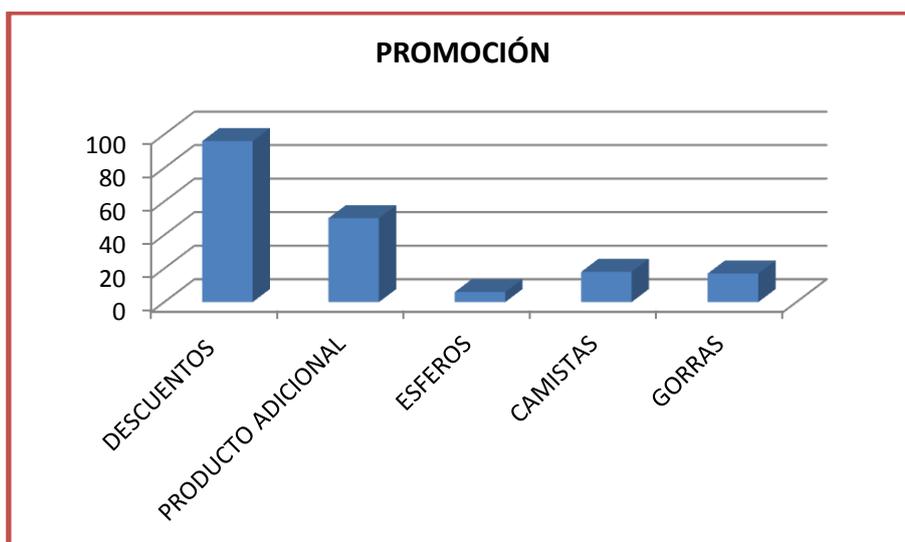
CUADRO #15

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DESCUENTOS	96	51%
PRODUCTO ADICIONAL	50	27%
ESFEROS	6	3%
CAMISTAS	18	10%
GORRAS	17	9%

FUENTE: encuestas a familias del área urbana de la ciudad de Loja

ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO #12



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Dentro de la promoción lo que los encuestados prefieren son los descuentos por la adquisición del producto con un 51%, ya que consideran que los descuentos permiten adquirir una mayor cantidad de producto al igual que un 27% preferirían producto adicional.

13.- ¿Cuándo usted no consume café por que otro producto lo sustituye?

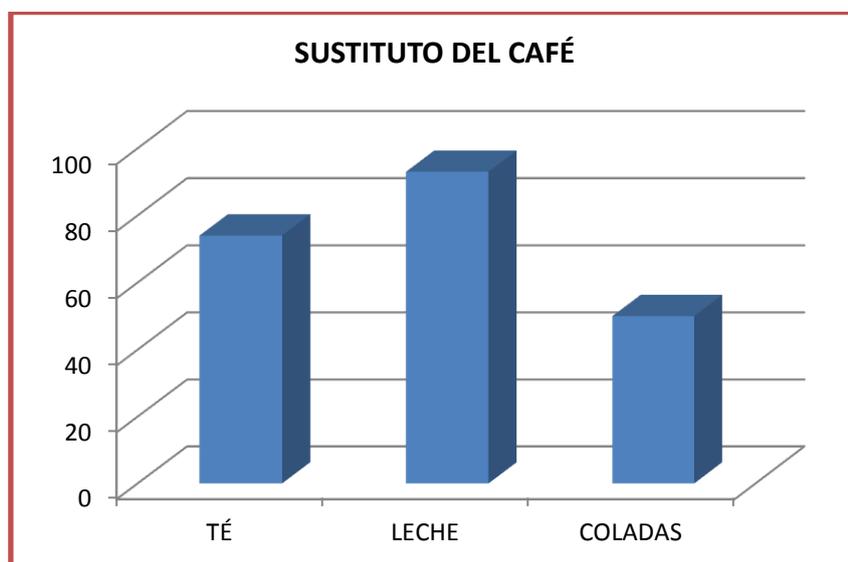
CUADRO #16

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TÉ	74	34%
LECHE	93	43%
COLADAS	50	23%

FUENTE: encuestas a familias del área urbana de la ciudad de Loja

ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO #13



ANALISIS E INTERPRETACION:

Entre los productos que sustituyen al café están la leche con un 43% seguido del té un 34% y finalmente las coladas con un 23%. Siendo la leche el principal producto sustituto del café.

14.- ¿Por qué medios de comunicación preferiría conocer sobre el café orgánico?

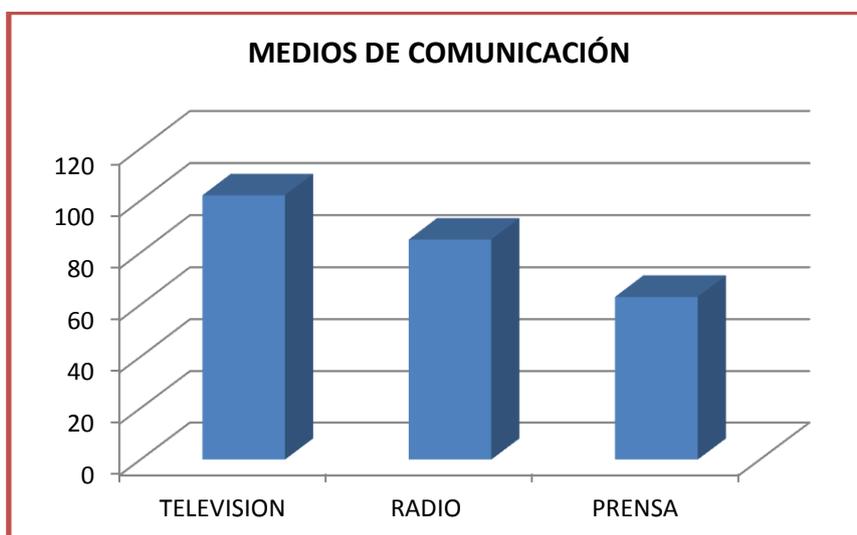
CUADRO #17

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TELEVISION	102	41%
RADIO	85	34%
PRENSA	63	25%

FUENTE: Encuestas a familias del área urbana de la ciudad de Loja

ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO #14



ANÁLISIS E INTERPRETACION:

En lo que respecta a los medios de comunicación los encuestados preferirían conocer acerca del café orgánico por la televisión con 41%. Los encuestados manifiestan que por medio de la televisión se puede apreciar mejor la publicidad de un producto.

TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE ENCUESTAS A LOS OFERENTES

1.- ¿Qué tipo de café usted vende en su negocio?

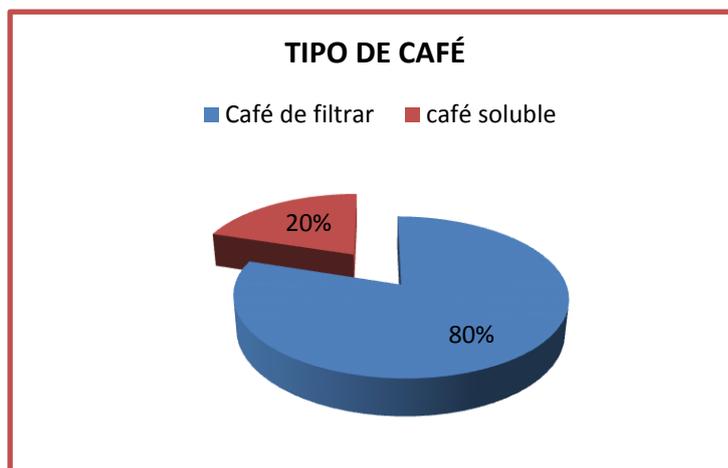
CUADRO #18

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De filtrar	257	80%
Soluble	64	20%
TOTAL	321	100%

FUENTE: Negocios de la ciudad de Loja

ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO #15



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

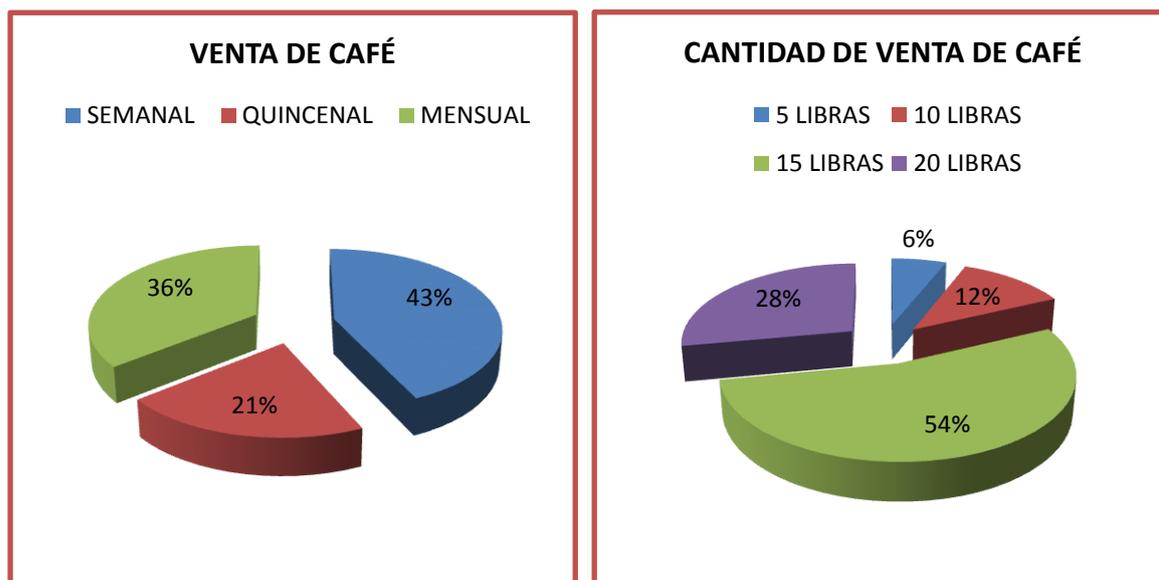
De acuerdo a los encuestados el 80% manifestaron que en sus negocios venden café de filtrar, ya que es un producto que tiene una excelente acogida en el mercado y consideran que de esta forma se mantiene de mejor manera el aroma y sabor mientras que el 20% venden café soluble o industrializado.

2.- ¿Qué cantidad y en qué tiempo vende café?

CUADRO #19

Variables	Frecuencia	%	Cantidad			
			5 libras (80 oz)	10 libras (16 oz.)	15 libras (240 oz)	20 libras (320 oz.)
			F	F	F	F
Semanal	111	43%	5	10	68	28
Quincenal	54	21%	7	8	28	11
Mensual	92	36%	3	12	43	34
TOTAL	257	100%	15	30	139	73
		PORCENTAJE DE CANTIDAD DE VENTA DE	6%	12%	54%	28%
FUENTE: Negocios de la ciudad de Loja						
ELABORACIÓN: Las autoras.						

GRAFICO #16



ANALISIS E INTERPRETACIÓN:

En lo que se refiere al tiempo y cantidad de café molido semanalmente los negocios venden un 43% en una cantidad de 15 libras siendo estos los porcentajes más representativos lo cual sirve de referente para establecer la oferta que existe en la ciudad de Loja.

3.- ¿Cuál es el precio que pagan los consumidores al adquirir el café?

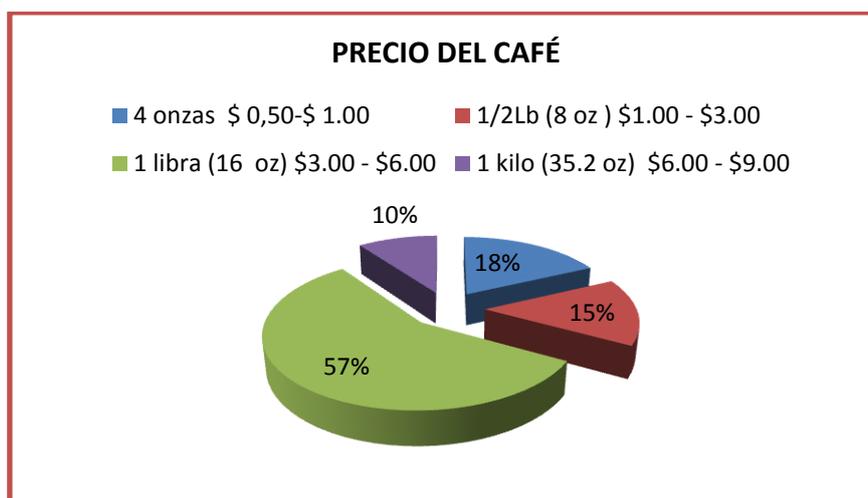
CUADRO #20

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4 onzas \$ 0,50-\$ 1.00	46	18%
1/2Lb (8 oz) \$1.00 - \$3.00	39	15%
1 libra (16 oz) \$3.00 - \$6.00	146	57%
1 kilo (35.2 oz) \$6.00 - \$9.00	26	10%
TOTAL	257	100%

FUENTE: Negocios de la ciudad de Loja

ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO #17



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo con los comerciantes el 57% manifestaron que el precio en que venden el café es de \$3.00 a \$ 6.00 por libra (16 onzas). Siendo este un indicador para establecer el precio de la libra de café orgánico.

4.- ¿De instalarse una empresa de café orgánico tostado y molido usted comercializaría dicho producto?

CUADRO #21

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	154	60%
NO	103	40%
TOTAL	257	100%

FUENTE: Negocios de la ciudad de Loja

ELABORACIÓN: Las autoras.

GRAFICO #18



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Con respecto a esta pregunta el 60% de oferentes entrevistados en la ciudad de Loja, afirman que venderían que si venderían el café orgánico ya que les parece ya que consideran que es un producto saludable y el 40% contestaron que no venderían el café porque no conocen el producto.

g. DISCUSIÓN

ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es una herramienta que se dispone para minimizar los riesgos en el lanzamiento de un nuevo producto o servicio, por lo tanto en todo proyecto de inversión es de vital importancia. Entre los factores que se analizan en un estudio de mercado están:

- Necesidades
- Gustos y preferencias del consumidor.
- Número de consumidores actuales, potenciales y reales.
- Normas legales.

Para realizar el estudio de mercado de la presente investigación se tomó como muestra 396 encuestas de una población de 46.045 familias del Área Urbana de la ciudad de Loja, logrando con ello determinar el consumo de café. También se aplicó una encuesta a una muestra de 321 negocios de la ciudad de Loja entre mercados, tiendas y supermercados siendo el total de negocios antes mencionados de 6.351 para el año 2013, lo cual permite establecer la oferta existente de café.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

“Se entiende por demanda a la cantidad de bienes o servicios que los agentes económicos de un mercado están dispuestos a adquirir en un precio determinado”

El principal propósito del presente análisis es determinar la posibilidad que tiene el café orgánico en la satisfacción de dicha demanda, determinando ciertos factores como son:

- Determinación de la demanda potencial.
- Determinación de la demanda real.
- Determinación de la demanda efectiva.
- Determinación de la demanda insatisfecha

DEMANDA POTENCIAL.

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir los clientes un determinado producto en el mercado. Esta demanda nos ayuda a conocer el número de personas que consumen café.

Los clientes potenciales del café, se consideran las familias del Área Urbana de la ciudad de Loja, para establecer los posibles demandantes procedemos a determinar el consumo per cápita anual se toma como referencia la pregunta (N° 3) del estudio del mercado el cual permite calcular el consumo per cápita que es de 17 kilos de café al año por familia, dicho consumo servirá para determinar la demanda potencial como para la demanda real.

Posteriormente se proyecta el número de familias con el 2,65% que es la tasa de crecimiento poblacional para luego multiplicar por los 78% de las familias que si consumen café obteniendo como resultado 35, 915 demandantes potenciales, dicho resultado se multiplica por el consumo per

cápita de 17kilos de café dando como resultado 610,557 kilos de café para el primer año así sucesivamente para todos los cuatro años posteriores.

CONSUMO PERCAPITA

CUADRO #22

Variables	Frecuencia	%	Cantidad											
			4 onzas (4 onzas)		1/2 libra (8 onzas)		1 libra (16 onzas)		1 kilo (35,2 onzas)		Total en onzas	Kg	Tiempo	Consumo
			F		F		F		F					
Semanal	211	69%	35	140	35	280	129	2064	12	422,4	2906	82,57	52	4.294
Quincenal	50	16%	5	20	9	72	28	448	8	281,6	822	23,3	26	607
Mensual	47	15%	11	44	9	72	13	208	14	493	817	23,2	12	278
TOTAL	308	100%	51	53	170	34					Total de consumo Anual		5.179	
											Promedio per capita		17	

Fuente: Cuadro N° 6

Elaboración: Las autoras

➤ Demandantes Potenciales

CUADRO #23

AÑOS	Población	78% de personas que consumen café	Demandantes potenciales
2013	46.045	78%	35.915
2014	47.265		36.867
2015	48.518		37.844
2016	49.803		38.847
2017	51.123		39.876
2018	52.478		40.933

Fuente: Cuadro N° 4

Elaboración: Las autoras

CUADRO #24

DEMANDA POTENCIAL			
AÑO	DEMANDANTES POTENCIALES	CONSUMO PER CAPITA	DEMANDA POTENCIAL
2013	35.915	17	610.557
2014	36.867		626.736
2015	37.844		643.345
2016	38.847		660.394
2017	39.876		677.894
2018	40.933		695.858

Fuente: Cuadro N°22 - N°23

Elaboración: Las autoras

DEMANDA REAL.

Volumen total de bienes o servicios requeridos para satisfacer un mercado que están realmente dispuestas a consumir un producto determinado. En el caso del Café orgánico tomamos en cuenta las personas que consumen el café de filtrar con 67% ya que el producto que se ofrecerá al mercado será café orgánico de filtrar.

Para determinar la demanda real se traslada los demandantes potenciales 53,915 (ver cuadro N° 24) y se multiplica por 67% (ver cuadro N°5) de personas que consumen el café de filtrar dando como resultado los demandantes reales 24,063 para luego multiplicarles por el consumo per cápita de 17 kilos anuales (ver cuadro N° 22) dando como resultado 409,073 para el primer año y así sucesivamente para los años posteriores.

CUADRO #25

AÑOS	DEMANDANTES POTENCIALES	67% DE PERSONAS QUE CONSUMEN CAFÉ DE FILTRAR	DEMANDANTES REALES
2013	35.915	67%	24.063
2014	36.867		24.701
2015	37.844		25.355
2016	38.847		26.027
2017	39.876		26.717
2018	40.933		27.425

Fuente: Cuadro N°5 - N°24

Elaboración: Las autoras

CUADRO #26

DEMANDA REAL			
AÑO	DEMANDANTES REALES	CONSUMO PERCAPITA	DEMANDA REAL
2013	24.063	17	409.073
2014	24.701		419.913
2015	25.355		431.041
2016	26.027		442.464
2017	26.717		454.189
2018	27.425		466.225

Fuente: Cuadro N°22 - N°25

Elaboración: Las autoras

DEMANDA EFECTIVA

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que en la práctica están dispuestos a adquirir el producto.

Se considera demandantes efectivos las encuestados que si van adquirir el café orgánico.

Para determinar la demanda efectiva se procede a calcular el consumo per cápita tomando como referencia el cuadro N°12.

Se traslada los demandantes reales 24,063 se multiplica por el 80% de las familias que si van adquirir el café orgánico 19,250 demandantes efectivos, este resultado se lo multiplica por los 15 kilos de café del consumo per cápita (ver cuadro N°27) dando como resultado la demanda efectiva de 288,757 para el primer año y así para los años posteriores.

CUADRO #27

CONSUMO PER CAPITA

Variables	Frecuencia	%	CANTIDAD												
			4 onzas (4 onzas)		1/2 libra (8 onzas)		1 libra (16 onzas)		1 kilo (35.2 onzas)		Total	Kg	Tiempo	Consumo	
			F		F		F		F						
Semanal	114	53%	24	96	20	160	60	960	11	387,2	1603	45,55	52	2.368	
Quincenal	70	32%	15	60	21	168	29	464	5	176	868	24,66	26	641	
Mensual	32	15%	8	32	7	56	10	160	6	211,2	459	13,05	12	157	
TOTAL	216	100%	47		48		99		22					CONSUMO TOTAL	3.166
														CONSUMO PER CÁPITA	15

Fuente: Cuadro N° 12

DEMANDANTES EFECTIVOS

CUADRO #28

AÑOS	DEMANDANTES REALES	80% de personas que van adquirir el café orgánico	DEMANDANTES EFECTIVOS
2013	24.063	80%	19.250
2014	24.701		19.761
2015	25.355		20.284
2016	26.027		20.822
2017	26.717		21.374
2018	27.425		21.940

Fuente: Cuadro N°11 - N°27

Elaboración: Las autoras

DEMANDA EFECTIVA

CUADRO N° 29

DEMANDA EFECTIVA			
AÑO	DEMANDANTES EFECTIVOS	CONSUMO PER CAPITA	DEMANDA EFECTIVA
2013	19.250	15	288.757
2014	19.761		296.409
2015	20.284		304.264
2016	20.822		312.327
2017	21.374		320.604
2018	21.940		329.100

Fuente: Cuadro N°27 - N°28

Elaboración: Las autoras

ANALISIS DE LA OFERTA

OFERTA ACTUAL

La oferta actual, es la cantidad de café que los oferentes están ofreciendo en el mercado. Para determinar la oferta actual se tomó en cuenta la cantidad de venta semanal quincenal y mensual, que sirve como referente para calcular la oferta actual en la cual obtuvo la oferta promedio anual como se muestra (ver cuadro N° 30).

Para obtener la oferta actual se procede a multiplicar el número de negocios (mercados, tiendas y supermercados) siendo un total de 6,351 el cual se multiplica por el 80% que son los encuestados que realmente venden café de filtra, dando como resultado 5081 se le multiplica por el promedio anual de venta que es 221 kilos anuales dando como resultado 1.122.857 kilos de oferta de café para el año 2013.

Para el primer año y para los años posteriores se le proyecta con la tasa de crecimiento empresarial del 2% establecida por la cámara de comercio.

PROMEDIO ANUAL DE VENTA

CUADRO #30

Variables	Frecuencia	%	CANTIDAD												
			5 libras (80onzas)		10 libra (160 onzas)		15 libra (240onzas)		20 libras (320onzas)		Total	Kg	Tiempo	Consumo	
			F		F		F		F						
Semanal	115	42%	5	400	10	1600	70	16800	30	9600	28400	806,82	52	41.955	
Quincenal	62	23%	8	640	9	1440	30	7200	15	4800	14080	400,00	26	10400	
Mensual	98	36%	3	240	14	2240	47	11280	34	10880	24640	700,00	12	8400	
TOTAL	275	100%	16		33		147		79					OFERTA TOTAL	60.755
														PROMEDIO ANUAL DE VENTA	221

Fuente: Cuadro N° 19

Elaboración: Las autoras

PROYECCIÓN DE LA OFERTA.

CUADRO #31

AÑOS	NEGOCIOS	78% DE VENTA DE CAFÉ DE FILTRAR	TOTAL DE OFERTA	PROMEDIO ANUAL DE VENTA	OFERTA PROYECTADA EN KILOS (2% DE CRECIMIENTO EMPRESARIAL)
2013	6.351	80%	5.081	221	1.122.857
2014					1.145.314
2015					1.168.220
2016					1.191.585
2017					1.215.416
2018					1.239.725

Fuente: Cuadro N°2 - N°18

Elaboración: Las autoras

BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

La diferencia entre la oferta y la demanda efectiva permitirá obtener la demanda insatisfecha de café molido por kilos de café anuales de la ciudad de Loja, dato fundamental para el cálculo de la capacidad instalada y capacidad utilizada de la empresa industrializadora de café orgánico. En el cuadro siguiente se realizan las operaciones para determinar esta demanda insatisfecha.

CUADRO #32

AÑOS	OFERTA	DEMANDA EFECTIVA	DEMANDA INSATISFECHA
2013	1.122.857	288.757	834.099
2014	1.145.314	296.409	848.904
2015	1.168.220	304.264	863.956
2016	1.191.585	312.327	879.257
2017	1.215.416	320.604	894.812
2018	1.239.725	329.100	910.625

Fuente: Cuadro N°29 - N°31

Elaboración: Las autoras

PLAN DE COMERCIALIZACION.

PRODUCTO

El producto a elaborarse es café orgánico, es decir un café libre de insumos químicos que ayuda a cuidar la salud de los consumidores al igual que el medio ambiente, este producto será procesado con tecnología sofisticada, con materia prima adecuada, presentación llamativa precios cómodos y con un talento humano adecuado para el efecto. Para ello es necesario hacer una relación con las características de los gustos y preferencias de los consumidores y las especificaciones de producto que corresponden a las que deseen comprar los clientes, con la finalidad de ser más eficientes y eficaces en el mercado.

Para lo cual se analizó un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color...)



El café orgánico es un grano que tostado y molido da un como resultado un polvo que adquiere la forma del envase en que se lo empaca, para luego transformarse en una infusión de excelente aroma y sabor.

ATRIBUTOS INTANGIBLES (marca, imagen de empresa).

IDENTIFICACION Y DESCRIPCION DEL PRODUCTO

El producto de este proyecto comienza con la adquisición de granos de café que son obtenidos a base de estándares y normas de producción y procesamientos orgánicos internacionales, reconocidos para luego convertirse en café orgánico tostado y molido a través del proceso de tueste y molienda.

El café es apreciado debido a su sabor aroma y su efecto estimulante dado por la presencia de cafeína.

CALIDAD DEL PRODUCTO

La calidad de un buen café tostado y molido depende de las características físicas u organolépticas del valor nutritivo y la apariencia visual del producto.

En cuanto al valor nutritivo tiene que ver con el contenido de antioxidantes y cafeína que contribuyen a la satisfacción de los consumidores.

COMPOSICION QUIMICA DEL CAFÉ

CUADRO #33

	CAFÉ TOSTADO	INFUSIÓN SIN AZUCAR
Calorías (g)	215,00	2,00
Humedad(g)	5,90	98,50
Proteínas (g)	14,20	0,30
grasas(g)	14,00	0,10
Glúcidos(g)	53.80	0,80
Fibra(g)	14,00	0,10
Cenizas(g)	53,80	0,30
fosforo(mg)	150,00	5,00
Hierro (mg)	200,00	5,00
Calcio (mg)	5.00	0,20
tiamina(mg)	0,07	0,01
riboflavina(mg)	0.10	0.01
Niacina(mg)	35,00	0,01
potasio(mg)	1600,00	2,60

Fuente: <http://www.food-info.net/es/products/coffee/chemistry.htm>

CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO

MARCA

“CAFÉ ORGANICO DEL SUR”

LOGOTIPO



ISOTIPO



EMPAQUE

El empaque es muy importante ya que cumple con la función de proteger el contenido e informar y persuadir al consumidor a cerca del producto que se ofrece.

A pesar de los resultados de la encuesta aplicada cuya preferencia mayoritaria es por el vidrio, el empaque del café orgánico será bolsitas de papel, esto se da por motivo de costos y apoyando al ambiente en la disminución de desechos sólidos.



ETIQUETADO

La etiqueta del producto tendrá la siguiente información en la parte frontal:

- ✓ Nombre del producto
- ✓ Marca
- ✓ Logo del producto
- ✓ Peso en gramos
- ✓ Registrosanitario
- ✓ Fecha de elaboración y vencimiento



PRECIO

Es la cantidad de dinero y/u otros artículos con la cantidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un producto.

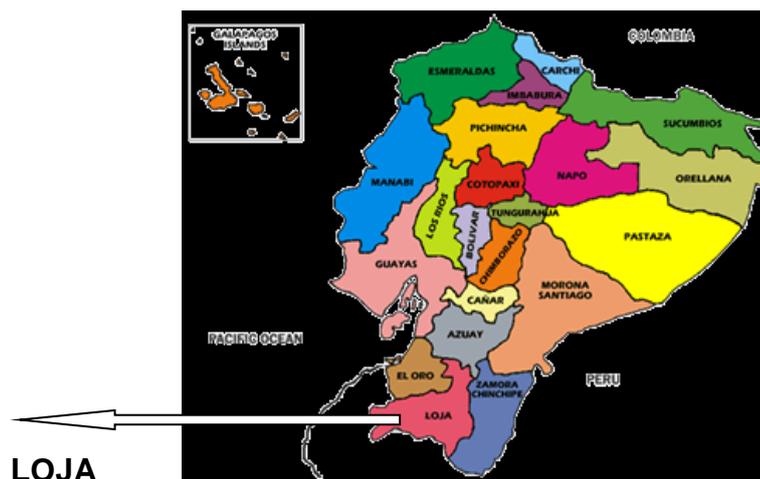
Antes de fijar el precio del producto de este proyecto se analizó los precios de la competencia para de esta manera tener un rango de precios aceptable para poder entrar en el mercado con el café orgánico.

Después de analizar la encuesta que se realizó a los consumidores de café según la pregunta (Nº 10) del precio y cantidad de consumo de café se establece que el mayor porcentaje de encuestados estarían dispuestos a

pagar \$ 1 a \$3 por una libra de café, según este referente se podrá establecer un precio adecuado para el café orgánico y competir en el mercado, ya que al ser un producto nuevo se debe comenzar por ganar cada vez una mejor porción de mercado a través de una estrategia de precio y calidad por lo tanto si es posible se debe ingresar con un precio competitivamente bajo para poder ganar espacio en menor tiempo, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada es decir analizar los costos totales de producción, administración, comercialización y financieros que se encuentren inmersos en la elaboración del producto.

PLAZA Y DISTRIBUCION

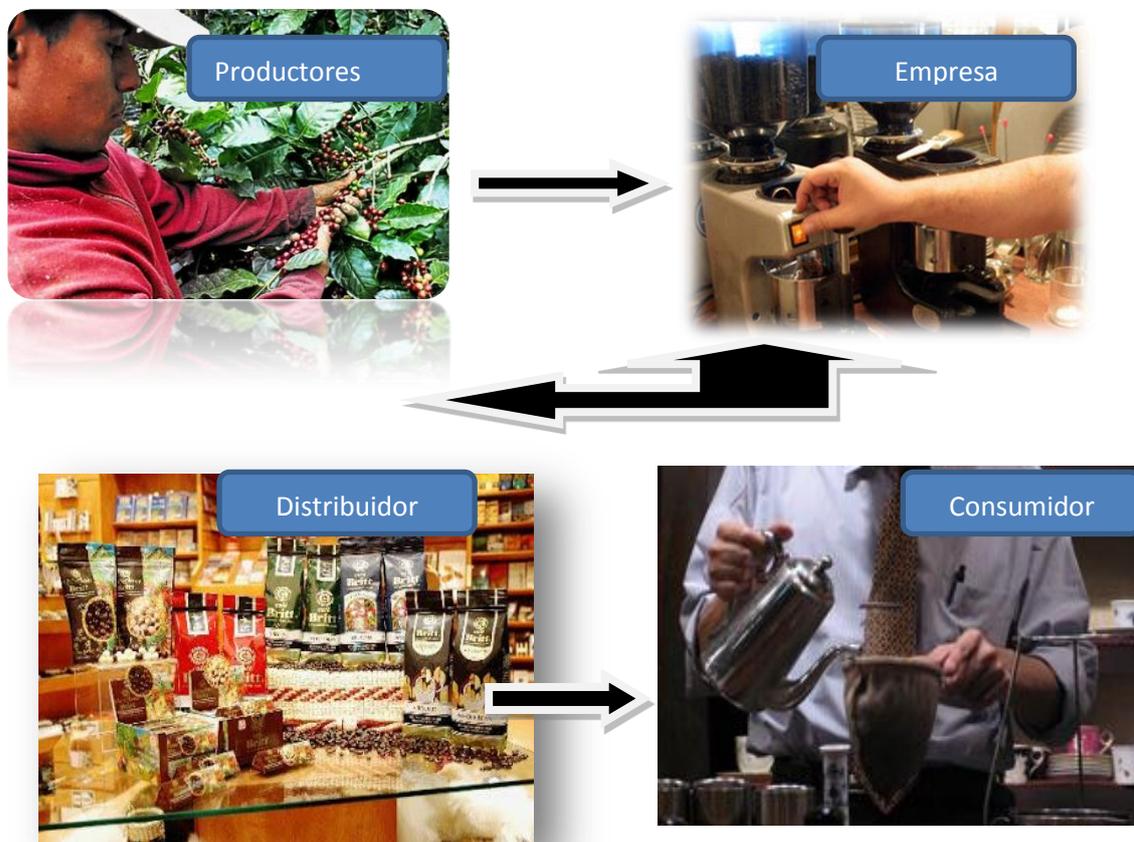
La plaza es la población en que se hacen operaciones considerables de comercio al por mayor, y principalmente de giro. La plaza de industrialización como de comercialización es la ciudad de Loja.



La distribución es el reparto de un producto a los locales en que debe comercializarse. Para este análisis se verifica los resultados de la tabulación

de datos del cuadro (N° 9) en el cual se establece que el 41 % de consumidores adquieren el café en los mercados locales por lo antes mencionado se establece el siguiente canal de distribución, siendo este una canal indirecto de distribución.

CANAL DE DISTRIBUCION



El proceso de distribución del café orgánico como se muestra en la figura nace, en los productores quienes venderán el producto a la empresa en donde será transformado a café tostado y molido y a su vez comercializado

a los mercados y autoservicios donde los consumidores podrán adquirir el producto.

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

La **promoción** es la acción y efecto de promover algo, es el conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o incrementar sus ventas.

La promoción **DE CAFÉ DEL SUR** será descuentos por la adquisición del café orgánico, esta promoción se realizara en base a la pregunta (N° 12) mediante el cual los encuestados preferirían en un 51% los descuentos por la adquisición del café orgánico.

Publicidad.

Es el conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos. Son anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc.

En lo respecta a la publicidad se llegó a conocer según la pregunta N° (14) donde se evidencia que los medios de mayor preferencia es la televisión con un 41%, la radio con un 34% lo que nos permitirá informar al público sobre la existencia del café orgánico y de esta manera incrementar las ventas.

Para lo cual se pretende hacer un spot publicitario para medios televisivos locales, y un jingle radial para poder difundirlo en las radios de nuestra ciudad para hacer conocer nuestro producto y hacerlo atractivo al mercado.

COSTOS DE LA PUBLICIDAD RADIAL

CUADRO #34

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL (\$)
Cuña radial duración 45 seg.	150 (VECES AL MES)	\$ 0,53	\$ 80
	TOTAL MENSUAL		\$ 80
	TOTAL ANUAL		\$ 960

FUENTE: Radio Mix

ELABORACIÓN: Las autoras

JINGLE CAFÉ ORGANICO

SI TE GUSTA EL CAFÉ!!!!

NO DEJES DE TOMARLO!!!!!!

AHORA..... LLEGA AL MERCADO

UN CAFÉ SALUDABLE!!!!!!!!!!!!

“CAFÉ ORGANICO DEL SUR”

- RICO EN SABOR
- RICO EN AROMA
- SIN QUIMICOS Y 100% NATURAL

“CAFÉ ORGANICO DEL SUR”

ENCUENTRALO YA !!!! EN, SUPERMERCADOS Y EN TU TIENDA FAVORITA

DISTRIBUCION: LAS ZARZAS II AV TIWINZA Y FREDY SATANDER

TELF: 2109648- 0959850646.

COSTOS DE LA PUBLICIDAD TELEVISIVA

CUADRO #35

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL (\$)
Cuña Televisiva duración 45 seg.	150 (VECES AL MES)	\$ 2,66	\$ 400
TOTAL MENSUAL			\$ 400
TOTAL ANUAL			\$ 4.800

FUENTE: Canal local UV televisión

ELABORACIÓN: Las autoras

PRODUCTOS SUSTITUTOS Y COMPLEMENTARIOS DEL CAFÉ

Algunas personas no consumen café por diferentes razones o motivos, por salud, por costumbre o porque simplemente no les gusta el sabor según el estudio de mercado el principal sustituto del café es la leche. Entonces se encuentra diferentes productos que sustituyen y complementan al café que son:

CUADRO #36

Productos sustituyentes	Productos complementarios
*Leche	*Azúcar
*Aguas aromáticas	*Panela
*Chocolate	*Endulzantes bajos en calorías
*Gelatina (líquida)	*galletas
*Té	*pan
Horchata	*queso
*Morocho y coladas	*Miel

Fuente: Estudio de mercado.

Elaboración. Las autoras.



INFUSIONES



GALLETAS



EDULCORANTES / AZÚCARES



SOLUBLES



LECHE



GALLETAS

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico, sirve para poder evaluar y determinar la tecnología a utilizar, la disponibilidad de la materia prima, recursos humanos necesarios tanto administrativamente como para el proceso de producción, en otras palabras permite definir el tamaño, la localización y la ingeniería del proyecto.

El presente estudio tiene como finalidad analizar la parte técnica del proyecto cuya importancia es determinar los requerimientos y necesidades que se incluye al momento de consolidar una decisión; dentro de los aspectos que involucra el estudio técnico tenemos: recursos básicos para el proceso de producción, considerar los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico y recursos humanos, además se describe el tamaño y localización de la empresa a implementarse.

TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

TAMAÑO DE LA PLANTA

El tamaño del proyecto, consiste en determinar la capacidad de producción que tendrá la empresa en un tiempo determinado, incluye determinar la capacidad instalada y utilizada, la cual se mide en unidades producidas por año. Para determinar el tamaño del proyecto y hacerlo adecuadamente se toma en cuenta la relación existente entre este y el estudio de mercado, por lo que para determinarlo se considera los resultados obtenidos en la demanda insatisfecha.

CAPACIDAD INSTALADA

El tamaño del mercado está expresado por la capacidad de comercialización que se prevé para la nueva empresa, su participación en el mercado, así como también por la disposición de los diferentes nuevos recursos y los medios necesarios para cubrir las expectativas del mercado.

La empresa funcionará en un local arrendado en el área especificada en la micro localización, tendrá todos los implementos necesarios para brindar un producto de calidad y eficiencia.

Condiciones:

- 264 días laborables en el año, descontando días festivos
- Turno de 8 horas diarias de lunes a viernes
- 2 obreros calificados
- 80 kilos diarios de café que se va a producir, tomando en cuenta que 10 kilos se tuesta en 60 minutos.
- Capacidad de las maquinas, tostadora 10 kilos en 60 minutos, molino 10 kilos en 30 minutos.

Calculo de la capacidad instalada para la planta de industrialización de café orgánico.

CUADRO #37

ACTIVIDADES PARA PRODUCIR 80 KG DIARIOS DE CAFÉ.

ACTIVIDADES	MINUTOS
Transporte de materia prima	30
Tostado	120
Enfriado	60
Molido	60
Enfriamiento del molino	30
Empacado plástico	30
Pesado	30
Sellado	15
Empacado en funda de papel	30
Engrapado y etiquetado	30
Ordenado	15
Embodegado	30
TOTAL EN MINUTOS	480
TOTAL EN HORAS	8,0

Fuente: Práctica de industrialización de café

Elaboración: Las autoras

Para calcular la capacidad de la planta, se determina las actividades del proceso productivo y el tiempo en minutos, dando como resultado 480 minutos que equivale 8h00 en las cuales se va a producir 80 kilos de café.

Calculo de la capacidad instalada

Un operario produce diariamente 40 kilos de café considerando que 10 kilos se tuesta por hora, entonces 2 obreros realizan una producción de 80 kilos diarios, como son 264 días laborables según el calendario, al multiplicar estas dos últimas variables se tiene que se producirá 21.120 kilos de café orgánico anuales.

$$2 \text{ obreros} * 27 \text{ kilos / día} * 264 \text{ días laborables} = 21.120$$

CAPACIDAD INSTALADA EN KILOS DE CAFÉ

CUADRO #38

Años	Demanda Insatisfecha (en Kilos)	Capacidad instalada	Porcentaje de participación en el Mercado %
0	833.721	21.120	2,53
2014	848.519	21.120	2,49
2015	863.563	21.120	2,45
2016	878.856	21.120	2,40
2017	894.403	21.120	2,36
2018	910.207	21.120	2,32

Fuente: Cuadro explicativo de la segmentación de Mercado: Cuadro N° 32

Elaboración: Las autoras

Con el cuadro expuesto se tiene que la capacidad máxima de producción de café orgánico trabajando en condiciones ideales al 100% es 21,120 kilos de café orgánico al año, y para obtener la participación en el mercado tomamos en cuenta la producción anual 21.120 kilos de café y la dividimos para la demanda insatisfecha que es de 833.721 kilos y obtenemos el 2,53% de participación en el mercado es decir, el porcentaje que se cubrirá de la demanda insatisfecha.

CAPACIDAD UTILIZADA

Se tiene por inicio de actividades la empresa va atender porcentajes menores al 100% en los cuatro primeros años, esto porque los operarios deben conocer y dominar bien los procesos para que desde el quinto año se pueda trabajar realmente al 100%. Seguidamente se expone el cuadro de cálculo y la producción real por cada año de vida útil.

CAPACIDAD UTILIZADA

CUADRO #39

Años	Capacidad instalada	Porcentaje Utilizado %	Capacidad Utilizada
2014	21.120	85	17.952
2015	21.120	87	18.374
2016	21.120	90	19.008
2017	21.120	98	20.698
2018	21.120	100	21.120

Fuente: Cuadro explicativo de la segmentación de Mercado: Cuadro N° 38

Elaboración: Las autoras

LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Existen algunos factores que determinan la localización de una planta industrial para la elaboración del producto, ya que se refiere al lugar donde debe ubicarse la misma, y es importante porque influye sobre la inversión y costos operativos.

Para la localización se debe tomar en cuenta algunos factores que influyen en la decisión como son:

MATERIA PRIMA: Es importante que en el lugar en el cual va a funcionar la empresa exista la materia prima necesaria para el funcionamiento de la planta para evitar costos elevados.

MANO DE OBRA: Es un factor muy importante ya que la empresa debe contar con mano de obra idónea para el desarrollo de sus actividades productivas como administrativas porque este recurso es el eje principal de una organización, la empresa permite ofrecer fuentes de trabajo y coadyuvar al desarrollo social.

RECURSOS: Toda empresa requiere de la presencia de los diferentes recursos como el humano, material, económico y técnico puesto que constituyen el punto clave para el normal desarrollo de la misma.

VÍAS DE TRANSPORTE: Es indispensable que donde se va a ubicar la planta existan los medios de transporte necesarios para que se pueda tener acceso al mercado a ofrecer y vender el producto, como también para la adquisición de la materia prima y para que los empleados y clientes puedan trasladarse.

SERVICIOS BÁSICOS: Este factor es prioritario en la selección de la ubicación de la planta por lo tanto los servicios deben ser óptimos para el buen desarrollo y funcionamiento de la empresa.

- **El agua**, que se convierte en un elemento necesario en la elaboración de productos terminados, en nuestra ciudad se tiene agua tratada, siendo ideal para los requerimientos industriales y en cantidad suficiente.
- **Energía eléctrica**, se cuenta con la empresa eléctrica EERSSA que presta su contingente en esta ciudad y provincia, con el servicio constante de fluido eléctrico.
- **Telefonía**, este servicio está a cargo de la CNT (Corporación Nacional de Telecomunicaciones), que extiende sus redes para cubrir el servicios a nivel provincial, además como servicios tecnológicos en comunicación la ciudad de Loja ya cuenta con telefonía celular como Porta, Movistar y Alegro.

FACTORES QUE INFLUYEN EN LA LOCALIZACIÓN

Macro-Localización: Considera el lugar donde se ofrecerá el producto en la Ciudad de Loja.

La empresa de café estará ubicada en la ciudad de:

GRAFICO #19



LOJA, una provincia ubicada al Sur del Ecuador y limítrofe con el vecino país de Perú, la ciudad de Loja es la capital de la provincia y cantón, esta ciudad está dotada de grandes y maravillosos paisajes, producidos por las estribaciones de la Cordillera de los Andes, conformada por 15 cantones, que presenta flora y fauna propias de la región y las variadas especies, Loja, se encuentra rodeada por dos hermosos ríos Zamora y Malacatos.

UBICACIÓN DE LA PROVINCIA DE LOJA EN EL MAPA DE ECUADOR



Micro-Localización: Es el sitio donde se define específicamente la ubicación es en el barrio Zarzas 2 ubicado al sur de la ciudad de Loja, este sería el lugar donde se instala la nueva empresa.

Matriz de selección de la Localización.

Evaluación de la ubicación para la planta industrializadora de café orgánico

CUADRO #40

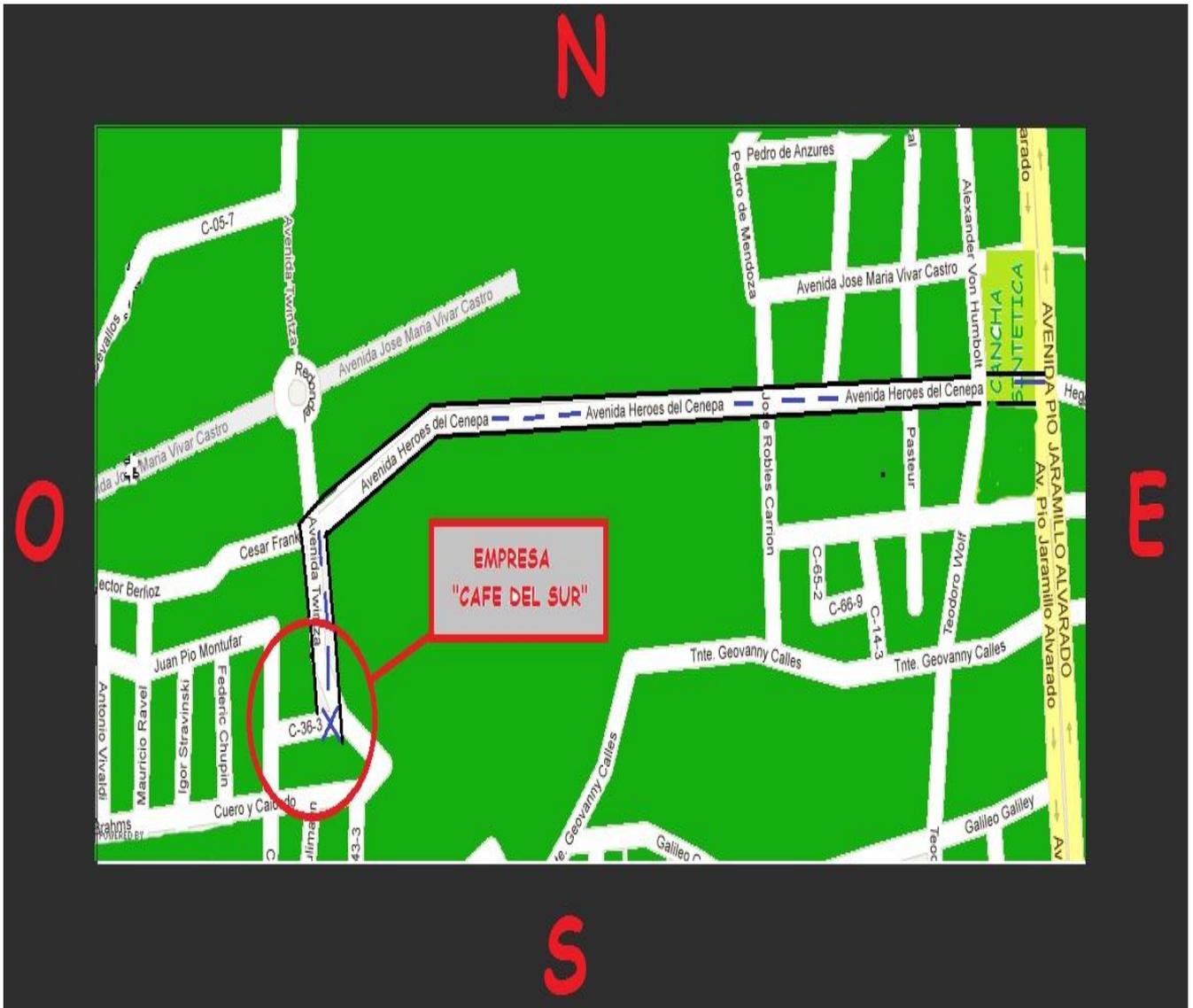
FACTORES	PESO	EL VALLE		CENTRO DE LA CIUDAD		PARQUE INDUSTRIAL		CIUADAELA LAS ZARZAS 2	
		CALIF.	POND.	CALIF.	PON D.	CALI F.	PON D.	CALI F.	POND.
Mat. Prima disponible	0,4	7	2,8	6	2,4	5	2	9	3,6
Cercanía Mercado	0,5	7	3,5	8	4	3	1,5	6	3
Man. De obra disponible	0,02	5	0,1	5	0,1	6	0,12	8	0,16
Calidad de servicios básicos	0,01	3	0,03	4	0,04	7	0,07	7	0,06
Medios de transporte	0,03	6	0,18	6	0,18	5	0,15	6	0,15
Costos de transporte Mat. Prima	0,02	4	0,08	6	0,12	4	0,08	5	0,1
Costos de transporte producto terminado	0,02	7	0,14	8	0,16	5	0,1	6	0,12
TOTAL	1	6,83		7		4,02		7,19	

Fuente: Preparación y evaluación de proyectos

Elaboración: Las autoras

DESCRIPCION FISICO GEOGRAFICA.

GRAFICO #21



INGENIERIA DE PROCESO PRODUCTIVO

PROCESO PRODUCTIVO

El proceso productivo se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada

tecnología, es decir la combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimiento de operación, etc.

Descripción de las actividades del proceso productivo.

Almacenado: para obtener un apropiado almacenamiento el grano de café debe tener de 12 a 12.5% de humedad y estar en condiciones atemperadas en el instante de ensacar, los sacos deben ser de yute nuevos y limpios. La bodega donde se va a almacenar el grano debe reunir los siguientes requisitos:

- Ambiente seco, ventilado y libre de toda contaminación con una temperatura máxima de 20 ° centígrados, caso contrario pierde su calidad.

Transporte de materia prima: esta actividad consta de transportar la materia prima del lugar donde fue almacenado hasta el sitio de procesamiento con un tiempo de 30 minutos.

Tostado del café: a través de este proceso el café oro o verde se transforma en los aromáticos granitos, los granos adquieren su característico color y sueltan los aceites esenciales que le dan sabor y aroma a la taza que bebemos para ello se utiliza una maquina tostadora cuya capacidad es de 10 kilos por hora.

Enfriado del café: una vez finalizado el tueste es necesario enfriar rápidamente para evitar perder el menor número de compuestos volátiles y retener en el interior del grano la mayor parte posible. Para este proceso

vaciaremos el café sobre una mesa, a temperatura ambiente y tendrá un tiempo de enfriamiento de 60 minutos. Una vez enfriado el café tostado se procede a molerlo.

Molido del café: este proceso se realiza con la finalidad de obtener un café molido semielaborado para dar mayor facilidad en su consumo. La molido del café tostado se realiza una vez que el café se haya enfriado utilizando un molino eléctrico cuya capacidad es de 10 kilos en 30 minutos.

Empaque plástico: para el envasado del café orgánico, tostado y molido se procederá a utilizar fundas plásticas o al vacío, para mantener la calidad y frescura del café, proceso que durara 30 minutos. Tomando en cuenta que el empaque se lo hará en fundas de plástico y de papel como se lo explica en el plan de comercialización.

Pesado del café: una vez enfundado el café será pesado en la balanza eléctrica, considerando el peso según la funda de empaque a la cual será llevada, en un tiempo de media hora.

Sellado de la funda de café: una vez enfundado y pesado el café será sellado para su máxima protección, este proceso se demorara 15 minutos.

Empacado en funda de papel: al sellar la funda de plástico se procede a colocar en el empaque de papel para tener una mejor presentación del producto, el tiempo empleado será de 15 minutos, seguidamente se procede a grapar y etiquetar este empaque con un tiempo de 30 minutos, para luego ser ordenado y embodegado en los 30 minutos restantes.

FLUJOGRAMA DE PROCESO.

GRAFICO #22

DESCRIPCION DEL PROCESO						MINUTOS
Transporte de materia prima			*			30
Tostado	*					110
Control de calidad		*				10
Enfriado				*		50
Molido	*					60
Enfriamiento del molino				*		30
Empacado plástico	*					30
Pesado	*	*				30
Control de calidad		*				10
Sellado	*					15
Empacado en funda de papel	*					30
Engrapado	*					30
Ordenado	*					15
Embodegado					*	30
TOTAL EN MINUTOS						480
TOTAL EN HORAS						8,0
Fuente: flujograma						80 kilos
Elaboracion: Las autoras						

En las 8 horas de trabajo se va a producir 80 kilos de café orgánico de acuerdo a las actividades establecidas en el flujo grama antes mencionada, al igual que se va a realizar durante el proceso un control de calidad con una duración de 20 minutos.

SIMBOLOGIA

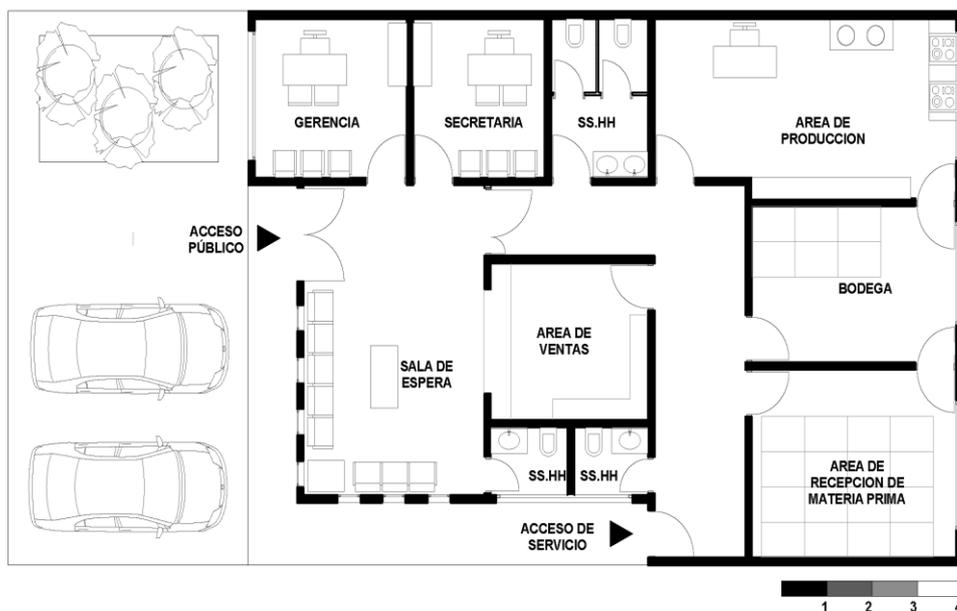
	OPERACIÓN
	INSPECCION
	TRANPORTE
	DEMORA
	ALMACENAMIENTO

INGENIERIA DE LA PLANTA DE LA EMPRESA

En el siguiente grafico se expone la distribución de la planta.

PLANO DE LA EMPRESA “CEFÉ OEGÁNICO DEL SUR”.

GRAFICO #23



Listado de la planta productiva y sus características.

VEHICULO

MARCA: CHEVROLET

MODELO: LUV C/S 4X2 TM INYEC

AÑO: 2000

CILINDRAJE: 2200 C.C.

TONELAJE: 0.75 TONELADAS



PRECIO: \$ 12.000 DOLARES

MAQUINARIA

TOSTADORA ELECTRICA



MARCA: CHROME

MODELO: TKMXSX10

CAPACIDAD: 10 KG1 HORA

PRECIO: \$ 450

MOLINO ELECTRICO

MARCA: CHROME

MODELO:TKS16F

CAPACIDAD: 10KG 30 MINUTOS

PRECIO: \$ 1500



EQUIPOS DE COMPUTACIÓN



MARCA: DELL

MODELO: INSPIRON 660S

MEMORIA: 4GB SDRAM DDR3 A 1600MHZ

DISCO DURO: SATA DE 500GB 7200 RPM 3.5"

PRECIO: \$500 **EQUIPO DE OFICINA**

TELEFONOS

MARCA: PANASONIC

MODELO: KX-TG4072 INALAMBRICO Y

CONTESTADOR DIGITAL

PRECIO: \$40



SUMADORA



MARCA: CANON

MODELO: P20-DH

PRECIO: \$55

MUEBLES DE OFICINA

ARCHIVADOR



MARCA: MADERA

COLOR: NEGRO

DIMENCIONES: 1,50 ALTURA

ACHO 0,5CM

PRECIO: \$300

MESA CUADRADA

DESCIPCION: MESA DE CEDRO.

MEDIDAS: 2M, 1M, 0,75 (LARGO POR ANCHO POR ALTO)

PRECIO: \$300



ESCRITORIO TIPO GERENTE



MATERIAI: MADERA (CEDRO)

COLOR: CAFE

PRECIO: \$350

SILLON GIRATORIO

DESCRIPCION: Estilo clásico tapizado cuerina

COLOR: MARRON.

MEDIDAS: ALTURA 88 CM ALTURA DEL ASIENTO 43

PRECIO: \$80



HERRAMIENTAS DE PRODUCCIÓN

BALANZA ELÉCTRICA



MARCA: TORREY

MODELO: PSR- 40

CAPACIDAD: 20 A 49KG

PRECIO: \$180

SELLADORA ELÉCTRICA

MARCA: PHOPOBUCKET.

VOLTAJE: 110VOLTIOS

LONGITUD DE SELLO :20CM

PRECIO: \$150



GRAPADORA ELÉCTRICA

MARCA: EPSON ELECTRONICA.

MODELO: SWINGLINE 67 ELECTRICO.

PRECIO: \$100



KIT DE HERRAMIENTAS

MARCA: MASTERHAC

PRECIO: \$80



ESTUDIO ORGANIZACIONAL

MARCO LEGAL

Considerándolo al estudio organizacional, sistema ordenado de reglas y relaciones funcionales para llevar a cabo las políticas empresariales.

Es conveniente que en el mismo se presenten características específicas y normalmente únicas que obligan a definir una estructura organizativa acorde con los requerimientos propios que exija su ejecución.

En lo que respecta a la organización social, la empresa en proceso de formación se enmarcará en la Constitución Política de la República del Ecuador, en la Ley de Compañías y en el contrato social que los socios realizan.

En lo referente al contrato social que se suscribirá tendrá una duración de cinco años, y luego finalizado este lapso, el mismo podrá ser renovado si se lo determinase así, o si no fuera ese el caso se procederá a su respectiva liquidación, y sus causales se sujetarán por lo dispuesto por la Ley de Compañías.

Dentro de los puntos considerados dentro de la escritura pública que se formará constarán los siguientes:

ACTA CONSTITUTIVA

Es un documento certificado de la conformación legal de la empresa, en el que se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.

RAZÓN SOCIAL:

Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley, la compañía será de Responsabilidad Limitada, la razón social de la empresa a conformarse es “**CAFÉ ORGÁNICO DEL SUR**”. La compañía se contraerá mediante Escritura Pública según la Superintendencia de Compañías, así mismo será inscrita en el Registro Mercantil.

DOMICILIO Y DIRECCIÓN:

La empresa será domiciliada en la ciudad de Loja perteneciente a la provincia de Loja y en la ciudad del mismo nombre, en el Barrio Zarzas II calles tiwinza y sin nombre ubicado al sur del ciudad.

OBJETO DE LA EMPRESA:

Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido por lo cual la empresa ofrecerá café orgánico a los demandantes locales.

CAPITAL SOCIAL:

El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía de Responsabilidad Limitada, es de cuatrocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación y su saldo deberá cancelarse en un plazo no mayor a doce meses el capital será de \$17,352.98 con una participación de \$ 8,676.49 por cada socia.

TIEMPO DE DURACIÓN DE LA SOCIEDAD:

La duración de la empresa será de 5 años a partir de la fecha de inscripción en el registro mercantil.

NACIONALIDAD:

La empresa será de nacionalidad ecuatoriana por lo que estará sujeta a todas las leyes vigentes del Ecuador.

ESTUDIO ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo que establece la Ley de Compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles.

NIVEL EJECUTIVO

Este nivel está conformado por el Gerente- Administrador, el cual será nombrado por los socios mediante asamblea y será el responsable de la

gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

NIVEL ASESOR

Normalmente constituye este nivel el órgano destinado a orientar las decisiones que merecen un trámite especial como es el caso de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes. Generalmente toda empresa cuenta con un asesor jurídico sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales en otras áreas en caso de requerirlo.

NIVEL AUXILIAR DE APOYO

Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tiene relación directa con las actividades administrativas de la empresa, su grado de autoridad es mínimo y su responsabilidad se limita a cumplir órdenes de los niveles ejecutivos. En el caso de la presente empresa este nivel está conformado por la Secretaria Contadora.

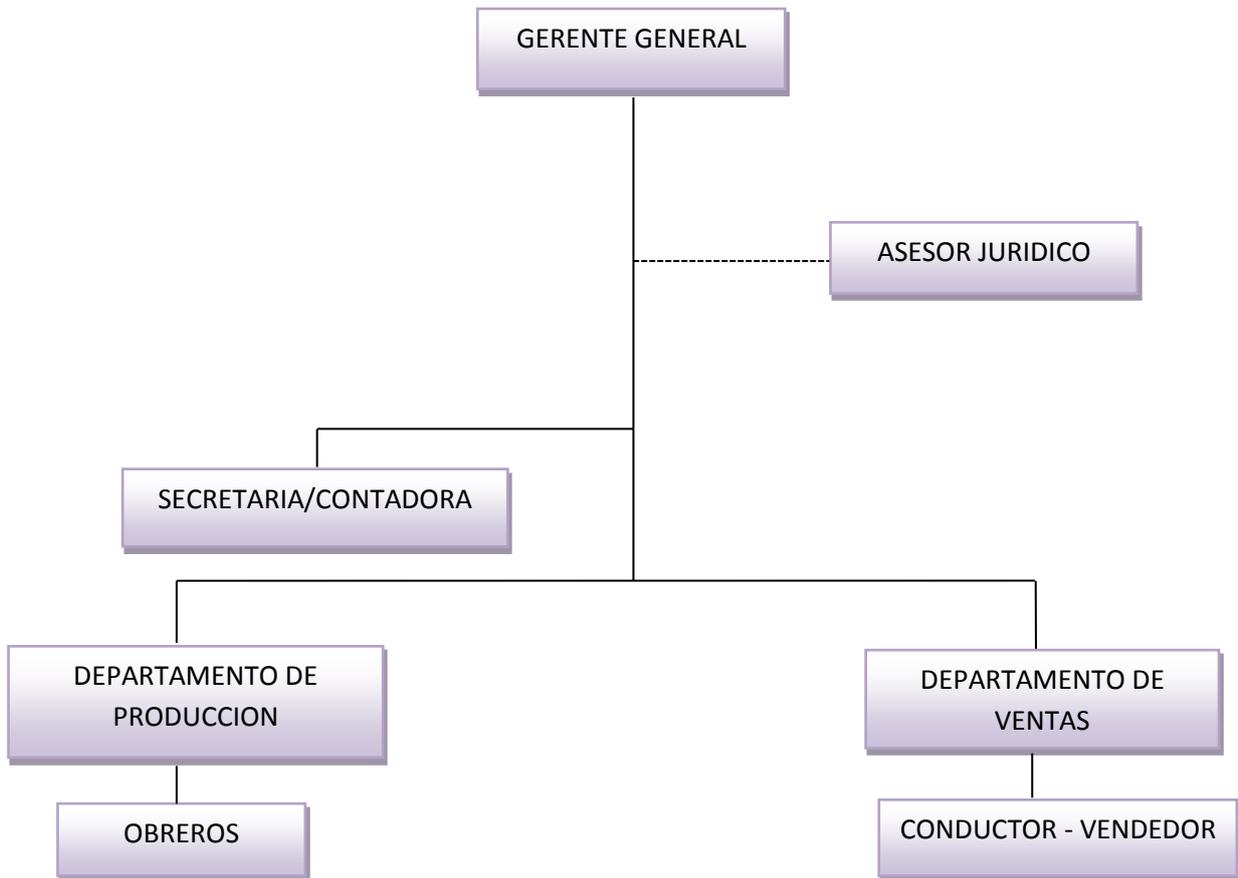
NIVEL OPERATIVO

Está formado por todos los puestos de trabajo que tiene relación directa con la prestación del servicio. Es decir, son todos los departamentos que se encargan de la marcha operativa de la empresa.

ORGANIGRAMAS

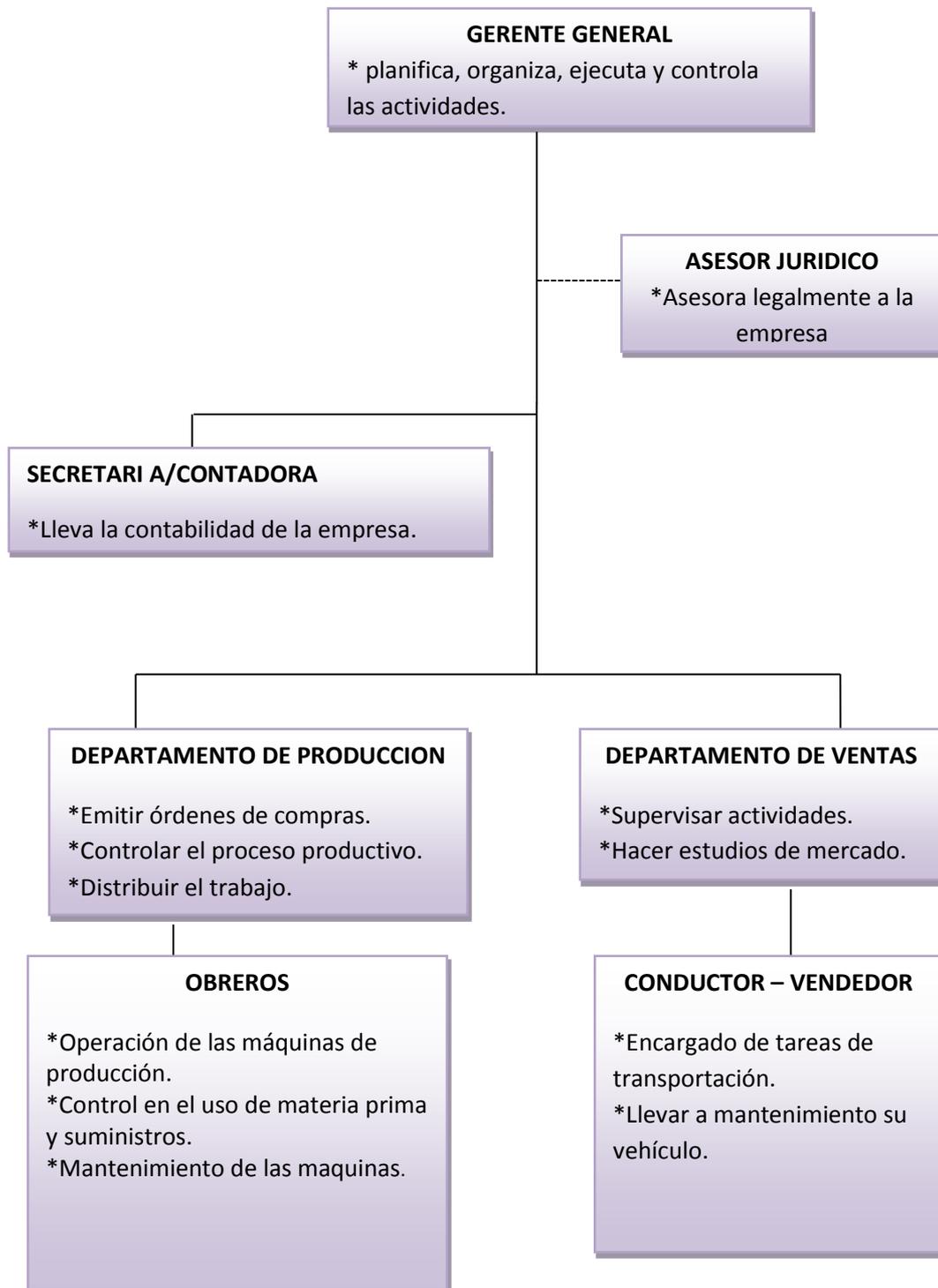
Es la representación gráfica de una estructura orgánica que muestra claramente la composición y orden, en sus departamentos, sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría dentro de la misma.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA “CAFÉ ORGÁNICO DEL SUR”



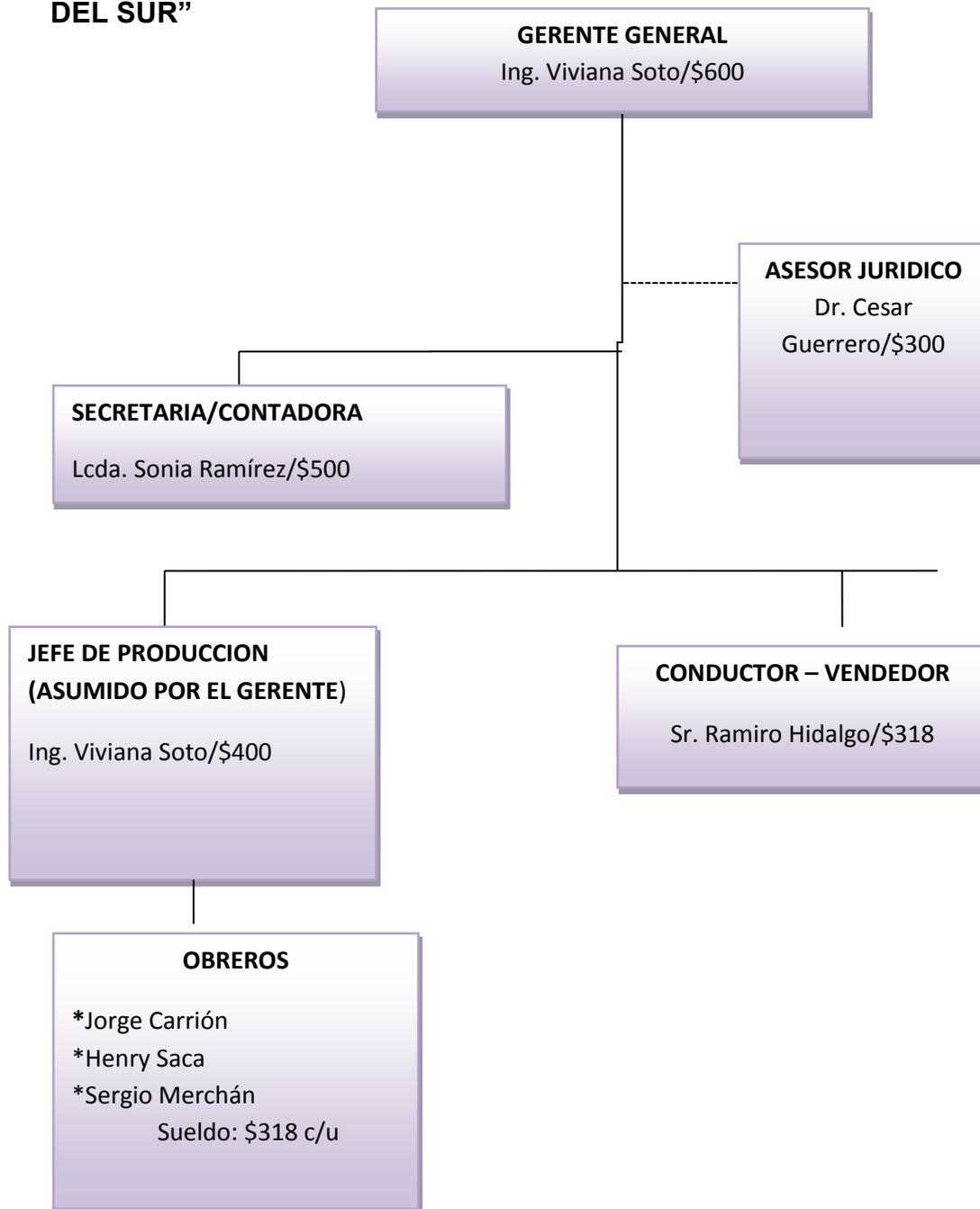
Elaboración: las autoras.

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA “CAFÉ ORGÁNICO DEL SUR”.



Elaboración: las autoras.

ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA “CAFÉ ORGÁNICO DEL SUR”



Elaboración: las autoras.

MANUAL DE FUNCIONES “CAFÉ ORGÁNICO DEL SUR” Cia. Ltda.

Consiste en la descripción detallada de todos los puestos de trabajo que existirán en la empresa y las funciones específicas que cada empleado va a cumplir. Este manual está elaborado con la finalidad de que la organización cuente con un documento que muestre como está organizada la empresa industrializadora de, “CAFÉ ORGÁNICO DEL SUR” Cia. Ltda. Es de gran importancia contar con información de la empresa industrializadora de café, para que de esta forma los trabajadores conozcan con precisión y exactitud cuáles son las funciones que deben desempeñar como colaboradores, así como a quien están subordinados.

DESCRIPCION DE LOS PUESTOS Y SUS FUNCIONES

El manual de la empresa “CAFÉ ORGÁNICO DEL SUR” es una versión detallada de la descripción de los objetivos, funciones, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos de trabajo que componen la estructura de la organización.

El propósito fundamental de estos manuales, es el de instruir a los miembros que la componen sobre los distintos aspectos antes mencionados, procurando minimizar el desconocimiento de las obligaciones de cada uno, la duplicación o supervisión de funciones, lentitud y complicación innecesarias al momento de realizar la producción del café, desconocimientos de los procedimientos administrativos, entre otros.

CUADRO # 41

<p>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</p> <p>CODIGO: 001</p> <p>Cargo: Gerente General y Financiero</p> <p>Descripción del trabajo: Manejo sobre las aéreas técnicas, administrativas y financieras.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Planificar y organizar las actividades de la empresa➤ Dirigir las actividades financieras➤ Administración del recurso humano➤ Controlar correctamente actividades administrativas
<p>ANALISIS DEL CARGO</p> <p>Requisitos</p> <p>Instrucción: Titulación Universitaria Superior</p> <p>Otras aptitudes: Capacidad para dirigir, planificar y organizar</p>

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Las autoras

CUADRO #42

<p>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</p> <p>CODIGO: 002</p> <p>Cargo: Jefe de producción</p> <p>Descripción del trabajo: Control y supervisión del proceso de producción del producto.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Controlar cada tarea del proceso de transformación del producto➤ Controlar la calidad de la materia prima➤ Administración del recurso humano➤ Controlar el óptimo rendimiento y mantenimiento de las máquinas de producción.
<p>ANÁLISIS DEL CARGO</p> <p>Requisitos</p> <p>Instrucción: Titulación Universitaria Superior de Ingeniería industrial, químicos o afines.</p> <p>Otras aptitudes: Trabajo en equipo liderazgo.</p>

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Las autoras

CUADRO #43

<p>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</p> <p>CODIGO: 003</p> <p>Cargo: secretaria.</p> <p>Descripción del trabajo: Organizar, archivar, comunicarse y Ejecutar</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Atención en la recepción y llamadas➤ Capacidad de observación, concentración y amplitud de memoria.➤ Criterio propio para actuar oportunamente y distinguir prioridades.
<p>ANALISIS DEL CARGO</p> <p>Requisitos</p> <p>Instrucción: Titulación Universitaria Superior en secretariado contable.</p> <p>Otras aptitudes: lealtad, honradez, responsabilidad.</p>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Las autora

CUADRO #44

<p>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</p> <p>CODIGO: 004</p> <p>Cargo: contadora</p> <p>Descripción del trabajo: Realizar la contabilidad de la Empresa y actividades afines</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</p> <ul style="list-style-type: none">➤ La preparación de los informes financieros.➤ Registro de todas las actividades de la empresa.➤ Estudios de estados financieros y sus análisis.
<p>ANALISIS DEL CARGO</p> <p>Requisitos</p> <p>Instrucción: Titulación Universitaria Superior en secretariado contable.</p> <p>Otras aptitudes: lealtad, honradez, responsabilidad.</p>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Las autora

CUADRO #45

<p>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</p> <p>CODIGO: 005</p> <p>Cargo: operario</p> <p>Descripción del trabajo: elaboración del café tostado y molido.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</p> <p>➤ Operar correctamente en las maquinas utilizadas para la operación de café tostado y molido, y todos sus procesos que van desde la recepción de la materia prima hasta el empaclado para ser vendido.</p>
<p>ANALISIS DEL CARGO</p> <p>Requisitos</p> <p>Instrucción: titulación media, bachilleres.</p> <p>Otras aptitudes: trabajo en equipo.</p>

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Las autoras.

CUADRO #46

<p>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</p> <p>CODIGO: 006</p> <p>Cargo: conductor</p> <p>Descripción del trabajo: transporte del producto terminado a los lugares de ventas.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Distribución del producto final al centro de ventas.➤ Recoger y entregar documentos a recepción.➤ Responder sobre el estado del vehículo.
<p>ANALISIS DEL CARGO</p> <p>Requisitos.</p> <p>Instrucción: titulación media bachilleres.</p> <p>Otras aptitudes: lealtad honradez y responsabilidad.</p>

Fuente: Trabajo de campo

Elaboración: Las autoras.

CUADRO #47

<p>IDENTIFICACIÓN DEL CARGO</p> <p>CODIGO: 007</p> <p>Cargo: vendedor</p> <p>Descripción del trabajo: venta del café orgánico en el almacén establecido.</p>
<p>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Realizar la venta del café orgánico tostado y molido.➤ Llevar un registro de la venta del café orgánico.
<p>ANALISIS DEL CARGO</p> <p>Requisitos.</p> <p>Instrucción: titulación media bachilleres.</p> <p>Otras aptitudes: responsabilidad, lealtad y amabilidad.</p>

Fuente: Trabajo de campo.

Elaboración: Las autoras.

ESTUDIO FINANCIERO

En el estudio financiero determinamos cual será el monto total de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, en función de los requerimientos necesarios para la implementación de la empresa como: recursos humanos, materiales físicos para cubrir la capacidad instalada de producción mediante un ejercicio económico a lo largo de la vida útil de la misma.

El estudio financiero contendrá los siguientes instrumentos:

- Inversiones del proyecto.
- Fuentes de financiamiento
- Presupuestos de costos e ingresos totales
- Punto de equilibrio
- Evaluación financiera

INVERSIONES DEL PROYECTO

Las inversiones representan desembolsos de efectivo para la adquisición de activos como son: fijos, diferidos y capital de trabajo. Gran parte de estas inversiones deben realizarse antes de la fase de operación del proyecto, puede darse el caso de que aun en esta fase sea necesario el realizar inversiones, ya sea para renovar activos desgastados o porque sea necesario incrementar la capacidad de producción.

INVERSIONES EN ACTIVOS FIJOS.

Son todos los bienes y derechos de propiedad de la empresa que ha planificado obtener para las operaciones administrativas teniendo como característica especial que sufren depreciación entre los activos están vehículo, muebles y enseres, maquinaria, adecuación e instalación equipo de computación, equipo de oficina herramientas de producción los cuales son necesarios para la ejecución del proyecto

Seguidamente se expone la caracterización de cada uno de los activos.

➤ Vehículo.

Es necesaria la compra de un vehículo para el transporte de la materia prima al igual que café orgánico elaborado hacia los diferentes supermercados y tiendas de la ciudad cuyo precio es de \$ 12.000.

CUADRO #48

Descripción de Vehículo

ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL (\$)
Vehículo	unidades	1	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
TOTAL				\$ 12.000,00

Fuente: MP Vehículos

Elaboración: Las autoras

➤ Adecuación e Instalaciones.

Son los gastos concernientes arreglo y pintado del local instalación de letrero publicitario, línea telefónica estableciéndose en un total de \$ 965, como se detalla en el cuadro siguiente.

CUADRO #49

Descripción de Adecuación e Instalaciones

ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL (\$)
Instalación de una línea telefónica	unidad	1	\$ 65,00	\$ 65,00
Letrero publicitario	unidad	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Adecuación de la planta de producción	unidad	1	\$ 700,00	\$ 700,00
TOTAL				\$ 965,00

Fuente: Castillo pardo , Rotulación y publicación

Elaboración: Las autoras

➤ Maquinaria.

Se ha planeado la compra una tostadora eléctrica y un molido eléctrico para cumplir el proceso productivo de la industrialización de café orgánico, se obtuvo mediante proformas e investigaciones en locales comerciales que se dedican a la venta de las mismas. Cuyo costo total es \$ 2400.

CUADRO #50

Descripción de Maquinaria

ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL (\$)
Tostadora Eléctrica	unidad	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Molino Eléctrico	unidad	2	\$ 450,00	\$ 900,00
TOTAL				\$ 2.400,00

Fuente: Almacén Ochoa Hermanos

Elaboración: Las autoras

➤ Herramientas de producción

Son aquellas herramientas que sirven para el empacado del café orgánico cuyo costo es de \$ 510.

CUADRO #51

Descripción de Herramientas de Producción

ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL (\$)
Grapadora Eléctrica	unidad	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Selladora Eléctrica	unidad	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Balanza Eléctrica	unidad	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Kit de herramientas	unidad	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Fuente: Ferretería Eléctros			TOTAL	\$ 510,00

Elaboración: Las autoras

➤ Equipo de computación.

La empresa ha planificado la compra de 2 equipos de computación con un precio de \$1000 al igual que un equipo de oficina cuyo costo es de \$ 190 para ser utilizados por el personal administrativo.

CUADRO #52

Descripción Equipo de Computación

ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL (\$)
Computadora con impresora	unidad	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Fuente: Toners			TOTAL	\$ 1.000,00

Elaboración: Las autoras

CUADRO #53

Descripción Equipo de Oficina

ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL (\$)
Teléfono	unidad	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Sumadora	unidad	2	\$ 55,00	\$ 110,00
Fuente: Graficas Santiago			TOTAL	\$ 190,00

Elaboración: Las autoras

➤ **Muebles y Enseres.**

Para el presente proyecto se ha planificado adquirir escritorio, sillones giratorios, archivador etc. Los mismos que servirán para cumplir de forma eficiente las funciones administrativas que debe cumplir la empresa. Estos activos fueron cotizados, en diferentes mueblerías de la localidad cuyo costo es de \$1.460.

CUADRO #54

Descripción de Muebles y Enseres de Oficina

ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL (\$)
Archivador	unidad	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Escritorios tipo gerente	unidad	2	\$ 350,00	\$ 700,00
Mesa cuadrada	unidad	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Sillones Giratorios	unidad	2	\$ 80,00	\$ 160,00
			TOTAL	\$ 1.460,00

Fuente: Mueblería Arte en Muebles

Elaboración: Las autoras

➤ **Arriendo.**

El valor que se pagara por el arriendo del local para la planta industrializadora de café es de \$600 mensuales esta planta está ubicada al sur de la ciudad barrio zarzas II.

CUADRO #55

Descripción del Arriendo del Local

DESCRIPCION	COSTO MENSUAL (\$)
Arriendo	\$ 600,00
TOTAL MENSUAL	\$ 600,00
TOTAL ANUAL	\$ 7.200,00

Fuente: propietaria de la casa barrio Zarzas II

Elaboración: Las autoras

➤ **Inversiones en gastos Preoperativos.**

Se refiere a los desembolsos que la empresa realiza antes de las operación estos gastos lo constituyen los estudios preliminares, gastos de constitución, registro sanitario marcas patentes, permiso municipal.

Para estos gastos un costo de \$ 1.900.

CUADRO #56

Descripción de Costos de Elaboración del Proyecto

DESCRIPCION	PRECIO (\$)
Estudios preliminares	\$ 500,00
Gastos de constitución (escritura)	\$ 800,00
Registro sanitario, Marca, Patentes, permiso municipal	\$ 600,00
TOTAL	\$ 1.900,00

Fuente: Municipio de Loja

Elaboración: Las autoras

CUADRO #57

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS

PERIODO	TOTAL	AMORTIZACION ANUAL
MENSUAL	1.900	
AÑO 1		\$ 380
AÑO 2		\$ 380
AÑO 3		\$ 380
AÑO 4		\$ 380
AÑO 5		\$ 380

Fuente: Cuadro de financiamiento cuadro #56

Elaboración: Las autoras

INVERSIONES EN ACTIVOS CIRCULANTES.

Es la parte de las inversiones que se destina para resolver los costos de producción y de operación al inicio del funcionamiento del proyecto; es el dinero que se dispone para trabajar y en función del mismo proceder a realizar la rotación de inventarios.

Este capital se lo ha calculado para un mes, puesto que luego de este lapso se generará ingresos por la venta del producto que la empresa ofrecerá.

➤ **Materia Prima Directa**

Es el elemento material que se utiliza para la transformación de un producto.

En este caso la materia prima directa será el café orgánico despulpado.

CUADRO # 58

Descripción de Materia Prima Directa

ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	PERDIDA POR HUMEDAD 20%	CANTIDAD (kilogramo)	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO ANUAL (\$)	PRECIO MENSUAL (\$)
Café para producir 17952 kilogramos	kilogramo	3.590	21.542	\$ 4,18	\$ 90.047,23	\$ 7.503,94
Café para producir 18374 kilogramos	kilogramo	3.675	22.049	\$ 4,27	\$ 94.256,11	\$ 7.854,68
Café para producir 19008 kilogramos	kilogramo	3.802	22.810	\$ 4,37	\$ 99.721,88	\$ 8.310,16
Café para producir 20698 kilogramos	kilogramo	4.140	24.838	\$ 4,47	\$ 111.053,10	\$ 9.254,42
Café para producir 21120 kilogramos	kilogramo	4.224	25.344	\$ 4,57	\$ 115.889,60	\$ 9.657,47

Fuente: Cuadro #39

Elaboración: Las autoras

Se tomó como referencia la capacidad utilizada la cual se ira produciendo año a año, la misma que sirve para la adquisición de la materia prima cabe recalcar que al momento el proceso de tostado el café pierde un 20% de humedad por lo cual se debe adquirir más café orgánico despulpado como

se muestra el cuadro antes descrito (cuadro N° 58), el precio se va proyectando con la tasa de inflación que según la página web del Banco Central del Ecuador es de 2. 27% para el mes de agosto del 2013. El cálculo se realizó para el mes y año.

➤ **Materiales Indirectos**

Agrupar todos los elementos que intervienen en el empaquetado del café, para lo cual se adquirirá paquetes de 100 fundas para libra y kilo paquetes de 100 fundas de papel y cajas de 500 grapas, se realiza el cálculo de lo que se necesita cada año de acuerdo a la producción de la capacidad instalada.

CUADRO #59

Descripción de Materia Prima Indirecta

AÑO 1 PARA PRODUCIR 17952 KILOGRAMOS DE CAFÉ				
ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Fundas plásticas para libra, kilo	Paquete de 100 unidades	180	\$ 0,50	\$ 90,00
Fundas de papel para libra, kilo	Paquete de 100 unidades	180	\$ 0,75	\$ 135,00
Caja de grapas	cajas 500 unidades	36	\$ 1,25	\$ 45,00
TOTAL ANUAL AÑO 1				\$ 270,00
TOTAL MENSUAL				\$ 22,50
AÑO 2 PARA PRODUCIR 18374 KILOGRAMOS DE CAFÉ				
		184	\$ 0,51	\$ 94,09
		184	\$ 0,77	\$ 141,13
		37	\$ 1,28	\$ 47,30
TOTAL ANUAL AÑO 2				\$ 282,52
TOTAL MENSUAL				\$ 23,54
AÑO 3 PARA PRODUCIR 19008 KILOGRAMOS DE CAFÉ				
		190	\$ 0,52	\$ 99,36
		190	\$ 0,78	\$ 149,04
		39	\$ 1,31	\$ 50,99
TOTAL ANUAL AÑO 3				\$ 299,39
TOTAL MENSUAL				\$ 24,95
AÑO 4 PARA PRODUCIR 20.698 KILOGRAMOS DE CAFÉ				
		207	\$ 0,53	\$ 110,71
		207	\$ 0,80	\$ 166,06
		42	\$ 1,34	\$ 56,16
TOTAL ANUAL AÑO 4				\$ 332,93
TOTAL MENSUAL				\$ 27,74
AÑO 5 PARA PRODUCIR 21.120 KILOGRAMOS DE CAFÉ				
		212	\$ 0,55	\$ 115,96
		212	\$ 0,82	\$ 173,94
		42	\$ 1,37	\$ 57,43
TOTAL ANUAL AÑO 5				\$ 347,33
TOTAL MENSUAL				\$ 28,94

Fuente: Cuadro N° 38, Almacén BCE.

Elaboración: Los autores

➤ **Mano de Obra Directa**

Es aquella que se encuentra directamente inmersa en el proceso de producción, para la transformación del café grano en café molido hemos creído conveniente utilizar 2 obreros que se detalla en el siguiente cuadro.

CUADRO #60

Descripción Sueldo de Mano de Obra Directa

CARGO	REMUNERACIÓN UNIFICADA (\$)	APORTE PATRONAL 11,15%	DECIMO TERCERO (\$)	DECIMO CUARTO (\$)	VACACIONES (\$)	FONDO DE RESERVA 8,33%	COSTO TOTAL (\$)	
Obrero 1	\$ 318,00	35,46	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 13,25	26,49	\$ 446,20	
Obrero 2	\$ 318,00	35,46	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 13,25	26,49	\$ 446,20	
Fuente: IIES							TOTAL MENSUAL	\$ 892,39
Elaboración: Las autoras							TOTAL ANUAL	\$ 10.708,71

➤ **Salarios de Personal Administrativo.**

Se contara con un gerente y una secretaria.

CUADRO #61

Salario Personal Administrativo

CARGO	REMUNERACIÓN UNIFICADA (\$)	APORTE PATRONAL 11,15%	DECIMO TERCERO (\$)	DECIMO CUARTO (\$)	VACACIONES (\$)	FONDO DE RESERVA 8,33%	COSTO TOTAL (\$)	
Gerente	\$ 600,00	66,90	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 25,00	49,98	\$ 841,88	
Secretaria Contadora	\$ 500,00	55,75	\$ 41,67	\$ 41,67	\$ 20,83	41,65	\$ 701,57	
Fuente: Ministerio de Relaciones laborales							TOTAL MENSUAL	\$ 1.543,45
Elaboración: Los autores							TOTAL ANUAL	\$ 18.521,36

➤ **Útiles de aseo**

Este rubro abarca todo los útiles necesarios para el aseo y limpieza de la planta industrializadora de café cuyo costo total es de \$ 534.

CUADRO #62

Descripción Útiles de Aseo

ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Trapeadores y balde	unidades	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Escobas y recogedores	unidades	3	\$ 1,50	\$ 4,50
detergentes y desinfectantes	unidades	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Basurero negro	unidades	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Basureros verde	unidades	1	\$ 15,00	\$ 15,00
			TOTAL MENSUAL	\$ 44,50
			TOTAL ANUAL	\$ 534,00

Fuente: Almacén Karina, Municipio de Loja
Elaboración: Los autores

➤ **Servicios Básicos.**

Dentro de los servicios básicos están los necesarios para la operación de la planta, y los necesarios para lo administrativo.

CUADRO #63

Descripción de Servicios Básicos Administrativos

ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Agua	m ³	3	\$ 0,20	\$ 0,60
Luz	kWh	120	\$ 0,13	\$ 15,60
Telefono	minutos	150	\$ 0,13	\$ 19,50
			TOTAL MENSUAL	\$ 35,70
			TOTAL ANUAL	\$ 428,40

Fuente: ERSSA, UMAPAL CNT
Elaboración: Los autores

CUADRO #64

Descripción de Servicios Básicos de Operación

ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Agua	m ³	15	\$ 0,20	\$ 3,00
Luz eléctrica	kWh	600	\$ 0,13	\$ 78,00
Fuente: ERSSA, UMAPAL			TOTAL MENSUAL	\$ 81,00
Elaboración: Los autores			TOTAL ANUAL	\$ 972,00

➤ Útiles de oficina.

Comprende todos los útiles necesarios para el desempeño del personal administrativo cuyo costo es de \$ 586,20

CUADRO #65

Descripción de otros Gastos de Administración Útiles de oficina

ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Tintas de impresora	unidades	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Resmas de papel boom	unidades	3	\$ 4,50	\$ 7,50
Esferograficos	unidades	2	\$ 0,35	\$ 2,35
Perforadora	unidades	1	\$ 4,00	\$ 5,00
Grapadora	unidades	1	\$ 3,00	\$ 4,00
Fuente: Gráficas Santiago			TOTAL MENSUAL	\$ 48,85
Elaboración: Los autores			TOTAL ANUAL	\$ 586,20

GASTOS EN VENTAS.

Salario al personal de ventas.

Se contara con un conductor vendedor que se encarga de la distribución del café orgánico cuyo salario se muestra en el siguiente cuadro.

CUADRO #66

Descripción Salario al Personal de Ventas

CARGO	REMUNERACIÓN UNIFICADA (\$)	APORTE PATRONAL 11.15%	DECIMO TERCERO (\$)	DECIMO CUARTO (\$)	VACACIONES (\$)	FONDO DE RESERVA 8.33%	COSTO TOTAL (\$)
Conductor - vendedor	\$ 318,00	35,46	\$ 26,50	\$ 26,50	\$ 13,25	26,49	\$ 446,20
TOTAL MENSUAL							\$ 446,20
TOTAL ANUAL							\$5.354,36

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: Las autoras

➤ **Mantenimiento del vehículo.**

Para la distribución del café se requiere del mantenimiento del vehículo el cual se necesitara el combustible y lubricantes el cual tendrá un costo de \$1.428,00 al año.

CUADRO #67

Descripción Mantenimiento Vehículo

ITEM	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Combustible	galones	30	\$ 1,80	\$ 54,00
Lubricantes	galones	5	\$ 13,00	\$ 65,00
TOTAL MENSUAL				\$ 119,00
TOTAL ANUAL				\$ 1.428,00

Fuente: Gasolinera la Llave

Elaboración: Los autores

➤ **Publicidad y promoción.**

Para dar a conocer el café orgánico se lo hará por UV televisión canal local, al igual que por radio mix 107. 5 tendrá un costo de \$5.760 anual.

CUADRO #68

Descripción Publicidad y Promoción

ITEM	NUMERO DE VECES (MES)	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)	
Cuña radial por mes	150	\$ 80,00	\$ 80,00	
Spot publicitaria tv por mes	150	\$ 400,00	\$ 400,00	
Fuente: Radio Mix, UV Televisión			TOTAL MENSUAL	\$ 480,00
Elaboración: Las autoras			TOTAL ANUAL	\$ 5.760,00

RESUMEN DE LA INVERSIÓN.

El monto total de la inversión asciende a \$31.732,52 (treinta y un mil setecientos treinta y dos dólares con cincuenta y dos centavos de dólar).

CUADRO #69

Inversión del Proyecto Café Orgánico (primer mes)

	PARCIAL	TOTAL
ACTIVOS FIJOS		\$ 18.015,00
Vehículo	\$ 12.000,00	
Adecuación e instalaciones	\$ 965,00	
Maquinaria	\$ 2.400,00	
Equipo de computación	\$ 1.000,00	
Equipos de oficina	\$ 190,00	
Muebles y enseres de oficina	\$ 1.460,00	
Herramientas de producción	\$ 510,00	
GASTOS PREOPERATIVOS		\$ 1.900,00
COSTOS DE ELABORACIÓN Y CONSTITUCION DEL PROYECTO	\$ 1.900,00	
CAPITAL DE TRABAJO (CALCULADO PARA UN MES)		
Gastos de operación		\$ 8.544,33
MATERIA PRIMA		
Materia prima directa	\$ 7.503,94	
Materia prima indirecta	\$ 22,50	
MANO DE OBRA		
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 892,39	
OTROS GASTOS DE OPERACIÓN		
Útiles de aseo	\$ 44,50	
Servicios Básicos	\$ 81,00	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		\$ 2.228,00
SALARIOS PERSONAL ADMINISTRATIVO	\$ 1.543,45	
OTROS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		
Útiles de oficina	\$ 48,85	
Servicios Básicos	\$ 35,70	
Arriendo del local	\$ 600,00	
GASTOS DE VENTAS		\$ 1.045,20
Salario personal de ventas	\$ 446,20	
Combustible para vehículo	\$ 119,00	
Publicidad Y Promoción	\$ 480,00	
TOTAL DE LA INVERSIÓN		\$ 31.732,52

Fuente: cuadros N° 48 al N° 68

Elaboración: Las autoras

FINANCIAMIENTO.

Para el presente proyecto de inversión se ha planificado financiarlo mediante el aporte de los socios y un crédito externo realiza en una entidad financiera publica como es el Banco Nacional de Fomento donde su busco las tasas de interés más bajas para la empresa.

El crédito comercial que mantera el proyecto con el Banco Nacional de Fomento constituirá el 32% que corresponde a \$10. 000 a 5 años plazo semestral, como fuente interna el 68% que corresponde a 21.732.52 siendo este el aporte de las socias

CUADRO #70

Descripción del Financiamiento de la Inversión

DESCRIPCIÓN	VALOR	%
F. Interna (Capital propio)	\$ 21.732,52	68
F. Externa (Capital Ajeno)	\$ 10.000,00	32
TOTAL	\$ 31.732,52	100

Fuente: Cuadro N° 69

Elaboración: Las autoras

DEPRECIACIONES

Se refiere a la pérdida de valor de los activos fijos producto de su utilización en las diferentes actividades: administrativas y operativas. Para lo cual se debe considerar el porcentaje de depreciación y la vida útil.(VER ANEXO N° 1-2-3-4-5-6-7).

COSTOS PRIMOS.

Estos costos comprenden los que la materia prima directa que corresponde a la cantidad de materia prima que se adquirirá de acuerdo a la producción de la capacidad instalada y la mano de obra directa la cual se fue proyectando con la tasa salarial del 5,6%, para los 5 años de vida útil del proyecto.

CUADRO #73

Presupuesto de Costo Directo

PERIODO	DENOMINACIÓN		TOTAL (\$)
	MATERIA PRIMA DIRECTA (\$)	MANO DE OBRA DIRECTA (\$)	
MENSUAL	\$ 7.503,94	\$ 892,39	\$ 8.396,33
AÑO 1	\$ 90.047,23	\$ 10.708,71	\$ 100.755,95
AÑO 2	\$ 94.256,11	\$ 11.308,40	\$ 105.564,51
AÑO 3	\$ 99.721,88	\$ 11.941,67	\$ 111.663,55
AÑO 4	\$ 111.053,10	\$ 12.610,41	\$ 123.663,50
AÑO 5	\$ 115.889,60	\$ 13.316,59	\$ 129.206,19

Fuente: Cuadro N° 58 y 60

Elaboración: Las Autoras

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

En estos intervienen de la materia prima indirecta, al igual que las depreciaciones de las instalaciones, maquinaria, herramientas de producción, útiles necesarios para la limpieza y aseo de la planta y servicios básicos de producción.

CUADRO #74

Descripción de Costos Indirectos de Fabricación

PERIODO	DENOMINACION						
	MATERIA PRIMA INDIRECTA	DEPRECIACION DE ADECUACION E INSTALACIONES	DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA	DEPRECIACIÓN DE HERRAMIENTAS DE PRODUCCION.	UTILES DE ASEO	SERVICIOS BÁSICOS	TOTAL
MENSUAL	\$ 22,50				\$ 44,50	\$ 81,00	\$ 148,00
AÑO 1	\$ 270,00	\$ 86,85	\$ 216,00	\$ 45,90	\$ 534,00	\$ 972,00	\$ 2.124,75
AÑO 2	\$ 282,52	\$ 86,85	\$ 216,00	\$ 45,90	\$ 546,12	\$ 994,06	\$ 2.171,46
AÑO 3	\$ 299,39	\$ 86,85	\$ 216,00	\$ 45,90	\$ 558,52	\$ 1.016,63	\$ 2.223,29
AÑO 4	\$ 332,93	\$ 86,85	\$ 216,00	\$ 45,90	\$ 571,20	\$ 1.039,71	\$ 2.292,59
AÑO 5	\$ 347,33	\$ 86,85	\$ 216,00	\$ 45,90	\$ 584,16	\$ 1.063,31	\$ 2.343,55

Fuente: Cuadros N° 59-anexo 2-3-4

Elaboración: Las Autoras

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Son aquellos gastos que se ocasionan en el departamento de administración con la finalidad de realizar actividades empresariales. Los gastos que se puedan generar en este departamento son los siguientes que se muestran en el cuadro.

CUADRO #75

Descripción Presupuesto de Gastos de Administración

PERIODO	DENOMINACIÓN								TOTAL
	SALARIOS PERSONAL ADMINISTRATIVO	OTROS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN UTILILES DE OFICINA	SERVICIOS BÁSICOS	ARRIENDO	DEP. EQUIPO DE OFICINA.	DEP. EQUIPO DE COMPUTACION	DEP. MUEBLES Y ENSERES	AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS	
MENSUAL	\$ 1.543,45	\$ 48,85	\$ 35,70	\$ 600,00					\$ 2.228,00
AÑO 1	\$ 18.521,36	\$ 586,20	\$ 428,40	\$ 7.200,00	\$ 17,10	\$ 223,33	\$ 131,40	\$ 380,00	\$ 27.487,79
AÑO 2	\$ 19.558,56	\$ 599,51	\$ 438,12	\$ 7.363,44	\$ 17,10	\$ 223,33	\$ 131,40	\$ 380,00	\$ 28.711,46
AÑO 3	\$ 20.653,84	\$ 613,12	\$ 448,07	\$ 7.530,59	\$ 17,10	\$ 223,33	\$ 131,40	\$ 380,00	\$ 29.997,44
AÑO 4	\$ 21.810,45	\$ 627,03	\$ 458,24	\$ 7.701,53	\$ 17,10	\$ 0,00	\$ 131,40	\$ 380,00	\$ 31.125,76
AÑO 5	\$ 23.031,84	\$ 641,27	\$ 468,64	\$ 7.876,36	\$ 17,10	\$ 0,00	\$ 131,40	\$ 380,00	\$ 32.546,60

Fuente: Cuadros N° 55-61- 64- 65- 63-65 anexos 4-5-6

Elaboración: Las Autoras

GASTOS EN VENTAS.

Son aquellos gastos que corresponden a la distribución de café estos gastos comprenden:

CUADRO #76

Descripción Presupuesto de Gastos de Venta

PERIODO	DENOMINACIÓN				TOTAL
	SALARIOS PERSONAL DE VENTAS	PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	DEPRECIACIÓN DE VEHICULO	COMBUSTIBLE	
MENSUAL	\$ 446,20	\$ 480,00		119,00	\$ 1.045,20
AÑO 1	\$ 5.354,36	\$ 5.760,00	\$ 1.920,00	1428,00	\$ 14.462,36
AÑO 2	\$ 5.654,20	\$ 6.082,56	\$ 1.920,00	\$ 1.460,42	\$ 15.117,18
AÑO 3	\$ 5.970,84	\$ 6.220,63	\$ 1.920,00	\$ 1.493,57	\$ 15.605,04
AÑO 4	\$ 6.305,20	\$ 6.361,84	\$ 1.920,00	\$ 1.527,47	\$ 16.114,52
AÑO 5	\$ 6.658,29	\$ 6.506,26	\$ 1.920,00	\$ 1.562,14	\$ 16.646,70

Fuente: Cuadros N° 66-67-68. anexoN° 1

Elaboración: Las Autoras

GASTOS FINANCIEROS.

Estos gastos corresponden a los intereses que mensualmente se debe cancelar por el crédito, como se muestra en el siguiente cuadro.

CUADRO #77

Descripción Presupuesto de Gastos de Financieros

PERIODO	DENOMINACIÓN	TOTAL
	INTERESES	
MENSUAL		
AÑO 1	\$ 2.128,00	\$ 2.128,00
AÑO 2	\$ 1.680,00	\$ 1.680,00
AÑO 3	\$ 1.232,00	\$ 1.232,00
AÑO 4	\$ 784,00	\$ 784,00
AÑO 5	\$ 336,00	\$ 336,00

Fuente: Cuadro N° 71.

Elaboración: Las Autoras

RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO.

Para el presente proyecto la empresa tiene planeado costos y gastos en el proceso productivo para una amplia explicación se presenta el siguiente cuadro:

CUADRO #78

Descripción Resumen de Costos y Gastos del Proyecto

DESCRIPCIÓN	AÑOS				
	1	2	3	4	5
COSTO PRIMO					
COSTO DE PRODUCCION					
Costos Directos	\$ 100.755,95	\$ 105.564,51	\$ 111.663,55	\$ 123.663,50	\$ 129.206,19
Costos indirectos de fabricación	\$ 2.124,75	\$ 2.171,46	\$ 2.223,29	\$ 2.292,59	\$ 2.343,55
TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCIÓN	\$ 102.880,70	\$ 107.735,97	\$ 113.886,85	\$ 125.956,09	\$ 131.549,74
GATOS DE OPERACIÓN					
Gastos de administración	\$ 27.487,79	\$ 28.711,46	\$ 29.997,44	\$ 31.125,76	\$ 32.546,60
Gastos de ventas	\$ 14.462,36	\$ 15.117,18	\$ 15.605,04	\$ 16.114,52	\$ 16.646,70
Gastos financieros	\$ 2.128,00	\$ 1.680,00	\$ 1.232,00	\$ 784,00	\$ 336,00
TOTAL DE GASTOS DE OPERACIÓN	\$44.078,15	\$ 45.508,64	\$ 46.834,48	\$ 48.024,28	\$ 49.529,30
TOTAL COSTOS Y GASTOS DE PROYECTO	\$ 146.958,85	\$ 153.244,60	\$ 160.721,33	\$ 173.980,36	\$ 181.079,04

FUENTE: Cuadro N° 73-74-75-76-77

ELABORACIÓN: Los Autores

ANALISIS DE COSTOS Y GASTOS.

La estimación de los costos fijos, totales, variables al igual que el número de unidades producidas permite el cálculo de los costos unitarios y por tanto el precio de venta del kilo es de \$ 8,00 y la libra de café orgánico de \$ 4,09 para el primer año para ellos se toma como base el costo total de producción sobre lo cual se adiciona un margen de utilidad del 10% y de igual forma para los años posteriores, este precio debe ser competitivo para que tenga éxito la empresa, cuya fuente son los cuadros referenciales de presupuestos al igual que los costos y gastos del proyecto los cuales se detallan a continuación:

CUADRO #79

Descripción Análisis de Costos y Gastos

CONCEPTO	ANOS				
	1	2	3	4	5
COSTOS FIJOS					
DEP. DE ADECUACIÓN E INSTALACION	\$ 86,85	\$ 86,85	\$ 86,85	\$ 86,85	\$ 86,85
DEP. DE MAQUINARIA	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00	\$ 216,00
SALARIO DE PERSONAL ADMINISTRATIVO	\$ 18.521,36	\$ 19.558,56	\$ 20.653,84	\$ 21.810,45	\$ 23.031,84
UTILES DE OFICINA	\$ 586,20	\$ 599,51	\$ 613,12	\$ 627,03	\$ 641,27
ARRIENDO	\$ 7.200,00	\$ 7.363,44	\$ 7.530,59	\$ 7.701,53	\$ 7.876,36
DEP. DE EQUIPO DE COMPUTACION	\$ 223,33	\$ 223,33	\$ 223,33	\$ -	\$ -
DEP. MUEBLES Y ENSERES	\$ 131,40	\$ 131,40	\$ 131,40	\$ 131,40	\$ 131,40
AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00	\$ 380,00
SALARIO DE PERSONAL DE VENTAS	\$ 5.354,36	\$ 5.654,20	\$ 5.970,84	\$ 6.305,20	\$ 6.658,29
PROMOCION Y PUBLICIDAD	\$ 5.760,00	\$ 6.082,56	\$ 6.220,63	\$ 6.361,84	\$ 6.506,26
DEP. DE VEHICULO	\$ 1.920,00	\$ 1.920,00	\$ 1.920,00	\$ 1.920,00	\$ 1.920,00
DEP.EQUIPO DE OFICINA	\$ 17,10	\$ 17,10	\$ 17,10	\$ 17,10	\$ 17,10
DEP HERRAMIENTAS DE PRODUCCION.	\$ 45,90	\$ 45,90	\$ 45,90	\$ 45,90	\$ 45,90
INTERESES	\$ 2.128,00	\$ 1.680,00	\$ 1.232,00	\$ 784,00	\$ 336,00
SERVICIOS BASICOS DE ADMINISTRACION	428,40	438,12	448,07	458,24	468,64
TOTAL DE COSTOS FIJOS	\$ 42.998,90	\$ 44.396,97	\$ 45.689,66	\$ 46.845,55	\$ 48.315,91
COSTOS VARIABLES					
MATERIA PRIMA DIRECTA	\$ 90.047,23	\$ 94.256,11	\$ 99.721,88	\$ 111.053,10	\$ 115.889,60
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 10.708,71	\$ 11.308,40	\$ 11.941,67	\$ 12.610,41	\$ 13.316,59
MATERIA PRIMA INDIRECTA	\$ 270,00	\$ 282,52	\$ 299,39	\$ 332,93	\$ 347,33
UTILES DE ASEO	\$ 534,00	\$ 546,12	\$ 558,52	\$ 571,20	\$ 584,16
SERVICIOS BASICOS (PRODUCCION)	\$ 972,00	\$ 994,06	\$ 1.016,63	\$ 1.039,71	\$ 1.063,31
COMBUSTIBLE	\$ 1.428,00	\$ 1.460,42	\$ 1.493,57	\$ 1.527,47	\$ 1.562,14
TOTAL DE COSTOS VARIABLES	\$ 103.959,95	\$ 108.847,63	\$ 115.031,66	\$ 127.134,81	\$ 131.200,99
COSTO TOTAL	\$ 146.958,85	\$ 153.244,60	\$ 160.721,33	\$ 173.980,36	\$ 179.516,89
NUP (NUMERO DE UNIDADES PRODUCIDAS)	\$ 17.952	\$ 18.374,00	\$ 19.008,00	\$ 20.698,00	\$ 21.120,00
CUP (COSTO UNITARIO PROMEDIO)	\$ 8,19	\$ 8,34	\$ 8,46	\$ 8,41	\$ 8,50
PVU (PRECIO DE VENTA UNITARIO KILO)	\$ 9,00	\$ 9,17	\$ 9,30	\$ 9,25	\$ 9,35
PVU (PRECIO DE VENTA UNITARIO LIBRA)	\$ 4,09	\$ 4,17	\$ 4,23	\$ 4,20	\$ 4,25

FUENTE: Cuadro N° 73-74-75-76

ELABORACIÓN: Las Autoras

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

Los ingresos que genera el proyecto corresponden básicamente a la venta de la producción, en el siguiente cuadro se puede observar el detalle de los ingresos.

CUADRO #80

Descripción Estado de Pérdidas y Ganancias

PERIODO	AÑOS				
	1	2	3	4	5
KILOS PRODUCIDOS	17952	18374	19008	20698	21120
PVU	\$ 9,00	9,17	\$ 9,30	\$ 9,25	9,35
INGRESO DEFINITIVO	\$ 161.654,73	\$ 168.569,06	\$ 176.793,46	\$ 191.378,40	\$ 197.468,58

Fuente: Cuadros N° 39 y 79

Elaboración: Las autoras

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

En toda empresa es importante anticiparse a los resultados y sobre esa base tomar decisiones que le permitan acercarse a conseguir los resultados esperados, uno de esos métodos es el punto de equilibrio. Este método permite cambiar los diferentes factores determinantes de las posibles utilidades o pérdidas a diferentes niveles de operación, por lo cual se constituye en una herramienta importante para la toma de decisiones.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el Punto de Equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir si ofrecemos el producto a menos familias de las que se indica en el punto de equilibrio se obtendrá pérdidas y si atendemos a más consumidores se obtendrá utilidades y cuanto mayor sea el número de familias mayores serán sus utilidades.

Para calcular el punto de equilibrio necesitamos lo siguiente:

Costos Fijos: Son aquellos que se mantienen constantes durante el periodo de producción.

Costos Variables: son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción.

Método Matemático: Por medio de este método es posible establecer el punto de equilibrio en función de la capacidad instalada, de las ventas, y de los productos producidos. El punto de equilibrio para la empresa se calculó para el primero y quinto año como se explica a continuación.

Punto de Equilibrio Año 1

1.- Método Matemático

DATOS

Capacidad Instalada	0	100%
Costo fijo	\$ 42.998,90	\$ 42.998,90
Costo variable	\$ 103.959,95	\$ 103.959,95
Costo total	\$ 42.998,90	\$ 146.958,85
Ventas totales	0	161.654,73

a) *En Función de la Capacidad Instalada.*

$$PE = \frac{CFT}{VT - CV} * 100$$

$$PE = \frac{42.998,90}{161.654,73 - 103.959,95} * 100$$

$$PE = \frac{42.998,90}{57.695} * 100$$

$$PE = 75\%$$

Para determinar el punto de equilibrio en función a la capacidad instalada se toma las ventas fijas totales que son \$42.998,90 la cual se divide para la diferencia de las ventas totales menos costo variable siendo 57.695 multiplicado por 100 dando un 75 %.

b) En Función de las Ventas

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CV}{VT}} * 100$$

$$PE = \frac{42.998,90}{1 - \frac{103.959,95}{161.654,73}} * 100$$

$$PE = \frac{42.998,90}{1 - 0,64} * 100$$

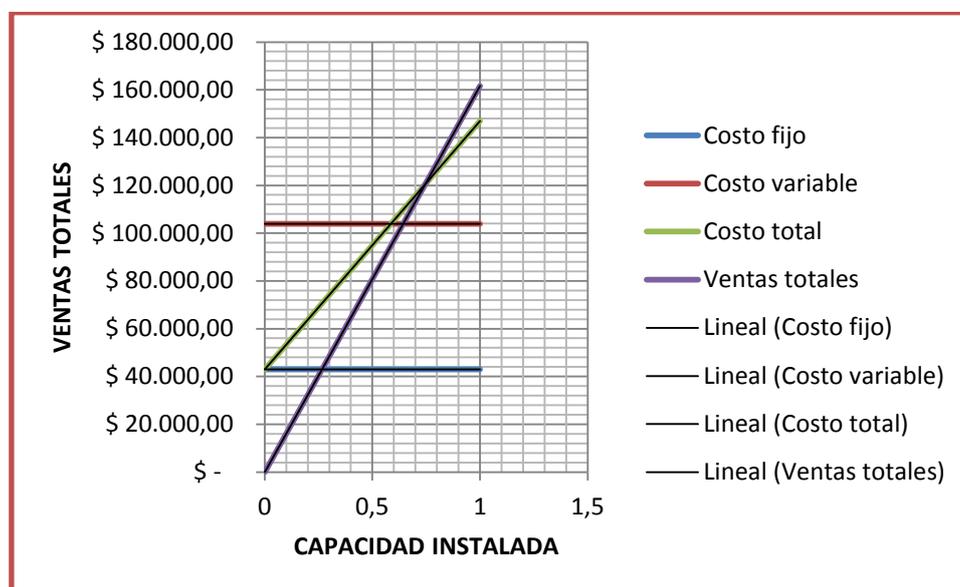
$$PE = \frac{42.998,90}{0,36} * 100$$

$$PE = \$120.478,40$$

Para determinar las ventas se aplica la formula en la cual se divide los costos fijos totales que son \$ 42.998,90 para la división de los costos variables al igual que las ventas totales siendo este de acuerdo a la operación un valor de 0,64 a dicho resultado se le resta 1 dando un valor de 0,36 obteniendo el punto de equilibrio en función a las ventas de \$120.478,40 para el año 1 (como se explica en el procedimiento anterior).

2.- Método Gráfico

Representación Gráfica del Punto de Equilibrio año 1.



Este gráfico determina que para que la unidad de producción no obtenga pérdida ni ganancia debe utilizar una capacidad de producción de 75% y realizar ventas en un monto de \$120.478,40.

Punto de Equilibrio Año 5.

1.- Método Matemático

a) En Función de la Capacidad Instalada

DATOS

Capacidad Instalada	0	100%
Costo fijo	\$ 48.315,91	\$ 48.315,91
Costo variable	\$ 131.200,99	\$ 131.200,99
Costo total	\$ 48.315,91	\$ 179.516,89
Ventas totales	0	197.468,6

a) En Función de la Capacidad Instalada.

$$PE = \frac{CFT}{VT - CV} * 100$$

$$PE = \frac{48.315,91}{197.460,60 - 131.200,99} * 100$$

$$PE = \frac{42.998,90}{66.267,59} * 100$$

$$PE = 73\%$$

Para determinar el punto de equilibrio en función a la capacidad instalada para el año 5 se toma las ventas fijas totales que son \$48.315,91 la cual se divide para la diferencia de las ventas totales y costo variable siendo 66.26,59 multiplicado por 100 dando un 73% de la capacidad instalada a utilizarse.

b) En Función de las Ventas

$$PE = \frac{CFT}{1 - \frac{CV}{VT}} * 100$$

$$PE = \frac{48.315,91}{1 - \frac{131.200,99}{197.468,6}} * 100$$

$$PE = \frac{42.998,90}{1 - 0,66} * 100$$

$$PE = \frac{42.998,90}{0,34} * 100$$

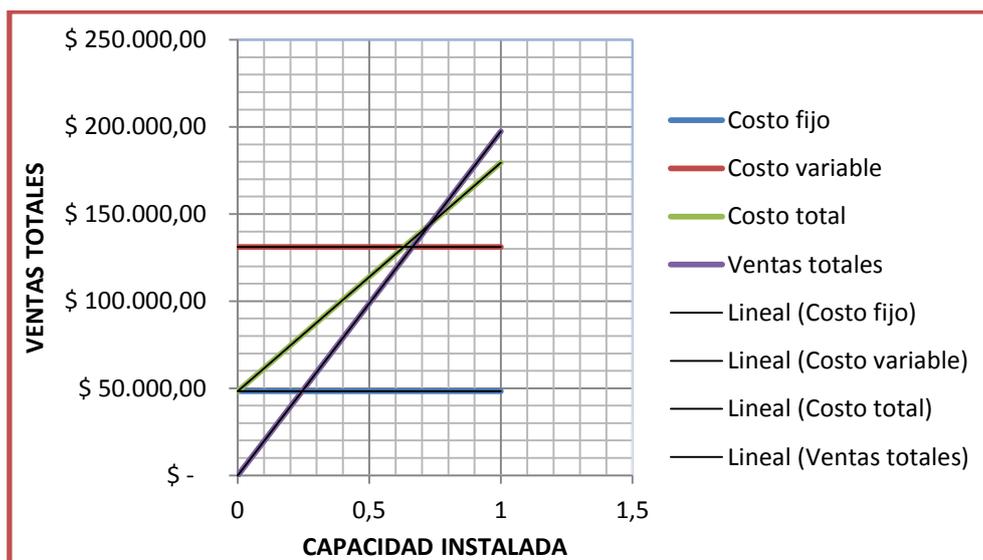
$$PE = \$143.974,94$$

Para determinar las ventas se aplica la formula en la cual se divide los costos fijos totales que son \$ 48.315,91 para la división de los costos variables y los ventas totales siendo este de acuerdo a la operación un valor

de 0,66 a dicho resultado se le resta 1 dando un valor de 0,34 obteniendo el punto de equilibrio en función a las ventas de \$143.974,94 para el año 5.

Método Gráfico.

Representación Gráfica del Punto de Equilibrio



Obteniendo los resultados de acuerdo a la aplicación de las formulas, este grafico determina que para que la unidad de producción no entre en perdida ni en ganancia debe utilizar la capacidad de producción de 73% y realizar ventas en un monto de \$143.974,94.

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

La evaluación consiste en realizar una serie de cálculos para medir la eficacia, eficiencia, economía, objetividad e impacto del proyecto sobre la base del planeamiento de objetivos claros y definidos.

El objetivo central del presente proyecto es determinar las necesidades de recursos financieros, las fuentes y las condiciones de ellas y la rentabilidad generada por el mismo en términos privados.

Para cumplir con lo expuesto organizamos la información recopilada en los siguientes instrumentos:

- Estado de Pérdidas y Ganancias
- Flujo de Caja

ANÁLISIS FINANCIERO

Este documento en el proyecto tiene la finalidad de determinar si al final de cada periodo de vida útil se obtendrá una utilidad o pérdida neta. Este resultado lo presentamos en el siguiente cuadro.

CUADRO #81

Descripción del Análisis Financiero

ITEM	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Ingresos.	161.654,73	\$ 168.569,06	\$ 176.793,46	\$ 191.378,40	\$ 197.468,58
valor residual	0,00	\$ 0,00	\$ 330,00	\$ 0,00	\$ 5.438,75
TOTAL DE INGRESOS	161.654,73	\$ 168.569,06	\$ 177.123,46	\$ 191.378,40	\$ 202.907,33
Costos de Produccion	102.880,70	\$ 107.735,97	\$ 113.886,85	\$ 125.956,09	\$ 131.549,74
UTILIDAD EN VENTAS.	58.774,03	\$ 60.833,10	\$ 63.236,61	\$ 65.422,31	\$ 71.357,59
Costos de administracion y ventas.	41.950,15	\$ 43.828,64	\$ 45.602,48	\$ 47.240,28	\$ 49.193,30
UTILIDAD BRUTA	16.823,88	\$ 17.004,46	\$ 17.634,13	\$ 18.182,04	\$ 22.164,29
Costos financieros (capital)	2.128,00	\$ 1.680,00	\$ 1.232,00	\$ 784,00	\$ 336,00
UTILIDAD ANTES DEL 15% DEL TRABAJO.	14.695,88	\$ 15.324,46	\$ 16.402,13	\$ 17.398,04	\$ 21.828,29
- 15% Participación de trabajadores	2.204,38	\$ 2.298,67	\$ 2.460,32	\$ 2.609,71	\$ 3.274,24
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	12.491,50	\$ 13.025,79	\$ 13.941,81	\$ 14.788,33	\$ 18.554,05
- 25% Impuesto a la Renta	3.122,88	\$ 3.256,45	\$ 3.485,45	\$ 3.697,08	\$ 4.638,51
UTILIDAD NETA.	9.368,63	\$ 9.769,34	\$ 10.456,36	\$ 11.091,25	\$ 13.915,54

Fuente: Cuadros Nº 78- 80

Elaboración: Las autoras

FLUJO DE CAJA.

El flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que en ella se determinen.

El flujo de caja se obtiene de la diferencia entre los ingresos totales y los egresos totales de cada año.

Los ingresos están representados por las ventas del producto realizado y el valor residual, generada por la depreciación. En tanto, los egresos son: los costos totales menos la depreciación y las amortizaciones, el reparto de utilidades, impuestos y reserva legal.

En el cuadro siguiente se realiza el cálculo del flujo de caja que sirve de base para elaborar todos los métodos de evaluación para el presente proyecto de factibilidad.

CUADRO #82

Descripción del Flujo de Caja

ITEM					
	1	2	3	4	5
+ Ingresos efectivos (ventas)	\$ 161.654,73	\$ 168.569,06	\$ 176.793,46	\$ 191.378,40	\$ 197.468,58
valor residual	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 5.768,75
= TOTAL INGRESOS	\$ 161.654,73	\$ 168.569,06	\$ 176.793,46	\$ 191.378,40	\$ 203.237,33
EGRESOS					
Gastos de operación	\$ 39.278,32	\$ 41.156,80	\$ 42.930,65	\$ 44.791,78	\$ 46.744,80
Costos de Produccion	\$ 102.531,95	\$ 107.387,22	\$ 113.538,10	\$ 125.607,34	\$ 131.200,99
costos financieros.	\$ 2.128,00	\$ 1.680,00	\$ 1.232,00	\$ 784,00	\$ 336,00
- 15% Trabajadores	\$ 2.204,38	\$ 2.298,67	\$ 2.460,32	\$ 2.609,71	\$ 3.274,24
- 25% Impuesto a la Renta	\$ 3.122,88	\$ 3.256,45	\$ 3.485,45	\$ 3.697,08	\$ 4.638,51
cuota capital (amortizacion)	\$ 4.128,00	\$ 3.680,00	\$ 3.232,00	\$ 2.784,00	\$ 2.336,00
TOTAL DE EGRESOS	\$ 8.261,21	\$ 9.109,93	\$ 9.914,94	\$ 11.104,50	\$ 14.706,79
amortizaciones	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Depreciaciones	\$ 2.640,58	\$ 2.640,58	\$ 2.640,58	\$ 2.640,58	\$ 2.640,58
FLUJO DE CAJA	\$ 12.901,79	\$ 13.750,51	\$ 14.555,53	\$ 15.745,08	\$ 19.347,37

Fuente: cuadro 79- 80

Elaboración: Las autoras

EVALUACIÓN FINANCIERA

Comprende en cuantificar y determinar los costos que se podrá requerir y los beneficios que se obtendrán como rentabilidad en periodos determinados de actividades para establecer si el proyecto es factible o no.

La evaluación financiera de un proyecto es parte fundamental del estudio ya que intenta medir el efecto del proyecto desde el punto de vista de la empresa para decidir sobre su ejecución, valorando costos e ingresos a precios del mercado.

Consiste en decidir si el proyecto es factible o no, combinando operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación, lo cual se basa en los flujos de los ingresos y egresos formulados con precio de mercado sobre las que puede aplicarse factores de corrección para contrarrestar la inflación, se fundamenta en los criterios más utilizados que son: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), , se determina además el Periodo de Recuperación de Capital (PRC), y la Relación Beneficio Costo (RBC).Análisis de Sensibilidad.

➤ EL VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto refleja el valor de dinero a través del tiempo; para el presente proyecto se ha obtenido un valor positivo de \$ 30,677.91 lo que se significa que el proyecto es aceptable para la ejecución, dando a conocer que la empresa ha realizado una inversión que es factible.

El VAN representa en valores actuales el total, de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil.

DONDE		DONDE:	
VAN =	valor actual neto	CCPP (K)=	Costo capital promedio ponderado.
I°=	Inversion inicial.	Kd=	costo de la deuda (tasa activa)
K=	tasa minima de rendimiento	Ka=	costo de oportunidad(tasa pasiva)
R1.....R2=	Flujo de caja		
FORMULA		DATOS	
CCPP (K)=	$\frac{Dkd+ Cka}{D+ C}$	D=	10.000,00
		C=	21.732,52
		Kd=	11,20 0,112
		ka=	4,53 0,0453
CCPP (K)=	210.448,32		
	31.732,52		
	6,63		

CUADRO #83

Descripción Valor Actual Neto

VALOR ACTUAL FACTOR ACTUALIZACIÓN = 6.63%

AÑOS	FLUJO NETO	TASA ACTUALIZADA 6,63%	VALOR ACTUALIZADO
1	12.901,79	0,937805275	12.099,37
2	13.750,51	0,879478733	12.093,28
3	14.555,53	0,824779795	12.005,10
4	15.745,08	0,773482842	12.178,55
5	19.347,37	0,725376289	14.034,12
TOTAL			62.410,43

Fuente: Cuadro N° 82

Elaboración: Las autoras

Aplicando la formula se obtiene:

$$VAN = \text{Sumatoria de flujos neto} - \text{Inversión}$$

$$VAN = 62,410.43 - 31,732.52$$

$$VAN = 30677.91$$

➤ **RELACION BENEFICIO COSTO**

La relación del beneficio / costo para el presente proyecto tiene como resultado de 1,10, lo que significa que por cada dólar que adeuda la empresa tiene 1,10 para pagarlo lo mismo que por cada dólar que invierte la empresa tiene el 10% de utilidad.

CUADRO #84

Descripción Relación Beneficio Costo

AÑOS	COSTO ORIGINAL	FACTOR 6.97%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR 6.97%	INGRESO ACTUALIZADO
1	\$ 146.958,85	0,93780527	\$ 137.818,78	161.654,73	0,93780527	151.600,66
2	\$ 153.244,60	0,87947873	\$ 134.775,37	168.569,06	0,87947873	148.252,91
3	\$ 160.721,33	0,82477979	\$ 132.559,70	176.793,46	0,82477979	145.815,67
4	\$ 173.980,36	0,77348284	\$ 134.570,83	191.378,40	0,77348284	148.027,91
5	\$ 181.079,04	0,72537629	\$ 131.350,44	197.468,58	0,72537629	143.239,03
			\$ 671.075,12			736.936,17

Fuente: Cuadro N° 79-80

Elaboración: Las autoras

Aplicando la formula se obtiene:

$$B/C = \frac{\text{Costos actualizados}}{\text{Ingresos actualizados}}$$

$$B/C = \frac{736,936.17}{671,075.12}$$

$$B/C = 1.10$$

➤ **TASA INTERNA DE RETORNO**

Para el presente proyecto se ha obtenido la TIR de 35.56 % resultado que refleja la factibilidad de su ejecución al obtener una tasa mayor, a la que ofertan los bancos o entidades financieras a plazo fijo.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

DONDE:

TIR = Tasa Interna de Retorno
Tm = Tasa menor
TM = Tasa mayor
VANn = Van con tasa menor
VANM = Van con tasa mayor

CUADRO #85

Descripción Tasa Interna de Retorno

AÑOS	FLUJO NETO	FACTOR DE DESCUENTO	VAN (MENOR 35.558)	FACTOR DE DESCUENTO	VAN (MAYOR 35.559)
	-31.732,52				
1	12.901,79	0,737691615	9.517,54	0,737686174	9.517,47
2	13.750,51	0,544188919	7.482,88	0,544180891	7.482,76
3	14.555,53	0,401443603	5.843,22	0,401434719	5.843,09
4	15.745,08	0,29614158	4.662,77	0,296132842	4.662,64
5	19.347,37	0,218461161	4.226,65	0,218453103	4.226,49
SUMAN			31.733,07		31.732,46
Fuente:	Cuadro N° 83		31.732,52		31.732,52
Elaboración:	Las autoras		0,54		-0,06

$$TIR = Tm + \frac{VANm}{VANm - VANM} (TM - Tm)$$

$$TIR = 35.558 + \frac{0.54}{0.54 - (-0.06)} (35.559 - 35.559)$$

$$TIR = 35.558 + \frac{0.54}{0.6} (0.01)$$

$$TIR = 35.558 + \frac{0.0054}{0.6}$$

$$TIR = 35.558 + 0,009$$

$$\mathbf{TIR = 35.56\%}$$

➤ **PERIDO DE RECUPERACION DE CAPITAL**

El periodo de recuperación del capital se utilizan para evaluar las inversiones proyectadas, por ello la empresa planifica recuperar la inversión inicial en un periodo de 2 años 1 mes y 13 días lo que significa que el proyecto es aceptable ya que la inversión se recupera antes de que termine el periodo de vida útil del proyecto.

CUADRO #86

Descripción Periodo de Recuperación del Capital

AÑOS	INVERSIÓN INICIAL	FLUJO NETO
0	31.732,52	
1		12.901,79
2		13.750,51
3		14.555,53
4		15.745,08
5		19.347,37
TOTAL		76.300,28

Fuente: Cuadro N°85

Elaboración: Las autoras

DONDE:

- PRI** Periodo de recuperación de la inversión
x Números de los primeros años cuya sumatoria no supera la inversión
xi Inversión Inicial
y Valor de la sumatoria de los flujos antes de cubrir la inversión
z Flujo del año con cuya sumatoria se supera la inversión inicial

$$PRI = x + \frac{xi - y}{z}$$

$$PRI = 2 + \frac{31,732.52 - 26,652.30}{41,207.83}$$

$$PRI = 2 + \frac{5080.22}{41,207.83}$$

|

$$PRI = 2.12$$

$$\mathbf{AÑOS = 2}$$

Calculo de meses $0.12 * 12(\text{meses}) = 1.44$

$$\mathbf{MESES = 1}$$

Calculo de días $0.44 * 30 (\text{días}) = 13.2$

$$\mathbf{DIAS = 13}$$

➤ **ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD**

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DE LOS COSTOS

Para el presente proyecto al realizar el análisis de sensibilidad se ha obtenido que el proyecto soportar a el 1.16 % de incremento en los costos en los 5 años de vida útil, o sea es el límite que soportaría el proyecto que se incremente sus costos.

CUADRO #87

Descripción Análisis de Sensibilidad con el 1,16% de incremento en los Costos

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	FLUJO NETO	FACTOR ACTUAL (% m)	VALOR ACTUAL	FACTOR ACTUAL (% M)	VALOR ACTUAL
		1,01166			33,951		33,952	
0				-31.732,52				
1	146.958,85	148.672,39	161.654,73	12.982,34	0,746541646	9.691,86	0,746536073	9.691,79
2	153.244,60	155.031,43	168.569,06	13.537,63	0,557324429	7.544,85	0,557316108	7.544,74
3	160.721,33	162.595,34	177.123,46	14.528,12	0,416065896	6.044,66	0,416056578	6.044,52
4	173.980,36	176.008,98	191.378,40	15.369,43	0,310610519	4.773,91	0,310601244	4.773,76
5	179.516,89	181.610,06	197.468,58	15.858,52	0,231883688	3.677,33	0,231875033	3.677,20
						31.732,61		31.732,01
						31.732,52		31.732,52
						0,08		-0,52

Fuente: Cuadro N°80-84
Elaboración: Las autoras

CALCULO DE LA NUEVA TIR

$$TIR = Tm + \frac{VANm}{VANm - VANM} * (TM - Tm)$$

$$TIR = 33.951 + \frac{0.08}{0.08 - (-0.52)} * (33.952 - 33.951)$$

$$TIR = 33.951 + \frac{0.08}{0.6} * (0.01)$$

$$TIR = 33.951 + \frac{0.0008}{0.6}$$

$$TIR = 33.951 + 0.0013333$$

$$TIR = 33.95\%$$

NUEVA TIR= 33.95%

TIR DEL PROYECTO= 35.56%

NUEVA TIR 33,95 NUEVA TIR

TIR DEL PROYECTO 35,56

1) DIFERENCIA DE LA TIR

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

3) SENSIBILIDAD

Dif. Tir. = Tir proy. - Nueva Tir
Dif. Tir. = 1,61

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100
% Var. = 8,21

Sensib. = % Var. / Nueva Tir
Sensib. = 0,99

ANALISIS DE SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN EN LOS INGRESOS

Para el presente proyecto en lo que se refiere al análisis de sensibilidad con disminución de ingresos se ha obtenido que el proyecto soporte un 2.25% de disminución de ingresos durante la vida útil del mismo, es decir es el límite que soportaría si por alguna circunstancia baja la venta del producto o simplemente llegue un competidor más grande; si se sobrepasa de los porcentajes encontrados el proyecto se afecta financieramente, con la información expuesta se tienen que el proyecto es viable ya que soporta variaciones en los diferentes factores externos de tipo económico

CUADRO #88

Descripción Análisis de Sensibilidad con el 2,25% con Disminución en los Ingresos

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACTUAL (% m)	VALOR ACTUAL	FACTOR ACTUAL (% M)	VALOR ACTUAL
			1,022477		26,301		26,302	
0				-31.732,52				
1	146.958,85	161654,73	158.101,09	11.142,25	0,791759368	8.821,98	0,7917531	8.821,91
2	153.244,60	168569,06	164.863,43	11.618,82	0,626882898	7.283,64	0,626872971	7.283,53
3	160.721,33	177123,46	173.229,77	12.508,45	0,496340407	6.208,45	0,496328618	6.208,30
4	173.980,36	191378,40	187.171,35	13.190,99	0,392982167	5.183,82	0,392969722	5.183,66
5	179.516,89	197468,58	193.127,65	13.610,76	0,311147313	4.234,95	0,311134995	4.234,78
Fuente: Cuadro N° 87						31.732,84		31.732,18
Elaboración: Las autoras						31.732,52		31.732,52
						0,32		-0,34

CALCULO DE LA NUEVA TIR

$$TIR = Tm + \frac{VANm}{VANm - VANM} * (TM - Tm)$$

$$TIR = 26.307 + \frac{0.32}{0.32 - (-0.34)} * (26.308 - 26.308)$$

$$TIR = 26.307 + \frac{0.32}{0.66} * (0.01)$$

$$TIR = 26.307 + \frac{0.0032}{0.66}$$

$$TIR = 26.307 + 0.0048464$$

$$TIR = 26.30\%$$

NUEVA TIR= 26.31 %

TIR DEL PROYECTO= 35.56%

NTIR = 26,30

TIR DEL PROYECTO 35,56

1) DIFERENCIA DE LA TIR

Dif. Tir. = Tir proy. - Nueva Tir
Dif. Tir. = 9,26

2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100
% Var. = 26,04

3) SENSIBILIDAD

Sensib. = % Var. / Nueva Tir
Sensib. = 0,99

h. CONCLUSIONES

- A través de estudio de mercado se establecen los gustos y preferencias de los consumidores el cual permitió elaborar la presentación del café orgánico al igual que se establece la demanda potencial real y efectiva así como también la demanda insatisfecha.
- con respecto al estudio técnico se determina que el equipo y herramientas a utilizar se encuentran fácilmente en nuestro medio, ya que existen numerosas almacenas que ofrecen este tipo de maquinaria, de igual manera la materia prima es de fácil adquisición siendo la provincia de Loja una gran productora de café orgánico especialmente en los cantones de Espíndola, Quilanga, Puyango, Olmedo entre otros.
- El proceso operativo de los equipos será dirigido por personal calificado y con experiencia con la finalidad de realizar un trabajo eficiente.
- La capacidad instalada de la planta de café orgánico es de 21.120 kilos la capacidad que se utilizara es de 85% para el primer año en la cual se producirá 17.952 kilos de café; en el segundo año se utilizara 87% alcanzando una producción de 18.774 kilos de café; para el tercer se tomara 90% de la capacidad instalada y la producción será de 19.008 kilos; para el cuarto año se utilizara un 98 % y la producción será de 20.698 kilos y para el último año de vida útil se tomara el 100% de la capacidad instalada llegando a producir 21120 kilos de café orgánico tostado y molido.

- La inversión para el presente proyecto es de \$ 31,732.52. Al establecer el VAN, el presente proyecto nos da un valor positivo de 30,667.91 dólares, lo cual asegura que la inversión tenga un valor significativo luego de los 5 años de vida útil del proyecto, la TIR es 35.56 % siendo este valor satisfactorio para realizar este proyecto, el tiempo que se requerirá para recuperar la inversión es de 2 años, 1 mes y 13 días. La relación Beneficio Costo en el proyecto es de 1.10, lo que significa que por cada dólar invertido se tendrá una utilidad de 10 centavos de dólar.
- Para el presente proyecto los valores de Sensibilidad, reflejan que la empresa soporta un 1.16 % de incremento en los costos y un 2.25 % de disminución en los ingresos, por lo cual el proyecto es aceptable al otorgar un margen de error en los cálculos de mercado, técnico y financiero.
- La empresa jurídicamente se constituirá en una Compañía con Nombre Limitada y administrativamente se encontrara organizada con los niveles jerárquicos correspondientes, sus respectivos organigramas y por ende con el manual de funciones, que le permitirán desarrollar técnicamente su proceso administrativo.

i. RECOMENDACIONES.

- Se recomienda poner en marcha el proyecto ya que a través del estudio financiero se determinó que el mismo es factible.
- Aprovechar el mercado existente ya que existe gran interés en la comercialización de café orgánico, además el proyecto es conveniente debido a que se ofrece un café libre de insumos químicos y sobre todo que es beneficioso para la salud del consumidor.
- Los costos para la producción no resultan altos para la empresa en compra de equipos y más activos, ya que existen en nuestro medio, en lo referente a los materiales directos e indirectos y más insumos se cuenta con una cantidad suficiente para proveer a la empresa durante todo el año.

j. BIBLIOGRAFIA

LIBROS.

- BACA URBINA Gabriel: (1997), Evaluación de proyectos, (3era edición), Bogotá D.C., Editorial McGraw-Hill
- DOCUMENTO DEL MODULO X, Elaboración y Evaluación de proyectos de inversión, 2009.
- FERNANDEZ ESPINOSA Saúl (2007) LOS PROYECTOS DE INVERSION 1ra edición Costa Rica editorial tecnológica de costa rica.
- HUERTA, Ernestina y SIU Carlos (2000) “Análisis y Evaluación de Proyectos de Inversión para Bienes de Capital”, México: eco ediciones.
- MIRANDA, Juan, (2005) “Gestión de Proyectos: EVALUACION FINANCIERA ECONOMICA SOCIAL Y AMBIENTAL” (5ta edición) Bogotá M.M editores.
- FLORES URIBE Juan Antonio (2006)Plan de negocios para las pyme Bogotá: eco ediciones.

INTERNET.

- <http://www.informipyme.com/Docs/GT/Offline/empresarios/foda.htm>.
- <http://www.monografias.com/trabajos53/analisis-estadosfinancieros/analisis-estados-financieros 2.shtml>.
- <http://www.mailxmail.com/curso-estados-financieros/concepto>.

- http://www.elcomercio.com/pais/cafe-organico-motiva-productores_0_596940439.html
- [http://floreslaimehugo.obolog.com/componentes-estudio-mercado-utea-1959318.](http://floreslaimehugo.obolog.com/componentes-estudio-mercado-utea-1959318)
- [http://blogs.funiber.org/saludynutricion/files/2010/12/Coronel_Feijo_Manuel-Alberto_PFM.pdf.](http://blogs.funiber.org/saludynutricion/files/2010/12/Coronel_Feijo_Manuel-Alberto_PFM.pdf)
- <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/2140/1/4220.pdf>
- <http://www.corecaf.org/interna.php?IDPAGINA=26&TIPOPAS=Tips>
- http://www.cofenac.org/?page_id=5

k. ANEXOS

ANEXO N°1.

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

DEPRECIACIÓN DE VEHICULO

COSTO: 12.000,00
VALOR RESIDUAL: 20% \$ 2.400,00

VIDA UTIL ESTIMADA: 5 AÑOS

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

$$D = \frac{\$9.600,00}{5} = \$1.920,00$$

Depreciación anual

PERIODO ANUAL	VALOR ACTUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
	\$ 12.000,00			12000,00
1	\$ 10.080,00	1.920,00	1920,00	\$ 10.080,00
2	\$ 8.160,00	1.920,00	3840,00	\$ 8.160,00
3	\$ 6.240,00	1.920,00	5760,00	\$ 6.240,00
4	\$ 4.320,00	1.920,00	7680,00	\$ 4.320,00
5	\$ 2.400,00	1.920,00	9600,00	\$ 2.400,00

Fuente: Cuadro N° 49.

Elaboración: Los autores

ANEXO N° 2.

DEPRECIACIÓN DE ADECUACIÓN E INSTALACIÓN

COSTO: 965
VALOR RESIDUAL: 10%
VIDA UTIL ESTIMADA: 10 AÑOS 96,5

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

$$D = \frac{868,5}{10} = 86,85$$

Depreciación anual =

PERIODO ANUAL	VALOR ACTUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
	\$ 965,00			965,00
1	\$ 878,15	86,85	86,85	\$ 878,15
2	\$ 791,30	86,85	173,70	\$ 791,30
3	\$ 704,45	86,85	260,55	\$ 704,45
4	\$ 617,60	86,85	347,40	\$ 617,60
5	\$ 530,75	86,85	434,25	\$ 530,75
6	\$ 443,90	86,85	521,10	\$ 443,90
7	\$ 357,05	86,85	607,95	\$ 357,05
8	\$ 270,20	86,85	694,80	\$ 270,20
9	\$ 183,35	86,85	781,65	\$ 183,35
10	\$ 96,50	86,85	868,50	\$ 96,50

Fuente: Cuadro N° 50.

Elaboración: Las autoras

ANEXO N° 3

DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIA

COSTO: \$ 2.400,00
VALOR RESIDUAL: 240,00
VIDA UTIL ESTIMADA: 10 AÑOS

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

$$D = \frac{\$ 2.160,00}{10} = \$ 216,00$$

PERIODO ANUAL	VALOR ACTUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
	\$ 2.400,00			\$ 2.400,00
1	\$ 2.184,00	216,00	216,00	\$ 2.184,00
2	\$ 1.968,00	216,00	432,00	\$ 1.968,00
3	\$ 1.752,00	216,00	648,00	\$ 1.752,00
4	\$ 1.536,00	216,00	864,00	\$ 1.536,00
5	\$ 1.320,00	216,00	1080,00	\$ 1.320,00
6	\$ 1.104,00	216,00	1296,00	\$ 1.104,00
7	\$ 888,00	216,00	1512,00	\$ 888,00
8	\$ 672,00	216,00	1728,00	\$ 672,00
9	\$ 456,00	216,00	1944,00	\$ 456,00
10	\$ 240,00	216,00	2160,00	\$ 240,00

Fuente: Cuadro N° 51

Elaboración: Los autores

ANEXO N° 4

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN

COSTO: \$ 1.000,00
VALOR RESIDUAL: 330,00
VIDA UTIL ESTIMADA: 3 AÑOS

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

$$D = \frac{\$ 670,00}{3} = \$ 223,33$$

PERIODO ANUAL	VALOR ACTUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
	\$ 1.000,00			\$ 1.000,00
1	\$ 776,67	223,33	223,33	\$ 776,67
2	\$ 553,33	223,33	446,67	\$ 553,33
3	\$ 330,00	223,33	670,00	\$ 330,00

Fuente: Cuadro N° 53.

Elaboración: Los autores

ANEXO N° 5

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA

COSTO: 190,00
VALOR RESIDUAL: \$ 19,00
VIDA UTIL ESTIMADA: 10 AÑOS

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

$$D = \frac{\$ 171,00}{10} = \$ 17,10$$

PERIODO ANUAL	VALOR ACTUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
	\$ 190,00			190,00
1	\$ 172,90	17,10	17,10	172,90
2	\$ 155,80	17,10	34,20	155,80
3	\$ 138,70	17,10	51,30	138,70
4	\$ 121,60	17,10	68,40	121,60
5	\$ 104,50	17,10	85,50	104,50
6	\$ 87,40	17,10	102,60	87,40
7	\$ 70,30	17,10	119,70	70,30
8	\$ 53,20	17,10	136,80	53,20
9	\$ 36,10	17,10	153,90	36,10
10	\$ 19,00	17,10	171,00	19,00

Fuente: Cuadro N° 55.

Elaboración: Las autoras

ANEXO N° 6

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES

AÑO 1

COSTO: 1.460,00
VALOR RESIDUAL: \$ 146,00
VIDA UTIL ESTIMADA: 10 AÑOS

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

D= \$ 1.314,00 \$ 131,40

PERIODO ANUAL	VALOR ACTUAL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN ACUMULADA	VALOR EN LIBROS
	\$ 1.460,00			\$ 1.460,00
1	\$ 1.328,60	\$ 131,40	131,40	\$ 1.328,60
2	\$ 1.197,20	\$ 131,40	262,80	\$ 1.197,20
3	\$ 1.065,80	\$ 131,40	394,20	\$ 1.065,80
4	\$ 934,40	\$ 131,40	525,60	\$ 934,40
5	\$ 803,00	\$ 131,40	657,00	\$ 803,00
6	\$ 671,60	\$ 131,40	788,40	\$ 671,60
7	\$ 540,20	\$ 131,40	919,80	\$ 540,20
8	\$ 408,80	\$ 131,40	1051,20	\$ 408,80
9	\$ 277,40	\$ 131,40	1182,60	\$ 277,40
10	\$ 146,00	\$ 131,40	1314,00	\$ 146,00

Fuente: Cuadro N° 54.

Elaboración: Las autoras

ANEXO Nº 8

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

AREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Como estudiantes de la Universidad Nacional de Loja nos dirigimos a usted con el fin de pedirle que nos ayude a contestar las siguientes preguntas las mismas que nos ayudaran para realizar nuestro proyecto de tesis "Factibilidad para la implementación de una Empresa industrializadora de café orgánico en la Ciudad de Loja".

1.- ¿Consume usted café?

SI ()

NO ()

2.- ¿Qué tipo de café prefiere?

a.) Soluble ()

b.) Filtrar ()

3.- ¿Cada que tiempo consume usted café y en qué cantidad?

Semanal () 4 onzas () ½ libra () 1 libra () 1kilo ()

Quincenal () 4 onzas () ½ libra () 1 libra () 1kilo ()

Mensual () 4 onzas () ½ libra () 1 libra () 1kilo ()

4.- ¿Cuál es el precio que paga por el café y que cantidad?

\$0,50 a \$0,75 () 4 onzas () ½ libra ()

\$1,00 a \$3,00 () ½ libra () 1 libra ()

\$4,00 a \$7,00 () 1 kilo () 2 kilos ()

5.- ¿Según su criterio, cuales son las características que debe tener un buen café?

Buen sabor ()

Buen olor ()

Buen sabor ()

Buen aroma ()

6.- ¿En qué sitio compra usted café?

Supermercados ()

Mercados ()

Bodegas ()

Tiendas ()

7.- ¿Sabe usted de la existencia de productos orgánicos?

SI ()

NO ()

8.- ¿Estaría usted dispuesto a cambiar el café que usted consume por un café orgánico (que es producto libre de insumos y fertilizantes químicos)?

SI ()

NO ()

9.- ¿Cada que tiempo consumiría usted café orgánico y en qué cantidad?

Semanal () 4 onzas () ½ libra () 1 libra () 1kilo ()

Quincenal () 4 onzas () ½ libra () 1 libra () 1kilo ()

Mensual () 4 onzas () ½ libra () 1 libra () 1kilo ()

10.- ¿Cuál es el precio que pagaría por el café orgánico y que cantidad?

\$0,50 a \$0,75 () 4 onzas () ½ libra ()

\$1,00 a \$3,00 () ½ libra () 1 libra ()

\$4,00 a \$7,00 () 1 kilo () 2 kilos ()

11.- ¿Según su criterio cual es la característica que debería tener un buen empaque de café?

Material plástico ()

Material de vidrio ()

Material de cartón ()

Fundas de papel ()

12.- ¿Cree usted que el material debería ser reciclable?

SI ()

NO ()

13.- ¿Qué promoción preferiría recibir por adquirir el café orgánico?

Descuentos ()

Producto adicional ()

Esferos ()

Camisetas ()

Gorras ()

14.- ¿Cuándo usted no consume café porque otro producto lo sustituye?

Te ()

Leche ()

Coladas ()

15.- ¿Por qué medios de comunicación le gustaría conocer sobre el café orgánico?

Televisión ()

Radio ()

Prensa ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 9

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.

ÁREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

ADMINISTRACION DE EMPRESAS.

Como estudiantes de la Universidad Nacional de Loja nos dirigimos a usted con el fin de pedirle que nos ayude a contestar las siguientes preguntas las mismas que nos ayudaran para realizar nuestro proyecto de tesis "Factibilidad para la creación de una empresa industrializadora de café orgánico en la ciudad de Loja.

1.- ¿Qué tipo de café usted vende en su negocio?

Soluble ()

De filtrar ()

2.- ¿Qué cantidad en que tiempo vende café?

Semanal () 5 libras (80 oz) () 10 libras (160oz) ()

15 libras (249oz) () 20 libras (320 oz) ()

Quincenal () 5 libras (80 oz) () 10 libras (160oz) ()

15 libras (249oz) () 20 libras (320 oz) ()

Mensual () 5 libras (80 oz) () 10 libras (160oz) ()

15 libras (249oz) () 20 libras (320 oz) ()

3.- ¿cuál es el precio que pagan los consumidores al adquirir el café?

4 onzas \$ 0,50- \$ 1,00 ()

½(8oz) \$1.00- \$ 3,00 ()

1libra (16 oz) \$3,00-\$ 6,00 ()

1 kilo (35.2) \$6.00-\$9.00 ()

4.- ¿De instalarse una empresa de café orgánico tostado y molido usted comercializaría dicho producto?

SI ()

NO ()

GRACIAS POR SU COLABORACION.

ÍNDICE

PORTADA	I
CERTIFICACIÓN	II
AUTORÍA	III
CARTA DE AUTORIZACION	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
a. TITULO	1
b. RESUMEN : Summary	2
c. INTRODUCCION	7
d. REVISIÓN DE LITERATURA	9
e. MATERIALES Y MÉTODOS	44
f. RESULTADOS	54
g. DISCUSIÓN	72
h. CONCLUSIONES	168
i. RECOMENDACIONES	170
j.. BIBLIOGRAFÍA	171
k. ANEXOS	173
INDICE	187