



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

**TITULO:**

*“Factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de caramelos a base de café, en la ciudad de Loja”*

*Tesis previa a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas*

**AUTOR:**

Stalin Geovanny González Guerrero

**DIRECTORA:**

Ing. Silvana Elizabeth Jiménez Pereira. M.A.E

1859

**LOJA - ECUADOR**

**2017**

## CERTIFICACION

Ing. Silvana Elizabeth Jiménez Pereira. M.A.E

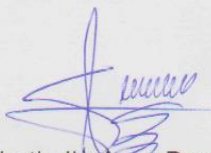
**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y  
DIRECTORA DE TESIS**

### CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación titulado "FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMELOS A BASE DE CAFÉ, EN LA CIUDAD DE LOJA", Elaborado por el postulante Stalin Geovanny González Guerrero, previo a la obtención del título **INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**, ha sido dirigida y revisada durante su ejecución por lo cual autorizo su presentación.

Loja, Enero del 2017.

Atentamente



Ing. Silvana Elizabeth Jiménez Pereira. M.A.E

**DIRECTORA DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo, **Stalin Geovanny González Guerrero**, declaro ser el autor del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales por el contenido de la misma.

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

**Autor:** Stalin Geovanny González Guerrero

**Firma:**  .....

**Cedula:** 070603110-1.

**Fecha:** Loja, Enero del 2017.

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

Yo, Stalin Geovanny González Guerrero, declaro ser autor de la tesis titulada **“FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMELOS A BASE DE CAFÉ, EN LA CIUDAD DE LOJA”**, como requisito para obtener el grado de Ingeniero en Administración de Empresas; autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre al mundo la producción intelectual de la universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar los contenidos de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y el 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, en la ciudad de Loja, a los 6 días del mes de Enero del dos mil diecisiete, firma el autor.

Firma:  \_\_\_\_\_

**Autor:** Stalin Geovanny González Guerrero

**Cedula:** 070603110-1

**Dirección:** Loja, Daniel Álvarez Calles Salvador Allende y Emiliano Zapata

**Correo Electrónico:** [stalingonzalez1992@hotmail.com](mailto:stalingonzalez1992@hotmail.com)

**Teléfono:** 0968342880

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**DIRECTOR DE TESIS:** Ing. Silvana Elizabeth Jiménez Pereira. M.A.E

**TRIBUNAL DE GRADO**

**PRESIDENTA:** Ing. Rocío del Carmen Toral Tinitana. M.A.E

**VOCAL:** Ing. Jimmy Wilfrido Jumbo Valladolid. M.A.E

**VOCAL:** Ing. Oscar Anibal Gómez Cabrera Mg. Sc.

## **AGRADECIMIENTO**

Uno de los esfuerzos más importantes en nuestra vida es culminar los estudios superiores voy a empezar agradeciéndole a dios por haberme dado fuerza valor para seguir con mis estudios, a mis padres por el apoyo incondicional día tras día, demostrándome su amor al apoyarme, corrigiéndome mis faltas y celebrando mis triunfos.

Debo agradecer a la Universidad Nacional de Loja y a cada uno de los docentes que durante estos cinco años de educación me formaron no solo profesional sino moralmente también, cada enseñanza para mi será un tesoro que perdurará a lo largo de mi vida profesional,

De manera especial quiero expresar mi agradecimiento a la Ing. Silvana Jiménez Directora de Tesis, quien supo guiar con sus sabios conocimiento para culminar con éxito el presente trabajo.

Stalin Geovanny González Guerrero

**AUTOR**

## **DEDICATORIA.**

### ***A Dios.***

Por permitirme llegar a este momento en el que me encuentro. Por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado y me han hecho crecer como ser humano.

### ***A mis Padres.***

Carmen y Juvencio a quien les debo todo en la vida, les agradezco el cariño, la comprensión, la paciencia, los consejos acertados y el apoyo que me brindaron para culminar mi carrera profesional.

### ***A mi Hermano***

Fabián, que me brindó su apoyo moral y económicamente durante mi preparación esos momento de necesidad, gracias a la confianza que siempre nos hemos tenido; por el apoyo y amistad ¡Gracias!

### ***A mis Familiares.***

A mi tío; Juan Guerrero, a mi tía; María Eras Cando que de una u otra forma me apoyaron moral y económicamente durante mi preparación, y a sí mismo a mis primos y demás familiares, Quienes me brindaron todo su apoyo y consejos para ser de mí una mejor persona, para cumplir esta meta y todos los que de una u otra me alentaron y fueron ejes fundamentales para mi formación tanto personal como profesional para la culminación de mi carrera.

**Stalin Geovanny González Guerrero**

**a. TITULO:**

**“FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMELOS A BASE DE CAFÉ, EN LA CIUDAD DE LOJA”**

## **b. RESUMEN.**

El objetivo de la presente investigación tiene como propósito, la **“Factibilidad para la implementación una empresa productora y comercializadora de caramelos a base de café, en la Ciudad de Loja”**, enfocada a producir un producto de calidad para la satisfacción de los consumidores, la misma que también estará orientada a brindar fuentes de empleo, contribuyendo de esta manera también a un mejor desarrollo tanto a nivel social como económico.

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se aplicaron métodos y técnicas; el método inductivo para establecer demanda y oferta del producto y seleccionar el mercado meta del mismo; el método deductivo para describir la implementación de la empresa en la ciudad de Loja y el método analítico con el que se realizó cada parte del proyecto de factibilidad; así mismo se utilizó la técnica de observación directa para establecer el proceso de elaboración de caramelos hechos a base de café.

Para el estudio de mercado se obtuvo una muestra de 383 personas que se encuentran en el rango de edad de 20 a 69 años dentro de la ciudad de Loja, a esta muestra se le aplicó una encuesta de 13 preguntas, las mismas que sirvieron para establecer la demanda potencial, la demanda real, y la efectiva. Para establecer la oferta, se realizó una encuesta a 4 micro mercados considerados similares por la Cámara de Comercio de Loja, de acuerdo a sus características, su tamaño y productos comercializados, los cuales nos brindaron información necesaria sobre la competencia.



Luego de la obtención de estos datos se determinó una demanda insatisfecha de 201681 personas para el primer año, de la cual la empresa tendrá un porcentaje de participación de mercado del 55,69%. Concluidos los estudios pertinentes y de la determinación del monto de inversión, mediante el estudio financiero se logró establecer que la empresa será rentable y brindará estabilidad y rentabilidad a socios accionistas.

En el estudio financiero, se aprecia una inversión inicial de \$ 38.572,34 por lo tanto en activos fijos, diferidos y corrientes, el monto de la inversión es solventado por el 73% por capital social y el 23% a través de la concesión de un crédito financiero otorgado por el Banco Nacional de Fomento.

El Valor Actual Neto (VAN), genera un resultado positivo para la empresa con un monto de \$ 60.072,47, La Tasa Interna de Retorno (TIR), cuenta con un 60,53%, con lo que se demuestra que es mayor a la tasa de interés de oportunidad del 14,77%. La Relación Beneficio Costo (RBC), arroja un resultado de \$1,45, que significa que por cada dólar que se invierte se tendrá una rentabilidad de \$ 0,45. Centavos de dólar. El Periodo de Recuperación del Capital del proyecto será en 1 Año, 8 Meses, y 26 Días. En el Análisis de sensibilidad nos indica que el proyecto soporta un incremento en los costos de un 25,20% y una disminución en los ingresos del 17,60%.

Y finalmente tenemos las respectivas conclusiones y recomendaciones del Proyecto.

## **ABSTRACT.**

The aim of this research is intended, la implementación a manufacturer and marketer of sweets with coffee in Loja city, focused on producing a quality product for the consumer satisfaction, the same will also be focused on providing sources of employment, thus contributing also to better development both socially and economic.

For the development of this research project methods and techniques were applied: the scientific method to determine data and confirm by conclusions; inductive method for establishing demand and supply of the product and select the target the same market; deductive method to describe the implementation of the company in the city of Loja and synthetic analytical method with which each part of the project feasibility was made; likewise the direct observation technique was used to establish the process of making candy made from coffee.

Market research for a sample of 383 people who are in the age range of 20-69 years in the Canton Loja, this sample was applied a survey of 13 questions, it was obtained the same that were used to establish demand potential, actual demand, and effective. To set the offer, a survey of four micro-markets considered similar by the Loja Chamber of Commerce, according to their characteristics, size and market products, which provided us with necessary information about the competition was held.

After obtaining these data is an unmet demand of 201 681 people for the first year, which the company will take a percentage of market share of 55.69% was determined. It concluded relevant and determining the amount

of investment, through financial studies study was established that the company will be profitable and provide stability and profitability to shareholders partners.

The financial study, an initial investment of \$ 38.572,34 therefore seen in fixed, deferred and current assets, the amount of investment is solved by 73% for equity and 23% through the granting of a financial credit granted by the National Development Bank.

Net (NPV) Present value generated a positive result for the company in the amount of \$ 60.072,47 it means that the project will be accepted. Internal Rate of Return (IRR), has a 60,53%, which is shown to be higher than the interest rate of 14.77% chance. Benefit Cost Ratio (RBC), yields a result of \$ 1.45, meaning that for every dollar invested a return of \$ 0.45 will be taken. Dollar cents. The Capital Recovery Period of the project is 1 years, 8 months and 26 days. With regard to sensitivity analysis it indicates that the project supports an increase in costs of 25,20% and a decrease in revenue of 17,60%.

And finally we have the respective conclusions and recommendations of the Project.

### **c. INTRODUCCION.**

Considerando la necesidad de generar recursos económicos y crear fuentes de empleo en la región sur del Ecuador, surgió la idea de industrializar caramelos hechos a base de café lojano, siendo este, reconocido tanto a nivel nacional como internacional. Este producto ha sido recompensado con varios premios y elogios debido a su excelente calidad y sabor, siendo los cantones de Olmedo y Chaguar pamba ya conocidos por ser ganadores de numerosos concursos por su calidad de café en el extranjero. La provincia de Loja es gran productora de este grano por lo que industrializarlo produciendo los caramelos sería para la ciudad, una alternativa creadora de valor a la materia prima que se produce en el sector.

El proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de caramelos a base de café en la ciudad de Loja, permitirá determinar la rentabilidad que generaría el proyecto, además de establecer el mercado al que se dirige el producto, las inversiones necesarias para crear la empresa y qué beneficios traerá la misma.

Al ser la provincia de Loja una zona idónea para la siembra y cosecha de café de primera calidad, existe la necesidad de refinar este producto no solo buscando obtener la tradicional bebida del mismo. Es así, que surge esta propuesta de buscar formas alternativas de uso de este producto. Además, en el Ecuador se vienen instaurando políticas de incentivo al desarrollo de la pequeña industria.

En la ejecución del trabajo de investigación, se usaron los métodos inductivo, deductivo y analítico, y las técnicas de observación directa y la encuesta, los mismos que fueron puestos en práctica con las 383 encuestas luego de haber obtenido la muestra de un universo de 117.957 personas de la ciudad de Loja, y la encuesta a los 4 micro mercados de la ciudad que son canales de distribución de confitería.

Con la información obtenida se desarrolló el estudio de mercado para establecer la demanda potencial, real y efectiva, también la oferta y se realizó el balance entre la oferta y la demanda y el plan de comercialización de los caramelos de café, para este se usaron las 4p de marketing; producto el precio, la plaza y la promoción. Esto se efectuó con el fin de determinar posibles consumidores, competencia y la posibilidad de incursionar en el mercado.

Se desarrolló el estudio técnico, de macro localización y micro localización de la planta, tamaño de la empresa para lo que se refiere a la capacidad instalada y capacidad utilizada, ingeniería de proyecto determinando el proceso productivo de los caramelos y la distribución de planta necesaria. Así mismo, se estableció la estructura legal y administrativa que requerirá la empresa a implementarse, fijándose la organización legal de responsabilidad limitada, razón social de LOCAFE Cía. Ltda., el objeto social productivo de caramelos, y el capital social que será financiado dos socios accionistas y financiamiento bancario. Se definió el tiempo de duración del proyecto en cinco años, la organización jerárquica, el

organigrama empresarial y el manual de funciones para el correcto desempeño de los funcionarios dentro de la empresa.

También se realizó el estudio financiero, fijando las inversiones necesarias, el gasto de fabricación, gastos administrativos, de ventas y el financiamiento necesario para poder poner en marcha el proyecto. Luego de determinar los costos, rendimientos económicos y la evaluación financiera, se hizo uso de indicadores: VAN (Valor actual neto), TIR (Tasa interna de retorno), RBC (Relación Beneficio Costo), PRC (Periodo de recuperación del capital) y análisis de sensibilidad, los cuáles sirven para ponderar y evaluar el proyecto lo que conllevará a una acertada toma de decisiones.

Una vez que se ha concluido con la fase de elaboración y evaluación del proyecto se llegó a determinar las conclusiones, recomendaciones, y la bibliografía se recopiló de distintas fuentes de información como libros, revistas e Internet; finalmente se hace constar algunos anexos que nos sirvieron de soporte para el desarrollo de la investigación.

## **d. REVISIÓN DE LITERATURA.**

### **1. MARCO REFERENCIAL.**

#### **1.1. CONFITERÍA.**

(FERNANDEZ, 2012), En su trabajo de investigación sobre “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMELOS DE CHOCOLATE, EN EL CANTÓN ZAPOTILLO, DE LA PROVINCIA DE LOJA”, menciona a la confitería que es el arte de elaborar dulces y confituras.

Es así que cuando se realiza cualquier mezcla dulce de algún sabor específico, en este caso caramelos hechos a base de café haciendo uso del arte culinario de la confitería.

Según (DIAZ, 2015), “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE POSTRES DE MANZANA EN EL CANTÓN HUAQUILLAS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE EL ORO” un proyectó de factibilidad es un instrumento de decisión que determina que si el proyecto se muestra rentable debe implementarse pero que si no resulta rentable debe abandonarse. Nuestra opción es de qué se debe tomar como una posibilidad de proporcionar más información a quien debe decidir. “El proyecto surge como respuesta a una idea que busca ya sea la solución del problema o la forma para aprovechar una oportunidad de negocio, que por lo general corresponde a la solución de un problema.

### **1.1.1. Antecedentes Históricos**

Según (Real Academia de lengua española, 2014), La historia de este arte se remonta hace miles de años, las personas usaban este tipo de alimento para consumirlo en sus largos viajes pues estos al estar compuestos de azúcar en su mayoría proveen de energía al cuerpo humano.

Luego con el avance del tiempo se fueron añadiendo sabores a estos dulces para el mejor agrado de los consumidores, al industrializarse la fabricación de estos dulces se crearon infinidad de sabores los cuales podemos disfrutar hoy en día disponibles en el mercado.

### **1.1.2. Caramelos.**

(MACEK, 2014) “En la fabricación industrial de caramelos se suelen usar como materias primas azúcar, glucosa y agua, que se combinan en las proporciones adecuadas para generar un jarabe (almíbar) que posteriormente se cuece a altas temperaturas.

Una evaporación rápida produce la eliminación del agua presente en el jarabe cocido, quedando una pasta de caramelo que puede ser modelada en diferentes formas. El enfriamiento ulterior provoca la cristalización de la masa, formando el caramelo propiamente dicho al conferirle rigidez que lo hace apto para su empaquetado.

Dependiendo del solvente (agua o leche) y de la receta, el resultado final puede llamarse de una forma u otra. Cuando se hace con leche, la reacción con las proteínas de la misma genera compuestos orgánicos cíclicos que otorgan nuevos sabores, al darse la reacción de Maillard”.



### **1.1.3. Producción de café en Ecuador**

Según (CORECAF, 2009), La producción de café en el Ecuador se ha ido desarrollando en forma masiva, por lo que lo convierte en uno de los pocos países en el mundo que exporta todas las variedades de café: Arábigo lavado, Arábigo natural y Robusta. Debido a la ubicación geográfica del Ecuador y a los diferentes ecosistemas que posee le permiten cultivar el café a lo largo y ancho del país, llegando a cultivarse inclusive en las Islas Galápagos; es por esta razón que nuestro café es de los mejores producidos en Sudamérica y los más demandados en Europa.

### **1.1.4. El café**

(PEREZ, 2009), El café es una bebida que se obtiene a partir de la infusión de las semillas tostadas de la planta del café. La planta del café se denomina cafeto. Pertenece al género Coffea, de la familia de las rubiáceas. Es una bebida consumida a nivel mundial. Uno de los posibles orígenes del nombre de la bebida se deriva de la palabra arábiga qahwah que significa, vigorizantell, y otro que lo conecta etimológicamente con la provincia Kaffa del sudoeste de Etiopia de donde se presume es el origen de la planta que da origen a la bebida.

### **1.1.5. Variedades.**

Así mismo (ROGER, 2003) Manifiesta que en nuestro país se cultivan las dos especies de café, arábigo y robusta. Aproximadamente, el 55 % de la superficie total es de arábigo. La producción de arábigo, considerado de mejor calidad se concentra específicamente en Manabí, la provincia de Loja y las estribaciones de la Cordillera Occidental de los Andes, en tanto que

el robusta se cultiva en la Amazonía, es decir, en Sucumbíos y Orellana, en su mayor porcentaje.

#### **1.1.5.1. Café Árábigo**

El café Árábigo es originario de Etiopía y comprende un gran número de variedades, las cuales se diferencian solamente porque crecen en diferentes suelos, a diferentes altitudes, en distintos climas o porque están sujetas a diferentes influencias. Algunas de ellas son: típica, bourbon, java, criollo. Variedades de Café Provincias Árábigo lavado El Oro, Manabí, Loja, Guayas y Zamora Chinchipe Árábigo natural Loja, Manabí, El Oro, Los Ríos y Guayas Robusta Pichincha, Orellana, Sucumbíos, Los Ríos y Napo.

En general, el arbusto del café arábigo crece en alturas que van desde los 800 a los 2000 metros y su cultivo se desarrolla en plantaciones.

El café arábigo obtenido de estas plantas, ronda niveles de cafeína del 1% al 1,5% e incluso inferiores, lo cual supone una diferencia sustancial con el café robusta, con niveles del 3%. (ROGER, 2003).

**Café Árábigo lavado.** - Son grandes granos, de forma elíptica, de coloración verde azulada y olor a verde. Tostado desarrolla grandemente su volumen y en la tasa es un café aromático de excelente sabor.

**Café Árábigo no lavado.** - Son granos ovalados, de coloración verde amarillenta y olor a hierba verde, con sabores muy variados en función de la región de cultivo.

### **1.1.5.2. Café Robusta**

El café robusto no es más que una de las especies de las variedades de la especie *Canephora*, pero que por su importancia mundial da el nombre a la especie, identificándose así *canephora* con *robusta*. Es un café con un mayor contenido de cafeína, del 2 al 4%. Presenta un grano amarillento y con olor a paja seca. El tueste es normal y da lugar a un café fuerte, de gran cuerpo, de color oscuro y de fuerte sabor con un punto amargo que se pega al paladar. Café normalmente tratado en seco no lavado, que comporta la posible presencia de tierra en las hendiduras y otros defectos. (ROGER, 2003).

### **1.1.6. CLASES DE CAFÉ**

#### **1.1.6.1. Tostado natural**

Para obtener el café tostado natural se procede a tostar los granos de café sin ningún aditivo por el sistema de tueste directo a una temperatura que va de los 200 a 220° C y en constante movimiento en este proceso el grano de café pierde alrededor de un 18% de su peso. (PEREZ, 2009).

#### **1.1.6.2. Tostado Torrefacto**

Según (ROMERO, 2010), Manifiesta que en este tipo de tostado se tuestan los granos de café con azúcar, que por efecto del calor se caramelizan y envuelven al grano de café lo que le da una consistencia de color oscuro, con más cuerpo y con un sabor más fuerte.

El tiempo y temperatura del tueste deben ser los adecuados ya que de esta manera se garantiza las propiedades del café, porque si no este adquiere

un sabor amargo, debido al exceso de quemado del azúcar. Actualmente el consumo de café es una mezcla de ambos tipos, ya que la sola utilización de café natural produciría una infusión densa y un color claro, pero al mezclarlo café torrefacto se obtiene infusión con más cuerpo y color.

#### **1.1.6.3. Café Soluble**

(MACEK, 2014), Manifiesta el café soluble es el resultado de la deshidratación o secado del café. Se lo denomina soluble debido a que al mezclarlo con agua este se disuelve de forma rápida y no presenta grumos.

#### **1.1.7. Historia e importancia del café en el Ecuador**

Según (MARTINEZ, 2012), El café, ha sido uno de los cultivos que se han destacado en las exportaciones agrícolas del Ecuador, el mismo que conjuntamente con el cacao y el banano han constituido fuente de empleo y de divisas por décadas para la economía ecuatoriana. Estos tres principales productos han dado origen al desarrollo de otras importantes actividades económicas como el comercio, la industria, entre otras. Tradicionalmente, la zona de Jipijapa en la provincia de Manabí, ha sido uno de los lugares preponderantes en los cuales se ha cultivado este producto.

Actualmente, este cultivo se encuentra ubicado a nivel nacional. Según los datos del último censo agropecuario existen 151,900 hectáreas de cultivo de café solo y 168,764 hectáreas de cultivo de café.

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. EL CICLO DE LOS PROYECTOS**

“Cada etapa del ciclo del proyecto tiene una razón de ser y en ellas debe estar involucrados todo el equipo proyectista y la estructura del ciclo debe adaptarse a los diferentes tipos de proyectos sin constituirse en una camisa de fuerza sino en una lógica de progresión. (PASACA, 2004).

El ciclo del proyecto contempla tres etapas que son:

- Pre inversión
- Inversión
- Operación

#### **2.1.1. Etapa de pre inversión.**

Se constituye por la formulación y evaluación ex – ante, se enmarcan en el momento de la idea del proyecto y la toma de decisión de iniciar la inversión. Consiste en un proceso RETROALIMENTADOR de formulación y evaluación en el cual se diseña, evalúa, ajusta, rediseña, etc. La etapa tiene por objeto definir y optimizar el aspecto técnico, financiero, institucional y logístico de su ejecución con los que se pretende especificar los planes de inversión y montaje del proyecto. La etapa de pre-inversión se compone de cuatro fases que dividen y delimitan los pasos sucesivos de formulación y evaluación; estas fases son:

- Identificación de idea
- Perfil
- Pre factibilidad
- Factibilidad

(PASACA, 2004).

### **2.1.2. Etapa de inversión**

Tomar la decisión de invertir significa haber estudiado la posibilidad de aceptar o reemplazar una alternativa por otra a fin. El rechazo o postergación de una decisión de inversión debería haber sido detectado en etapas anteriores.

### **2.1.3. Etapa de operación**

En esta etapa del proyecto, cuando ya se ha desarrollado la obra física o programa estudiado en la pre-inversión y ejecutado durante la inversión de acuerdo a lo programado, se producen beneficios específicos que fueron estimados durante la pre-inversión. (PASACA, 2004).

## **2.2. CONTENIDO DEL PROYECTO.**

### **2.2.1. Proyectos de inversión**

Proyecto de inversión es un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general.

(REYES, 2011).

#### **2.2.1.1. Proyectos**

Es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre muchas, una necesidad humana. En

esta forma puede haber diferentes ideas, inversiones de diverso monto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a resolver las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etcétera.

(REYES, 2011).

#### **2.2.1.2. Inversión**

"La inversión es todo desembolso de recursos financieros para adquirir bienes concretos durables o instrumentos de producción, denominados bienes de equipo, y que la empresa utilizará durante varios años para cumplir su objeto social" (ACOSTA, 1991).

#### **2.2.2. ESTUDIO DE MERCADO**

En esta parte del estudio de mercado hace necesario un diagnóstico de los principales factores que inciden sobre el producto en el mercado, esto es: Precio, Calidad, Canales de Comercialización, publicidad, Plaza, Promoción, etc.; todo esto permitirá conocer el posicionamiento del producto en su fase de introducción en el mercado. (PASACA, 2004).

El estudio de mercado es una herramienta que nos facilita y nos permite obtener resultados, datos, los cuales deben ser analizados, procesados con las diferentes herramientas estadísticas existentes y de esta manera determinar el grado de aceptación del producto o servicio dentro del mercado, nos permite identificar problemas y oportunidades.

El estudio de mercado es una guía que sirve de orientación para facilitar la conducta en los negocios y a su vez trata de reducir al mínimo el margen

de error de la investigación, nos permite determinar también la demanda real existente en el mercado y determinar las preferencias y necesidades de los consumidores.

El estudio de mercado nos permite tener una idea tanto de las características y de las especificaciones del servicio o producto que se va a ofrecer en el mercado. Nos permitirá conocer cuáles son los clientes interesados en adquirir nuestros servicios, esto nos permitirá encaminar de mejor manera nuestra empresa dentro del mercado. (KOTLER, 2004)

#### **2.2.2.1. Información base (IB).**

La constituyen los resultados provenientes de fuentes primarias y que han sido recogidos mediante diferentes instrumentos de investigación.

En cuanto a la aplicación de encuestas es fundamental tener algo claro lo siguiente:

- Cuando se debe trabajar con poblaciones muy pequeñas es preferible encuestar a toda la población, en el caso de comunidades rurales.
- Cuando la población es demasiado grande o infinita es aconsejable realizar el muestreo, para lo cual es indispensable el determinar el tamaño de la muestra. (PASACA, 2004).

##### **2.2.2.1.1. Tamaño de la muestra**

Se debe tomar en consideración que un tamaño grande de muestra no siempre significa que proporcionará mejor información que un tamaño pequeño de ella, la validez de la misma está en función de la responsabilidad con que se apliquen los instrumentos por parte de los



investigadores; por otro lado, el aplicar un mayor número de encuestas siempre requerirá la utilización de mayor tiempo y recursos.

(PASACA, 2004)

Para determinar el tamaño de la muestra se puede utilizar una de las siguientes fórmulas:

Cuando se utiliza o considera la población o universo.

$$n = \frac{P \cdot Q}{\frac{E^2}{Z^2} + \frac{P \cdot Q}{N}}$$

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot P \cdot Q}{(N - 1)E^2 + Z^2 + P \cdot Q}$$

Estas fórmulas son aconsejables cuando se conoce las probabilidades de participación en el mercado. Valores de P y Q.

$$\frac{N}{1 + E^2 \cdot N}$$

Se utiliza esta fórmula cuando no se conoce la probabilidad de participación en el mercado. Valores de P y Q.

Cuando no se conoce la población.

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q}{E^2}$$

En todas las fórmulas:

**n**= Tamaño de la muestra

**N**= Población total

**E**= Error experimental

**P**= Probabilidad de éxito

**Q**= Probabilidad de fracaso

**Z**= Nivel de confianza

### 2.2.2.1.2. Estimación de la proporción

Sirve para determinar inicialmente la capacidad de producción con que iniciará la planta su fase de operación, su procedimiento es el siguiente:

1. Hallar la proporción de la muestra (P)

$$P = \frac{Ex}{M}$$

**Ex**= Éxitos

**M**= Muestreo total

2. Calcular el error estándar de la proporción (SP)

$$SP = \sqrt{\frac{P \cdot Q}{M}} \quad \mathbf{Q=1 -P}$$

3. Calcular los límites de confianza (Lc)

$$Lc = P \pm Z \cdot Sp.$$

**Lc** = Limite de confianza

**P** = Proporción de la muestra o probabilidad de éxito

**Z** = Nivel de confianza

**Sp** = Error estándar de la proporción

### 2.2.2.1.3. Coeficientes de confianza (nivel) y su valor Z

Nivel de confianza %	Valor Z
50	0.6745
68.27	1
90	1.645
91	1.69
92	1.75
93	1.81
94	1.88
95	1.96
95.45	2.0
99	2.58
99.73	3.0

### 2.2.2.2. Producto principal

Es la descripción pormenorizada del producto o servicio que ofrecerá la nueva unidad productiva para satisfacer las necesidades del consumidor o usuario, destacando sus características principales, en lo posible deberá acompañarse con un dibujo a escala en el que se muestren las principales características. (PASACA, 2004).

### 2.2.2.3. Productos sustitutos

En esta parte debe hacerse una descripción clara de los productos que pueden reemplazar al producto principal en la satisfacción de la necesidad.

(PASACA, 2004).

### 2.2.2.4. Productos complementarios

Se describe en este punto a los productos que hacen posible que se pueda utilizar al producto principal. Debe considerarse que no todo producto principal necesita de un producto complementario para la satisfacción de las necesidades. (PASACA, 2004).

#### **2.2.2.5. Mercado demandante**

En esta parte debe enfocarse claramente quienes serán los consumidores o usuarios del producto, para ello es importante identificar las características comunes entre ellos mediante una adecuada segmentación del mercado en función de: sexo, edad, ingresos, residencia, educación, etc. (PASACA, 2004).

#### **2.2.2.6. Análisis de la demanda.**

Es un estudio que permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el proyecto.

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que un mercado está dispuesto a comprar para satisfacer una necesidad determinada a un precio dado. Con el análisis de la demanda se busca determinar y cuantificar las fuerzas de mercado que actúan sobre los requerimientos de un producto por parte del mercado y así mismo establecer las oportunidades del producto para satisfacer dichos requerimientos del mercado.

(PASACA, 2004).

A la demanda debe considerársela desde varios puntos de vista como son:

**1.** Por su cantidad, de acuerdo a ello se la puede clasificar de la siguiente manera:

**a) Demanda potencial.** - está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto, en el mercado.

- b) Demanda real.** - está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizar de un producto, en el mercado.
- c) Demanda efectiva.** - la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que o puedan acceder al producto, aunque quisieran hacerlo.
- d) Demanda insatisfecha.** - está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad.

Por su oportunidad, en cuanto a la cantidad y calidad puede clasificarse en:

- a) Demanda insatisfecha.** - en la que los bienes o servicios ofertados no logran satisfacer la necesidad del mercado en calidad, en cantidad o en precio.

**Demanda satisfecha.** - en la cual lo que se produce es exactamente lo que requiere el mercado para satisfacer una necesidad.

#### **2.2.2.7. Estudio de la oferta**

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado.

En este punto es de vital importancia el investigar sobre la situación de los oferentes del producto relacionado con el del proyecto, estos constituyen la competencia, por tanto, es fundamental conocer aspectos tales como: su capacidad instalada a efectos de saber si puede o no incrementar su

producción; su producto en sí, para determinar la calidad del mismo, presentación, empaque, su tecnología, para saber si puede mejorar la calidad del producto. (PASACA, 2004).

**1. De libre mercado:** En ella existe tal cantidad de oferentes del mismo producto que su aceptación depende básicamente de la calidad, el beneficio que ofrece y el precio. No existe dominio de mercado.

**2. Oligopólica:** En la cual el mercado se encuentra dominado por unos pocos productores, los mismos que imponen sus condiciones de cantidad, calidad y precios.

**Monopólica:** En la cual existe un productor que domina el mercado y por tanto el impone condiciones de cantidad, calidad y precio del producto.

#### **2.2.2.8. Comercialización del producto.**

Comercializar se refiere al conjunto de actividades relacionadas entre sí para cumplir los objetivos de determinada empresa. El objetivo principal de comercializar es hacer llegar los bienes y/o servicios desde el productor hasta el consumidor. Implica todas las actividades relacionadas con la venta, dar carácter comercial a las actividades de mercadeo, desarrollar estrategias y técnicas de venta de los productos y servicios, la importación y exportación de productos, compra-venta de materias primas y de las mercancías al por mayor, almacenaje, la exhibición de los productos en mostradores, organizar y capacitar a la fuerza de ventas, pruebas de ventas, logística, compras, entregar y colocar el producto en las manos de los clientes, financiamiento etc. (ORTINAU, 2000).

### **a. Producto**

"Es un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea"

### **b. Precio**

"Se define por precio a la cantidad de dinero que se paga por un producto o servicio. De manera general, es la suma de valores que el consumidor intercambia por los beneficios de tener o usar un producto o servicio"

### **c. Plaza**

"Plaza es aquella que incluye los canales de distribución por ser éstos los que definen y marcan las diferentes etapas que la propiedad de un producto atraviesa desde el fabricante al consumidor final".

### **d. Promoción**

"Es una manera de dar a conocer el producto, es una herramienta importante de información y se caracteriza por comunicar, lo que se quiere promocionar a la parte demandante." (PASACA, 2004).

### **2.2.3. ESTUDIO TÉCNICO.**

Este estudio tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considera los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico, y recursos humanos. (PASACA, 2004).

### **2.2.3.1. Tamaño y localización.**

#### **2.2.3.1.1. Tamaño**

Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto de que se trate, se refiere a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año.

Para determinar adecuadamente el tamaño de la planta se debe considerar aspectos fundamentales como: demanda existente, la capacidad a instalar, la capacidad a utilizar, el abastecimiento de materia prima, la tecnología disponible, la mano de obra. El tamaño óptimo elegido debe ser aceptado únicamente si la demanda es inmensamente superior a la capacidad de producción ya que ello implicaría menor riesgo de mercado para el proyecto. (PASACA, 2004).

- **Capacidad instalada.**

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que pueda alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado, está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa.

Se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo. (PASACA, 2004).



- **Capacidad utilizada**

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado. (PASACA, 2004).

### **2.2.3.1.2. Localización.**

Significa ubicar geográficamente el lugar en el que se implementara la nueva unidad productiva, para lo cual debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; estos factores no son solamente los económicos, sino también aquellos relacionados con el entorno empresarial y de mercado. (PASACA, 2004).

- **Micro localización.**

En este punto y apoyados preferentemente en la representación geográfica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en la cual se implementará la empresa dentro de un mercado local. (PASACA, 2004).

- **Macro localización.**

Tiene la relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional, para su presentación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos. (PASACA, 2004).

- **Factores de localización**

Constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre estos factores tenemos: abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas,

disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables (agua, luz teléfono, alcantarillado) y fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto. (PASACA, 2004).

#### **2.2.3.2. Ingeniería del proyecto**

Esta parte del estudio tiene como función en acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa. El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: Instalación y funcionamiento de planta, indicando el proceso productivo como la maquinaria y equipo necesario. (PASACA, 2004).

- **Componente tecnológico.**

Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio

- **Infraestructura Física.**

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

- **Distribución en planta.**

La distribución del área física, así como la maquinaria y equipo debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador.

- **Proceso de producción.**

Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generara el servicio, es importante indicar cada una de las fases del proceso, aunque no al detalle, pues en muchos casos aquello constituye información confidencial, para el manejo interno. Posteriormente debe incluirse el flujo grama del proceso, es decir representar gráficamente el mismo indicando los tiempos necesarios para cada fase; además es importante incluir lo relacionado con el diseño del producto, indicando las principales características del mismo tales como: estado, color, peso, empaque, forma, ciclo de vida, etc.

- **Diseño del producto.**

El producto originario del proyecto debe ser diseñado de tal forma que reúna todas las características que el consumidor o usuario desea en él, para lograr una completa satisfacción de su necesidad, para un diseño efectivo del producto debe considerarse siempre los gustos y preferencia de los demandantes, entre ellos se tiene:

- Presentación
- Unidad de medida
- Tiempo de vida, etc.

- **Flujograma de procesos**

El flujograma constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción. Los flujogramas de proceso difieren significativamente en

cuanto a su presentación ya que no existe ni puede admitirse un esquema rígido para su elaboración el mismo es criterio del proyectista y en el mismo puede utilizar su imaginación; lo que debe quedar claro es que el flujograma debe mostrar las actividades y secuencia lógica. (PASACA, 2004).

### **2.2.3.3. DISEÑO ORGANIZACIONAL**

#### **2.2.3.3.1. Estructura organizativa**

- **Estructura Empresarial**

“Parte fundamental en la atapa de operaciones de la empresa es la estructura organizativa con que esta cuente, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades de cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará que los recursos, especialmente el talento humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad. (PASACA, 2004).

- **Niveles jerárquicos de autoridad**

La jerarquía cuando se usa como instrumento para ejecutar la autoridad posee una mayor formalidad y es conocida como jerarquía estructural de la organización. Este tipo de jerarquía no solamente depende de las funciones que debido a ella existen sino también del grado de responsabilidad y autoridad asignadas a la posición.

- **Nivel legislativo-directivo**

El máximo nivel de dirección de la empresa son los que dictan la políticas y reglamentos bajo los cuales opera, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomara el nombre de junta general de socios o junta general de accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se haya constituido. Es el órgano máximo de dirección de empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos. Para su actuación está representado por la presidencia.

- **Nivel ejecutivo**

Este nivel está conformado por el gerente administrador, el cual será nombrado por el nivel legislativo directo 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 colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso por ejemplo 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 de otras áreas en caso de requerirlo.

- **Nivel de apoyo**

Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directamente con las actividades administrativas de la empresa.

- **Nivel operativo**

Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.

- **Organigramas. (Estructural, Funcional y Posicional)**

Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción específicamente en las labores de producción o el proceso productivo.

Son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y de asesoría.

- **Manuales. (Manual de funciones)**

Aunque en la formulación de un proyecto no es aspecto prioritario el detallar los puestos de trabajo ni las funciones a cumplir, puesto que esta parte de la normatividad interna y sus regulaciones son de competencia de los inversionistas establezcan sus criterios de acuerdo a sus intereses. (PASACA, 2004).

Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:

- Relación de dependencia (ubicación interna).
- Dependencia jerárquica (relaciones de autoridad).
- Naturaleza del trabajo.
- Tareas principales.

- Tareas secundarias.
- Responsabilidades.
- Requerimiento para el puesto.

El proporcionar toda esta información permitirá al futuro empleado cumplir en forma adecuada su trabajo. (PASACA, 2004).

### **Base Legal**

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos

- **Acta constitutiva.** - Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.
- **La razón social o denominación.** -Es el nombre bajo el cual la empresa opera, el mismo debe estar de acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la ley.
- **Domicilio.** -Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto, deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se ubicará en caso de requerir los clientes u otra persona natural o jurídica.
- **Objeto de la sociedad.** - Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

- **Capital social.** - Debe indicarse cuál es el monto del capital con que se inicie sus operaciones la nueva empresa y la forma como esta se ha conformado.
- **Tiempo de duración de la sociedad.** - Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo opera.

**Administradores.** - Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o a una persona que será quien responda por las acciones de la misma. (PASACA, 2004).

- **Compañía de Responsabilidad Limitada**

### **Disposiciones generales**

**Art. 92.-** La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura.

Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.



**Art. 93.-** La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes.

La compañía se constituirá de conformidad con las disposiciones de la presente Sección.

**Art. 94.-** La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguro, capitalización y ahorro.

**Art. 95.-** La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse. (PASACA, 2004).

#### **2.2.4. ESTUDIO FINANCIERO**

“Pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto. Cuál será el costo total de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica, la que es muy importante para la toma de decisiones sobre la vida del proyecto. (URBINA, 2006).

## **2.2.4.1. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO**

### **2.2.4.1.1. Inversiones**

Esta parte del estudio se refiere a las organizaciones que ocurren o se presentan en la fase pre – operativa de la vida de un proyecto y representan desembolsos de efectivo para la adquisición de activos como son: edificios, maquinaria, terrenos, para gastos de construcción y para capital de trabajo, etc.

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.

Las inversiones se clasifican en tres categorías: activos fijos, activos diferidos, y capital de operación, capital de trabajo, activo circulante o fondo de maniobra. (PASACA, 2004).

- **Inversiones en activos fijos**

Representan las inversiones que se realizan en bienes tangibles que se utilizaran en el proceso productivo o son el complemento necesario para la operación normal de la empresa. Entre estas clases de activos tenemos: los terrenos, obras físicas, equipamiento de planta y la dotación de los principales servicios básicos, etc. Las inversiones a realizar se indican a continuación. (PASACA, 2004).

- **Inversión en activos diferidos**

Bajo esta denominación se agrupan los valores que corresponden a los costos ocasionados en la fase de formulación e implementación del proyecto, antes de entrar en operación.

Con esta denominación se designa a los valores en que se debe incurrir, para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible laborar normalmente durante un periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas. El capital de operación se lo establece normalmente para un periodo de tiempo en el que la empresa empiece a obtener ingresos provenientes de la cuenta de sus productos o servicios originarios.

Se incurre en estos costos por efectos de ciertos requerimientos de activos intangibles, entre los que tenemos. (PASACA, 2004).

- **Inversiones en capital de trabajo.**

Con esta denominación se designa a los valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible laborar normalmente durante un periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas. El capital de operación se lo establece normalmente para un periodo de tiempo en el que se espera que la empresa empiece a obtener ingresos provenientes de las ventas de sus productos o servicios originarios.

Para determinar el monto requerido como capital de operación, capital de trabajo o fondo de maniobra, no se toma en consideración los valores correspondientes a depreciaciones y amortización de diferidos, ya que

estos valores se los consideran y contabiliza para el ejercicio económico anual, por otro lado, los valores correspondientes a dichos rubros no significan desembolsos monetarios para la empresa. (PASACA, 2004)

#### **2.2.4.1.2. Financiamiento**

Una vez conocido el monto de la inversión se hace necesario buscar las fuentes de financiamiento, para ello se tiene dos fuentes:

1. Fuente interna, constituida por el aporte de los socios
2. Fuente externa, constituida normalmente por las entidades financieras estatales y privadas.

En el primer caso, cuando se cuenta con varios inversionistas, se divide el monto de la inversión para un determinado de acciones, las mismas que son negociadas entre los socios de la nueva empresa.

En el segundo caso, cuando se debe recurrir el financiamiento externo, se hace necesario realizar un análisis de mercado financiero a efectos de conseguir un crédito en las mejores condiciones para la empresa. Se debe poner énfasis en lo que significa “periodos de gracia”, ya que ello si bien facilita la cobertura del crédito también hace que este tenga un costo mayor pues en ese tiempo no disminuye la deuda del capital. (PASACA, 2004).

#### **2.2.4.2. Análisis de costos**

Para este análisis nos valemos de la contabilidad de costos, la misma que es una parte especializada de la contabilidad y constituye un subsistema que hace el manejo de los costos de producción a efectos de determinar el costo real de producir o generar un bien o un servicio, para con estos datos

fijar el precio con el cual se pondrá en el mercado el nuevo producto. (PASACA, 2004).

- **Costos de producción o fabricación.**

Los costos de producción están todos por los valores que fue necesario incurrir para la obtención de una unidad de costo, se incorporan en el producto quedan capitalizados en los inventarios hasta que se vendan los productos. Por otro lado, el costo esta dado en base a una “unidad de costo” que es el factor que permite medir la producción de bienes o servicios y puede estar determinada por cajas, lotes, juegos, etc. (PASACA, 2004)

### **Los elementos del costo**

“Los costos de producción se dividen en tres grupos que son:

- Materiales directos
- Mano de obra directa, y
- Costos generales de fabricación”

Estos costos están calculados en base a un programa de producción determinado, tomando en cuenta los factores técnicos, humanos y materiales, entre los elementos que conforman el costo de producción tenemos:

### **COSTO PRIMO**

#### **Materia prima**

Para la elaboración de un producto se combinan diferentes materiales, los mismos que quedan formado parte integral del producto como es el caso

de la materia prima y otros materiales que integran físicamente el producto, su costo constituye el primer elemento del costo de producción.

(PASACA, 2004)

- **Mano de obra directa**

Para la transformación de la materia prima en el producto elaborado se necesita el trabajo del ser humano al cual a empresa debe pagar una remuneración. Este rubro está conformado por quienes interviene directamente en la fabricación o generación de un bien o servicio, bien sea manualmente o accionando las máquinas que transforman la materia prima en producto terminado.

Su remuneración debe estar acorde con las leyes laborales que rigen en el país para cada sector de la economía. (PASACA, 2004)

- **Costos generales de fabricación**

Se lo denomina costos por cuanto al igual que la materia prima como la mano de obra, se capitaliza al inventario de productos terminados. Representan todos aquellos valores indirectos que no se pueden cargar a unidades de costo o trabajo especial, cuyos valores provienen generalmente de:

Materiales indirectos: Lubricante para máquinas, mantenimiento de planta, aseo, envases, material de empaque, etc., es decir todos aquellos que integran el proceso pero que no pueden medirse con exactitud cuánto corresponde a cada unidad de producto terminado

Mano de obra indirecta: Personal de aseo, vigilancia, mantenimiento, supervisión de fábrica, dirección de fábrica, etc.

Servicios básicos Agua, luz, teléfono, etc.

Arrendamientos de planta, equipos, etc.

Depreciaciones, Mantenimiento.

### **Costos de operación**

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

- **Gastos de administración**

Son los gastos necesarios para desarrollar las labores administrativas de la empresa, entre estos tenemos: remuneraciones, suministro de oficina, servicios básicos, depreciación de activos de oficina, seguros, alquileres, etc.

- **Gastos financieros**

Se influyen bajo este rubro los valores correspondientes al pago de los intereses y otros rubros ocasionados por la utilización del dinero proporcionado en calidad de préstamo, comisiones bancarias, etc.

- **Gastos de ventas**

Bajo este rubro se incluyen los valores correspondientes al pago por concepto de actividades que se realiza para asegurar la venta del producto, entre estos tenemos: Propaganda, promoción, comisión a vendedores, transporte, carga, descarga, arriendo, etc.

- **Otros gastos**

Es importante tomar en cuenta que en el caso de obtener un crédito que financie la inversión, el plazo para los que son otorgados los mismos son

siempre inferiores al horizonte del proyecto, por tanto, es indispensable que prevea la forma de amortizar la deuda sin aprender del flujo de caja ya que no puede tenerse la certeza de obtener siempre flujos positivos durante la etapa de operación.

### **Depreciación en línea recta**

Este método consiste en tomar el valor total del activo y de él restar un valor que se espera obtener en el mercado al final de su vida útil, este valor se conoce como residual o de rescate, luego al saldo se divide proporcionalmente para el periodo de vida del activo.

$$Depreciación\ anual = \frac{(Valor\ del\ activo - Valor\ Residual)}{Años\ de\ vida\ útil\ del\ activo}$$

- **Costo total de producción**

La determinación del costo, constituye la base para el análisis económico del proyecto, su valor incide directamente en la rentabilidad y para su cálculo se consideran ciertos elementos entre los que tenemos: el costo de fabricación, los gastos administrativos, gastos de fabricación, gastos financieros, los gastos de ventas y otros gastos.

La fórmula para determinar el costo total de producción es la siguiente:

$$CP = CF + G. ADM. + G. FIN. + G.V. + O.G$$

**CP**= Costo de Producción

**CF**= Costo de Fabricación

**G. ADM.** = Gastos Administrativos



**G. FIN.** = Gastos Financieros

**G.V** = Gastos de Ventas

**O.G** = Otros Gastos

Para poder aplicar la fórmula se hace necesario, encontrar el Costo de Fabricación, por lo tanto, tenemos:

$$\mathbf{CF = CP' + CGF}$$

**CF**= Costos de Fabricación

**CP'**= Costo Primo

**CGF**= Costos Generales de Fabricación

De igual forma, necesitamos conocer el Costo Primo, entonces tenemos:

$$\mathbf{CP' = MOD + MPD}$$

**CP'**= Costo Primo

**MOD** = Mano de Obra Directa

**MPD** = Materia Prima Directa

Aplicando el procedimiento, para obtener el precio de venta, al mismo que se agregará el margen de utilidad; tenemos:

MATERIA PRIMA DIRECTA

+ MANO DE OBRA DIRECTA

= COSTO PRIMO

+ COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

= COSTO DE FABRICACIÓN

+ GASTOS DE ADMINISTRACIÓN\*

+ GASTOS FINANCIEROS\*

+ GASTOS DE VENTAS\*

+ OTROS GASTOS\*

= COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

Al costo obtenido se le asigna un % que representa el margen de utilidad esperado. (PASACA, 2004).

- **Costo unitario de producción.**

En todo proyecto se hace necesario establecer el costo unitario de producción para ello se relaciona el costo total con el número de unidades producidas durante el periodo, en este caso tenemos:

$$CUP = \frac{CTP}{NUP}$$

**CUP**= Costo unitario de producción

**CTP**= Costo total de producción

**NUP**= Número de unidades producidas

### **2.2.4.3. Establecimiento de precios.**

Para establecer el precio de venta, se debe considerar siempre como base el costo total de producción, sobre el cual se adicionará un margen de utilidad para ello existen dos métodos:

- **Método rígido**

Denominado también método del costo total ya que se basa en determinar el costo unitario total y agregar luego un margen de utilidad determinada.

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

- **Método flexible**

Toma en cuenta una serie de elementos determinantes del mercado, tales como: sugerencias sobre precios, condiciones de la demanda, precios de competencia, regulación de precios, lo cual permitirá una mejor cobertura del mercado. (PASACA, 2004).

#### **2.2.4.4. Clasificación de costos.**

En todo proceso productivo los costos en que se incurre no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción, por lo cual se hace necesario clasificarlos en costos fijos y variables.

- **Costos Fijos**

Representan aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente de si existe o no producción.

- **Costos variables**

Son aquellos valores en que incurre la empresa, en función de su capacidad de producción, están en relación directa con los niveles de producción de la empresa.

#### **2.2.4.5. Presupuesto proyectado**

Es un instrumento financiero clave para la toma de decisiones en el cual se estima los ingresos que se obtendrá en el proyecto como también los costos en que se incurrirá, el presupuesto debe constar necesariamente de

dos partes, los ingresos y los egresos. Es el instrumento clave para planear y controlar.

Para la fase de operación de un proyecto es importante estimar los ingresos y egresos que se ocasionaran a fin de tener cierta información básica que permita adoptar las decisiones necesarias.

#### **2.2.4.6. Estado de pérdidas y ganancias**

Nos permite conocer la situación financiera de la empresa en un momento determinado, establece la utilidad o pérdida del ejercicio mediante la comparación de ingresos y egresos.

#### **2.2.4.7. Determinación del punto de equilibrio**

Este método permite combinar los diferentes factores determinantes de las posibles utilidades o pérdidas a diferentes niveles de operación, por lo cual se constituye en una herramienta adecuada para la toma de decisiones.

El punto de equilibrio es el punto de producción en el que los ingresos cubren totalmente los egresos de la empresa y por tanto no existe ni utilidad ni pérdida, es donde se equilibran los costos y los ingresos, este análisis sirve básicamente para:

- 1.** Conocer el efecto que causa el cambio en la capacidad de producción, sobre las ventas, los costos y las utilidades.
- 2.** Para coordinar las operaciones de los departamentos de producción y mercadotecnia.
- 3.** Para analizar las relaciones existentes entre los costos fijos y variables.

Al punto de equilibrio se lo puede calcular por medio de los siguientes métodos:

### **a. En función de las ventas**

Se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que el genera; para su cálculo se aplica la siguiente formula:

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

**En donde:**

**PE=** Punto de equilibrio

**CFT=** Costo fijo total

**1=** constante matemática

**CVT=** Costo variable total

**VT=** Ventas totales

### **b. En función de la capacidad instalada**

Se basa en la capacidad de producción de la planta, determina el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la maquinaria para que su producción pueda generar ventas que permitan cubrir los costos; para su cálculo se aplica la siguiente formula:

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

### **c. En función de la producción**

Se basa en el volumen de producción y determina la cantidad mínima a producir para que con su venta se cubran los gastos.

$$PE = \frac{CFT}{PVu - CVu}$$

**PV u** = Precio venta unitario

**CV u** = Costo variable unitario

$$CVu = \frac{CVT}{N^{\circ}deunidadproducidas}$$

### **d. Representación grafica**

Consiste en representar gráficamente las curvas de costos y de ingresos dentro de un plano cartesiano.

#### **2.2.5. Evaluación de proyectos**

Consiste en una serie de cálculos para medir la eficacia, eficiencia, economía, objetividad e impacto del proyecto sobre la base de del planteamiento de objetivos claros y definidos (PASACA, 2004).

##### **2.2.5.1. EVALUACIÓN FINANCIERA**

Esta evaluación que como se indicó busca analizar el retorno financiero o rentabilidad que puede generar para cada uno de los inversionistas del proyecto tienen la función de medir tres aspectos fundamentales que son:

- a) Estructurar el plan de financiamiento, una vez medido el grado en que los costos pueden ser cubiertos por los ingresos.
- b) Medir el grado de rentabilidad que ofrece la inversión en el proyecto.
- c) brindar la información base para la toma de decisiones sobre la inversión en el proyecto, frente a otras alternativas de inversión.

Esta evaluación consiste en decir 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 precios de mercado sobre los que puede aplicarse factores de corrección para contrarrestar la inflación, se fundamenta en los criterios más utilizados como son: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Análisis de Sensibilidad (AS), se determina además el periodo de recuperación de la inversión (PRC) y beneficio monetario. (PASACA, 2004),

#### **2.2.5.1.1. Flujo de caja**

Representa la diferencia entre los ingresos y los egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos. Para su cálculo no se incluyen como egresos las depreciaciones ni las amortizaciones de activos diferidos ya que ellos no significan desembolsos económicos para la empresa (PASACA, 2004).

#### **2.2.5.1.2. Valor Actual Neto**

El valor actual del proyecto representa el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto más sus costos de oportunidad.

Los valores obtenidos en el flujo de caja, se convierten en valores actuales, mediante la aplicación de una fórmula matemática y luego se suman los resultados obtenidos (PASACA, 2004)

El VAN se define como la sumatorio de los flujos netos multiplicados por el factor de descuentos, significan que se trasladan al año cero de los gastos del proyecto para sumir el riesgo de la inversión.

Los criterios de decisión basados en el VAN son:

**Si el VAN** es positivo se puede aceptar el proyecto, ya que ello significa que el valor de la empresa aumentara.

**Si el VAN** es negativo se rechaza la inversión ya que ello indica que la inversión perderá su valor en el tiempo.

**Si el VAN** es igual a cero, la inversión queda a criterio del inversionista ya que la empresa durante su vida útil mediante el valor de la inversión en términos de poder adquisitivo

Para calcular el VAN de un proyecto, se procede de la siguiente manera:

1. Se toma del flujo de caja los valores correspondientes a los años de vida útil del proyecto.
2. Se multiplica por el factor de descuento correspondiente a cada año del proyecto.
3. Se suman los valores actuales obtenidos para la vida del proyecto
4. Se resta la inversión inicial.

El factor de descuento está determinado por:



1. La tasa de interés de oportunidad. TIO. que es la tasa de interés a la cual se puede conseguir un crédito que financie la inversión.
2. El costo de oportunidad de la inversión. COI., que es la tasa más alta de rendimiento que se puede lograr invirtiendo el dinero en otra actividad que no se el proyecto, hasta enero de 2002, en el Ecuador se consideraba a los depósitos en instituciones financieras a plazo fijo; en este caso se debe considerar la tasa de oportunidad y una prima por el riesgo de la inversión, con la cual se tiene:

$$TMAR = i + Pr + (Pr * i)/100$$

En donde:

**TMAR=** Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

**Pr=** Prima de riesgo

**i=** Tasa de oportunidad de la inversión

La fórmula del Valor Actual Neto es:

$$\mathbf{VAN = Sumatoria VAN - Inversión inicial}$$

### **2.2.5.1.3. Tasa Interna de Retorno**

Constituye la tasa de interés, al cual debemos descontar los flujos de defectivo generados por el proyecto, a través de su vida económica para que estos se igualen con la inversión. (PASACA, 2004).

Utilizando la TIR, como criterio para tomar decisiones de aceptación o rechazo de un proyecto se toma como referencia lo siguiente:

**Si TIR es >** que el costo oportunidad o de capital, se acepte el proyecto.

**Si TIR es =** que el costo de oportunidad a de capital, la realización de la inversión es criterio del inversionista.

**Si TIR es <** que el costo de oportunidad o de capital se rechaza el proyecto.

La ecuación que permite calcular la TIR es la siguiente:

$$\frac{VAN_{Tm}}{VAN_{Tm} - VAN_{TM}} \quad )$$
$$TIR = Tasamenor + Dt$$

En donde:

**TIR=** tasa interna de retorno

**Tm=** tasa menor de descuento para actualización

**Dt=** diferencia de tasas de descuento para actualización

**VAN Tm=** valor actual a la tasa menor

**VAN TM=** valor actual a la tasa mayor

#### **2.2.5.1.4. Relación Costo - Beneficio.**

Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio: (PASACA, 2004).

Si la relación ingresos / egresos es = 1 el proyecto es indiferente

Si la relación es > 1 el proyecto es rentable

Si la relación es < el proyecto no es rentable

Para encontrar la relación beneficio costo utilizamos la siguiente formula:

$$RBC = \frac{\sum \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\sum \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$

#### **2.2.5.1.5. Período de Recuperación del Capital**

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

Es conveniente actualizar los valores por cuanto ellos serán recuperados a futuro y aun con la dolarización en el Ecuador el dinero pierde su valor adquisitivo en el tiempo. (PASACA, 2004).

$$PRC = \text{Año que inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{de primeros flujos}}{\text{flujo del año que supera la inversión}}$$

#### **2.2.5.1.6. Análisis de sensibilidad**

Cualquier tipo de análisis, requiere de estimaciones sobre las variables que intervienen en el proceso, las mismas que están sujetas a cambios por fluctuaciones que pueden producirse al largo de la vida útil del proyecto, siendo los ingresos y los costos las variaciones más sensibles a un incremento o disminución de los precios. A hora bien lo preocupante es el impacto que tenga la rentabilidad del proyecto, siendo la finalidad del análisis de sensibilidad, medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable, asumiendo que el resto de variables permanezcan constantemente. (PASACA, 2004).

#### **2.2.5.1.6.1. Análisis de sensibilidad con incremento en costos**

1. Se obtienen los nuevos flujos de caja por efecto de incrementos en costos.
2. Para encontrar el porcentaje de incremento se procede a realizar un juego de búsqueda de valores de soporte máximo, para ellos es importante trabajar con tasas que permitan obtener valores o flujos positivos.

#### **2.2.5.1.6.2. Análisis de sensibilidad para disminución en ingresos**

1. Se obtienen los nuevos flujos de caja por efecto de disminución de ingresos.
2. Para encontrar el porcentaje de disminución se procede a realizar un juego de búsqueda de valores de soporte máximo, para ello es importante trabajar con tasas que permitan obtener valores o flujos positivos. (PASACA, 2004).

Es aquel que determina la fortaleza financiera o solidez del proyecto. Mide hasta qué punto afecta los incrementos en los egresos y las disminuciones o decrementos en los ingresos.

Se la obtendrá mediante la aplicación de la siguiente formula:

$$SENSIBILIDAD = \frac{\%deVariación}{NuevaTIR}$$

**a. Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno.**

$$TIR = T_m + Dt \left( \frac{VAN_{T_m}}{VAN_{T_m} - VAN_{T_M}} \right)$$

**b. Se encuentra la Tasa Interna de Retorno resultante.**

$$TIR.R = TIR.O - N.TIR$$

**c. Se calcula el porcentaje de variación.**

$$V = (TIR.R / TIR.O) * 100$$

**d. Se calcula el Valor de Sensibilidad.**

$$S = V/N.TIR$$

El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es el siguiente:

- Si el coeficiente es  $> 1$  el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad
- Si el coeficiente es  $< 1$  el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad

Si el coeficiente es  $= 1$  no hay efectos sobre el proyecto.

## e. MATERIALES Y MÉTODOS

Para el desarrollo del presente proyecto de factibilidad se aplicó diferentes métodos y técnicas de investigación, los mismos que proporcionaron información clara y oportuna sobre la temática planteada. Los métodos y materiales que se utilizó son los siguientes:

### MATERIALES

Los materiales que se utilizó en el desarrollo del presente trabajo de investigación son los siguientes.

- **Suministros de oficina:** Esferográficos, lápiz, borrador, hojas de papel, entre otros.
- **Equipos de oficina:** Flash memory, computadora portátil, grapadora, perforadora, CD's, calculadora, entre otros.

### MÉTODOS

Para la realización de la presente investigación se utilizó los siguientes métodos.

- **Método deductivo:** Este método permitió la búsqueda de información de tipo general, para obtener la información base y la revisión de literatura para después particularizar en las fases del proyecto: estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y evaluación financiera de la empresa.
- **Método inductivo:** Con la utilización de este método se obtuvo las conclusiones generales del proyecto en base a datos que se obtuvieron a través de las técnicas de investigación.

- **Método Analítico:** A través de este método se analizó y sintetizó la información recopilada mediante los instrumentos que se utilizaron para el desarrollo de este trabajo permitiendo procesar adecuadamente la información obtenida.

## **TECNICAS.**

Las técnicas son procedimientos rigurosos que permiten la recopilación de la información, estos deben estar bien estructurados de acuerdo al problema y al tema objeto de estudio. Las técnicas que se aplicara para el presente proyecto de investigación son las siguientes:

### **ENCUESTA**

- **Encuesta a los demandantes**

Conjunto de preguntas tipificadas que se aplicó a 383 personas de la población de la ciudad de Loja conformadas de 20 a 69 años de edad, se utilizó para realizar el estudio de mercado en el que se determinará la demanda y oferta del producto.

- **Encuesta a las distribuidoras de caramelos**

Para la aplicación de esta técnica se recurrió a solicitar información a la cámara de comercio de la ciudad de Loja, con el fin de conocer cual sería los negocios con mayor frecuencia en la venta de estos caramelos, por medio de esta entidad se pudo constatar que existe 4 micro mercados más concurrentes en la ventas de estos caramelos en los cuales se encuentra Galtor, Merca Max, Puerta del sol, Yerovi ubicadas en el sector céntrico de

la ciudad conociendo dicha información se procedió aplicar directamente las encuestas a los diferentes puntos de venta de caramelos, con el propósito de analizar el producto ofertado, además identificar las estrategias que emplean al momento de distribuir y proveerse del producto e identificar igualmente el tipo de competencia que representan.

### CUADRO N° 1

#### Distribuidores Micro mercados de Loja

N°	Nombre
1	Galtor
2	Yerovi
3	Merca Max
4	Puerta de Sol

**Fuente:** Cámara de comercio de Loja

**Elaborado:** El autor

- **Observación directa.** - Con la que se realizó una exploración del mercado de confitería en Loja, los clientes potenciales, su situación económica su capacidad de pago, el capital con el que se contara para el montaje de la empresa, la inversión total a realizarse y los cálculos que determinaron la factibilidad del proyecto.

#### Tamaño de la muestra

Se realizó el tamaño de la muestra mediante la obtención de datos que fueron obtenidos en el INEC, esta información revela el número de población de la ciudad de Loja comprendida entre 20 y 69 años que será sujeto del presente estudio dando un total de 150.715 para el año 2014



habitantes y con un índice de crecimiento poblacional de 2.65 %, con el mismo se obtiene el número de población muestral que fue objeto de estudio, mencionadas y obtenidas del anexo 1, que sirvió de herramienta para la recolección de información necesaria en el presente trabajo.

## CUADRO N° 2

### Población de la ciudad de Loja (20-69años)

Años	Población de 20 a 69 años
<b>2014</b>	150.715
<b>2015</b>	154.709
<b>2016</b>	158.809
<b>2017</b>	163.017
<b>2018</b>	167.337
<b>2019</b>	171.772

**Fuente:** INEC

**Elaboración:** El autor

Para calcular el número de encuestas necesarias se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{e^2(N-1) + z^2 \cdot P \cdot Q}$$

En donde:

**n**= Tamaño de la muestra a calcular

**N**= Población (150.715 personas)

**e**= Margen de error 5%

**q**= Probabilidad en contra 0.5

**p**= Probabilidad a favor 0.5

**z= Nivel de confianza 1.96**

**Reemplazando:**

$$n = \frac{1.96^2 * 150715 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(150715-1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{144746.686}{377.7454}$$

*n*= 383 Encuestas

### **Procedimiento**

Para el progreso del proyecto, se consideró los cuatro estudios que contemplan un proyecto de inversión empezando por el estudio de mercado el cual comprendió en la aplicación de encuestas a las familias y a las distribuidoras de caramelos de la Ciudad de Loja, así como, la realización de las tabulaciones y el análisis e interpretación de los resultados.

Así mismo se determinó el análisis de la demanda, el análisis de la oferta, demanda insatisfecha, así como también las correspondientes proyecciones de la misma. Luego se elaboró el plan de comercialización, y determinamos la participación de la empresa en el mercado, con su debido porcentaje.

Además, al realizar el estudio técnico se pudo determinar la capacidad instalada y utilizada, la distribución de la planta, así como también los recursos que se utilizó para llevar a cabo el proceso productivo.

Posteriormente, se efectuó el diseño organizacional y jurídico el cual incluyó la determinación del tipo de compañía a formar, con su respectiva estructura organizacional y sus concernientes manuales de funciones.

Por último, al finalizar la fase se empleó el estudio financiero el cual comprendió la determinación de las inversiones, el financiamiento que tendrá el proyecto, el cálculo de costos e ingresos, así como la realización de la evaluación financiera, la misma que permitió obtener un resultado favorable demostrando que el proyecto es factible.

## f. RESULTADOS

### Encuestas aplicadas a los habitantes de la ciudad de Loja

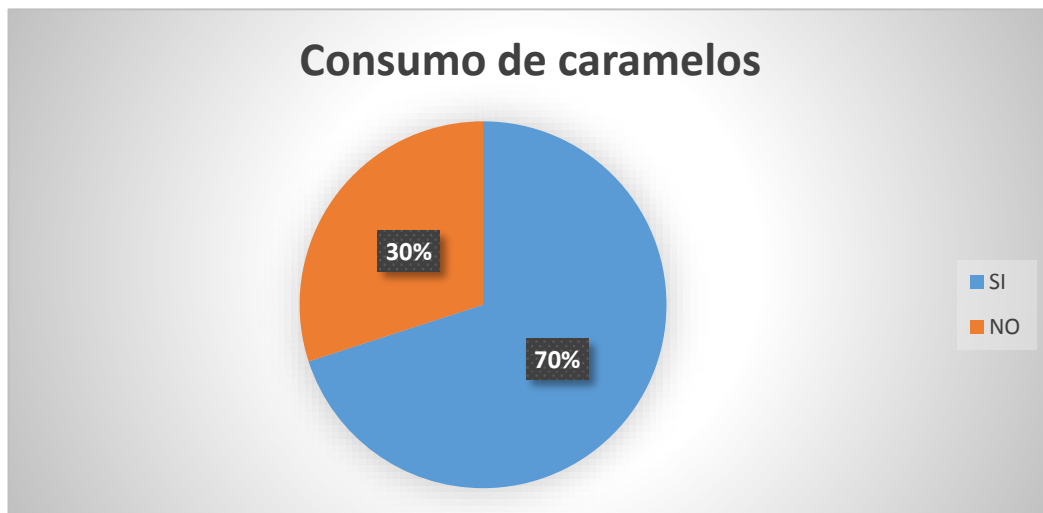
#### 1. ¿Usted consume caramelos?

CUADRO Nº 3 Consume caramelos

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	268	70%
NO	115	30%
Total	<b>383</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaboración: El autor.

GRÁFICO Nº 3



#### Análisis e Interpretación:

El 70% de los encuestados correspondiente a 268 personas respondieron que, si consumen caramelos en su mayoría por el sabor, otros porque consideran una costumbre, para mejorar el aliento y para cambiar el ánimo, en cambio el 30% representando 115 personas respondieron que no porque no le gustan o por considerarlos poco saludables.

## 2. ¿Qué cantidad consume usted caramelos semanalmente?

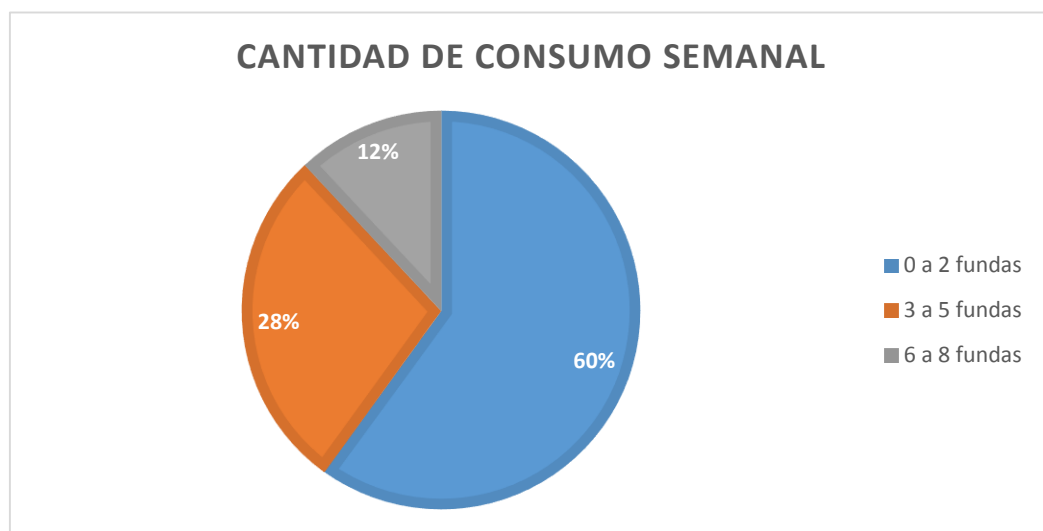
**CUADRO N° 4 Cantidad de consume de caramelos**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
(1 - 3) Unidades	160	60%
(4 - 6) Unidades	75	28%
(7 – 9) Unidades	33	12%
<b>Total</b>	<b>268</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: El autor

**GRAFICO N° 4**



### **Análisis e interpretación.**

Se obtuvo 160 personas de los 268 consumidores de caramelos correspondiente al 60%, estos consumen dulces con una frecuencia de 1 a 3 caramelos a la semana, el 28% de 4 a 6 caramelos semanales y el 12% lo hace de 7 a 9 veces semanales

### 3. ¿De qué sabor prefiere usted los caramelos?

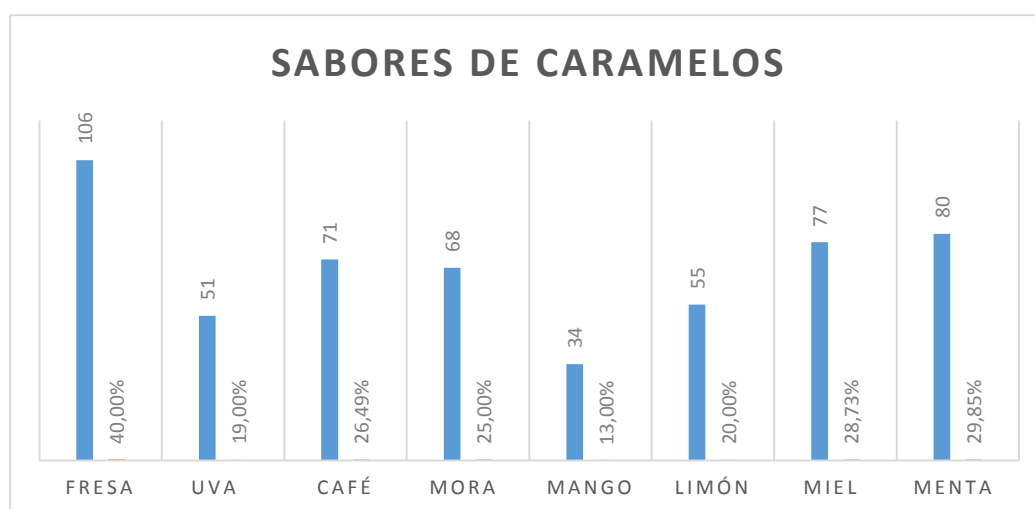
CUADRO Nº 5 Sabores de caramelos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Fresa	106	40,00%
Uva	51	19,00%
Café	71	26,49%
Mora	68	25,00%
Mango	34	13,00%
Limón	55	20,00%
Miel	77	28,73%
Menta	80	29,85%

Fuente: Encuestas

Elaboración: El autor

GRAFICO Nº 5



#### Análisis e interpretación:

El sabor preferido por las personas encuestadas es el de fresa con 40%, seguido por el de menta con 29,85%, también es muy importante señalar las 26,49% personas que consumen el de café para su posterior análisis. Además, el sabor menos consumido por los encuestados es el de mango que solo obtuvo el 13% de respuestas. La cantidad que usaremos en nuestro estudio posterior será la de café.

#### 4. ¿Cuánto gasta semanalmente en la compra de estos caramelos?

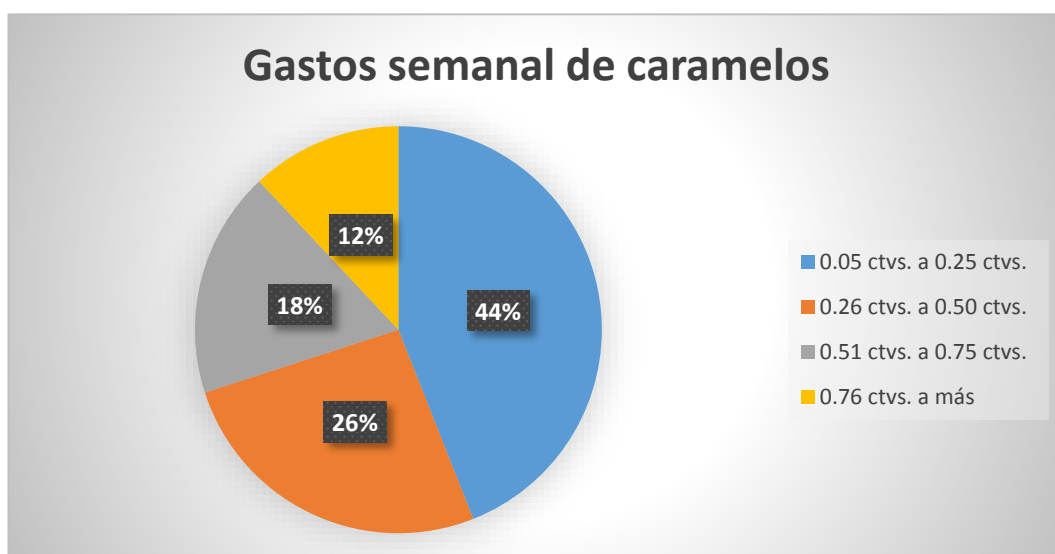
**CUADRO N° 6 Gasto Semanal para la adquisición de caramelos**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
0.05 ctvs. a 0.25 ctvs.	119	44%
0.26 ctvs. a 0.50 ctvs.	70	26%
0.51 ctvs. a 0.75 ctvs.	46	18%
0.76 ctvs. a más	33	12%
<b>Total</b>	<b>268</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: El autor

**GRAFICO N° 6**



#### **Análisis e interpretación.**

Del total de 268 consumidores de caramelos con un 44% gastan entre 0,05 a 0,25 centavos de dólar semanalmente; el 26% gastan entre 0,26 y 0,50 centavos; el 18% de 0,51 a 0,75 centavos y el 12% gastan más de 0,76 centavos en sus golosinas dentro de los 7 días considerados.

## 5. ¿En qué lugar acostumbra a comprar los caramelos?

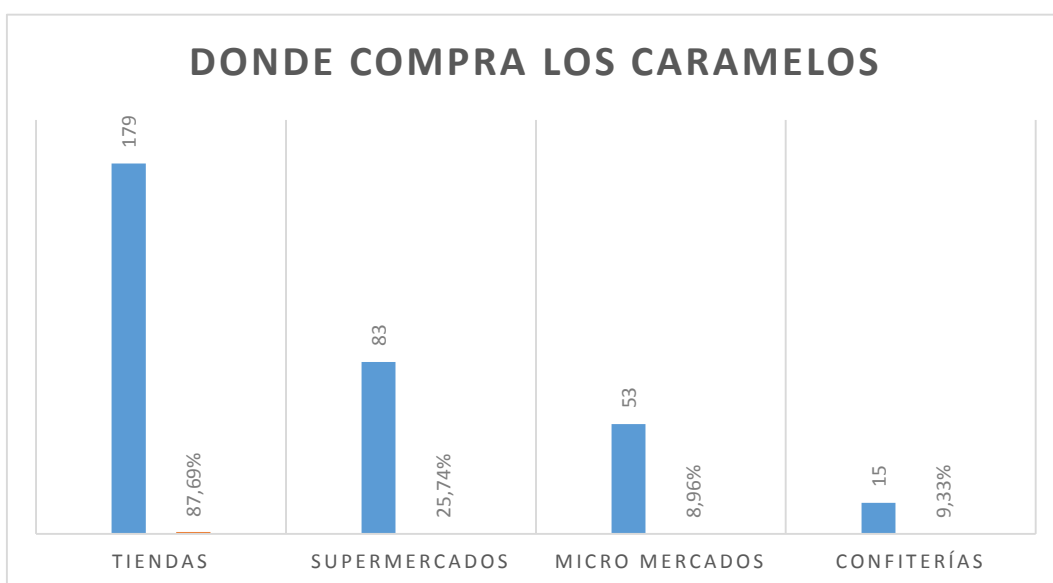
**CUADRO Nº 7 Dónde Compra los caramelos**

Alternativa	Frecuencia.	Porcentaje.
Tiendas	235	87,69%
Supermercados	69	25,74%
Micro mercados	24	8,96%
Confiterías	25	9,33%

Fuente: Encuestas

Elaboración: El autor

**GRAFICO Nº 7**



### **Análisis e interpretación:**

La mayor cantidad de encuestados que consumen caramelos los compran en tiendas con 235 personas que representan un 87.69% esto debido a que los tienen de primera mano cuando los necesitan; el 25,74% en supermercados con unas 69 personas; el 8,96% en micro mercados y 9.33% en confiteras



6. ¿Al momento de comprar caramelos usted se fija en:

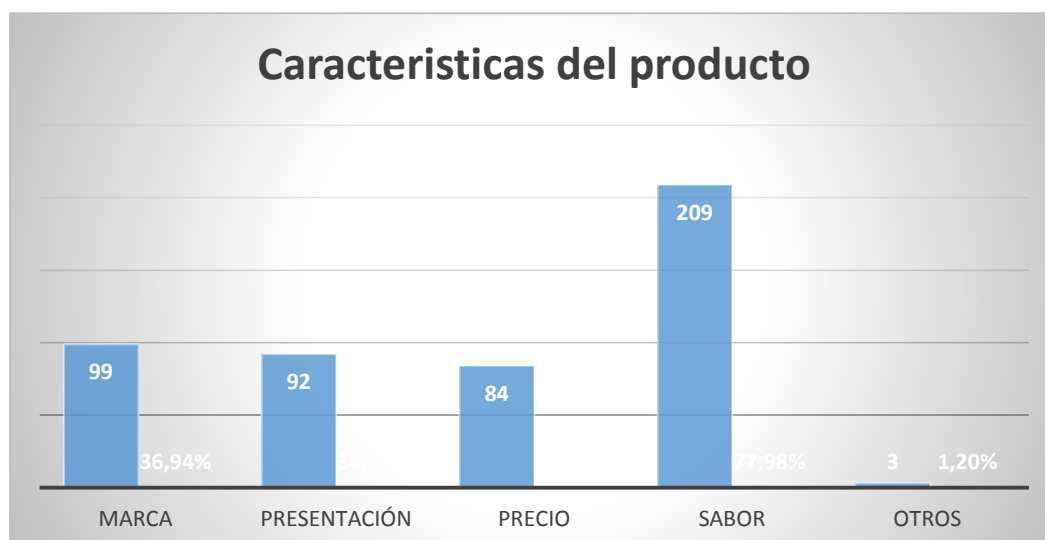
CUADRO N° 8 Características del producto

Alternativa	Frecuencia.	Porcentaje.
Marca	99	36,94%
Presentación	92	34,33%
Precio	84	31,34%
Sabor	209	77,98%
Otros	3	1,20%

Fuente: Encuestas

Elaboración: El autor.

GRAFICO N° 8



**Análisis e interpretación:**

Según los resultados de la investigación se puede observar que el 69% de consumidores consideran que el sabor es un factor que toman en cuenta al momento de comprar, mientras que el 36% consideran la marca, el 34% la presentación, el 31% el precio y el 3% entre otros. Esto nos indica que el sabor es un factor de mayor relevancia para los consumidores al momento de comprar.

7. ¿Conoce usted alguna empresa que se dedique a la producción y comercialización de caramelos en la ciudad de Loja?

CUADRO N° 9 Empresa que se dedique a la producción y comercialización de caramelos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	0	0%
NO	268	100%
<b>Total</b>	<b>268</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaboración: El autor.

GRAFICO N° 9



**Análisis e interpretación**

De acuerdo a la investigación realizada se puede observar que el 100% de consumidores no conoce la existencia de alguna empresa que ofrezca, los caramelos a base de café, en la ciudad de Loja.

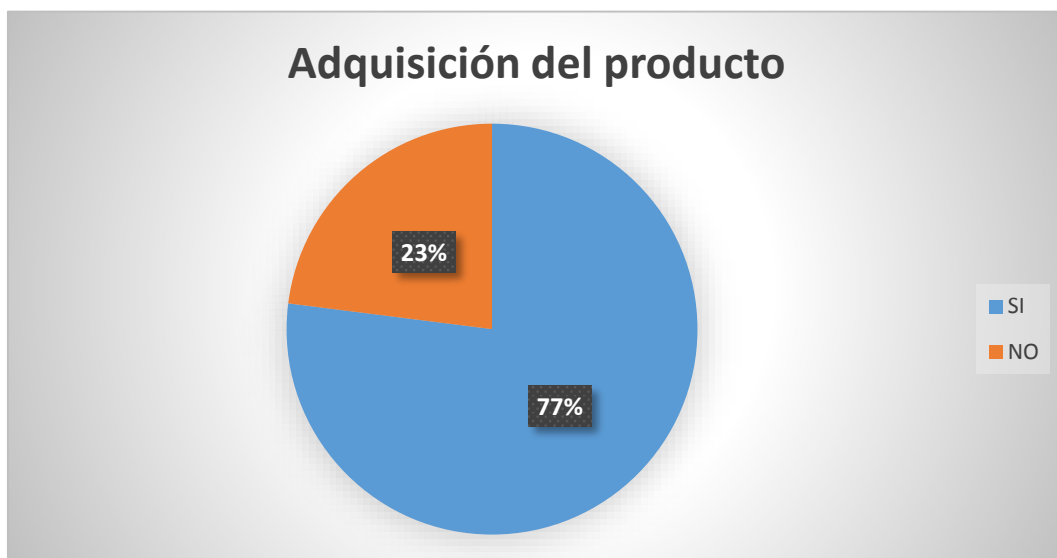
8. ¿Si se implementara en la ciudad una empresa de elaboración y comercialización de caramelos a base de café usted estaría dispuesto a comprar el producto?

**CUADRO N° 10 Adquisición del producto.**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
SI	207	77%
NO	61	23%
<b>Total</b>	<b>268</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaboración: El autor.

**GRAFICO N° 10**



#### **Análisis e interpretación.**

Según los resultados de las encuestas aplicadas muestran que el 77% de los encuestados expresó su deseo de comprar el producto principalmente por su sabor, también consideran importante apoyar la industria local y por qué le parece novedoso, mientras que el 23% no lo adquiriría en su mayoría por no ser consumidores de la bebida de café y por considerar a los caramelos poco saludables.

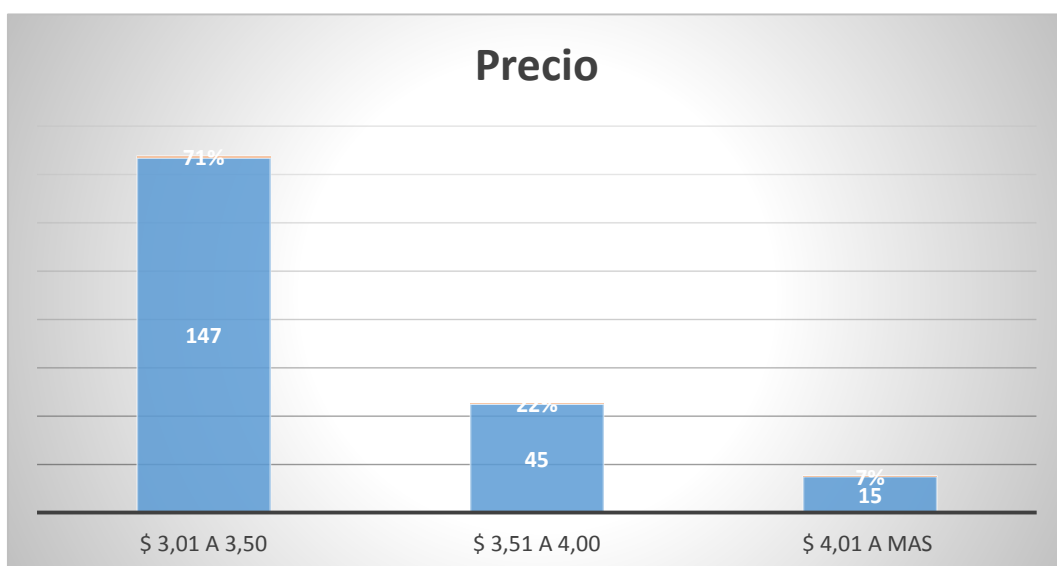
9. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por la funda de 50 unidades de caramelos hechos a base de café?

CUADRO N° 11 Precio

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
\$ 3,01 a 3,50	147	71%
\$ 3,51 a 4,00	45	22%
\$ 4,01 a mas	15	7%
<b>Total</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaboración: El autor.

GRAFICO N° 11



**Análisis e interpretación:**

De las encuestas aplicadas; los consumidores de la ciudad de Loja, se obtuvo como resultado; que el 71% está dispuesto a pagar por la funda de caramelos de (50 unidades) a base de café de \$3,01 a \$ 3,50; el 22% entre \$ 3,51 a \$ 4,00 y el 7% de \$ 4,01 a más, resultado que se tomará en cuenta para la determinación del precio del nuevo producto.

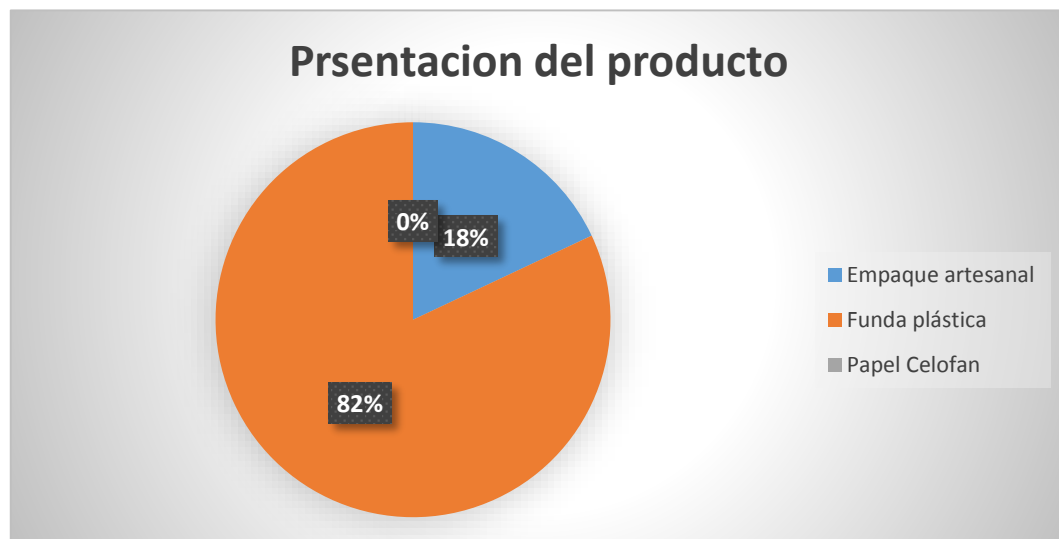
**10. ¿Cómo le gustaría la presentación de los caramelos de café a elaborarse?**

**CUADRO N° 12 Presentación del producto**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Empaque artesanal	39	18%
Funda plástica	168	82%
Papel Celofán	0	0%
<b>Total</b>	<b>207</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas  
Elaboración: El autor.

**GRAFICO N° 12**



**Análisis e interpretación:**

La presentación que más aceptación tiene es la funda plástica con un 82% del total de posibles consumidores de caramelos de café, seguido del empaque artesanal con un 18%, al 0% de encuestados les gustaría encontrar los caramelos en papel celofán. Esto predomina el gusto por funda plástica.

## 11. ¿De qué forma le gustaría adquirir este producto?

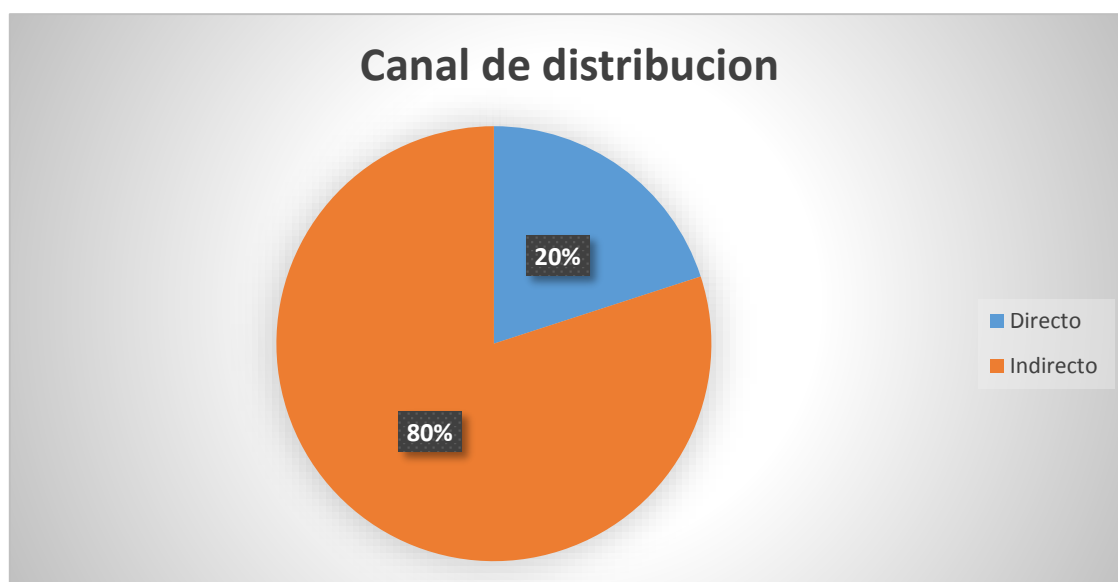
**CUADRO N° 13 Canal de distribución**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Directo (Productor – Consumidor)	42	20%
Indirecto (A través, de supermercados, micro mercado, bodegas, o tiendas)	165	80%
Total	<b>207</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

Elaboración: El autor.

**GRAFICO N° 13**



### **Análisis e interpretación:**

De las encuestas aplicadas; a las personas de la ciudad de Loja, se obtuvo como resultado; que el 80% desea que los caramelos a base de café se distribuyan en forma Indirecta por medio de tiendas, supermercados, y micro mercado y el 20% en forma directa (productor-consumidor).

12. ¿Qué cantidad, en fundas de caramelos de café consumiría usted mensualmente?

**CUADRO N° 14 Frecuencia de compra de fundas de caramelos**

Variable	frecuencia	Total, anual	%
0 a 2 fundas	205	2.460	99,03%
3 a 5 fundas	2	96	0,97%
6 a 8 fundas	0		0%
<b>Total</b>	<b>207</b>	<b>2556</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas

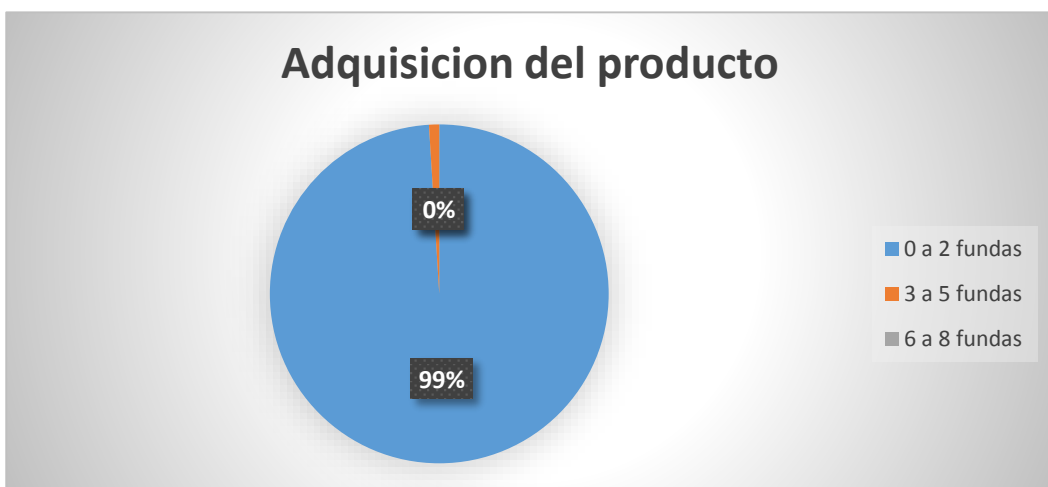
Elaboración: El autor.

**Fórmula para calcular el valor promedio del consumo de caramelos.**

$$Promedio = \frac{\sum T.A}{\sum F} \quad Promedio = \frac{2556}{207} \quad Promedio = 12$$

Lo que demuestra que el promedio de consumo de caramelos es de 12 fundas al año.

**GRAFICO N° 14**



**Análisis e interpretación:**

Con un 99.03% la frecuencia de 0 a 2 fundas mensuales es la más aceptada por los encuestados que consumirían el producto, seguido de 3 a 5 mensuales con un 0.97% y ninguno para 6 a 8 fundas mensuales de los caramelos de café.

**13. ¿Qué medios de comunicación le gustaría que se use para la promoción de los caramelos de café?**

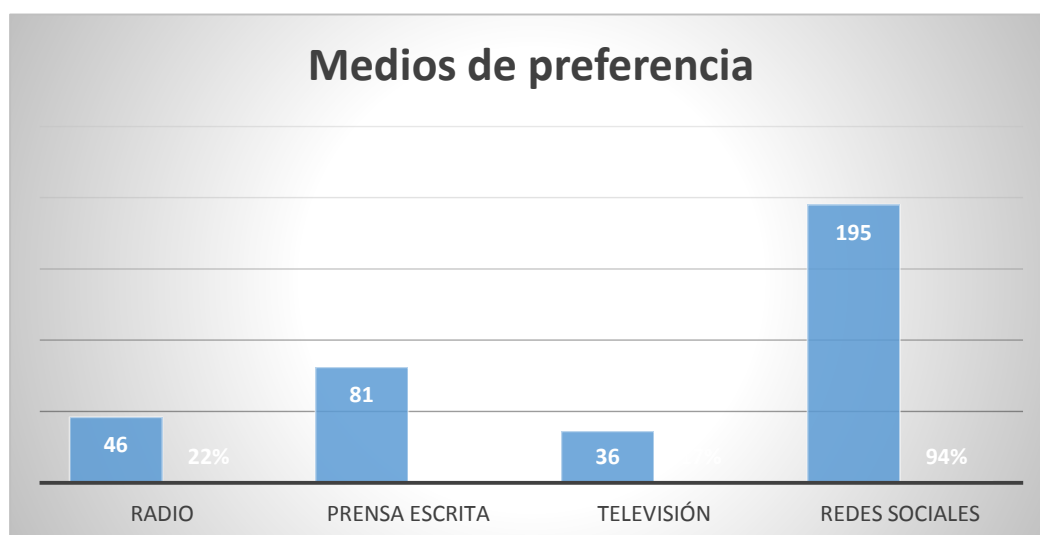
**CUADRO N° 15 Medios de preferencia**

<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Radio	46	22%
Prensa escrita	81	39%
Televisión	36	17%
Redes Sociales	195	94%

**Fuente:** Encuestas

**Elaboración:** El autor.

**GRAFICO N° 15**



**Análisis e interpretación:**

De las encuestas aplicadas; a las personas de la ciudad de Loja, se obtuvo como resultado; que en un 94% prefiere como medio de publicidad las redes sociales, en un 17% la televisión, en un 39% prensa escrita y en un 22% la radio, este resultado conlleva a determinar el medio de comunicación a utilizar en el presente negocio.



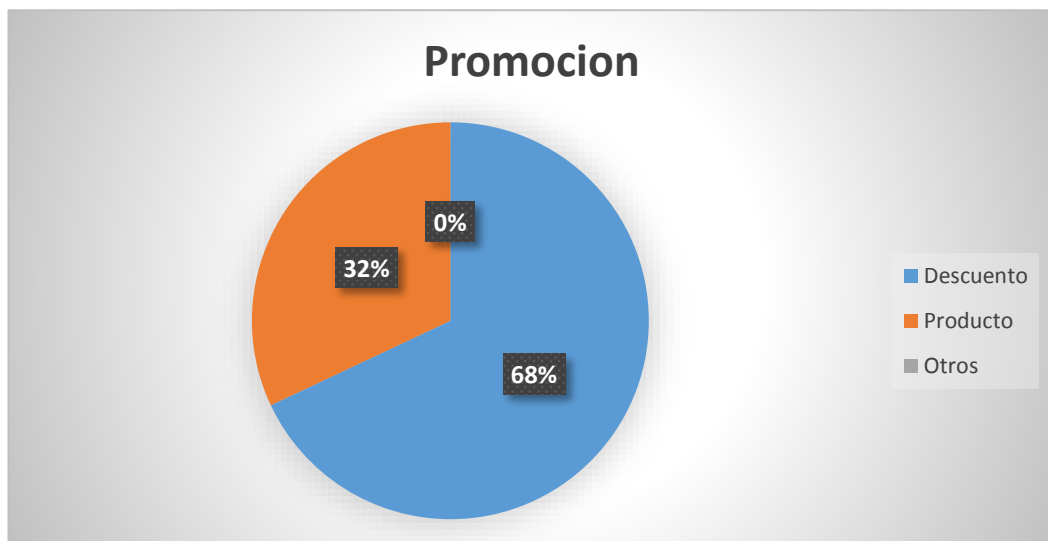
**14. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir por parte de la empresa a sus clientes?**

**CUADRO N°1: Promoción.**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Descuento	140	68%
Producto	67	32%
Otros	0	0%
Total	<b>207</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta  
Elaboración: El Autor.

**GRAFICO N°2**



**Análisis e interpretación:**

De las encuestas aplicadas; a las personas de la ciudad de Loja, se obtuvo como resultado; que el 68% le gustaría recibir un descuento de los caramelos a base de café, y el 32% recibir un producto adicional por la compra, con lo que conllevaría a realizar un análisis minucioso para realizar dicha actividad en el caso de implementar la futura empresa.

## ENCUESTAS APLICADAS A LOS DISTRIBUIDORES DE CAMELOS DE LA CIUDAD DE LOJA.

### 1. ¿Su negocio comercializa caramelos?

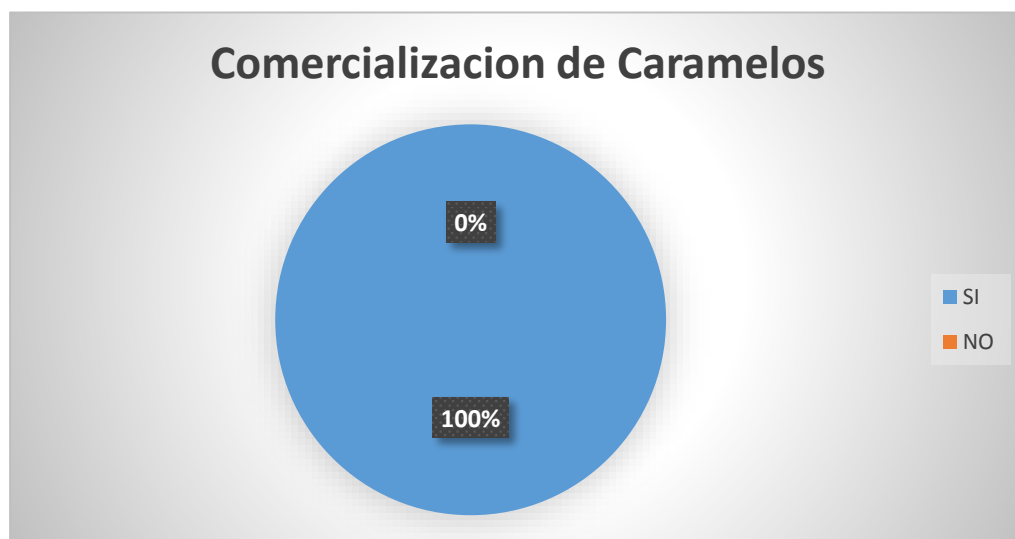
CUADRO Nº 16

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100%
NO	0	0%
Total	4	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los oferentes

Elaboración: El autor.

GRAFICO Nº 16



#### Análisis e interpretación:

Los cuatro micro mercados que fueron encuestados para el estudio mismo que son Yerovi, Galtor, Puerta del Sol y Mercamax comercializan caramelos dentro de sus establecimientos.

## 2. ¿Qué cantidad de caramelos vende mensualmente?

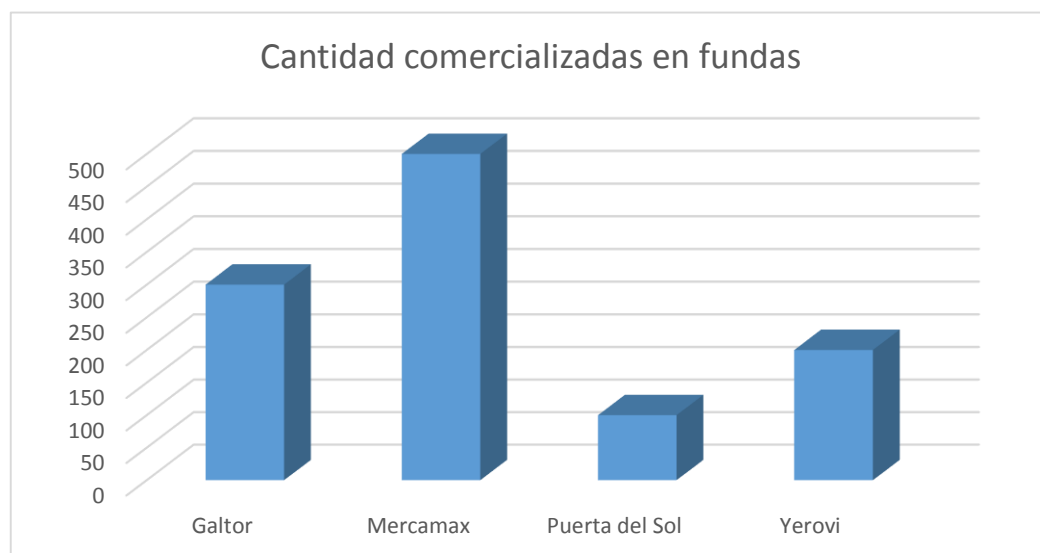
**CUADRO N° 17 Cantidad que venden**

Distribuidoras	Cantidad comercializada en fundas (50 unidades)
Galtor	300
Mercamax	500
Puerta del Sol	100
Yerovi	200
<b>Total, general</b>	<b>1100</b>

Fuente: Encuesta aplicadas a los oferentes

Elaboración: El autor.

**GRAFICO N° 17**



### **Análisis e interpretación:**

Del total de micro mercados podemos establecer que se comercializa un total de 1100 fundas promedio dentro de los mismos, además destaca Mercamax con un aproximado de 500 fundas semanales correspondiente a 45.45%, Galtor con 300 con un 27.27%, Yerovi con 200 y un 18.18% y finalmente Puerta del Sol con 100 correspondiente a 9.09% del total.

### 3. ¿En qué presentación venden los caramelos?

**CUADRO N° 18 Presentación del producto**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Empaque artesanal	0	0%
Fundas plástica	4	100%
Cajas		
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a los oferentes

**Elaboración:** El autor.

**GRAFICO N° 18**



#### **Análisis e interpretación:**

La presentación del producto es fundas plásticas el mismo que tiene un porcentaje del 100%.

La presentación del producto es en fundas de plástico.

**4. ¿De qué empresas se abastece su establecimiento de productos de confitería?**

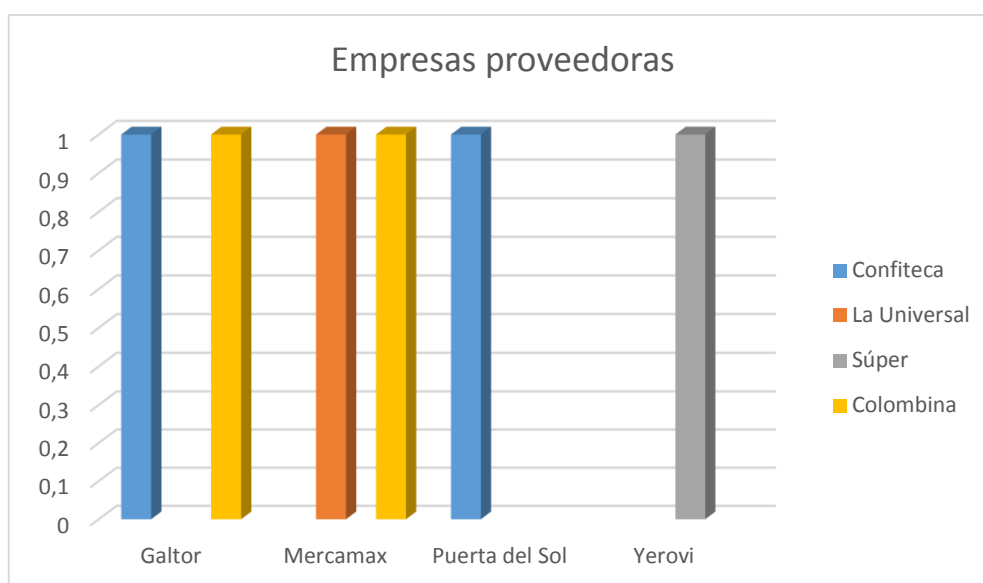
**CUADRO N° 19 Empresas proveedoras**

Distribuidoras	Confiteca	La Universal	Súper	Colombina
Galtor	1			1
Mercamax		1		1
Puerta del Sol	1			
Yerovi			1	
<b>Total, general</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>

Fuente: Encuesta aplicadas a los oferentes

Elaboración: El autor.

**GRÁFICO N° 19**



**Análisis e interpretación:**

Las empresas Confiteca y colombina son las que más destacan dentro de los proveedores de caramelos estando presente en el micro mercado Galtor y Puerta del Sol con un 50% de participación cada una, también fueron mencionados como proveedores las empresas Súper y La Universal con un 50% de cada empresa.

5. ¿Qué tipo de promociones le ofrecen estas empresas en confitería?

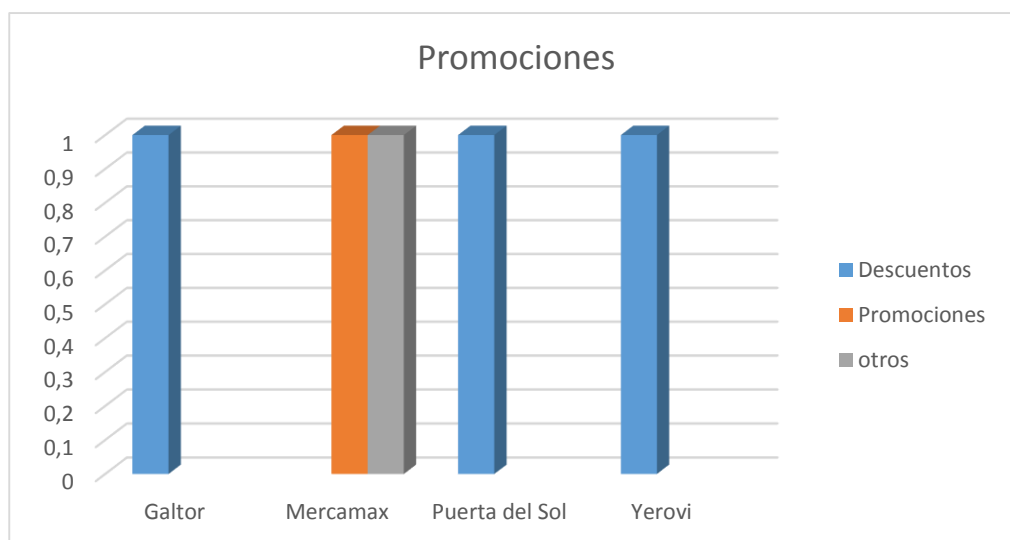
**CUADRO Nº 20 Promociones que ofrecen distribuidores**

Distribuidoras	Descuentos	Promociones	Otros
Galtor	1		
Mercamax		1	1
Puerta del Sol	1		
Yerovi	1		
<b>Total, general</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

Fuente: Encuesta aplicadas a los oferentes

Elaboración: El autor.

**GRAFICO Nº 20**



**Análisis e interpretación:**

Los descuentos en volúmenes grandes y el crédito son las promociones más utilizadas por las empresas proveedoras de caramelos dentro de los establecimientos comercializadores de caramelos en estudio con un 75% de afirmaciones en ambos casos, también en promociones con un 25% y la impulsación de producto con 25% manifestado por Mercamax.

6. ¿Al momento de comprar caramelos para comercializar en su local usted se fija en:

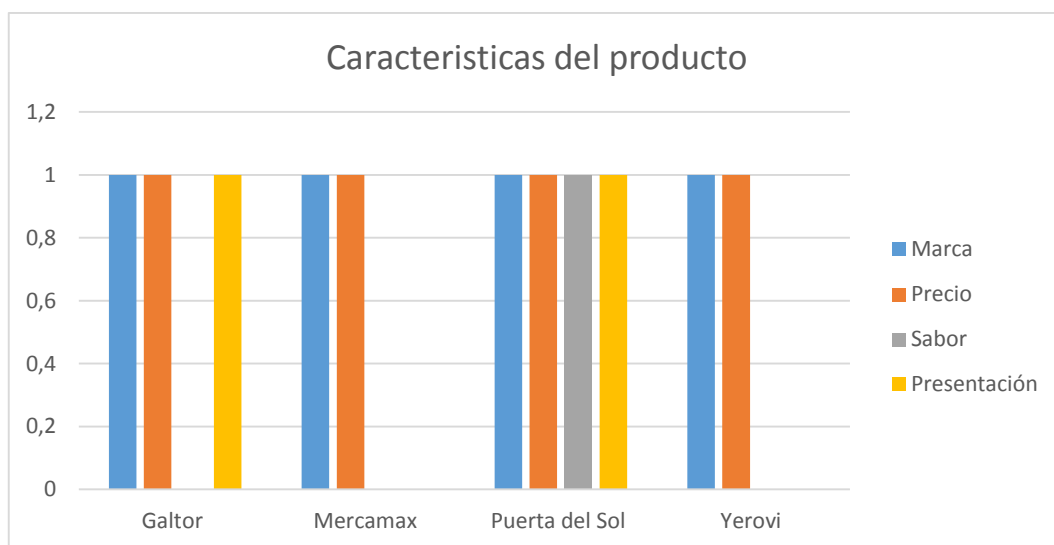
**CUADRO N° 21 Características de compra**

Distribuidoras	Marca	Precio	Sabor	Presentación
Galtor	1	1		1
Mercamax	1	1		
Puerta del Sol	1	1	1	1
Yerovi	1	1		
<b>Total, general</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>2</b>

Fuente: Encuesta aplicadas a los oferentes

Elaboración: El autor.

**GRÁFICO N° 21**



**Análisis e interpretación:**

La empresa puerta del sol es la que más atención les pone a los caramelos a comercializar, enfatizando marca, sabor presentación y precio, así mismo la marca y el precio están presente en las cuatro respuestas de los administradores correspondiente al 100%, seguido por la presentación con un 50% y finalmente el sabor con un 25%.

**7. ¿Cuál fue su incremento de ventas en caramelos en el periodo 2014**

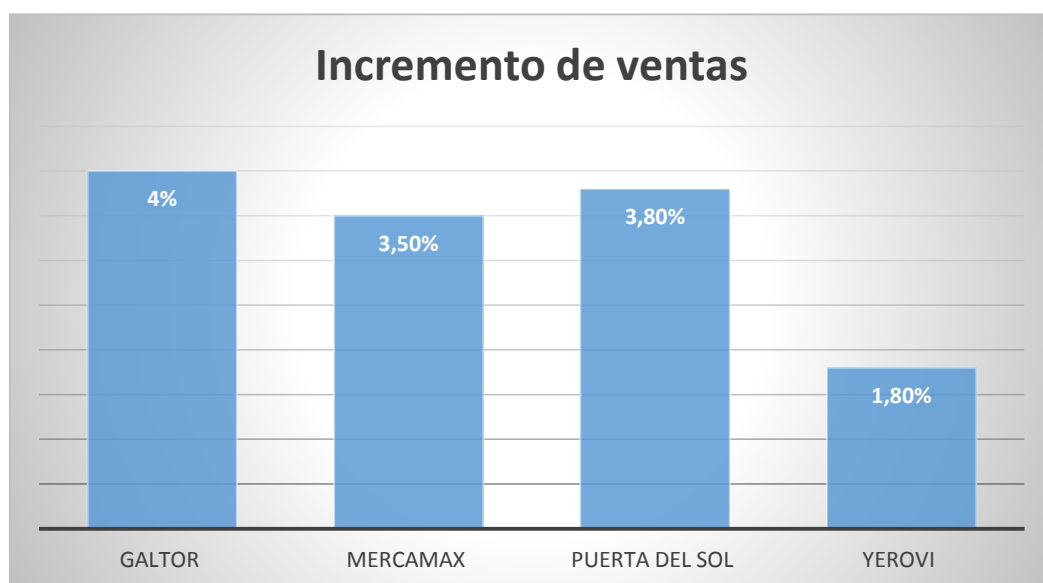
**CUADRO Nº 22 Incremento del total de ventas 2014**

Distribuidoras	Incremento en ventas
Galtor	4%
Mercamax	3,5%
Puerta del Sol	3,8%
Yerovi	1,8%
<b>Total, general</b>	<b>3,27%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicadas a los oferentes

**Elaboración:** El autor.

**GRÁFICO Nº 22**



**Análisis e interpretación:**

El promedio de ventas en el periodo 2014-2015 de las empresas encuestadas es de un 3.27%, así mismo registramos que el autoservicio Galtor es la empresa que mayor incremento de ventas de caramelos registra con un 4%, seguido de Puerta del Sol con un 3.8% Mercamax con un 3.5% y Yerovi con un 1.8%



8. ¿Le gustaría que su establecimiento comercialice caramelos hechos a base de café dentro de la ciudad de Loja usando materia prima de la región?

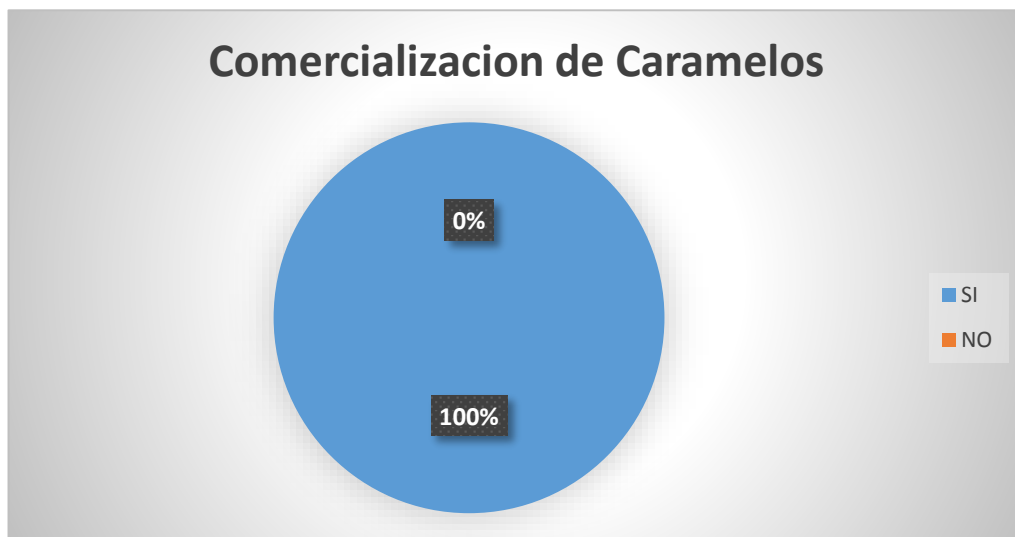
**CUADRO N° 23 Comercialización de Caramelos**

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	100%
NO	0	0%
Total	4	100%

**Fuente:** Encuesta aplicadas a los oferentes

**Elaboración:** El autor.

**GRAFICO N° 23**



#### **Análisis e interpretación.**

Las cuatro empresas respondieron afirmativamente a la consulta de si desearía comercializar en sus empresas los caramelos hechos a base de café en la Ciudad, estas expresaron que sería algo positivo para la industria local

## **g. DISCUSION**

### **1. Estudio de mercado**

Para la construcción de este capítulo se realizó el análisis de la demanda potencial, actual y efectiva, así mismo se determinó el promedio de consumo anual de los caramelos. En la obtención de la información de la demanda se tomó en cuenta los datos obtenidos en la Cámara de Comercio de la ciudad de Loja acerca de los distribuidores de confitería en la ciudad, siendo catalogados así por su tamaño y tipo de productos comercializados.

También se realizó el análisis de la oferta determinando el promedio de ventas, proyección de la oferta, demanda insatisfecha, el plan de comercialización, y las 4 p del marketing (producto, precio, plaza y promoción) para el correcto desenvolvimiento de la empresa a constituirse. En este capítulo se desenvuelve la proyección que tiene la empresa para futuro y la planificación que seguirá la misma para poder tener un abastecimiento adecuado de la demanda y poder establecer que cantidad de caramelos hechos a base de café que se va a ofrecer al mercado local.

#### **❖ Producto principal**

Los productos son caramelos hechos a base de café su contextura suave y blando que servirán para la comercialización a la ciudadanía en general, los mismos que cumplirán con las debidas normas de calidad e higiene, además con la elaboración de estos productos se ofrecerá fuentes de empleo de forma directa e indirecta que serán debidamente capacitados para garantizar la calidad del producto y un adecuado servicio al cliente, Se

fabricaran en fundas de 24 unidades con la finalidad de guardar similitud con productos de confitería existentes en el mercado.

#### ❖ **Producto secundario**

Al ser una empresa únicamente productora y comercializadora de caramelos a base de café, no cuenta con un producto secundario.

#### ❖ **Productos sustitutos**

Generalmente se podría considerar como productos sustitutos, a los diferentes tipos de caramelos que existen que se pueden encontrar en tiendas, supermercados de la Ciudad de Loja.

#### ❖ **Productos complementarios**

El producto a comercializar no necesita de otro para poder ser consumido por tanto no requiere de un producto complementario.

#### ❖ **Mercado demandante**

Para este presente proyecto de la nueva unidad productiva dedicada a la producción y comercialización de caramelos a base de café, serán las personas comprendidas en edades de 20 a 69 años de la ciudad de Loja.

### **1.1. Análisis de la Demanda.**

La demanda es el número de personas que están dispuestos a comprar o adquirir los caramelos para satisfacer la necesidad de alimentación a un precio establecido y cómodo.

La finalidad de realizar el análisis de la demanda es determinar en los demandantes las características esenciales como: poder adquisitivo, cantidad de consumo, la frecuencia de consumo, entre otros.

### ❖ Demanda potencial

La Demanda Potencial de los productos es 150715 (población) personas que se encuentran en el rango de edad de 20 a 69 años de la ciudad de Loja. Se debe señalar que para la demanda potencial se realizara una proyección de consumidores que se obtiene mediante el índice de crecimiento poblacional de la ciudad de Loja (2.65%), dato obtenido en el INEC para los siguientes 5 años, tiempo en el que se va a desarrollar el presente proyecto. También fue necesario remitirse a la encuesta aplicada, de la pregunta N° 1 ¿Usted consume caramelos? de la encuesta realizadas a los consumidores en donde se da a conocer que el 69,97% de las personas contestaron afirmativamente que si consumen caramelos.

**CUADRO N° 24:**  
**Demanda Potencial**

<b>Año</b>	<b>Población</b>	<b>Demanda Potencial (69,97%)</b>
<b>0</b>	150.715	105.455
<b>1</b>	154.709	108.250
<b>2</b>	158.809	111.118
<b>3</b>	163.017	114.063
<b>4</b>	167.337	117.086
<b>5</b>	171.772	120.189

**Fuente:** INEC Cuadro # 3

**Elaborado por:** El autor

### ❖ Demanda real

Es el conjunto de personas que actualmente consumen caramelos de café dentro del ciudad de Loja.

Para establecer la demanda real realizamos el siguiente procedimiento: multiplicamos la demanda potencial que es de 105.455 personas, por el

porcentaje de personas que consumen caramelos sabor a café de las encuestas aplicadas que es 26,49%, obteniendo como resultado una demanda real de personas, así como se muestra en el siguiente cuadro:

### **CUADRO N° 25**

#### **Demanda Real**

<b>Año</b>	<b>Demanda Potencial (69,97%)</b>	<b>Demanda Real (26,49%)</b>
<b>0</b>	105.455	27.935
<b>1</b>	108.250	28.675
<b>2</b>	111.118	29.435
<b>3</b>	114.063	30.215
<b>4</b>	117.086	31.016
<b>5</b>	120.189	31.838

**Fuente:** Cuadro N° 5

**Elaborado por:** El autor

#### **Demanda efectiva**

Es el conjunto de personas que están dispuestas a consumir los caramelos hechos a base de café que se ofrecerán en la nueva empresa a establecerse.

Para obtener la demanda efectiva multiplicamos la demanda actual o real que se muestra en el cuadro N° 26 que es 27.935 personas, por el porcentaje de personas que si les gustaría adquirir los productos a elaborarse en la nueva empresa ofrecerse que se muestra en el cuadro N° 10 de las encuestas realizadas a las personas, el mismo que es el 77.23%,

## CUADRO N° 26

### Demanda Efectiva

<b>Año</b>	<b>Demanda Real (26,49%)</b>	<b>Demanda efectiva (77,23%)</b>
<b>0</b>	27.935	21.574
<b>1</b>	28.675	22.146
<b>2</b>	29.435	22.733
<b>3</b>	30.215	23.335
<b>4</b>	31.016	23.954
<b>5</b>	31.838	24.589

**Fuente:** Cuadro N° 10 y # 25

**Elaborado por:** El autor

**Demanda Efectiva en fundas:** Se obtiene mediante el consumo per cápita del producto. El número de fundas promedio de habitantes anualmente es de 12 (Cuadro N° 14), posteriormente se obtiene la demanda efectiva en fundas, multiplicando la demanda efectiva por el consumo promedio per cápita de caramelo de café.

## CUADRO N° 27

### Demanda efectiva

<b>Años</b>	<b>Demanda Efectiva (Habitantes) 77,23%</b>	<b>Consumo promedio</b>	<b>Demanda Efectiva en fundas de caramelos</b>
0	21.574	12	258.891
1	22.146	12	265.752
2	22.733	12	272.793
3	23.335	12	280.023
4	23.954	12	287.445
5	24.589	12	295.062

**Fuente:** Cuadro N° 14 y 26

**Elaborado por:** El autor

### **Análisis de la oferta**

Es la cantidad de bienes y/o servicios que un cierto número de productores en este caso distribuidores están dispuestos a ofrecer en el mercado que son los caramelos hechos a base de café a un precio determinado.

En la encuesta realizada a los comercializadores de caramelos como: Galtor, Yerovi, Mercamax y Puerta del Sol, el Austro, manifestaron que traen productos de otras ciudades como Quito, Guayaquil, y algunos importados, para ser distribuidos en nuestra ciudad y que su crecimiento anual es un promedio del 3,27%, dato obtenido de las encuestas reflejado en el cuadro N° 22.

### **Promedio de ventas**

Para determinar el promedio de ventas anual de los productos en estudio se tomó en cuenta el cuadro N° 17 y de acuerdo al mismo procedimiento que se realizó

para obtener el consumo promedio anual se realiza para la obtención del promedio en ventas anuales como lo demostramos en el siguiente cuadro.

#### **CUADRO N° 28**

##### **Promedio de Ventas**

<b>Oferentes</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Ventas anuales</b>
4	1.100	57.200

**Fuente:** Cuadro N° 17  
**Elaborado por:** El autor

### **Proyección de la oferta**

Para la proyección de la oferta se tomó como referencia la encuesta realizada a los micro mercados de la ciudad de Loja, quienes manifestaron que el incremento de ventas de los productos en estudio es del 3,27% anual valor que se lo determinó de las encuestas realizadas a los oferentes, el mismo que es utilizado para la proyección de la oferta, como lo demostramos a continuación.

**CUADRO N° 29**  
**Proyección de la Oferta**  
**(3,27%)**

<b>Años</b>	<b>Proyección</b>
0	57.200
1	59.070
2	61.002
3	62.997
4	65.057
5	67.184

**Fuente:** Cuadro N° 22

**Elaborado por:** El autor

### **Demanda insatisfecha**

La demanda insatisfecha constituye la diferencia entre la Demanda y Oferta, para los caramelos de café que se detalla a continuación:



## CUADRO N° 30

### Demanda Insatisfecha

Años	Demanda efectiva (funda 20 unidades)	Oferta Proyectada (3,27%)	Demanda Insatisfecha
0	258.891	57.200	201.691
1	265.752	59.070	206.682
2	272.793	61.002	211.791
3	280.023	62.997	217.026
4	287.445	65.057	222.388
5	295.062	67.184	227.878

Fuente: Cuadro N° 27 # 30

Elaborado por: El autor

### Análisis

Se ha podido constatar que realizando las encuestas a los demandantes y a los ofertantes no tenemos demanda insatisfecha porque si hay productos que sustituya a nuestro producto que son los caramelos.

### 1.2. PLAN DE COMERCIALIZACIÓN.

El plan de comercialización es un proceso de mucha importancia para la realización del proyecto, puesto que me permite llegar hacia los consumidores para satisfacer sus necesidades.

Dentro de la comercialización se analizaron los parámetros importantes del mercado, orientándolo siempre a la satisfacción de los consumidores tomando en consideración en cuanto se refiere al producto, precios, plaza, promoción.

#### ❖ Producto.

La empresa productora y comercializadora a establecerse va a ofrecer al mercado caramelos que serán preparados con materia prima de excelente

calidad que serán comercializados en los mercados locales, garantizando un sabor único y costos reducidos, estos son los caramelos a base de café, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los consumidores, estos son los caramelos a base de café tendrá un contextura blanda y suave su presentación será en funda plástica que contendrá 24 unidades.

❖ **Nombre de la Empresa.**

“LOCAFE” cía. Ltda.

**Presentación del Producto**

La presentación de los caramelos a base de café será en funda plástica,

**GRAFICO N° 24**



**Slogan.** - El slogan es la frase clave con la cual empresa reflejara su filosofía y por el cual va a ser recordada por los consumidores, por ello nuestro slogan es el siguiente:

**GRAFICO N° 25**



**Etiqueta:** La etiqueta en ella se especifica todo acerca del producto entre los elementos que la integran son: La marca, slogan, registro sanitario, los ingredientes, la semaforización de alimentos procesados, el contenido, lugar donde fue elaborado, fecha de elaboración y vencimiento como se representa en el gráfico

**GRAFICO N° 26**



#### ❖ Precio

El precio del producto “Loca fe” constituye un determinante fundamental en la demanda del mismo y en muchas ocasiones influye en el volumen de ventas, sin embargo, un factor importante a la hora de adquirir el producto lo constituye la calidad y la oportunidad de entrega; cabe mencionar que de este factor también depende su introducción en el mercado.

El precio de un producto constituye un determinante fundamental en la demanda del mismo y en muchas ocasiones influye en el volumen de venta, sin embargo, un factor importante a la hora de comprar un producto lo constituye la calidad, comodidad y aplicabilidad del mismo.

Para poder determinar el precio se tomará en cuenta los siguientes factores.

- Poder adquisitivo de los clientes
- Precios de la materia prima
- Precio de los materiales a consumir indirectamente
- Costos administrativos
- Competencia

Así pues, para determinar el precio exacto, más adelante se desprende la información del estudio financiero del proyecto donde se establece los costos de producción más el margen de utilidad.

Se considera el costo de producción del producto, se lo realizará de acuerdo al estudio del mercado realizado en la ciudad de Loja y los precios que se va a vender al producto es de \$1,17 dólares la fundas para el primer año.

#### ❖ **Publicidad**

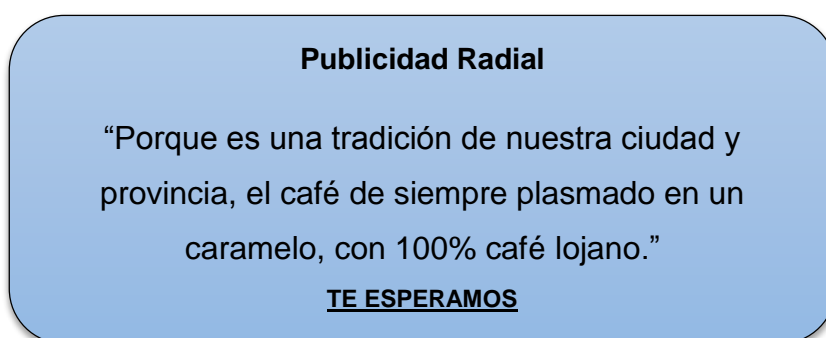
Es la comunicación masiva pagada en la que se identifica con mayor claridad el producto y servicio que ofrece el local. Se contará con la instalación de un rótulo a las afueras de la empresa para que pueda ser identificado de mejor manera y distinguirse de la competencia, el mismo que contendrá el nombre del local, el logotipo y los teléfonos.

La información que contendrá el mensaje publicitario es: nombre del producto, sus características, la ubicación, y el teléfono para cualquier información.

Se colocarán anuncios publicitarios en el Diario La Hora, los días sábados y domingos, el precio de los anuncios serán de \$90.00 mensuales.

También una cuña radial que tendrá el costo de \$30.00 mensuales en la radio Poder de la ciudad de Loja, dos veces al mes la cuña tendrá el siguiente contenido:

### **GRAFICO N°27**



#### **❖ Plaza**

Se entiende como plaza el lugar físico o área geográfica en donde se va a promocionar y vender el producto, la cual es formada por una cadena distributiva por la que estos llegan al consumidor.

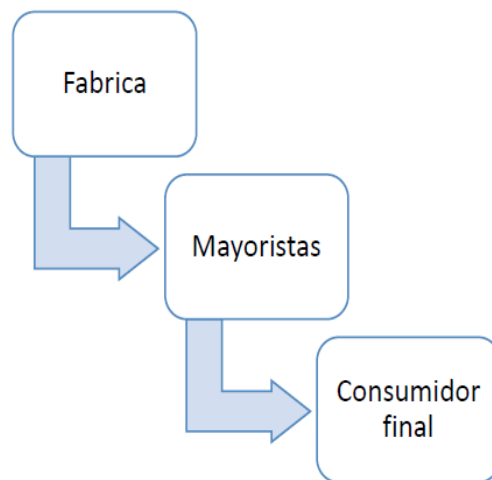
La empresa estará ubicada en la Zona las pitas de la ciudad de Loja, ya que el gobierno local permite implementar las empresas de estas características únicamente en este sector para el ordenamiento territorial, en vista de que las Industrias deben estar alejadas a la ciudadanía para minimizar la contaminación.

#### **Canal de distribución.**

Se consideró que es conveniente aplicar un canal de distribución, con el fin de disminuir costos y evitar deterioros del producto.

A continuación, se indica el canal de distribución que se va a utilizar.

**GRAFICO N°28**



#### ❖ **Promoción**

La promoción es el elemento de la mezcla de mercadotecnia que sirve para informar, persuadir, y recordarles que en el mercado existe un producto en venta, con la finalidad de crear en las personas la necesidad de adquirirlo para satisfacer sus necesidades la promoción está conformada por:

#### **Descuentos directos**

Otorgar descuentos por volumen de compras, con la finalidad de motivar a los clientes a comprar mayor cantidad de productos y obtener rentabilidad a mayor escala.

## **2. ESTUDIO TÉCNICO**

En el estudio técnico se determinó el tamaño y la localización más adecuada para la instalación del proyecto, además de la ingeniería de proyecto donde se tomó en cuenta algunos puntos importantes como el componente tecnológico a utilizar, la infraestructura física, la distribución de la planta, el proceso de producción del producto y los flujogramas de procesos.

### **2.1. TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN**

#### **2.1.1 Tamaño del proyecto**

Para determinar adecuadamente el tamaño de la planta se debe considerar aspectos fundamentales como: demanda existente, capacidad a instalar, la capacidad a utilizar, abastecimiento de materia prima, tecnología disponible y la necesidad de la mano de obra.

##### **❖ Capacidad instalada**

La Capacidad Instalada corresponde a la capacidad máxima disponible que pueda alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado

Para el presente proyecto se toma en consideración la capacidad de la máquina mezcladora la misma que es considerada como el componente tecnológico más necesario en el proceso productivo, en este caso tendrá una capacidad de 216 fundas por 4 horas, lo que significa que se realiza 6 procesos, durante las 24 horas, con una capacidad de 473.040 fundas al año

Capacidad diaria:

216 fundas x 6 = 1.296 fundas diarias.

Capacidad Instalada anual:

1.296 x 365 días del año = 473.040 fundas anuales.

### CUADRO N° 32

#### Capacidad instalada de producción

Capacidad de Producción	Capacidad de producción en el día	Capacidad de producción en el año (365 días)
216 fundas	1.296 fundas	473.040 fundas

Fuente: Observación directa del autor.

Elaborado por: El autor

### CUADRO N° 33

#### Capacidad Instalada.

Años	Demanda Insatisfecha.	Capacidad Instalada al año
0	201.691	473.040
1	206.682	473.040
2	211.791	473.040
3	217.026	473.040
4	222.388	473.040
5	227.878	473.040

Fuente: Cuadros N° 31 y 32.

Elaborado por: El Autor.

#### ❖ Capacidad Utilizada

Se entiende por capacidad utilizada la cantidad de productos que se fabricaran tomando en consideración la capacidad instalada real de la maquinaria donde se producen 216 fundas de caramelos a base de café; para determinar el cálculo de la capacidad utilizada se toma en



consideración las 8 horas laborables según lo que establece la ley de régimen laboral, por lo que se realizaría 2 producciones, multiplicado por los 5 días laborables; por las 52 semanas del año:

Capacidad diaria

$216 \text{ fundas} \times 2 = 432 \text{ fundas diarias.}$

Capacidad semanal:

$432 \text{ fundas} \times 5 = 2.160 \text{ fundas semanales}$

Capacidad anual:

$2.160 \times 52 \text{ semanas} = 112.320 \text{ fundas anuales.}$

### CUADRO N°34

#### Capacidad Utilizada de producción

Capacidad de producción diaria	Capacidad de producción semanal	Capacidad de producción anual
432 fundas	2.160 fundas	112.320 fundas

**Fuente:** Observación directa del autor.

**Elaborado por:** El autor.

Cuando una empresa empieza a funcionar nunca produce al 100% de la capacidad instalada por diversos motivos como: introducción del producto, búsqueda de materia prima, contratación de mano de obra y servicios básicos, tomando en cuenta todos estos factores se cree conveniente para el primer año el 56% y del segundo año se utilizó el 54%; de participación de mercado llegando de esta manera en el último año de vida útil del proyecto.

### ❖ Participación en el Mercado

La Participación de Mercado es el principal indicador de desempeño de una Empresa en contraposición a sus competidores. No es otra cosa que el porcentaje en ventas dentro de la Industria vs el porcentaje en venta de los Competidores, es decir, la porción del mercado que se atiende en términos de ventas en porcentajes.

#### CUADRO N° 35

##### Porcentaje de participación en el mercado.

<b>Años</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Capacidad Utilizada</b>	<b>Porcentaje de Participación del Mercado</b>
0	201.691	112.320	55,68%
1	206.682	112.320	54,34%
2	211.791	112.320	53,03%
3	217.026	112.320	51,75%
4	222.388	112.320	50,51%
5	227.878	112.320	49,29%

Fuente: Cuadros N° 33 y 34.

Elaborado por: El Autor.

### 2.1.2. LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

La localización del proyecto hace referencia al lugar en donde estará ubicada la planta, esta decisión es muy importante puesto que influye en la inversión y en aspectos como el diseño de producción, por lo tanto, es necesario analizar cuál es el sitio idóneo en donde se pueda instalar el proyecto y que genere el máximo beneficios tanto para la empresa como para el cliente.

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

### ❖ **Transporte y vialidad**

El lugar seleccionado cuenta con vías de acceso adecuadas para transportar los materiales e insumos desde el lugar donde se los compra hasta el lugar de producción de igual manera para transportar los productos terminados hacia el mercado consumidor.

### ❖ **Servicios básicos**

Para el desarrollo y funcionamiento de la empresa productora de caramelos hechos a base de café existe la disponibilidad de los servicios básicos como: luz eléctrica, agua potable, alcantarillado y teléfono.

### ❖ **Mano de obra.**

Así mismo la empresa contará con la mano de obra necesaria para el desarrollo de sus actividades productivas como administrativas

### ❖ **Materia prima**

Es importante que en el lugar en el cual va a funcionar la empresa se facilite la adquisición de la materia prima requerida para el funcionamiento de la planta, puesto que esto le evitaría la existencia de costos elevados, será adquirida para la realización de los diferentes productos en los diferentes mercados de la ciudad de Loja.

**Macro localización:** La localización óptima del local dedicado a la elaboración y venta de caramelos hechos a base de café estará ubicado en

Loja localizada en el sur del Ecuador, capital de la provincia de Loja, y cabecera del cantón del mismo nombre.

## GRAFICO N° 29

### Mapa del Ecuador



Elaborado por: E autor

**Micro localización:** La empresa estará ubicada en el Sector las Pititas, específicamente en la intersección de la avenida Salvador Bustamante Celi y la calle Puerto Bolívar (esquina). de la ciudad de Loja, ya que el gobierno local permite implementar las empresas de estas características únicamente en este sector para el ordenamiento territorial, en vista de que las Industrias deben estar aledañas a la ciudadanía para minimizar la contaminación.

Se adecuará el local para su funcionamiento, el mismo que cuenta con un amplio espacio físico, con todos los servicios básicos (agua, luz, teléfono, alcantarillado, transporte, etc.) para mayor confort de los clientes.

### GRAFICO N° 30

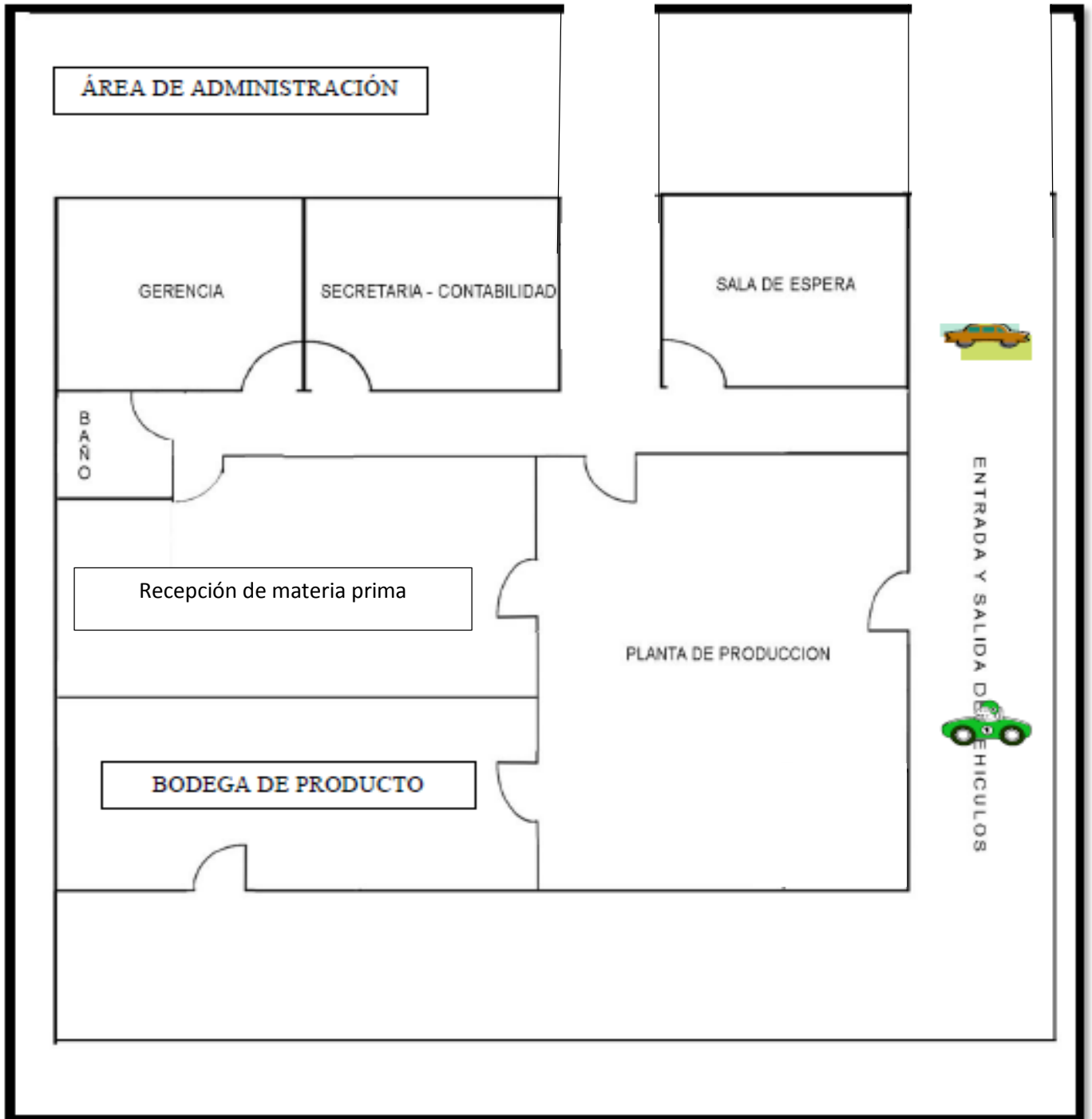
#### Ubicación sector las pitas



Elaborado por: El autor

## GRAFICO N° 31

### 2.1.3. DISTRIBUCIÓN FÍSICA



Elaborado por: El autor

#### **2.1.4. PROCESO PRODUCTIVO (CAMELOS DE CAFÉ)**

a) **Adquisición de la materia prima:** Se adquiere el café en grano, de la misma manera el azúcar, la mantequilla y la leche.

b) **Tostado del Café:** Con los granos de café adquiridos se procede a tostarlos.

c) **Molido del Café:** Con los granos tostados se procede a molerlos 1 libras de café para la posterior mezcla con los demás ingredientes.

d) **Mezclar:** En un recipiente ponemos el azúcar y la mantequilla sin dejar de remover constantemente. En este punto agregamos 3 libras de azúcar y 1 libra de mantequilla.

e) **Calentamiento:** Dejamos hervir a fuego muy bajo sin dejar de remover. Incorporamos lentamente el café y la leche mientras seguimos removiendo. Dejamos hervir a fuego lento durante unos 5 minutos más, aproximadamente.

f) **Moldear:** Luego se unta los moldes con mantequilla y se ubica la masa líquida de caramelo y se deja enfriar donde nos va a dar una textura blanda y suave.

g) **Envasado:** se retira de los moldes y pasan a ser empacados en fundas plásticas.

h) **Etiquetado y almacenado:** Una vez ubicados los caramelos en las fundas se procede a poner la etiqueta y almacenar para la venta.

### DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS

Operación	Inspección	Transporte	Demora	Almacenamiento
○	□	↪	▷	▽

#### 2.1.5. Diagrama de flujo del proceso de producción.

El diagrama muestra el proceso de producción de la empresa que consiste en representar las actividades, que se requiere para la producción de los caramelos a base de café.

**Cuadro N°32:**  
**Flujo grama de proceso productivo.**

N°	ACTIVIDADES	●	➔	▭	▷	▽	Tiempo
		Actividad	Transporte	Inspección	Espera	Almacenamiento	
1	Ingreso de Materia Prima.					●	40 min.
2	Tostado	●					45 min.
3	Molido del Café	●					25 min.
4	Mezclado	●					120 min.
5	Calentamiento	●					35 min.
6	Moldear				●		55 min.
7	Envasado	●					58 min.
8	Etiquetado Almacenado					●	45 min.
TOTAL							480 min.

**Elaborado por:** El autor

Para el proceso de producción de los caramelos se lleva el siguiente proceso en el cual los 480 minutos representa las 8 horas diarias de trabajo llevando a cabo 216 fundas representado para dos procesos productivos con un total de 432 fundas diarias.



## 2.1.6. INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto es una pieza primordial para el proceso productivo, ya que en esta etapa se definen todos los recursos necesarios para la instalación, puesta en marcha y funcionamiento del proyecto.

### ❖ **Componente tecnológico**

La tecnología que se utilizará en el proyecto es muy importante, puesto que permitirá la optimización del proceso de producción como respuesta a la satisfacción de la demanda del producto, Para la elaboración y comercialización de caramelos a base de café, la empresa cuenta con los siguientes equipos y maquinarias.

### **Maquinaria y Equipo de la empresa “LOCAFE Cía. Ltda.”**

#### **GRAFICO N° 33**

#### **Tostadora de Café**



**Fuente:** Ochoa Hnos.

**Características:** Esta máquina está diseñada para tostar grandes cantidades de café, Voltaje 110v.

### **GRAFICO N° 34**

#### **Molino Eléctrico**



**Fuente:** Ochoa Hnos.

**Características:** Esta máquina es indispensable por cuanto el café por sus características naturales debe estar siempre fresco para conservar su aroma, y que no se vuelva insípido, Voltaje 110v

### **GRAFICO N° 35**

#### **Maquina Mezcladora**



**Fuente:** Ochoa Hnos.

**Características:** Es una maquina que permite mezclar ingredientes para elaborar los caramelos. esta máquina es capaz tiene una velocidad rápida. Voltaje 110V.

**GRAFICO N° 36**  
**COCINA INDUSTRIAL**



**Fuente:** Ochoa Hnos.

**Características:** Cocina de gas de 3 quemadores de capacidad industrial, Medidas: 1 metro de largo ,40 cm de ancho, 75 cm de alto.

**Material:** Construida en acero galvanizado pintada con pintura electrostática, lo cual le da un acabado más resistente que la pintura convencional.

## GRAFICO N° 37

### Empacadora Etiquetadora



**Fuente:** Ochoa Hnos.

**Características:** Etiquetadora – empacadora es una máquina que facilita el etiquetado de los caramelos, utilizando etiquetas que van impregnadas en la funda. Es una maquina fácil de manejar, practica porque puede instalarse en un cualquier parte, fácil de llevar a cualquier lugar, está concebida para trabajo fuerte y constante, fabricada casi en su totalidad en acero inoxidable.

## GRAFICO N° 38

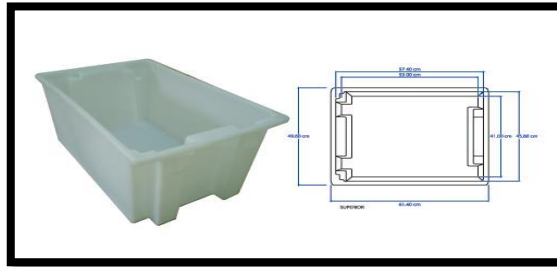
### Moldes para caramelos



**Características:** Estos Moldes nos facilitara la ubicación de la masa líquida del caramelo

## GRAFICO N° 39

### Gavetas plásticas



#### Características:

- Capacidad de 50 litros
- Uso múltiple
- Resistencias a materiales solidos

## GRAFICO N° 40

### Cuchillos



**Características:** Láminas con mayor resistencia, excelente desempeño en el corte y facilidad en el momento de afilar. El mango de madera rústica y natural con empuñadura firme es resistente al día a día, además de proporcionar seguridad durante el uso.

## GRAFICO N° 41

### Canasta de plástico



**Características:** Las canastillas de plástico son resistentes para el transporte y almacenaje de determinados productos en pequeñas proporciones.

### Indumentaria del personal de la empresa “LOCAFE Cía. Ltda.”

## GRAFICO N° 42

### Gorra



**Descripción:** Gorro de lino u otra tela fina que cubre toda la cabeza hasta la nuca y se ata bajo la barbilla; es un gorro utilizado para mantener recogido o escondido el cabello por razones de higiene o antiguamente como signo de respetabilidad.

## GRAFICO N° 43

### Mascarilla



**Descripción:** Son diseños para proteger contra contaminantes peligrosos presentes en el sitio de trabajo. El material del filtro en estas mascarillas desechables puede ser de tela o de papel que limpia el aire según se respira para evitar inhalar sustancias irritantes.

## GRAFICO N° 44

### Mandil



**Descripción:** Prenda que se cuelga del cuello, tapa la parte delantera del cuerpo, se ata a la cintura y sirve para no mancharse la ropa o para protegerse en un trabajo.

## GRAFICO N° 45

### Extintor de incendios



**Descripción:** Es un artefacto que sirve para apagar fuegos, que contiene un agente extintor de incendios a presión, de modo que al abrir una válvula el agente sale por una boquilla (a veces situada en el extremo de una manguera) que se debe dirigir a la base del fuego.

### REQUERIMIENTO DEL PERSONAL

Para el desarrollo de la empresa se necesita de lo siguiente personal tanto como administrativa y obrera quienes se encargan de la plata productora para la elaboración de los caramelos.

#### **Mano de obra directa e Indirecta**

- **Mano de obra directa:** es la mano de obra consumida en las áreas que tienen una relación directa con la producción o la prestación de algún servicio. Es la generada por los obreros y operarios calificados de la empresa.
- **Mano de obra indirecta:** es la mano de obra consumida en las áreas administrativas de la empresa que sirven de apoyo a la



producción y al comercio. Obreros quienes serán encargados de transformar la materia prima en producto terminado

### CUADRO N°36

#### Personal Requerido para la empresa “LOCAFE” Cía. Ltda.

<b>Personal Administrativa</b>	
<b>Personal</b>	<b>Cantidad</b>
Gerente	1
Secretaria – Contadora	1
<b>Personal productivo</b>	
Jefe de producción	1
Obreros	2

Elaborado por: El autor

### 3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

#### ❖ Organización Legal de la Empresa.

Es la forma legal que adquirirá la empresa al momento de constituirse de acuerdo a lo que dispone la Constitución de la República, la Ley de Compañías y las demás Leyes y Reglamentos respectivos.

La empresa de caramelos a base de café se constituirá legalmente cumpliendo con todas las normas legales establecidas en el país, cumpliendo con los permisos de funcionamiento emitido por las instituciones correspondientes.

Para la implementación de esta empresa se adoptará la forma jurídica como Compañía de Responsabilidad Limitada, para que una empresa se constituya legalmente la Superintendencia de Compañías exige el cumplimiento de los siguientes requisitos:

#### **Razón Social**

Esta empresa estará constituida jurídicamente como Compañía de Responsabilidad Limitada y su razón social será: **“LOCAFE Cía. Ltda.”**

**OBJETO:** El objeto principal de la compañía será la Producción y comercialización de caramelos a base de café en la ciudad de Loja.

**Domicilio:** El domicilio de la presente compañía estará ubicado en la Provincia de Loja, Cantón Loja, en el Barrio Las Pitás.

**Nacionalidad:** La compañía será de nacionalidad ecuatoriana, por tanto, está sujeta a las leyes vigentes en el Ecuador y a los estatutos que se elaboran dentro de ella.

**Duración:** El Plazo de duración será constituida por el lapso de cinco años a partir de su fecha de inscripción.

**Capital:** La empresa estará conformada por dos o más socios, las cuales, en base a la necesidad de inversión del proyecto, establecerán el monto individual de sus aportaciones, y con ello, el capital social.

## **ACTA DE CONSTITUCIÓN**

Señor Notario:

En el registro de escrituras públicas a su cargo, dígnese insertar una que contiene la constitución de la Compañía de Responsabilidad Limitada, **empresa comercializadora de caramelos a base de café “LOCAFE” Cía. Ltda.**

A los xx días del mes xxxx del 2016 nos reunimos los señores, Stalin Geovanny González Guerrero, mayor de edad, ecuatoriano, identificada con la cédula de ciudadanía 0706031101, de estado civil soltero; xxxx xxxx, mayor de edad, ecuatoriano, identificada con la cédula de ciudadanía xxxxxxxxx y de estado civil soltero; xxxxx xxxxx , mayor de edad, ecuatoriano, identificada con la cédula de ciudadanía xxxxxxxxx y de estado civil soltero, creadores de la empresa **“LOCAFE” Cía. Ltda.** Manifiestan nuestra voluntad de constituir una compañía de responsabilidad limitada la cual se regirá por los siguientes estatutos:

**ART. 1.** Razón Social. Compañía se denominará “**LOCAFE**” Cía. Ltda.

**ART. 2.** Domicilio. El domicilio de la compañía se encuentra ubicada en la ciudad de Loja, de la república de Ecuador, Barrio Las Pitas, calle Salvador Bustamante Celi.

**ART. 3.** Objeto Social. La compañía tiene por objeto social: las actividades correspondientes a la elaboración y venta del producto de consumo humano de “Caramelos a base de café”.

**ART. 4.** Duración. La duración de la sociedad se fija en 5 años, contados desde la fecha de inscripción de esta escritura. La junta de socios puede, mediante reforma, prolongar dicho término o disolver extraordinariamente la sociedad, antes de que dicho termine expire.

**ART. 5.** Capital Social. El capital de la compañía es de, (\$ 28.572,34.)

**ART. 7.** Responsabilidad. La responsabilidad de cada uno de los socios se limita al monto de sus aportes.

**ART. 8.** Aumento de Capital. El capital de la sociedad puede ser aumentado por nuevos aportes de los socios, por la admisión de nuevos socios; El aumento se hará mediante una reforma estatutaria.

**ART. 9.** Sesión de Cuotas. Las cuotas correspondientes al interés de cada uno de los socios no están representadas por títulos ni son negociables en el mercado, pero si podrán cederse. La cesión implicará una reforma estatutaria y la correspondiente escritura será otorgada por el representante legal.

**ART. 10.** Administración. La administración de la sociedad corresponde por derecho a los socios, pero estos convienen en delegarla en un gerente, con facultades para representar a la sociedad. Esta delegación no impide que la administración de la sociedad, así como el uso de la razón social se someta al gerente, cuando los estatutos así lo exijan, por voluntad de los socios.

**Parágrafo:** Requiere para su validez el consentimiento de todos los socios, la ejecución o ejercicio los siguientes actos o funciones:

- La celebración de cualquier acto o contrato que exceda de doscientos dólares americanos (\$ 200)
- La reforma de estatutos.
- La decisión sobre disolución anticipada, fusión o escisión de la sociedad o su prorroga.
- Decretar aumento de capital.
- Disponer de una parte del total de las utilidades liquidadas con destino a ensanchamiento de la empresa o de cualquier otro objeto distinto de la distribución de utilidades
- Proveer de cualquier utilización o poderes que deba o convenga otorgar la sociedad
- Crear o proveer, señalando funciones sueldos y atribuciones, los empleos que necesite la sociedad para su buen funcionamiento.

- Someterse, si se estima conveniente a decisión de árbitros, las diferencias de la sociedad con terceros, o transigirlas directamente con ellos.
- Resolver lo relativo a la cesión de cuotas.
- Crear reservas ocasionales.
- Examinar, aprobar o improbar los balances de fin de ejercicio y las cuentas que rinda el gerente
- Las demás funciones que de acuerdo con la ley comercial se le asignen a la junta de socios.

**ART. 11.** Reuniones. La junta de socios se reunirá una vez por año, el primer día hábil del mes de junio a las ocho, de la mañana, en las oficinas del domicilio de la compañía. Si no fuere convocada o si habiendo sido convocada no se reuniere, lo hará por derecho propio el primer día hábil del mes de Julio a las ocho de la mañana, en las oficinas del domicilio donde funcione la administración de la sociedad. La convocatoria se hará por lo menos con quince días de anticipación.

**Parágrafo:** Podrá también reunirse la junta de socios de manera extraordinaria en cualquier tiempo, previa convocatoria del gerente, mediante carta dirigida a la dirección registrada de cada socio, con antelación de cinco días a la fecha de la reunión; o con la asistencia de todos los socios, caso en el cual no se requerirá convocatoria previa.

**ART. 12:** Gerencia. La compañía tendrá un gerente elegido por la junta de socios para periodos de 1 año, pero podrán ser reelegidos indefinidamente y removidos a voluntad de los socios en cualquier tiempo. Le corresponde al gerente en forma especial la administración y representación de la compañía, si como el uso de la razón social con las limitaciones contempladas en los estatutos.

En primer particular tendrá las siguientes funciones: 1. Representar a la sociedad judicial y extrajudicialmente; 2. Convocar a la junta de socios cada vez que fuere necesario; 3. Ejecutar las ordenes e instrucciones que le imparta la junta de socios; 4. Presentar las cuentas y balances a la junta de socios; 5. Abrir y manejar cuentas bancarias; 6. Obtener los créditos que requiera la sociedad , previa aprobación de la junta de socios; 7. Contratar, controlar y remover los empleados de la sociedad; 8. Celebrar todos los actos comprendidos dentro del objeto social y relacionados con el mismo.

**ART. 13.** Inventarios y Balances. Cada año se constarán las cuentas, se hará un inventario y se formará el balance de la junta de socios.

**ART. 14.** Disolución. La sociedad se disolverá por:

- La espiración del plazo señalado para su duración.
- La pérdida en un 50 % por cuanto del capital aportado.
- Por acudo unánime de los socios
- Cuando el número de socios supere los 25
- Por las demás causales establecidas en la ley.

**ART. 15.** Liquidación. Disuelta la sociedad se procederá a su liquidación por el gerente, salvo que la junta de socios resuelva designar uno o más liquidadores con sus respectivos suplentes cuyos nombramientos deberá registrarse en la cámara de comercio del domicilio social.

**ART. 16.** Nombramientos. Acuerdan los socios nombrar como gerente al Sr. Stalin Geovanny González Guerrero, persona mayor de edad, ecuatoriano, identificado con la cédula de ciudadanía número 0706031101, quien acepta el cargo y ejercerá sus funciones hasta tanto no se registren nuevos nombramientos en “LOCAFÉ” Cía. Ltda.

### **3.1. ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA**

Para cumplir con los objetivos del proyecto planteado, es necesario considerar el aprovechamiento de los recursos humanos de tal manera que cumplan con éxito todas las funciones, las que deben estar relacionadas con la naturaleza de la empresa y comprometidos con los objetivos y políticas que se plantean en la misma, lográndose la eficiencia, eficacia y economía de los recursos.

#### **3.1.1. Niveles administrativos**

Los niveles administrativos, cumplen con la función y responsabilidad a ellos originados por la ley, por necesidad o por costumbre, con la finalidad de lograr las metas y objetivos propuestos. Existen en la presente los siguientes niveles administrativos:



#### ❖ **Nivel legislativo**

Su función básica es legislar sobre la política que debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar los reglamentos, resoluciones, etc. y decidir sobre los aspectos de mayor importancia. Este órgano representa el primer nivel jerárquico y generalmente está integrado por un grupo de personas.

#### ❖ **Nivel Ejecutivo**

Lo constituye el Gerente quien ejecuta los planes de programación impuestos por el nivel, legislativo, en este nivel se toma decisiones sobre políticas generales y actividades básicas, ejerciendo las funciones con autoridad para garantizar su cumplimiento

#### ❖ **Nivel asesor**

Este nivel no tiene autoridad de mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tenga que ver con la empresa. Está integrado por expertos que tienen amplio dominio de determinada técnica.

#### ❖ **Nivel auxiliar o de apoyo**

Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia.

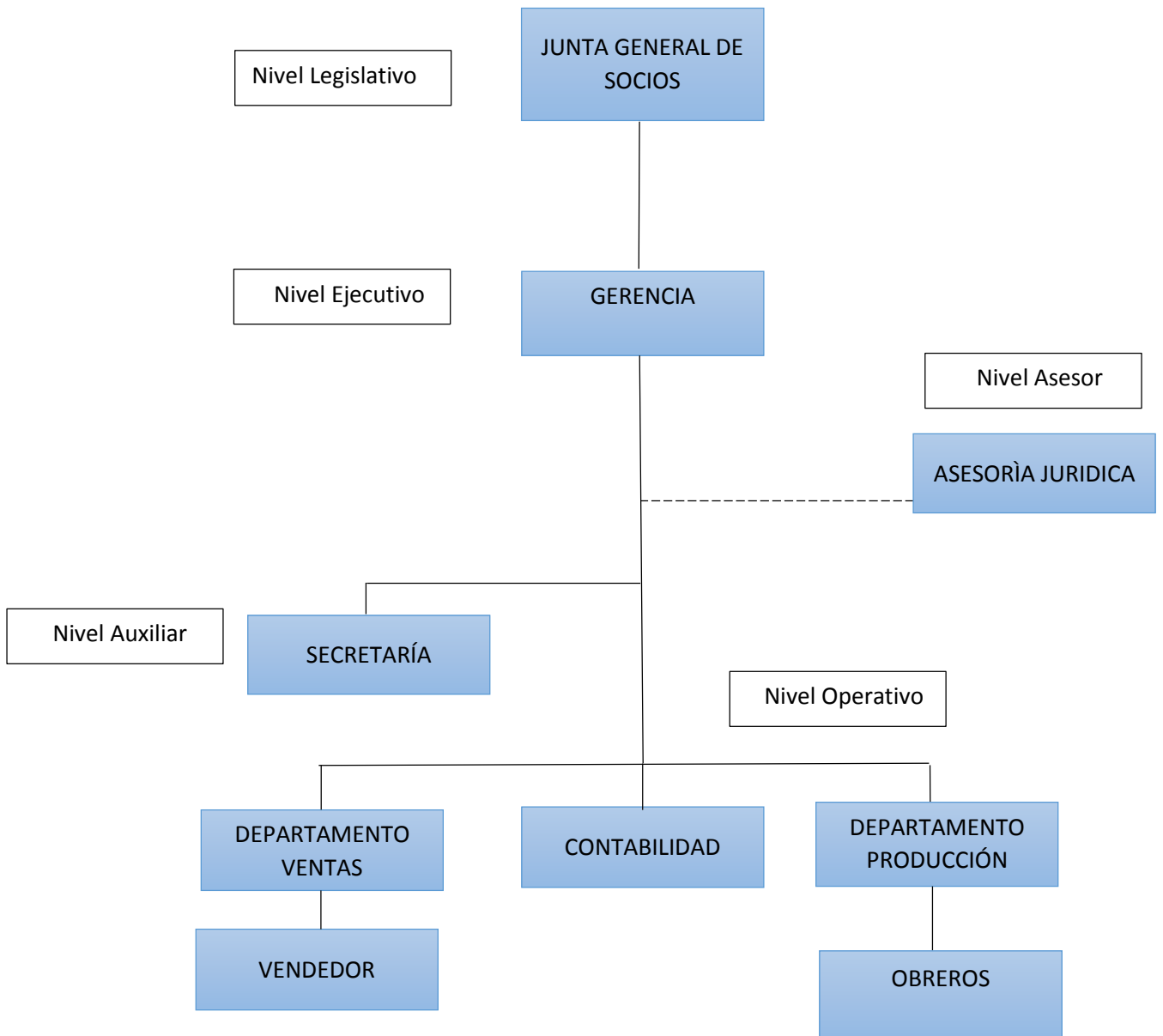
#### ❖ **Nivel operativo**

El nivel operativo es responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de una empresa. Es quien ejecuta materialmente las órdenes emanadas por los órganos legislativo y directivo.

## ❖ ORGANIGRAMAS

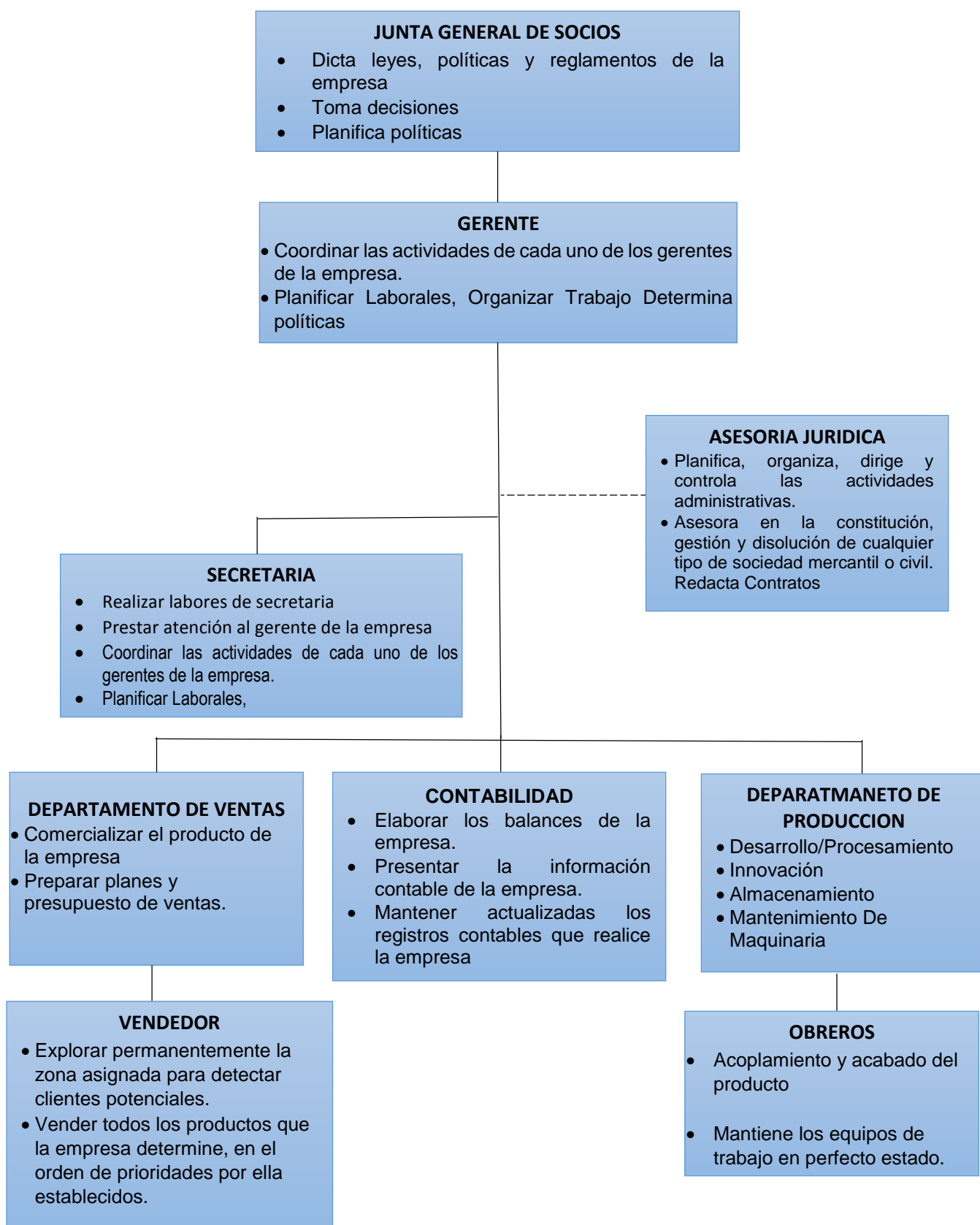
Los organigramas son la representación gráfica de la estructura de una empresa, con sus servicios, órganos y puestos de trabajo y de sus distintas relaciones de autoridad y responsabilidad.

**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA “LOCAFE Cía.  
Ltda.”**

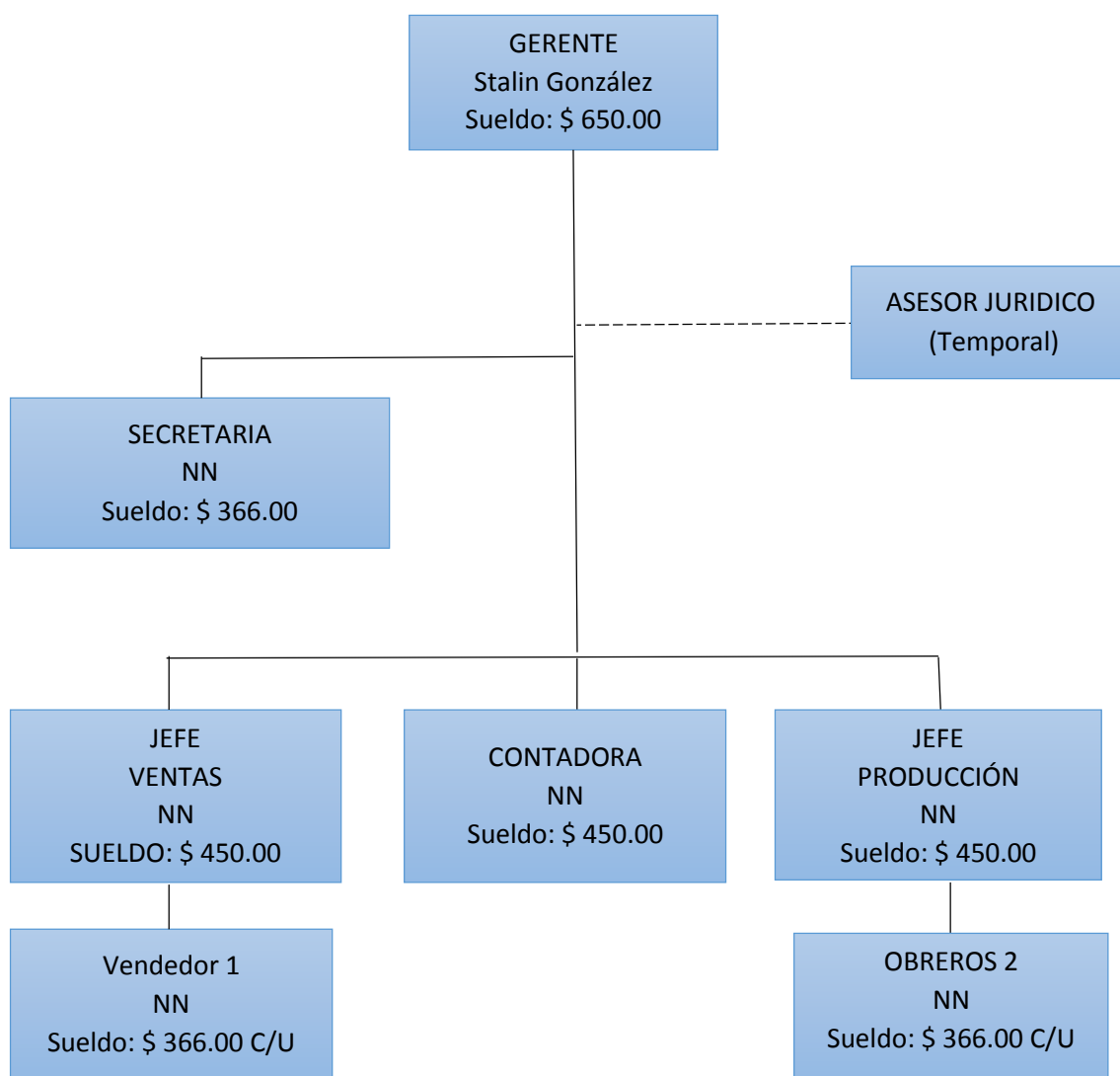


**Elaborado por:** El autor

## ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA “LOCAFE Cía. Ltda.”




## ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA “LOCAFE Cía. Ltda.”




**Elaboración:** El Autor


### 3.1.2. MANUAL DE FUNCIONES

<p>“Caramelos de café Locafé Cía. Ltda.</p> 	<p><b>MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA</b> “LOCAFE Cía. Ltda.</p>	<p><b>CÓDIGO</b></p>	<p><b>001</b></p>
<p><b>RELACIÓN JERÁRQUICA:</b> Nivel Ejecutivo</p>			
<p><b>DEPARTAMENTO:</b> Administración General</p>			
<p><b>TÍTULO DEL PUESTO:</b> Gerente</p>			
<p><b>DEPENDE DE:</b> Junta General de Socios</p>			
<p><b>SUBALTERNO:</b> Todo el Personal</p>			
<p><b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b> Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la compañía.</p>			
<p><b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Responde ante la Junta General de Accionistas por la correcta administración.</li> <li>• Tramitar órdenes y cheques y más documentos que el reglamento lo autorice.</li> <li>• Planificar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.</li> <li>• Nombrar y remover por causa justa al personal administrativo a su cargo.</li> <li>• Velar por la correcta utilización de los recursos de la empresa, y demás funciones y disposiciones que los organismos superiores le deleguen.</li> </ul>			
<p><b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actuar con independencia profesional usando su criterio para la solución de problemas inherentes en el cargo.</li> <li>• Supervisar, coordinar las actividades del personal bajo su mando, así como en la de la empresa en general.</li> </ul>			
<p><b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b></p> <p>Título de Ingeniero en Administración de Empresas, Tener conocimientos de informática como: Excel, Word, etc.; Espíritu de liderazgo, emprendedor y motivador</p> <p><b>EXPERIENCIA:</b> Mínimo 2 a 3 año en sus funciones similares</p>			

Elaborado por: El autor


<p>“Caramelos de café Locafé Cía. Ltda.</p> 	<p><b>MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA “LOCAFE Cía. Ltda.</b></p>	<p><b>CÓDIGO</b></p>	<p><b>002</b></p>
<p><b>RELACIÓN JERÁRQUICA:</b> Nivel Auxiliar</p>			
<p><b>DEPARTAMENTO:</b> Secretaria</p>			
<p><b>TITULO DEL PUESTO:</b> Secretaria</p>			
<p><b>DEPENDE DE:</b> Gerente</p>			
<p><b>SUBALTERNO:</b> Ninguno</p>			
<p><b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b> Realizar labores de secretaría, y asistencia directa al Gerente de la empresa.</p>			
<p><b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener el archivo de documentación recibida y entregada.</li> <li>• Controlar la asistencia del personal.</li> <li>• Asistir de manera adecuada al Gerente de la empresa.</li> <li>• Atender y anunciar a las personas, previa cita con los Asesores y Gerente.</li> <li>• Rendir información de las actividades que se efectúan.</li> <li>• Atender el teléfono, tomar mensajes y proporcionar la información requerida.</li> <li>• Manejo de Caja Menor asignada.</li> </ul>			
<p><b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Requiere de responsabilidad y conocimiento de secretariado, y tener buenas relaciones interpersonales.</li> </ul>			
<p><b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de Secretaria Ejecutiva</li> <li>• Cursos de relaciones humanas interpersonales</li> </ul>			
<p><b>EXPERIENCIA:</b> Mínima de 2 años en funciones similares</p>			

Elaborado por: El autor


<p>“Caramelos de café Locafé Cía. Ltda.</p> 	<p><b>MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA “LOCAFE Cía. Ltda.</b></p>	<p><b>CÓDIGO</b></p>	<p><b>003</b></p>
<p><b>RELACIÓN JERÁRQUICA:</b> Nivel Auxiliar</p>			
<p><b>DEPARTAMENTO:</b> Contabilidad</p>			
<p><b>TITULO DEL PUESTO:</b> Contadora</p>			
<p><b>DEPENDE DE:</b> Gerente</p>			
<p><b>SUBALTERNO:</b> Ninguno</p>			
<p><b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b> Ejecutar las operaciones contables de la empresa y realizar el análisis financiero.</p>			
<p><b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparar los estados financieros de la empresa.</li> <li>• Actualizar los sistemas contables de la empresa.</li> <li>• Organizar adecuadamente los registros contables.</li> <li>• Determinar el control previo sobre los gastos.</li> <li>• Verificar que las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente los datos fiscales de la empresa que cumplan con las formalidades requeridas.</li> <li>• Registrar las facturas recibidas de los proveedores, a través del sistema computarizado administrativo para mantener actualizadas las cuentas por pagar.</li> </ul>			
<p><b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El puesto requiere de mucha responsabilidad y mucha concentración.</li> <li>• Responsabilidad técnica y económica en el manejo de las operaciones contables.</li> </ul>			
<p><b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de Contadora.</li> <li>• Experiencia mínima de dos años en funciones similares.</li> <li>• Cursos de contabilidad y relaciones interpersonales.</li> </ul>			
<p><b>EXPERIENCIA:</b> Mínima de 2 años en funciones similares</p>			

Elaborado por: El autor




<p>“Caramelos de café Locafé Cía. Ltda.</p> 	<p><b>MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA</b> “LOCAFE Cía. Ltda.</p>	<p><b>CÓDIGO</b></p>	<p><b>004</b></p>
<p><b>RELACIÓN JERÁRQUICA:</b> Nivel Operativo</p>			
<p><b>DEPARTAMENTO:</b> Producción</p>			
<p><b>TITULO DEL PUESTO:</b> Jefe de Producción</p>			
<p><b>DEPENDE DE:</b> Gerente</p>			
<p><b>SUBALTERNO:</b> Obreros</p>			
<p><b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b> Controla las técnicas aplicadas en las transformaciones, manejo de los equipos e instalaciones.</p>			
<p><b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instruir a los obreros sobre los procesos de producción.</li> <li>• Manejo y control de los procesos de higiene y saneamiento ambiental en la empresa</li> <li>• Seleccionar los materiales apropiados para la producción.</li> <li>• Planea, analizar y controlar la calidad de los procesos involucrados para llegar un material de su estado bruto a un estado en que pueda usarse para propósitos de producción.</li> <li>• son responsables de las operaciones y seguridad del equipo de tecnología de procesos para asegurar los resultados de los procesos de producción.</li> </ul>			
<p><b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b></p> <p>Responder al Gerente sobre los procesos de operación mediante informes diariamente</p>			
<p><b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnico en alimentos</li> </ul>			
<p><b>EXPERIENCIA:</b> Mínima de 2 a 3 años</p>			

Elaborado por: El autor

<p>“Caramelos de café Locafé Cía. Ltda.</p> 	<p><b>MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA “LOCAFE Cía. Ltda.</b></p>	<p><b>CÓDIGO</b></p>	<p><b>005</b></p>
<p><b>RELACIÓN JERÁRQUICA:</b> Nivel Operativo</p>			
<p><b>DEPARTAMENTO:</b> Producción</p>			
<p><b>TÍTULO DEL PUESTO:</b> Obrero</p>			
<p><b>DEPENDE DE:</b> Gerente</p>			
<p><b>SUBALTERNO:</b> Ninguno</p>			
<p><b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b> Ejecutar los procesos operativos para elaboración del producto.</p>			
<p><b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Es el responsable de los materiales y herramientas que se empleen en la ejecución de las actividades.</li> <li>• Se encargan de la actividad productiva de la empresa, aplicando técnicas adecuadas y modernas para la realización del producto.</li> <li>• Realizar todas las actividades inherentes a la producción.</li> <li>• Informa de todas las actividades realizadas y de los inconvenientes encontrados a su inmediato superior.</li> </ul>			
<p><b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b></p> <p>Ejecutar los procesos de operación y responder por cada una de las actividades productivas al jefe de producción.</p>			
<p><b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de Bachiller, experiencia en proceso productivo.</li> </ul> <p><b>EXPERIENCIA:</b> Mínima de 1 a 2 años</p>			

Elaborado por: El autor

<p>“Caramelos de café Locafé Cía. Ltda.</p> 	<p><b>MANUAL DE FUNCIONES DE LA EMPRESA “LOCAFE Cía. Ltda.</b></p>	<p><b>CÓDIGO</b></p>	<p><b>006</b></p>
<p><b>RELACIÓN JERÁRQUICA:</b> Nivel Operativo</p>			
<p><b>DEPARTAMENTO:</b> Ventas</p>			
<p><b>TÍTULO DEL PUESTO:</b> Jefe de ventas</p>			
<p><b>DEPENDE DE:</b> Gerente</p>			
<p><b>SUBALTERNO:</b> Ninguno</p>			
<p><b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b> Se encarga de transportar y comercializar el producto terminado.</p>			
<p><b>FUNCIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promoción y comercialización del producto.</li> <li>• Elaboración de informes y control del producto ofrecido.</li> <li>• Distribución del personal para realizar la venta del producto.</li> <li>• Más funciones que le asignen los supervisores.</li> <li>• Búsqueda de nuevos clientes.</li> <li>• Atención al cliente</li> </ul>			
<p><b>CARACTERÍSTICAS DE CLASE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable por la ejecución de las labores de ofertar y transportar los productos.</li> <li>• Requiere de iniciativa y criterio para la ejecución de su trabajo.</li> </ul>			
<p><b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de Bachiller</li> <li>• Licencia Profesional.</li> <li>• Experiencia dos años en labores similares.</li> <li>• Cursos de relaciones humanas y servicio al cliente.</li> </ul>			

**Elaborado por:** El autor

## 4. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero permitirá establecer el monto de los recursos económicos necesarios para la ejecución del proyecto, este estudio está compuesto por los presupuestos, el análisis de costos, determinación del precio de venta, ingresos, cálculo del punto de equilibrio, etc., su aplicación es imprescindible para conocer más adelante si el proyecto es factible.

### 4.1. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO

#### 4.1.1. Inversiones

La inversión es todo desembolso de recursos financieros para adquirir bienes concretos o instrumentos de producción que la empresa utilizará en un período de tiempo de largo plazo para cumplir su objetivo empresarial.

#### 4.1.2. Inversiones en Activos Fijos:

Los activos fijos de la empresa constituyen todos los bienes tangibles que son propiedad de la empresa y entre los cuales tenemos: maquinaria y equipos, herramientas, muebles y enseres, equipos de oficina, vehículo y equipos de computación y que además por su uso constante sufren un desgaste, es decir son depreciables.

- **Maquinaria y Equipo:** Para la elaboración de los caramelos a base de café se requiere de tecnología sofisticada y de equipos que permita efectuar el proceso productivo es se detallan a continuación:

### CUADRO N° 37

#### MAQUINARIA Y EQUIPO

DETALLES	U. MEDIDA	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
Cocina Industrial	Unidad	1	\$ 300.00	\$ 300.00
Mezcladora	Unidad	2	\$ 350.00	\$ 700.00
Molino Eléctrico	Unidad	1	\$ 100.00	\$ 100.00
Tostadora de Café	Unidad	1	\$ 200.00	\$ 200.00
Empacadora y etiquetadora	Unidad	1	\$ 200.00	\$ 200.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$1.500,00</b>

Fuente: Hermanos Ochoa

Elaborado por: El Autor

- **Herramientas.** - En este rubro se incluyen todos los valores correspondientes a las herramientas necesarias para dotar a la empresa de los complementos tecnológicos a fin de efectuar de una manera adecuada el proceso de producción

### CUADRO N° 38

#### IMPLEMENTOS

DETALLES	U. MEDIDA	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
Cernidor	Unidad	3	\$ 4.00	\$ 12.00
Gavetas	Unidad	2	\$ 14.00	\$ 28.00
Moldes	Unidad	50	\$ 3.50	\$ 175.00
Cuchillos	Unidad	3	\$ 4.00	\$ 12.00
Bandejas plásticos	Unidad	3	\$ 5.00	\$ 15.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 242.00</b>

Fuentes: Almacenes Pika.

Elaborado por: E l autor

- **Equipo de oficina:** Constituye los valores en que se incurre para dotar el personal administrativo de los implementes necesario para el cumplimiento de sus trabajos.

### CUADRO N° 39

#### EQUIPO DE OFICINA

DETALLES	U. MEDIDA	Cantidad	C. UNITARIO	C. TOTAL
Sumadora	Unidad	2	\$ 15.00	\$ 30.00
Teléfono	Unidad	1	\$ 60.00	\$ 60.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 90.00</b>

Fuente: La reforma.

Elaborado por: El autor.

- **Equipo de computación.** - Utilizado por el personal administrativo para la realización de todas las actividades que no pueden ser manejadas manualmente y necesitan de un medio más óptimo, preciso y eficaz, por lo tanto, son desarrolladas mediante la computadora, este equipo tendrá un costo de 1.500.00, incrementando para la reinversión del equipo de computación el 3.09% de la inflación.

### CUADRO N° 40

#### EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Detalles	U. de Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Computadoras	Unidad	2	700,00	1.400,00
Impresora	Unidad	1	200,00	200,00
<b>Total. 1er año</b>				<b>\$ 1.600,00</b>
<b>Reinversión de equipo de computación (3,09% Inflación)</b>				
Computadoras	Unidad	2	721,63	1.443,26
Impresora	Unidad	1	203,18	206,18
<b>Total 3er año</b>				<b>1.649,44</b>

Fuente: Master PC

Elaborado por: El Autor.

- **Muebles y enseres.** - Constituye todos aquellos bienes que serán utilizados por el personal administrativo de la empresa misma que facilitaran la ejecución de cada una de las actividades que comprenden este sector laboral.

**CUADRO N° 41**

**MUEBLES Y ENSERES**

<b>DETALLES</b>	<b>U. MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>C. TOTAL</b>
Escritorios	Unidad	4	\$ 150.00	\$ 600.00
Archivadores	Unidad	2	\$ 35.00	\$ 70.00
Sillas Giratorias	Unidad	4	\$ 40.00	\$ 160.00
Sillas Plásticas	Unidad	5	\$ 6.00	\$ 30.00
Mesa de trabajo	Unidad	3	\$ 150.00	\$ 450.00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 1.310,00</b>

**Fuente:** Modernmueble  
**Elaborado por:** El autor.

- **Vehículo** Servirá para la transportación y distribución del producto.

**CUADRO N° 42**

**VEHICULO**

<b>Descripción</b>	<b>Unidad</b>	<b>Cantidad</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C.Total</b>
Camioneta Chevrolet D-Max	Unidad	1	\$ 16.000,00	\$ 16.000,00

**Fuente:** Mirasol  
**Elaborado:** por el autor

**Resumen de activos fijos.** - Se detalla a continuación el total de inversiones en activos fijos.

**CUADRO N° 43**  
**RESUMEN DE ACTIVOS FIJOS**

Detalle	Total
Maquinaria y Equipo	1.500,00
Herramientas	242,00
Equipo de Oficina	90,00
Equipo de Computación	1.600,00
Muebles y Enseres	1.310,00
Vehículo	16.000,00
<b>Total, de Activos Fijos.</b>	<b>20.742,00</b>

Fuente: #37, #38, #39, # 40, #41, # 42.

Elaborado por: El autor

- **Depreciaciones de los Activos Fijos:**

**CUADRO N° 44**  
**DEPRECIACIONES**

Activos	Valor.	% depreciación	Valor Residual	Vida Útil	Depreciación Anual.
Maquinaria y equipo	1.500,00	10%	150,00	10	135,00
Herramientas	242,00	10%	24,20	10	21,78
Equipo de oficina	90,00	10%	9,00	10	8,10
Equipo de cómputo	1.600,00	33,33%	533,28	3	355,57
Equipo de cómputo 4° a 5 año.	1.649,44	33,33%	549,75	3	366,56
Muebles y enseres	1.310,00	10%	131,00	10	117,90
Vehículo	16.000,00	20%	3.200,00	5	2.560,00
<b>Total</b>			<b>4.597,23</b>		<b>3.564,91</b>

Fuente: Servicio de Rentas Internas (SRI)

Elaborado por: El autor

#### **4.2. INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS.**

Estas inversiones se las realizará sobre activos intangibles, constituidos para los servicios o derechos necesarios para la marcha del proyecto, antes de entrar la empresa en operación.



- **Permisos de Funcionamiento.**

Tiene que ver con los valores pagados para que la empresa pueda funcionar con seguridad cumpliendo con todas las disposiciones legales impuestas como son:

1. Estudio preliminar: constituye el valor por los estudios que permiten determinar la viabilidad del proyecto; en este caso el estudio que se está realizando de factibilidad cuyo costo asciende a \$ 2,500.00 lo que equivale a un 10% del monto total de inversión.
2. Registro sanitario: al tratarse un producto de consumo humano (caramelos), es imprescindible que para su producción y comercialización debe contar con el correspondiente registro sanitario mismo que se obtiene de INSTITUTO NACIONAL DE HIGIENE su valor asciende a \$1,000.00
3. PATENTES DE FUNCIONAMIENTO: Para que la empresa pueda operar al amparo de todas las normas legales debe obtener las patentes o permisos de funcionamiento de los siguientes organismos:
  - Municipalidad de la Ciudad de Loja
  - Dirección de Salud
  - Intendencia de policía
  - Cuerpo de bomberos
  - Etc. Dependiendo de la actividad a desarrollar
4. Gastos de organización: Para que la empresa cuente con todos los requerimientos necesarios de organizar adecuadamente las

actividades previo a su inicio de fase de operación; aquí se requiere de profesionales especialistas de diferentes áreas que dan su aporte ocasional; esta actividad tiene un costo de \$ 1,000.00

- **Adecuaciones**

Se refiere al costo que tendrán las mejorías que realicemos al lugar que va a ser arrendado para el funcionamiento de nuestra empresa el cual es de 240 m2. Se tomará en cuenta la distribución de la planta empezando por el área administrativa, el área de producción que usamos para tostar el café y molerlo en el área de máquinas, luego pasamos a la cocina industrial y moldeado, para finalmente pasar al área de empaclado, etiquetado y almacenamiento.

**CUADRO N° 45  
ADECUACIONES**

<b>DENOMINACION</b>	<b>Unidad de Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>VAL.TOTAL</b>
Adecuación	Metros Cúbicos	240 m <sup>2</sup>	5. 000,00
<b>TOTAL</b>			<b>5. 000,00</b>

Fuente: Ing. Freddy Erazo

Elaboración: El autor

**CUADRO N° 46  
Resumen de Activos Diferidos**

<b>Activos diferidos</b>	<b>Total</b>
Estudio preliminar	2.500,00
Registro sanitario	1.200,00
Patentes de funcionamiento	500,00
Gastos de organización	1.000,00
Adecuaciones	5.000,00
<b>Total, de activos diferidos</b>	<b>\$ 10.200,00</b>

Elaborado por: El autor

## CUADRO N°46

### Amortización de Activos Diferidos

Descripción	Vida útil	Valor activo	Valor amortizado anual
Activo Diferido	5	10.200	2.040

Elaborado por: El Autor.

#### 4.3. INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO.

Constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para un tamaño y capacidad deseados.

El desarrollo de las actividades administrativas y de venta durante un mes, requieren de un determinado capital de trabajo.

#### Costos de Producción.

##### Costo Primo.

- **Materia Prima Directa**

Son todos los materiales que intervienen directamente en la transformación del producto y que son visibles en este.

La materia prima que requiere nuestra empresa es el del café y otros ingredientes para la elaboración del producto.

## CUADRO N° 47

### MATERIA PRIMA DIRECTA

Descripción	Unidad. M.	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Café	Libras	1,25	\$ 1,80	\$ 2.043
Azúcar	Libras	5,74	\$ 0,50	\$ 3.370
Mantequilla	Libras	2,25	\$ 1,80	\$ 4.043
Leche	Litros	3,12	\$ 0,60	\$ 673,80
<b>TOTAL, Mensual</b>				<b>\$ 1.011,00</b>
<b>TOTAL, Anual</b>				<b>\$ 12.132,00</b>

Fuente: Mercados, Autoservicios de Loja

Elaborado por: El autor.

- **Mano de obra directa**

Constituyen los valores a pagar al personal que maneja el proceso productivo, quienes están directamente relacionados con la transformación de la materia prima en este caso se cuenta con 2 obreros, la remuneración estará acorde con los aportes impuestos por la ley laboral que rigen en el país, su valor se muestra en el siguiente cuadro.

## CUADRO N° 48

### MANO DE OBRA DIRECTA

Denominación	Obreros
Remuneración básica	366,00
Décimo Tercero 1/2	30,50
Décimo cuarto SUB 12	24,33
Vacaciones 1/24	15,25
Aporte patronal 12,15%	44,47
Fondos de reserva 1/12 (desde el 2do año)	30,50
<b>Total</b>	<b>511,05</b>
N° de obreros	2
<b>Total, mensual</b>	<b>1.022,10</b>
<b>Total, anual</b>	<b>12.265,20</b>

Fuente: Ministerio de relaciones laborales

Elaborado por: El autor

#### 4.4. Costos indirectos de producción

- **Materiales indirectos.**

Son aquellos que no intervienen de manera directa en la elaboración del producto, pero es un complemento necesario para obtener el producto terminado. En el caso del proyecto el material indirecto será la funda plástica con etiqueta impregnada como se detalla a continuación.

#### CUADRO N° 49

#### MATERIALES INDIRECTOS.

Descripción	Unidad. M	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Funda plástica para el producto con etiqueta	Unidad	112,320	\$ 0.10	\$ 11.232,00
<b>TOTAL, Mensual</b>				<b>\$ 936,00</b>
<b>TOTAL, Anual</b>				<b>\$ 11.232,00</b>

Fuente: Distribuidora Jaramillo e Imprenta Cosmos

Elaborado por: El autor

- **Mano de Obra Indirecta**

Constituyen los valores a cancelar al personal que dirige o supervisa el proceso de producción de los caramelos; en este caso tenemos el jefe de producción que estará encargado de dirigir, capacitar, controlar, supervisar evaluar garantizar el proceso y manejo de la producción en el tiempo previsto y cuanto a la remuneración estará acorde con los aportes impuestos por la ley laboral que rigen en el país.

## CUADRO N° 50

### MANO DE OBRA INDIRECTA

Denominación	Supervisor
Remuneración básica	450,00
Décimo tercero 1/2	37,50
Décimo cuarto	24,33
Vacaciones 1/2	18,75
Aporte patronal 12,15%	54,68
Fondos de reserva 1/12 (desde el 2do año)	37,50
<b>Total</b>	<b>622,76</b>
N° de personas	1
<b>Total, mensual</b>	<b>622,76</b>
<b>Total, anual</b>	<b>7.473,12</b>

Fuente: Ministerio de Trabajo

Elaborado por: El autor

- **Mantenimiento de maquinaria y equipos**

Es el mantenimiento adecuado que recibe la maquinaria y equipo, dicho mantenimiento tiende a prolongar la vida útil de los bienes, y a obtener un rendimiento aceptable de los mismos.

## CUADRO N° 51

### MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO.

Descripción	Costo unitario	Costo total
Mantenimiento de maquinaria y equipos	40,00	440,00
<b>Total, mensual</b>		<b>440,00</b>
<b>Total, anual</b>		<b>\$ 5.280,00</b>

Fuente: Investigación directa.

Elaborado por: El autor.

- **Insumos de producción.**

Los servicios básicos ayudaran a la producción de los caramelos, por medio del abastecimiento de energía eléctrica y gas, los cuales son necesarios

para el funcionamiento de la maquinaria y además del uso del agua en cada proceso productivo.

- **Energía eléctrica.**

Para el funcionamiento de la maquinaria se necesita de cierta fuerza motriz, en este caso se necesita de energía eléctrica ayudarán a la elaboración de los caramelos de café, por medio del abastecimiento de energía eléctrica, el cual serán necesarios para el funcionamiento de la maquinaria.

### CUADRO N° 52

#### ENERGÍA ELÉCTRICA.

Servicio	U. Medida	Cantidad	C. Unitario.	C. Total
Energía eléctrica	Kw/h	400	\$ 0,103	\$ 41,20
<b>Total, mensual</b>				<b>\$ 41,20</b>
<b>Total, anual</b>				<b>\$ 494,40</b>

Fuente: Planilla de pago de la empresa EERSSA.

Elaborado por: E autor

- **Agua potable**

En el proceso de producción intervienen ciertos elementos que necesitan un riguroso tratamiento de higiene es por ello que el uso de agua de potable se hace imprescindible:

### CUADRO N° 53

#### AGUA POTABLE.

Servicio	U. Medida	Cantidad	C. Unitario.	C. Total
Agua potable	m <sup>3</sup>	90	\$ 0.37	\$ 33,30
<b>Total, mensual</b>				<b>\$ 33,30</b>
<b>Total, anual</b>				<b>\$ 399,60</b>

Fuente: Unidad Municipal de Agua Potable

Elaborado por: El autor

- **Material de combustión (Gas).**

Para el proceso de cocción de la materia prima se requiere del elemento que genere la energía suficiente para el proceso, en este caso para el funcionamiento cocina se requiere el gas de uso industrial.

#### CUADRO N° 54

##### MATERIAL DE COMBUSTIÓN

Elemento	U. Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Cilindro industrial	Unidad	2	\$ 62,50	\$ 125,00
<b>Total, mensual</b>				<b>\$ 125,00</b>
<b>Total, anual</b>				<b>\$ 1.500,00</b>

Fuente: Loja gas.

Elaborado por: E autor

- **Indumentaria de personal.**

Son implementos necesarios que utilizan los obreros para realizar sus labores diarias en una forma adecuada.

#### CUADRO N° 55

##### INDUMENTARIA DE PERSONAL

Elemento	U. Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Delantales de plástico.	Unidad	2	2,50	5,00
Gorras	Unidad	2	3,00	6,00
Guantes	Pares	4	1,50	6,00
Mascarillas	Unidad	4	1,50	6,00
<b>Total, mensual</b>				<b>\$ 23,00</b>
<b>Total, anual</b>				<b>\$ 276,00</b>

Fuente: Catalogo de Seguridad Industrial.

Elaborado por: El Autor.



- **Equipo de seguridad**

Son considerados como los equipos de primeros auxilios que se puedan presentar a los que laboran en la empresa.

### CUADRO N° 56

#### EQUIPO DE SEGURIDAD

Detalle	U. Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total.
Extintor de 10 kg	Unidad	1	\$ 20,00	\$ 20,00
Botiquín	Unidad	1	\$ 15,00	\$ 15,00
<b>Total, mensual</b>				<b>\$ 35,00</b>
<b>Total, anual</b>				<b>\$ 420,00</b>

Fuente: Almacenes Boyacá

Elaborado por: El autor

### CUADRO N° 57

#### RESUMEN DE COSTOS DE PRODUCCIÓN

Costos de Producción	Costo Mensual	Costo Anual
<b>Costo primo</b>		
Materia prima directa	1.011,00	12.132,00
Mano obra directa	1.022,10	12.265,20
<b>Total, costo primo</b>	<b>2.033,10</b>	<b>24.397,20</b>
Costos de fabricación		
Mano de obra indirecta	622,76	7.473,12
Materiales indirectos	936,00	11.232,00
Mantenimiento de maquinaria y equipo	440,00	5.280,00
Energía Eléctrica	41,20	494,40
Agua Potable	33,30	399,60
Motriz de Combustión (Gas)	125,00	1.500,00
Indumentaria de personal	23,00	276,00
Equipo de seguridad.	35,00	420,00
<b>Total</b>	<b>4.289,36</b>	<b>51.472,32</b>

Fuente: #47, #48, #49, #50, #51, #52.

Elaborado por: El autor

#### 4.5. COSTOS DE OPERACIÓN.

El costo de operación es igual a la suma de los gastos administrativos, gastos de ventas, gastos financieros y otros gastos (CO = G.Adm. +G.V.+G.F.+OTROS GASTOS).

- **GASTOS ADMINISTRATIVOS.**

Corresponden a todos los gastos que son necesarios para llevar a cabo la administración de la empresa.

- **Sueldos y salarios administrativos**

Se refiere a los sueldos para el personal que trabajarán en la parte administrativa de la empresa, como se detalla a continuación:

#### CUADRO N° 58

#### SUELDOS Y SALARIOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	Cantidad	Sueldo Básico	Décimo Tercero 1/12	Décimo Cuarto SUB 12	Aporte Patronal 12.15%	Fondos de reserva 1/2 (desde el 2do año)	Vacaciones 1/24	Total
Gerente	1	\$ 650,00	\$ 54,17	\$ 28,33	\$ 78,98	\$ 54,17	\$ 27,08	\$ 829,70
Secretaria	1	\$ 366,00	\$ 30,50	\$ 28,33	\$ 44,47	\$ 30,50	\$ 15,25	\$ 515,05
Contadora	1	\$ 450,00	\$ 37,50	\$ 28,33	\$ 54,68	\$ 37,50	\$ 18,75	\$ 626,76
<b>Total, mensual</b>								<b>\$ 1.971,51</b>
<b>Total, anual</b>								<b>\$ 23.658,12</b>

Fuente: Ministerio del Trabajo

Elaborado por: El autor

- **SERVICIOS BÁSICOS.**

Los servicios básicos permitirán que el personal del departamento administrativos realice sus labores de manera oportuna, entre dichos servicios podemos mencionar, energía eléctrica, agua potable, internet, teléfono.

- **Energía Eléctrica:**

El consumo de energía eléctrica se considera solo para actividades administrativas, para este consumo se toma en cuenta el doméstico, que es de 200kw/h. a continuación se adjunta el rubro correspondiente:

**CUADRO N° 59**  
**ENERGIA ELECTRICA**

<b>Servicio</b>	<b>U. Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total.</b>
Energía Eléctrica	Kw/h	200	0,103	20,60
<b>Total, mensual</b>				<b>\$ 20,60</b>
<b>Total, anual</b>				<b>\$ 247,20</b>

**Fuente:** Empresa eléctrica regional del sur

**Elaborado por:** El autor

- **Agua Potable.**

Este rubro se refiere al consumo de agua potable en el área administrativa de la empresa.

**CUADRO N° 60**  
**AGUA POTABLE**

<b>Servicio</b>	<b>U. Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total.</b>
Agua potable	m <sup>3</sup>	50	0,37	18,50
<b>Total, mensual</b>				<b>\$ 18,50</b>
<b>Total, anual</b>				<b>\$ 222,00</b>

**Fuente:** Unidad Municipal de Agua Potable

**Elaborado por:** El autor

- **Teléfono.**

Este valor se refiere al consumo de servicio telefónico utilizado en la empresa.

**CUADRO N° 60  
SERVICIO TELEFONICO.**

<b>Servicio</b>	<b>U. Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total.</b>
Teléfono	Minutos	180	0,20	36,00
<b>Total, mensual</b>				<b>\$ 36,00</b>
<b>Total, anual</b>				<b>\$ 432,00</b>

Fuente: CNT

Elaborado por: El autor.

- **Internet:**

Todas las empresas en la actualidad necesitan el servicio de internet para agilizar sus actividades administrativas en la empresa

**CUADRO N° 61  
SERVICIO DE INTERNET**

<b>Servicio</b>	<b>U. Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total.</b>
Servicio de internet	Contrato	1	\$ 24,00	\$ 24,00
<b>Total, mensual</b>				<b>\$24,00</b>
<b>Total, anual</b>				<b>\$ 288,00</b>

Fuente: CNT

Elaborado por: El autor.

- **Útiles de oficina.**

Son los suministros necesarios para el funcionamiento administrativo de la empresa.

**CUADRO N° 62**  
**ÚTILES DE OFICINA.**

<b>Descripción</b>	<b>U. Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total.</b>
Papel bond	Resma	3	\$ 4,50	\$ 13,50
Esferos gráficos	Docena	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Tinta de impresión	Cartucho	5	\$6,00	\$ 30,00
Perforadora	Unidad	3	\$3,00	\$ 9,00
Corrector	Unidad	4	\$ 1,00	\$ 4,00
Borrador	Unidad	5	\$ 0,25	\$ 1,25
Lápiz	Unidad	5	\$ 0,30	\$ 1,50
Sellos	Unidad	2	\$ 3,00	\$ 6,00
<b>Total, mensual</b>				<b>\$ 68,25</b>
<b>Total, anual</b>				<b>\$ 819,00</b>

Fuente: La Reforma.

Elaborado por: El autor

- **Útiles De Aseo**

Son los elementos necesarios para realizar el aseo de las instalaciones de la empresa.

**CUADRO N° 62**  
**ÚTILES DE ASEO.**

<b>Descripción</b>	<b>U. Medida</b>	<b>Cantidad</b>	<b>C. Unitario</b>	<b>C. Total.</b>
Escoba	Unidad	4	\$ 2,00	\$ 8,00
Trapeador	Unidad	4	\$ 2,00	\$ 8,00
Desinfectante	Galón	5	\$ 2,50	\$ 12,50
Papel Higiénico	Pacas	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Franelas	Metros	5	\$ 1,50	\$ 7,50
Fundas de Basura	Paquete	2	\$ 4,00	\$ 8,00
Basureros	Unidad	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Detergente 2 kg	Unidad	5	\$ 2,15	\$ 10,75
Recogedores	Unidad	2	\$ 1,00	\$ 2,00
Toallas	Unidad	6	\$ 1,00	\$ 6,00
<b>Total, mensual</b>				<b>\$ 81,15</b>
<b>Total, anual</b>				<b>\$ 981,00</b>

Fuente: Almacenes y Locales.

Elaborado por: El autor

- **Arriendo.**

Es un gasto destinados al pago de las instalaciones donde funcionara la empresa.

#### CUADRO N° 63

##### ARRIENDO

Descripción	Cantidad	C. Unitario	C. Total.
Arriendo del Local	12	\$ 350,00	\$ 4.200,00
<b>Total, mensual</b>			<b>\$ 350,00</b>
<b>Total, anual</b>			<b>\$ 4.200,00</b>

Elaborado por: El autor.

#### CUADRO N° 64

##### RESUMEN DE LOS GASTOS ADMINISTRATIVOS

Denominación	Valor mensual	Valor Anual
Sueldos y salarios	1.971,51	23.658,12
Energía eléctrica	20,60	247,20
Agua potable	18,50	222,00
Teléfono	36,00	432,00
Internet	24,00	288,00
Útiles de oficina	68,25	819,00
Útiles de aseo	81,15	981,00
Arriendo	350,00	4.200,00
<b>Total, gastos administrativos</b>	<b>2.570,01</b>	<b>30.847,32</b>

Fuente: #58, #59, #60, #61, #62, #63.

Elaborado por: El autor

- **Sueldos y salarios personal de ventas**

Son aquellos pagos que se realizan por prestaciones de servicio, en este caso al vendedor encargado de comercializar el producto en el mercado de acuerdo a los aportes impuestos por las leyes laborales.

**CUADRO N° 65**  
**REMUNERACIONES VENDEDOR**

Denominación	Vendedor
Remuneración básica	366,00
Décimo Tercero 1/12	30,50
Décimo cuarto SUB 12	24,33
Vacaciones 1/24	15,25
Aporte patronal 12,15%	44,47
Fondos de reserva 1/12 (desde el 2do año)	30,50
<b>Total</b>	<b>511,05</b>
N° de obreros	1
<b>Total, mensual</b>	<b>511,05</b>
<b>Total, anual</b>	<b>6.132,60</b>

Fuente: Ley Orgánica de Trabajadores.

Elaborado por: El autor.

- **Publicidad.**

Es una técnica de comunicación masiva, destinada a informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación más óptima; con el objetivo de motivar al público hacia una acción de consumo.

**CUADRO N° 66**  
**PUBLICIDAD**

Descripción	U. de medida	Cantidad	C. unitario	Total
Cuñas radiales	Unidad	90,00	1,25	112,50
Trípticos	Unidad	150,00	0,05	7,50
<b>Total, mensual</b>				<b>120,00</b>
<b>Total, anual</b>				<b>1.440,00</b>

Fuente: Medios de comunicación

Elaborado por: El Autor

- **Combustible y lubricantes.**

El vehículo de la empresa, demandará mensualmente el consumo de 2 galones de lubricante con un costo de **\$30,00** dólares, además para el

abastecimiento del combustible se requerirá mensualmente 48 galones de diésel con un costo de **\$49,92** dólares, ascendiendo a un costo total mensual de **\$ 79,92**.

#### CUADRO N° 67

##### COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES

Descripción	U. de medida	Cantidad	Costo unitario	Total
Cambio de lubricantes	Galones	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Diésel	Galones	48	\$ 1,04	\$ 49,92
<b>Total, mensual</b>				<b>\$ 79,92</b>
<b>Total, anual</b>				<b>\$ 959,04</b>

Fuente: Gasolinera; Lavadora y lubricadora

Elaborado por: El autor

- **Mantenimiento de vehículo.**

El mantenimiento del vehículo de la empresa se lo realizará cada mes, en un Centro Mecánico, del cual tendrá un monto de mensual de **\$ 60,00** dólares.

#### CUADRO N° 68

##### MANTENIMIENTO DE VEHÍCULO.

Descripción	C. Unitario	C. Total
Mantenimiento del vehículo.	60,00	60,00
<b>Total, mensual</b>		<b>\$ 60,00</b>
<b>Total, anual</b>		<b>\$ 720,00</b>

Fuente: Centro Mecánico.

Elaborado por: El autor.

#### CUADRO N° 69

##### RESUMEN DE LOS GASTOS DE VENTAS

Denominación	Valor mensual	Valor Anual
Sueldos y salarios personal de ventas	511,05	6.132,60
Publicidad	120,00	1.440,00
Combustible y lubricantes	79,92	959,04
Mantenimiento de vehículo	60,00	720,00
<b>Total, gastos de venta</b>	<b>770,97</b>	<b>9.251,64</b>

Fuente: #65, #66, #67, #68

Elaborado por: El autor



➤ **Resumen de Capital de Trabajo o Activo Circulante:**

**CUADRO N°70**  
**Resumen de Capital de Trabajo.**

<b>Denominación</b>	<b>Total, mensual</b>
<b>Costo primo</b>	
Materia prima directa	1.011,00
Mano de obra directa	1.022,10
<b>Total, costo primo</b>	<b>\$ 2.033,10</b>
<b>Costos de fabricación</b>	
Materiales indirectos	936,00
Mano de obra indirecta	622,76
Mantenimiento de maquinaria y equipo	440,00
Energía eléctrica	41,20
Agua potable	33,30
Motriz de combustión (gas)	125,00
Indumentaria de personal	23,00
Equipo de seguridad	35,00
<b>Total, costos de fabricación</b>	<b>2.256,26</b>
<b>Costos operativos</b>	
<b>Gastos administrativos</b>	
Sueldos y salarios	1.971,51
Energía eléctrica	20,60
Agua potable	18,50
Teléfono	36,00
Internet	24,00
Útiles de oficina	68,25
Útiles de aseo	81,15
Arriendo	350,00
<b>Total, gastos administrativos</b>	<b>2.570,01</b>
<b>Gastos de ventas</b>	
Sueldos y salarios personal de ventas	511,05
Publicidad	120,00
Mantenimiento de vehículo	79,92
Combustible y lubricante	60,00
<b>Total, gastos de ventas</b>	<b>770,97</b>
<b>Total, de capital de trabajo</b>	<b>\$ 7.630,34</b>

Fuente: Cuadros N° 57 y 69.

Elaborado por: El Autor.

## RESUMEN DE LA INVERSION.

### CUADRO N°71

#### Resumen de Inversión.

ESPECIFICACION.	VALOR TOTAL
Activos Fijos	20.742,00
Activos Diferidos	10.200,00
Activo Circulante o Capital de Trabajo.	7.630,34
<b>Total, de Inversión</b>	<b>\$ 38.572,34</b>

Fuente: Cuadros N°43, 46 y 70.

Elaboración: El Autor.

#### 4. 6. FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN

El proyecto hará uso de fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

- **Fuentes internas**

El 75% del total de la inversión que corresponde a \$ 28.572,34 dólares será financiado con aportaciones de los socios.

- **Fuentes externas**

Se buscará la alternativa más conveniente, solicitar un préstamo mediante crédito a una institución bancaria financiado a 5 años plazo con un interés al 15% con pagos semestrales.

El crédito que mantendrá la empresa "LOCAFE" Cía. Ltda., con un crédito a una institución bancaria constituirá el 25% que corresponde a \$ 10.000,00

En consecuencia los rubros de financiamiento se presentan así:

**CUADRO N° 72**  
**FINANCIAMIENTO**

<b>Capital</b>	<b>Monto</b>	<b>% porcentaje</b>
Capital social	28.572,34	73%
Crédito	10.000,00	27%
<b>Total</b>	<b>38.572,34</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Cuadro #71, Banco Nacional de Fomento.

**Elaborado por:** El autor.

**FINANCIAMIENTO**

AMORTIZACION.

**Monto:** \$ 10.000,00

**Plazo:** 5 años

**Amortización:** Semestral

**Tasa:** 15%

Para calcular el interés en este caso se trata de un interés simple para lo cual utilizamos la siguiente formula:

$$I = k. n. i.$$

En donde:

**I=** Interés

**k=** Capital

**n=** Tiempo

**i=** Tasa de interés representada x 1

El valor de n se calcula dividiendo el número de meses pactados para la amortización para los doce meses que tiene el año; el valor de I se calcula dividiendo la tasa de interés para 100.

$$I = 10.000,00 \times 5 \times 0.15$$

$$I = 7.500,00$$

**CUADRO N° 73**

**TABLA DE AMORTIZACION**

<b>AÑO</b>	<b>SEMESTRE</b>	<b>SALDO INICIAL</b>	<b>AMORTIZACION SEMESTRAL</b>	<b>AMORTIZACION ANUAL</b>	<b>INTERESES SEMESTRALES</b>	<b>INTERES ANUAL</b>	<b>DIVIDENDO ANUAL</b>	<b>SALDO FINAL</b>
1	1	10.000,00	1.000,00	2.000,00	750,00	1.425,00	3.425,00	9.000,00
	2	9.000,00	1.000,00		675,00			8.000,00
2	1	8.000,00	1.000,00	2.000,00	600,00	1.125,00	3.125,00	7.000,00
	2	7.000,00	1.000,00		525,00			6.000,00
3	1	6.000,00	1.000,00	2.000,00	450,00	825,00	2.825,00	5.000,00
	2	5.000,00	1.000,00		375,00			4.000,00
4	1	4.000,00	1.000,00	2.000,00	300,00	525,00	2.525,00	3.000,00
	2	3.000,00	1.000,00		225,00			2.000,00
5	1	2.000,00	1.000,00	2.000,00	150,00	225,00	2.225,00	1.000,00
	2	1.000,00	1.000,00		75,00			0,00

**Fuente:** Banco Nacional de Fomento

**Elaborado por:** El autor

#### **4. 7. ANALISIS DE COSTOS.**

Para este análisis nos valemos de la contabilidad de costos, la misma que es una parte especializada de la contabilidad y constituye un subsistema que hace el manejo de los costos de producción a efectos de determinar el costo real de producir o generar un bien o un servicio, para con estos datos fijar el precio con el cuál se pondrá en el mercado el nuevo producto.

- **Costo Total de Producción.**

Para determinar el costo total de producción que implica determinar el costo real de la producción esperada durante el año se considera a más de las cuentas utilizadas para calcular el capital de trabajo, las depreciaciones y las amortizaciones de la forma que este análisis debe contemplar las cuentas que permitan la aplicación de la siguiente formula:

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

$$\text{CTP} = \text{CP} + (\text{G. ADM} + \text{G. VENTA} + \text{G. FINANCIEROS} + \text{OTROS GASTOS})$$

#### **COSTOS DE PRODUCCIÓN.**

Aquí se determina el valor real de la producción anual de las cuentas que componen el costo primo más el gasto general de producción:

$$\text{Costo primo} = \text{MPD} + \text{MOD}$$

$$\text{GASTOS GENERALES DE PRODUCCION} = \text{MOI} + \text{MI} + \text{DEPRE.} + \text{MANTENIMIENTO} + \text{ENERGIA ELECTRICA, etc.}$$

Aquí se considera exclusivamente los valores por las actividades y elementos que interviene en el proceso productivo; se toma como referencia los valores calculados en el capital de trabajo.

#### CUADRO N° 74

##### Costos de Producción.

Descripción,	Valor.
<b>Costo Primo</b>	
Materia Prima Directa	12.132,00
Mano de Obra Directa	12.265,20
Total, de costo primo	<b>24.397,20</b>
Costo de fabricación	
Materiales Indirectos	11.232,00
Mano de Obra Indirecta	7.473,12
Material de combustión (Gas)	1.500,00
Energía eléctrica	494,40
Agua Potable	399,60
Indumentaria de personal	276,00
Equipo de seguridad	420,00
Mantenimiento de maquinaria y equipo	5.280,00
Depreciaciones de Maquinaria y equipo	135,00
Depreciaciones de Herramientas	21,78
Total, Costo de fabricación	<b>27.231,90</b>
<b>Total, de costo de producción</b>	<b>51.629,10</b>

Fuente: Cuadro N° 57

Elaborado por: El Autor.

#### 4.8. COSTO DE OPERACIÓN.

De la misma forma que se procedió para el costo de operación este costo también toma como referente el capital de trabajo y cuyas cuentas se suman lo relacionado a las depreciaciones, los gastos financieros y otros gastos especificados de tal forma se tienen:

**C.O= GAST. ADM. + GASTO VENTAS+ GASTO FINANCIEROS+ OTROS GASTOS.**

## CUADRO N° 75

### Costo de Operación.

<b>Costos de Operación.</b>	<b>Valor.</b>
Sueldos y salarios administrativos	23.658,12
Energía Eléctrica	247,20
Agua potable	222,00
Teléfono	432,00
Internet	288,00
Arriendo	4.200,00
Útiles de Oficina	819,00
Útiles de Aseo	981,00
Depreciación de equipo de oficina	8,10
Depreciación de equipo de computo	355,57
Depreciación de equipo de muebles y enseres	117,90
<b>Total, de Gastos Administrativos</b>	<b>31.328,89</b>
Gastos de Venta	
Sueldos y salarios personal de ventas	6.132,60
Publicidad	1.440,00
Combustible y Lubricantes	959,04
Mantenimiento de vehículo	720,00
Depreciación de Vehículo	2.560,00
<b>Total, Gastos de Venta</b>	<b>11.811,64</b>
Gastos Financieros	
Interés	<b>1.425,00</b>
<b>Total, de Gastos Financieros</b>	<b>1.425,00</b>
Otros Gastos	
Amortización de activo diferido	2.040,00
<b>Total, de Otros Gastos</b>	<b>2.040,00</b>
<b>Total, de Costo de Operación</b>	<b>46.605,53</b>

Fuente: Cuadros N° 44 y 73

Elaborado por: El Autor.

#### 4.9. COSTO TOTAL DE PRODUCCION

##### CP+CO

$$\text{CTP} = 51.629,10 + 46.605,53 = \$ 98.234,63$$

#### **4.10. PRESUPUESTO PRO FORMADO**

Las proyecciones de los costos se los realizara en función de la inflación, sin embargo, por la inestabilidad económica se deja una holgura, por ello para las proyecciones del presente cuadro se consideran al 3.09%.



**CUADRO N° 76**  
**PRESUPUESTO PRO FORMADO (3,09%)**

<b>Rubro</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Costo de producción</b>					
Materia Prima Directa	12.132,00	12.506,88	12.893,34	13.291,75	13.702,46
Mano de Obra Directa	12.265,20	12.644,19	13.034,90	13.437,68	13.852,90
Materiales Indirectos	11.232,00	11.579,07	11.936,86	12.305,71	12.685,96
Mano de Obra Indirecta	7.473,12	7.704,04	7.942,09	8.187,50	8.440,50
Material de Combustión	1.500,00	1.546,35	1.594,13	1.643,39	1.694,17
Energía Eléctrica	494,40	509,68	525,43	541,66	558,40
Agua Potable	399,60	411,95	424,68	437,80	451,33
Indumentaria de personal	276,00	284,53	293,32	302,38	311,73
Equipo de seguridad	420,00	432,98	446,36	460,15	474,37
Mantenimiento de maquinaria y equipo	5.280,00	5.443,15	5.611,35	5.784,74	5.963,48
Depreciación Herramientas	21,78	21,78	21,78	21,78	21,78
Depreciación de Maquinaria y Equipo	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00
<b>Total, de costo de Producción</b>	<b>51.629,10</b>	<b>53.219,59</b>	<b>54.859,24</b>	<b>56.549,54</b>	<b>58.292,08</b>
<b>Costo de Operación</b>					
<b>Gastos Administrativos</b>					
Sueldos y salarios administrativos	23.658,12	24.389,16	25.142,78	25.919,69	26.720,61
Energía eléctrica	247,20	254,84	262,71	270,83	279,20
Teléfono	432,00	445,35	459,11	473,30	487,92
Internet	288,00	296,90	306,07	315,53	325,28
Agua potable	222,00	228,86	235,93	243,22	250,74
Útiles de oficina	90,00	92,78	95,65	98,60	101,65
Útiles de aseo	981,00	1.011,31	1.042,56	1.074,78	1.107,99
Arriendo	4.200,00	4.329,78	4.463,57	4.601,49	4.743,68
Depreciación de equipo de oficina	8,10	8,10	8,10	8,10	8,10
Depreciaciones de muebles y enseres	117,90	117,90	117,90	117,90	117,90
Depreciaciones de equipo de computación	355,57	355,57	355,57	366,56	366,56
<b>Total, de Gastos Administrativos</b>	<b>30.599,89</b>	<b>31.530,55</b>	<b>32.489,95</b>	<b>33.490,00</b>	<b>34.509,63</b>
<b>Gastos de Ventas</b>					
Sueldos y salarios al personal de ventas	6.132,60	6.322,10	6.517,45	6.718,84	6.926,45
Publicidad	1.440,00	1.484,50	1.530,37	1577,66	1.626,40
Combustible y lubricantes	959,04	988,67	1.019,22	1.050,72	1.083,19
Mantenimiento del vehículo	720,00	742,25	765,18	788,83	813,20
Depreciación del vehículo	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00	2.560,00
<b>Total, de Gastos de Ventas</b>	<b>11.811,64</b>	<b>12.097,52</b>	<b>12.392,22</b>	<b>12.696,05</b>	<b>13.009,24</b>
<b>Gastos Financieros</b>					
Interés	1.425,00	1.125,00	825,00	525,00	225,00
<b>Total, de Gastos Financieros</b>	<b>1.425,00</b>	<b>1.125,00</b>	<b>825,00</b>	<b>525,00</b>	<b>225,00</b>
<b>Otros Gastos</b>					
Amortización del Activo Diferido	2.040,00	2.040,00	2.040,00	2.040,00	2.040,00
<b>Total, de otros Gastos</b>	<b>2.040,00</b>	<b>2.640,00</b>	<b>2.640,00</b>	<b>2.640,00</b>	<b>2.640,00</b>
<b>Total, de Costo de Operación</b>	<b>45.876,53</b>	<b>47.393,07</b>	<b>48.347,17</b>	<b>49.351,05</b>	<b>50.383,87</b>
<b>Total, del Presupuesto costos totales</b>	<b>97.505,63</b>	<b>100.612,66</b>	<b>103.206,41</b>	<b>105.900,59</b>	<b>108.675,95</b>

Elaborado por: El autor

#### 4.11. COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

Para determinar el costo por cada unidad producida se dividió el costo total de producción para el número de unidades que se estima producir anualmente.

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

**CUP=** Costo unitario de producción

**CTP=** Costo total de producción

**NUP=** Número de unidades producidas.

$$\text{CUP} = \frac{97.505,63}{112.320} = \$ 0,87 \text{ centavos de dolar la funda de caramelos}$$

De la misma manera se procederá a calcular el costo de producción para los cuatro años restantes de vida útil del presente proyecto, los mismos que se detallan a continuación:

**CUADRO N° 77**  
**COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN**

<b>AÑOS</b>	<b>COSTO TOTAL</b>	<b>PRODUCCIÓN ANUAL</b>	<b>PRECIO UNITARIO Funda</b>
<b>1</b>	97.505,63	112.320	\$ 0,87
<b>2</b>	100.612,66	112.320	\$ 0,90
<b>3</b>	103.206,41	112.320	\$ 0,92
<b>4</b>	105.900,59	112.320	\$ 0,95
<b>5</b>	108.675,95	112.320	\$ 0,97

**Fuente:** Cuadro N° 76

**Elaborado por:** El autor

- **Margen de Utilidad**

Se mantendrá el mismo margen de utilidad para los cinco años que tiene de duración el proyecto siendo este del 40% para los dos primeros años, 45% para los dos siguientes y para el quinto año 50% como se muestra en el siguiente cuadro:

**CUADRO N°78**

**Margen de Utilidad**

<b>Años</b>	<b>Costo unitario de producción</b>	<b>Margen de utilidad</b>	<b>PVP</b>
<b>1</b>	\$ 0,87	40%	1,17
<b>2</b>	\$ 0,90	40%	1,30
<b>3</b>	\$ 0,92	45%	1,34
<b>4</b>	\$ 0,95	45%	1,43
<b>5</b>	\$ 0,97	50%	1,45

**Fuente:** Cuadro N° 77

**Elaborado por:** El autor

- **Ingresos por Ventas**

Para obtener el ingreso que tendrá la empresa productora y comercializadora de caramelos de café se multiplica el precio de venta al público por el número de unidades que se van a producir a lo largo de los 5 años que tiene de duración el proyecto obteniendo los siguientes valores:

**CUADRO N° 79**

**Determinación de Ingresos por Ventas**

<b>Años</b>	<b>Unidades producidas</b>	<b>Precio de venta público fundas</b>	<b>Ingreso por ventas</b>
<b>1</b>	112.320	1,17	\$ 131.414,40
<b>2</b>	112.320	1,30	\$ 146.016,00
<b>3</b>	112.320	1,34	\$ 150.508,80
<b>4</b>	112.320	1,43	\$ 160.617,60
<b>5</b>	112.320	1,45	\$ 162.864,00

**Fuente:** Cuadro N° 78

**Elaborado por:** El autor.

#### 4.11. CLASIFICACIÓN DE COSTOS

En todo proceso productivo los costos en que se incurre no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción, por lo cual se hace necesario clasificar los costos fijos y variables.

- **Costos fijos:** representan aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el hecho de existir, independientemente de si existe o no producción.
- **Costos variables:** son aquellos valores en que incurre la empresa, en función de su capacidad de producción, están en relación directa con los niveles de producción de la empresa.

**CUADRO N° 80**  
**CLASIFICACION DE COSTOS**

Detalle	Año 1		Año 5	
	Costo fijo	Costo variable	Costo fijo	Costo variable
<b>Costo de producción</b>				
Materia Prima Directa		12.132,00		13.702,46
Mano de Obra Directa		12.265,20		13.852,90
<b>Costos indirectos de producción</b>				
Materiales Indirectos		11.232,00		12.685,96
Mano de Obra Indirecta		7.473,12		8.440,50
Material de Combustión		1.500,00		1.694,17
Energía Eléctrica		494,40		558,40
Indumentaria de personal		276,00		311,73
Equipo de seguridad		420,00		474,37
Mantenimiento de maquinaria y equipo	5.280,00		5.963,48	
Depreciación Herramientas	21,78		21,78	
Depreciación de Maquinaria y Equipo	135,00		135,00	
<b>Costo de Operación</b>				
<b>Gastos Administrativos</b>				
Sueldos y salarios administrativos	23.658,12		26.720,61	
Energía eléctrica	247,20		279,20	
Teléfono	432,00		487,92	
Internet	288,00		325,28	
Agua potable	222,00		250,74	
Útiles de oficina	90,00		101,65	
Útiles de aseo	981,00		1.108	
Arriendo	4.200,00		4.743,68	
Depreciación de equipo de oficina	8,10		8,10	
Depreciaciones de muebles y enseres	117,90		117,90	
Depreciaciones de equipo de computación	355,57		366,56	
<b>Gastos de Ventas</b>				
Sueldos y salarios al personal de ventas	6.132,60		6.926,45	
Publicidad	1.440,00		1.626,40	
Combustible y lubricantes	959,04		1.083,19	
Mantenimiento del vehículo		720,00		813,20
Depreciación del vehículo	2.560,00		2.560,00	
<b>Gastos Financieros</b>				
Interés	1.425,00		225,00	
<b>Otros Gastos</b>				
Amortización del Activo Diferido	2.040,00		2.040,00	
<b>Total, de Activos</b>	<b>43.514,27</b>	<b>46.512,72</b>	<b>49.727,46</b>	<b>52.533,69</b>
<b>Total, de costos totales</b>		<b>90.026,99</b>		<b>102.261,15</b>

Elaborado por: El autor.

#### 4.12. PUNTO DE EQUILIBRIO

Este método permite combinar los diferentes factores determinantes de las posibles utilidades o pérdidas a diferentes niveles de operación, por lo cual se constituye en una herramienta adecuada para la toma de decisiones.

Para el cálculo del punto de equilibrio es indispensable el realizar la clasificación de costos fijos y variables.

**Costo variable:** Se constituye por las cuentas que tienen afectación directa con los niveles de producción su relación es proporcional, a mayor volumen de producción su relación es proporcional, a mayor volumen de producción mayores costos y a menor volumen menores costos, están relacionados a las actividades propias de producción.

**Costos fijos:** Se constituye por las cuentas que no se afectan con los cambios en los niveles de producción, se asocia a la actividad administrativa

#### PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1

- EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS.

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

$$PE = \frac{43.514,27}{1 - \frac{46.512,72}{131.414,40}}$$

$$P.E = \frac{43.514,27}{1 - 0,36}$$

$$P.E = \frac{43.514,27}{0,64}$$

$$P.E = \$ 67.991,05$$

- **EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA.**

$$PE = \frac{CF}{VT - CVT} X100$$

$$PE = \frac{43.514,27}{131.414,40 - 46.512,72} X100$$

$$P.E = \frac{43.514,27}{84.901,68} X100$$

$$PE = 0,52 * 100 = 52\%$$

- **EN FUNCIÓN DE LA PRODUCCION.**

$$PE = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

**Costo de venta unitario:0,87**

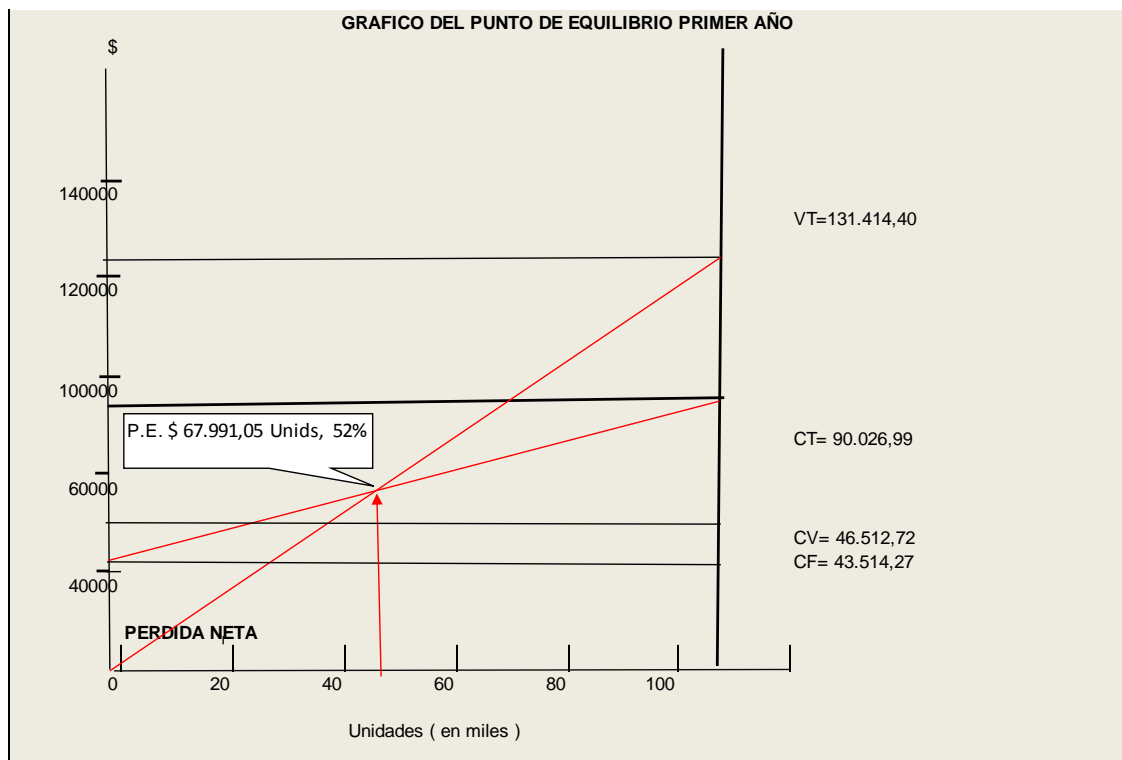
**Precio de venta unitario: 1,17**

$$PE = \frac{43.514,27}{1,17 - 0,87}$$

$$P.E = \frac{43.514,27}{0,30}$$

**P.E = 145.047 unidades.**

### Punto de equilibrio representación gráfica



**Elaborado por:** El autor

**Análisis:** Mediante los resultados obtenidos se puede determinar que para que exista el punto de equilibrio en el año 1 la empresa debe vender \$ 67.991,05 dólares trabajando a una capacidad instalada del 52%.



#### 4.13. Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias se lo conoce también como estado de resultados, es un documento contable que tiene por objeto mostrar un Resumen de los ingresos y los gastos durante un período determinado, clasificándoles de acuerdo con las operaciones de la empresa, mostrando de las utilidades o pérdidas de la empresa en proyecto, para lo cual se procedió a establecer los ingresos por ventas para restarlos de todos los egresos por costos de producción, costo de operación, impuestos y reservas cuyos resultados se presentan a continuación, destacando que los mismos.

#### CUADRO N° 81

#### ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>1. INGRESOS</b>					
Ventas	131.414,40	146.016,00	150.508,80	160.617,60	162.864,00
<b>TOTAL, DE INGRESOS</b>	<b>132.288,00</b>	<b>142.209,60</b>	<b>145.516,80</b>	<b>145.516,80</b>	<b>148.824,00</b>
<b>2. EGRESOS</b>					
Costos de producción	51.629,10	53.219,59	54.859,24	56.549,54	58.292,08
Costos de operación	45.876,53	47.393,07	48.347,17	49.351,05	50.383,87
<b>TOTAL, DE EGRESOS</b>	<b>97.505,63</b>	<b>100.612,66</b>	<b>103.206,41</b>	<b>105.900,59</b>	<b>108.675,95</b>
UTILIDAD BRUTA (1-2)	34.782,37	41.596,94	42.310,39	39.616,21	40.148,05
(-) 15% para trabajadores	5.217,36	6.239,54	6.346,56	5.942,43	6.022,21
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	29.565,01	35.357,40	35.963,83	33.673,78	34.125,84
(-) 22% Impuesto a la renta	6.504,30	7.778,63	7.912,04	7.408,23	7.507,69
UTILIDAD ANTES RESERVA	23.060,71	27.578,77	28.051,79	26.265,55	26.618,16
(-) 10% Reserva legal	2.306,07	2.757,88	2.805,18	2.626,55	2.661,82
<b>UTILIDAD NETA.</b>	<b>20.754,64</b>	<b>24.820,89</b>	<b>25.246,61</b>	<b>23.638,99</b>	<b>23.956,34</b>

Fuente: Cuadro N° 76 y 79

Elaborado por: El autor

## 5. EVALUACIÓN FINANCIERA

Esta evaluación que como se indicó busca analizar el retorno financiero o rentabilidad que puede generar para cada uno de los inversionistas del proyecto tienen la función de medir tres aspectos fundamentales que son:

- a) Estructurar el plan de financiamiento, una vez medido el grado en que los costos pueden ser cubiertos por los ingresos.
- b) Medir el grado de rentabilidad que ofrece la inversión en el proyecto.
- c) brindar la información base para la toma de decisiones sobre la inversión en el proyecto, frente a otras alternativas de inversión.

Esta evaluación 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 precios de mercado, sobre los que puede aplicarse factores de corrección para contrarrestar la inflación, se fundamenta en los criterios más utilizados como son el VAN, LA TIR, ANALISIS DE SENSIBILIDAD, RELACION BENEFICIO/COSTO, etc.

- **Flujo de caja**

Representa la diferencia entre los ingresos y egresos, los flujos de caja inciden directamente en la capacidad de la empresa para pagar deudas o comprar activos. En el caso de la Empresa "LOCAFE" Cía. Ltda., presenta los siguientes flujos de caja.

## CUADRO N° 82

### FLUJO DE CAJA

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos</b>						
Ingresos en ventas		131.414,40	146.016,00	150.508,80	160.617,60	162.864,00
(+) Préstamo	10.000,00					
(+) Aporte social	28.572,34					
(+) Valor residual				355,57		5.477,76
<b>(=) Total, Ingresos</b>	<b>38.572,34</b>	<b>131.414,40</b>	<b>146.016,00</b>	<b>150.864,37</b>	<b>160.617,60</b>	<b>168.341,76</b>
<b>Egresos</b>						
(+) Activos Fijos	20.742,00					
(+) Activo diferido	10.200,00					
(+) Activo circulante	7.630,34					
(+) Presupuesto general		<b>97.505,63</b>	<b>100.612,66</b>	<b>103.206,41</b>	<b>105.900,59</b>	<b>108.675,95</b>
(+) Depreciación y Amortización de activos diferidos		2.040,00	2.040,00	2.040,00	2.040,00	2.040,00
(-) 15% Trabajadores		5.217,36	6.239,54	6.346,56	5.942,43	6.022,21
(-) 22% Impto. Renta		6.504,30	7.778,63	7.912,04	7.408,23	7.507,69
(-) Amortización del préstamo		2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
<b>(=) Total, de Egresos</b>	<b>38.572,34</b>	<b>113.267,29</b>	<b>118.670,83</b>	<b>121.505,01</b>	<b>123.291,25</b>	<b>126.245,85</b>
<b>FLUJO DE CAJA.</b>	<b>0,00</b>	<b>18.147,11</b>	<b>27.345,17</b>	<b>29.359,36</b>	<b>37.326,35</b>	<b>42.095,91</b>

Fuente: Cuadro N° 76 y 81

Elaborado por: El autor

- **Valor Actual Neto.**

El valor actual neto o valor presente neto corresponde a la diferencia entre el valor presente de los ingresos y es lo que permite aceptar o rechazar el proyecto mediante la Tasa Mínima Aceptable De Rendimiento.

Los criterios utilizados en el VAN son los siguientes:

**Si el VAN** es mayor a cero se acepta el proyecto.

**Si el VAN** es igual a cero el proyecto es indiferente.

**Si el VAN** es menor a cero se rechaza el proyecto

Por lo tanto, el valor actual neto es el valor que resulta de la diferencia entre el valor presente de los futuros ingresos netos esperados y el desembolso inicial de la inversión, para lo cual en el proyecto se hizo necesario determinar las tasas activas y pasivas según el Banco Central de Ecuador. Donde se determina que la tasa activa tiene un porcentaje de 9.15% y la pasiva con el 5.62%. Dando un total de 14.77%.

**CUADRO N° 83**  
**Valor Actual Neto (VAN)**

<b>Años</b>	<b>Flujo Caja</b>	<b>Factor de actualización</b>	<b>Valor Actualizado</b>
<b>0</b>	<b>38.572,34</b>		
<b>1</b>	18.147,11	0,871308	\$ 15.811,72
<b>2</b>	27.345,17	0,759177	\$ 20.759,83
<b>3</b>	29.359,36	0,661477	\$ 19.420,55
<b>4</b>	37.326,35	0,576350	\$ 21.513,05
<b>5</b>	42.095,91	0,502178	\$ 21.139,66
<b>Total</b>			\$ 98.644,81
<b>Inversión</b>			<b>\$ 38.572,34</b>
<b>VAN</b>			<b>\$ 60.072,47</b>

Fuente: Presupuestos  
Elaborado por: El autor

Para determinar el VAN se utilizó la siguiente fórmula:

**VAN = Sumatoria VAN - Inversión inicial**

**VAN = 98.644,81 – 38.572,34**

**VAN = 60.072,47.**

**Análisis.** -Con el valor actual neto se pudo determinar que luego de haber recuperado la inversión se tendrá un beneficio económico de \$ 60.072,47 valor que es mayor que uno por lo tanto el proyecto se acepta.

- **Tasa Interna de Retorno.**

Lo constituye la tasa de interés, al cual debemos descontar los flujos de efectivo generados por el proyecto a través de su vida económica para que estos se igualen con la inversión utilizando la tasa interna del retorno como criterio para tomar decisiones o aceptación o rechazo del proyecto se toma encuentra los siguientes:

- ✓ Si la TIR es mayor que costos de oportunidad o de capital se acepta el proyecto
- ✓ Si la TIR es igual que el costo de oportunidad o de capital la realización es criterio del inversionista
- ✓ Si la TIR es menor que el costo de oportunidad o de capital se rechaza el proyecto

**CUADRO N° 84**  
**TASA INTERNA DE RETORNO**

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DESCUENTO 60%	Valor actual Tasa menor	FACTOR DESCUENTO 61%	VALOR Actual Tasa Mayor
0	38.572,34				
1	18.147,11	0,625000	11.341,94	0,621118	11.271,50
2	27.345,17	0,390625	10.681,71	0,38579	10.549,43
3	29.359,36	0,244141	7.167,81	0,23962	7.035,08
4	37.326,35	0,152588	5.695,55	0,14883	5.555,36
5	42.095,91	0,095367	4.014,58	0,09244	3.891,44
<b>Inversión inicial</b>			<b>38.901,59</b>		<b>38.302,80</b>
			<b>38.572,34</b>		<b>38.572,34</b>
			<b>329,25</b>		<b>-269,54</b>

Fuente: Cuadro N° 83

Elaborado por: El autor.

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

$$TIR = 60 + 1 \left( \frac{329,25}{329,25 - (-269,54)} \right)$$

$$TIR = 60 + 1 \left( \frac{329,25}{329,25 + 286,25} \right)$$

$$TIR = 60 + 1 \left( \frac{329,25}{615,50} \right)$$

$$TIR = 60 + 1 (0.53493)$$

$$TIR = 60 + 0.53493$$

$$TIR = 60,53\%$$

**Análisis:** La tasa interna de retorno en el presente proyecto es de 60,53%, el mismo que es mayor que la tasa del costo de capital del 15%, por lo tanto, podemos recomendar que si es conveniente realizar este proyecto

- **Periodo de Recuperación de Capital**

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

**CUADRO N° 85**  
**PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL**

<b>Años</b>	<b>Inversión Inicial</b>	<b>Flujo Neto</b>	<b>Flujo Acumulado</b>
	<b>\$ 38.572,34</b>		
1		\$ 18.147,11	\$ 18.174,11
2		\$ 27.345,17	\$ 45.519,28
3		\$ 29.359,36	\$ 74.878,64
4		\$ 37.326,35	\$ 112.204,99
5		\$ 42.095,91	\$ 154.300,90

**Fuente:** Presupuesto

**Elaborado por:** El autor

$$\text{PRC} = \text{Año que inversión} + \frac{\text{Inversión} - \sum \text{de primeros flujos}}{\text{flujo del año que supera la inversión}}$$

$$\text{PRC} = 2 + ((\$ 38.572,34 - \$ 45.519,28) / \$27.345,17)$$

$$\text{PRC} = 1,74$$

1 año

$$0,74 * 12 = 8,88 \text{ Meses}$$

$$0,88 * 30 = 26 \text{ días}$$

**Análisis:** Esto indica que el periodo de recuperación de la inversión inicial, será de 1 año, 8 meses y 26 días.

- **Relación beneficio costo.**

Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio:

Si la relación ingresos / egresos es = 1 el proyecto es indiferente

Si la relación es > 1 el proyecto es rentable

Si la relación es < el proyecto no es rentable

### CUADRO N° 86

#### RELACION BENEFICIO COSTO

Años	Ingresos Originales	Costos Originales	Factor de Descuento 14,77%	Ingresos Actualizados	Costos Actualizados
1	131.414,40	97.505,63	0,871308	114.502,42	84.957,44
2	146.016,00	100.612,66	0,759177	110.851,99	76.382,82
3	150.508,80	103.206,41	0,661477	99.558,11	68.268,67
4	160.617,60	105.900,59	0,57635	92.571,95	61.035,81
5	162.864,00	108.675,95	0,502178	81.786,72	54.574,67
				499.271,19	345.219,40

Fuente: Presupuesto

Elaborado por: El autor

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

$$RBC = \left( \frac{499.271,19}{345.219,40} \right) - 1$$

$$RBC = 1.45 - 1$$

$$RBC = 0.45$$



**Análisis:** La relación beneficio costo es de \$1,45 es decir que por cada dólar invertido en la empresa esta tendrá una rentabilidad de 0,45 dólares.

- **Análisis de sensibilidad.**

El objetivo del análisis de sensibilidad medir en qué grado se altera la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable, asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes.

El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es el siguiente:

- ✓ Si el coeficiente es mayor que uno el proyecto es sensible, o sea que los cambios reducen o anulan la rentabilidad.
- ✓ Si el coeficiente es menor que uno el proyecto no es sensible, o sea que los cambios no afectan la rentabilidad.
- ✓ Si el coeficiente es igual a uno, no hay efecto sobre el proyecto, o sea que el proyecto es indiferente a los cambios.

**Análisis de sensibilidad con incremento en costos.**

1. Se obtienen los nuevos flujos de caja por efecto de incrementos en costos
2. Para encontrar el porcentaje de incremento se procede a realizar un juego de búsqueda de valores de soporte máximo, para ellos es importante trabajar con tasas que permitan obtener valores o flujos positivos.

**CUADRO N° 87**

**Análisis de Sensibilidad con Incremento de Costos con el 25,20%.**

<b>Años</b>	<b>Costo Total Original</b>	<b>Coto Aumentado el 25,20%</b>	<b>Ingresos Original</b>	<b>Flujo Neto</b>	<b>Factor de Actualización Tm</b>	<b>Valor Actualizado</b>	<b>Factor de Actualización TM</b>	<b>Valor Actualizado</b>
<b>0</b>				<b>38.572,34</b>	37,00%		38,00%	
<b>1</b>	97.505,63	122.077,05	131.414,40	9.337,35	0,7299	6.815,58	0,7246	6.766,20
<b>2</b>	100.612,66	125.967,05	146.016,00	20.048,95	0,5328	10.681,95	0,5251	10.527,70
<b>3</b>	103.206,41	129.214,43	150.508,80	21.294,37	0,3889	8.281,39	0,3805	8.102,66
<b>4</b>	105.900,59	132.587,54	160.617,60	28.030,06	0,2839	7.956,86	0,2757	7.728,72
<b>5</b>	108.675,95	136.062,29	162.864,00	26.801,71	0,2072	5.553,41	0,1998	5.355,09
						39.289,19		38.480,37
						<b>38.572,34</b>		<b>38.572,34</b>
						716,85		-91,97

Fuente: Cuadros N° 86

Elaborador por: El Autor.

**Nueva TIR:**

$$TIR = 37 + 1 \left( \frac{716,85}{716,85 - (-91,97)} \right)$$

$$TIR = 37 + 1 \left( \frac{716,85}{716,85 + 91,97} \right)$$

$$TIR = 37 + 1 \left( \frac{716,85}{808,82} \right)$$

$$TIR = 37 + 1 (0.8862)$$

$$TIR = 37 + 0.8862$$

$$\mathbf{TIR = 37,88\%}.$$

1. Se encuentra la nueva tasa de retorno resultante TIR.R.

Para ello se resta de la TIR Original la Nueva TIR.

$$TIR.R. = TIR.O. - TIR.R.$$

$$TIR.R. = 60,53 - 37,88 = 22,65$$

2. Se calcula el porcentaje de variación (%V).

Para ello se divide la TIR. Resultante para la TIR. Original y al valor resultante se multiplica por 100.

$$\%V = (TIR.R./TIR.O.) * 100$$

$$\%V = (22,65/60,53) * 100 = 37,42\%$$

3. Se calcula el valor de sensibilidad S.

$$S = (\%V / N.TIR.)$$

$$S = (37,42/37,88) = 0.99.$$

### **Análisis:**

Mediante los resultados obtenidos el índice de sensibilidad nos demuestra que es menor a uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a un incremento de hasta 25,20% en los costos, pero si pasa de este porcentaje será negativo para este proyecto, demostrándonos mediante los resultados obtenidos que es factible realizar este proyecto.

### **Análisis de sensibilidad para disminución en ingresos**

1. Se obtienen los nuevos flujos de caja por efecto de disminución de ingresos.
2. Para encontrar el porcentaje de disminución se procede a realizar un juego de búsqueda de valores de soporte máximo, para ello es importante trabajar con tasas que permitan obtener valores o flujos positivos.

## CUADRO N°88

**Disminución en los Ingresos de 17,60%.**

<b>Años</b>	<b>Costos Originales</b>	<b>Ingresos Originales</b>	<b>Disminución en los Ingresos 17,60%</b>	<b>Flujo Neto</b>	<b>Factor de Actualización Tm</b>	<b>Flujo Actualizado</b>	<b>Factor de Actualización TM</b>	<b>Flujo Actualizado</b>
<b>0</b>				<b>38.572,34</b>	37%		38%	
<b>1</b>	97.505,63	131.414,40	108.285,47	10.779,84	0,7299	7.868,20	0,7246	7.811,07
<b>2</b>	100.612,66	146.016,00	120.317,18	19.704,52	0,5328	10.498,57	0,5251	10.346,85
<b>3</b>	103.206,41	150.508,80	124.019,25	20.812,84	0,3889	8.094,11	0,3805	7.919,29
<b>4</b>	105.900,59	160.617,60	132.348,90	26.448,31	0,2839	7.508,68	0,2757	7.291,80
<b>5</b>	108.675,95	162.864,00	134.199,94	25.523,99	0,2072	5.288,57	0,1998	5.099,69
						39.258,13		38.468,69
						<b>38.572,34</b>		<b>38.572,34</b>
						685,79		-103,65

**Fuente:** Cuadros N° 87  
**Elaborador por:** El Autor.

**Nueva TIR:**

$$TIR = 37 + 1 \left( \frac{685,79}{685,79 - (-103,65)} \right)$$

$$TIR = 37 + 1 \left( \frac{685,79}{685,79 + 103,65} \right)$$

$$TIR = 37 + 1 \left( \frac{685,79}{789,44} \right)$$

$$TIR = 37 + 1 (0,8687)$$

$$TIR = 37 + 0,8687$$

$$\mathbf{TIR = 37.86\%}$$

1. Se encuentra la nueva tasa de retorno resultante TIR.R.

Para ello se resta de la TIR Original la nueva TIR.

$$TIR.R. = TIR.O. - TIR.R.$$

$$TIR.R. = 60,53 - 37,86 = 22,67$$

2. Se calcula el porcentaje de variación (%V).

Para ello se divide la TIR. Resultante para la TIR. Original y al valor resultante se multiplica por 100.

$$\%V = (TIR.R./TIR.O) * 100$$

$$\%V = (22,67 / 60,53) * 100 = 37,45\%$$

3. Se calcula el valor de sensibilidad S.

$$S = (\%V / N.TIR.)$$

$$S = (37,45 / 37,86) = 0.99.$$

**Análisis:**

Mediante los resultados obtenidos el índice de sensibilidad nos demuestra que es menor a uno, lo que significa que el proyecto no es sensible a una disminución de hasta 17,60% en los ingresos, pero si pasa de este porcentaje será negativo para este proyecto, demostrándonos mediante los resultados obtenidos que es factible realizar este proyecto.

## **h. CONCLUSIONES**

- ✓ La empresa ofrece productos de buena calidad los cuales son caramelos hechos a base de café en fundas plástica que contendrá 50 unidades de 5 gramos cada uno y tendrá un valor de \$1,17 para el primer año.
- ✓ La Demanda Potencial de los dulces es de 105.455 personas mayores de edad de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja.
- ✓ La Demanda Real de los caramelos de café es de 27.935 personas
- ✓ La Demanda Efectiva para los caramelos es de 21.574 personas.
- ✓ Con las encuestas a la competencia realizadas se pudo determinar la oferta es decir los distribuidores que venden iguales productos que dieron un total de 4 micro mercados en la ciudad de Loja.
- ✓ El análisis de la oferta y la demanda permitió determinar la demanda insatisfecha, así tenemos que para el primer año existe una demanda insatisfecha de 201.691 personas.
- ✓ La empresa Loca fe estará ubicada en el Sector de las Pitas específicamente en la intersección de la avenida Salvador Bustamante Celi y la calle Puerto Bolívar (esquina). de la ciudad de Loja.



- ✓ La capacidad utilizada de los caramelos de café en fundas de 24 unidades para los cinco años de vida del proyecto es de 112.320.
- ✓ Se conformará una empresa de responsabilidad limitada, con una inversión requerida de \$ 38.572,34 la misma que contará con dos socios los cuales aportarán con el 73% de la inversión.
- ✓ La empresa Loca fe dedicada a la elaboración y venta de caramelos hechos a base de café tendrá una duración de 5 años.
- ✓ Con la implementación de esta empresa se dará fuentes de empleo a personas las mismas que estarán distribuidas en el sector administrativo como operativo del local según corresponda.
- ✓ Con el estudio económico-financiero se determinaron los precios y los ingresos por venta de los caramelos de café para los 5 años.
- ✓ Para establecer la factibilidad del proyecto, se utilizó la evaluación la evaluación financiera tomando en cuenta los diferentes indicadores económicos, obteniendo los siguientes resultados:
- ✓ Valor Actual Neto (VAN) positivo de \$ 60.072,47 dólares.
- ✓ Tasa Interna de Retorno (TIR) 60,53%.
- ✓ Relación Beneficio-Costo (RB/C) 1,45 dólares.
- ✓ Periodo de Recuperación de Capital (PRC) es de 1 años, 8 meses y 26 días.
- ✓ Análisis de Sensibilidad con el 25,20% de incremento en los costos
- ✓ Análisis de Sensibilidad con el 17,60% de disminución de los ingresos.

## **i. RECOMENDACIONES.**

- ✓ Es aconsejable que, para implementación de una empresa, se deba empezar por realizar un estudio de mercado como punto de partida y continuar con los demás estudios que conforman un proyecto de inversión, esto permitirá disminuir cualquier tipo de riesgo que pueda existir y evitaría el fracaso empresarial.
- ✓ Se recomienda la ejecución de este proyecto, debido a que es recomendable económicamente de acuerdo a los resultados obtenidos, además por su gran aceptación en el mercado local, considerando de igual manera la materia prima de muy buena calidad que se encuentra en el sector, y también con la oportunidad de contar con mano de obra calificada, para el buen desarrollo productivo comercial de la empresa.
- ✓ En el plan de comercialización se cree conveniente recomendar la publicidad por medio de la página de red social Facebook. Proponiéndose de manera objetiva informar a los usuarios sobre la existencia de los caramelos de café (50 unidades) en el mercado local.
- ✓ Se recomienda también que los inversionistas privados tomen en consideración sobre las cualidades del presente estudio, puesto que garantiza una rentabilidad positiva y un buen posicionamiento dentro de la ciudad de Loja.

## **j. BIBLIOGRAFÍA.**

ACOSTA, A. (1991). *Curso Basico de Administracion de empresas de Mercado*. Norma S.A.

CORECAF. (Mayo de 2009). *Historia del cafe en Ecuador*. Obtenido de Historia del cafe en Ecuador:

<http://www.zonadiet.com/bebidas/cafe.htm>

DIAZ, M. d. (Mayo de 2015). PROYECTOS DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE POSTRES DE MANZANA EN EL CANTON HUAQUILLAS PROVINCIA DEL EL ORO. Loja .

FERNANDEZ, M. A. (10 de Mayo de 2012). *PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMELOS de CHOCOLATE EN EL CANTON ZAPOTILLO PROVINCIA DE LOJA*

KOTLER, P. (2004). *Direccion de Marketing* . Prentice Hall.

MACEK, M. (2014). *zonadiet.com* . Obtenido de zonadiet.com .

MARTINEZ, M. F. (06 de 08 de 2012). *Blogger*. Obtenido de Blogger.:  
<http://mafe3jeison.blogspot.com/>

ORTINAU, H. B. (2000). *"INVESTIGACION DE MERCADOS"*. ESPAÑA.

PASACA, M. M. (2004). *Formulacion y Evaluacion de proyectos de inversion* . Loja .

PEREZ, C. (2009). *Naturasa. net*. Obtenido de Naturasa. net:  
<http://www.naturasan.net/la-importancia-del-cafe-en-nuestra-salud/>

Real Academia de lengua española, 2. (5 de 10 de 2014). Historia del Cafe  
. *Historia del Cafe* . España, España : Imprenta .

REYES, J. C. (2011). Obtenido de Universidad Autonoma del Estado de Hidalgo:  
[http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P\\_Presentaciones/tepeji/administracion/documentos/tema/Proyectos\\_de\\_Inversion.pdf](http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tepeji/administracion/documentos/tema/Proyectos_de_Inversion.pdf)

ROGER, K. (2003). *Agriculturas de las americas* . Obtenido de Agriculturas de las americas : [http://www.agricultura de las americas.com](http://www.agricultura.de.las.americas.com)

ROMERO, G. (2010). *Instituto de produccion de exportaciones e inversiones* . Obtenido de Instituto de produccion de exportaciones e inversiones :

<http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/cafe/>

URBINA, G. V. (2006). *Evaluacion de Proyectos* .

**k. ANEXOS.**

**ANEXO N° 1**

**Ficha de resumen de proyecto:**

**TEMA:**

**“FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA  
PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE CAMELOS A BASE DE  
CAFÉ, EN LA CIUDAD DE LOJA”**

## **PROBLEMATICA:**

Es importante conocer los problemas que existen al momento de emprender un negocio, datos estadísticos nos muestran que los altos índices de competencia son la principal causa, para que una empresa tenga inconvenientes en adaptarse dentro de un mercado globalizado.

Al momento de ofrecer un servicio o producto, se trata de enfocarse directamente en el proceso de fabricación, la calidad y sus características, el marketing mix, sugerencias por parte del cliente y sobre todo satisfacer las necesidades de un público.

El mundo actual se caracteriza por la globalización, es decir, la creciente ponderosidad de los procesos económicos, políticos, sociales, culturales y turísticos de carácter mundial en los ámbitos nacional y regional.

La creciente competencia que afrontan las empresas, los adelantos tecnológicos que permitan establecer enlaces en tiempo real en gran distancia y el desbloqueo de las políticas de comercio exterior han impulsado una mayor dispersión geográfica de todas las funciones empresariales.

A nivel local no se invierten y ni se realizan cambios en las empresas por temor al fracaso, por ende, no cuentan con recursos humanos y maquinaria adecuada, la no planeación anticipada y la mala utilización de estrategias hace que su rendimiento sea poco productivo y limitado, en muchas ocasiones no se toma en cuenta las opiniones que aportan los integrantes sin importarles los significados que puedan resultar estas sugerencias y recomendaciones.

Las empresas no cuentan con el apoyo del gobierno para su desarrollo, existiendo así la falta de políticas en beneficio de las mismas para incentivar y obtener resultados esperados con los procesos de producción y ventas. El desarrollo ineficiente de las empresas se debe también a la falta de programas computarizados y tecnología de punta, lo que impide apagarse a la realidad actual.

En el Ecuador se vienen instaurando políticas de incentivo al desarrollo de la pequeña industria, por ello nace la idea de emprender en nuevas ideas de negocio.

La ciudad de Loja es reconocida a nivel nacional e internacional por su café siendo reconocido con la obtención de premios y reconocimientos, pero nuestra industria no ha podido buscar alternativas a la obtención de productos derivados de este fruto, derivando en la falta de alternativas del consumidor del mismo.

Se debe buscar el desarrollo de los cantones de nuestra provincia mediante la explotación de sus recursos al máximo, destacar lo positivo y dar a conocer así nuestros productos para generar la identificación de los ecuatorianos con nuestra industria y poder demostrar que podemos fabricar productos de calidad.

Al ser la provincia de Loja una zona idónea para la siembra y cosecha de café existe la necesidad de refinar este producto no solo buscando obtener la tradicional bebida del mismo, es así que para buscar formas alternativas de uso de este producto.

Es así que nace la idea de negocio de industrializar caramelos hechos a base de café, sería para la ciudad de Loja una alternativa creadora de valor a la materia que se produce en sector, destinada a satisfacer las necesidades de la comunidad Loja, ofreciendo un producto saludable, nutricional, con buenos estándares de calidad ocupando mano de obra local directa e indirecta.

Este proyecto además busca la creación de fuentes de empleo en la provincia de Loja mediante la fabricación de este dulce, se busca el reconocimiento de nuestros recursos propios.

En la ciudad de Loja no existe una empresa que se dedique a la producción de caramelos hechos a base de café y que brinde una opción diferente para la explotación de este producto.

Con la creación de esta nueva empresa se busca generar fuentes de empleo en la provincia de Loja contribuyendo así con la comunidad Lojana.

Por lo tanto, el problema central constituye: **“El desconocimiento de las propiedades y productos derivados del café con los que se puede emprender un negocio y entregar a la colectividad productos que satisfagan sus gustos y preferencias y a su vez generar oportunidades de inversión para coadyuvar en el desarrollo empresarial de la ciudad y provincia.”**

Con este tipo de proyectos se pretende dar una nueva alternativa para una alimentación sana y mejorar la calidad de vida de algunas familias, así mismo contribuir al desarrollo económico y empresarial de la región y del país.

Desde esta perspectiva se propone un **estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de caramelos a base de café en la ciudad de Loja**, el mismo que se abrirá las puertas a los inversionistas locales para emprender en este tipo de negocios aprovechando la existencia de materia prima y produciendo derivados de los mismos con lo que se crearía la cultura de comprar lo nuestro producido por lo nuestro, de otra manera se aportaría al desarrollo social creando fuentes de trabajo. El mismo que conllevará a entregar un producto nuevo e innovador en la ciudad e incluso en nuestro país.



## **OBJETIVOS.**

### **Objetivo general.**

Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de caramelos a base de café en la ciudad de Loja.

### **Objetivo específico.**

- Elaborar un estudio de mercado para determinar la demanda, oferta y establecer un sistema de comercialización del producto en el mercado.
- Realizar un estudio técnico donde nos permita establecer la capacidad instalada y utilizada, la localización de la empresa, proceso productivo, equipos y maquinaria que se utilizaran en el proyecto.
- Realizar un estudio administrativo y legal que contribuya al buen funcionamiento y al desarrollo organizacional del proyecto.
- Realizar un estudio económico financiero donde nos permita determinar la inversión y el financiamiento total del proyecto.
- Realizar la evaluación financiera desarrollando los índices como: VALOR ACTUAL NETO, TASA INTERNA DE RETORNO, RELACION BENEFICIO COSTO, ANALISIS DE SENSIBILIDAD, los cuales nos permitirán conocer la factibilidad del proyecto.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

Para el desarrollo del presente proyecto de inversión se aplicó diferentes métodos y técnicas de investigación, los mismos que proporcionaron información clara y oportuna sobre la temática planteada. Los métodos y materiales que se utilizó son los siguientes:

### **MATERIALES**

Los materiales empleados para el presente trabajo de investigación, fueron equipos y suministros de oficina, así, como equipo de cómputo.

### **MÉTODOS**

Para la realización de la presente investigación se utilizó los siguientes métodos a aplicar.

- **Método deductivo:** Este método parte de leyes generales, para aplicar a casos particulares; en el presente proyecto compone las teorías y fundamentos científicos que conformo la revisión de literatura de la investigación en base a las temáticas del café, el dulce de caramelo a base de café y los fundamentos que conforman los estudios de mercado ,técnico, organizacional, financiero y la evaluación financiera; que concierne todo lo referente a generalidades del producto, fundamentos de proyectos de inversión, las formas de comercialización y datos demográficos de la provincia y de la ciudad de Loja.
- **Método inductivo:** Se realizó el presente estudio basado en este método donde permitió conocer la realidad existente en el mercado

local y con la aplicación de las encuestas recopilar información que conforman la elaboración del proyecto de inversión permitiendo obtener conclusiones generales del mismo.

- **Método Analítico:** Permitió el análisis de los contenidos teóricos prácticos en la formulación y evaluación de proyectos lo que permitió procesar adecuadamente la información obtenida en el trabajo de campo, y para arribar mediante la síntesis a las conclusiones y recomendaciones pertinentes.

## **TECNICAS.**

Las técnicas son procedimientos rigurosos que permiten la recopilación de la información, estos deben estar bien estructurados de acuerdo al problema y al tema objeto de estudio. Las técnicas que se aplicara para el presente proyecto de investigación son las siguientes:

- **Observación directa.** - Con la que se realizó una exploración del mercado de confitería en Loja, los clientes potenciales, su situación económica su capacidad de pago, el capital con el que se contara para el montaje de la empresa, la inversión total a realizarse y los cálculos que determinaron la factibilidad del proyecto.

- **Encuesta a los demandantes**

Conjunto de preguntas tipificadas que se aplicó a 382 personas de la población de la ciudad de Loja conformadas de 18 a 40 años de edad, es decir se utilizó para realizar el estudio de mercado en el que se determinará la demanda y oferta del producto.

- **Encuesta a las distribuidoras de caramelos**

Para la aplicación de esta técnica se recurrió a solicitar información a la cámara de comercio de la ciudad de Loja, con el fin de conocer cual sería los negocios con mayor frecuencia en la venta de estos caramelos, por medio de esta entidad se pudo constatar que existe 4 micro mercados más concurrentes en la ventas de estos caramelos en los cuales se encuentra Galtor, Merca Max, Puerta del sol, Yerovi ubicadas en el sector céntrico de la ciudad conociendo dicha información se procedió aplicar directamente las encuestas a los diferentes puntos de venta de caramelos, con el propósito de analizar el producto ofertado, además identificar las estrategias que emplean al momento de distribuir y proveerse del producto e identificar igualmente el tipo de competencia que representan.

## ANEXO N° 2



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

**Encuesta dirigida a las personas que se encuentran en el rango de 20 a 69 años de edad dentro de la ciudad de Loja.**

**Objetivo:** La presente encuesta tiene como propósito conocer los gustos y preferencias con respecto a la fabricación y comercialización de caramelos hechos a base de café en la Ciudad Loja.

**1. ¿Usted consume caramelos?**

SI ( )

NO ( )

Si su respuesta es **NO** gracias por su colaboración.

**2. ¿Qué cantidad consume usted caramelos semanalmente?**

1 a 3 unidades ( )

4 a 6 unidades ( )

7 a 9 unidades ( )

**3. ¿De qué sabor prefiere usted los caramelos?**

Mora ( )

Menta ( )

Mango ( )

Café ( )

Miel ( )

Limón ( )

Uva ( )

Fresa ( )

**4. ¿Cuánto gasta semanalmente en la compra de estos caramelos)**

0.05 ctvs. a 0.25 ctvs. ( )

0.26 ctvs. a 0.50 ctvs. ( )

0.51 ctvs. a 0.75 ctvs. ( )

0.76 ctvs. a más ( )

**5. ¿En qué lugar acostumbra a comprar los caramelos?**

Supermercados ( )

Micro mercados ( )

Confiterías ( )

Tiendas ( )

**6. ¿Al momento de comprar caramelos usted se fija en?**

Marca ( )

Presentación ( )

Precio ( )

Sabor ( )

**7. ¿Conoce usted alguna empresa que se dedique a la producción y comercialización de caramelos en la ciudad de Loja?**

SI ( ) ¿Cuál? -----

NO ( )

**8. ¿Si se implementara en la ciudad una empresa de elaboración y comercialización de caramelos a base de café usted estaría dispuesto a comprar el producto?**

Si ( )

NO ( )

**9. ¿Cómo le gustaría la presentación de los caramelos a base de café a elaborarse?**

Empaque artesanal ( )

Funda plástica ( )

En cajas ( )

**10. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por la funda de 50 unidades de caramelos a base de café?**

3.00 a 3.50 dólares ( )

3.51 a 4.00 dólares ( )

4.01 a más ( )

**11. ¿En qué lugar le gustaría encontrar las fundas de caramelos**

Tiendas ( )

Supermercados ( )

Confiterías ( )

Micro mercados ( )

**12. ¿Con que frecuencia y en qué cantidad en fundas consumen usted los caramelos de café?**

✓ **Frecuencia:**

Mensualmente ( )

Semestralmente ( )

Anualmente ( )

✓ **Cantidad: (en fundas)**

De 0 a 2 ( )

De 3 a 5 ( )

6 en adelante ( )

**13. ¿Qué medios de comunicación le gustaría que se use para la promoción de los caramelos de café?**

Radio ( )

Prensa ( )

Televisión ( )

Redes Sociales ( )

**¡¡Gracias por su colaboración!!**

## ANEXO N° 3



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

### **ENCUESTAS APLICADA A LOS DISTRIBUIDORES DE CAMELOS DE LA CIUDAD DE LOJA.**

**Objetivo:** La presente encuesta tiene como propósito conocer los gustos y preferencias con respecto a la fabricación y comercialización de caramelos hechos a base de café en la Ciudad Loja.

**1. ¿Su negocio comercializa caramelos?**

SI ( )

NO ( )

Si su respuesta es **NO** gracias por su colaboración.

**2. ¿Qué cantidad de caramelos se comercializa en su micro mercado semanalmente?**

---

**3. ¿De qué lugares se abastece su establecimiento de caramelos para su comercialización?**

Quito ( )

Guayaquil ( )

Otros:

---

**4. ¿De qué empresas se abastece su establecimiento de productos de confitería?**

---



**5. ¿Qué tipo de promociones le ofrecen estas empresas en confitería?**

Descuentos

Promociones

Otros

**6. Al momento de comprar caramelos para comercializar usted se fija en:**

Marca

Precio

Presentación

Sabor

**7. ¿Cuál fue su porcentaje de ventas en caramelos en el periodo 2014-2015?**

---

**8. ¿Le gustaría que su establecimiento comercialice caramelos hechos a base de café dentro de la ciudad de Loja usando materia prima de la región?**

Si

No

**¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## ANEXO N° 4

### Población de la ciudad de Loja por sexo y edad

www.inec.gob.ec  
www.ecuadorencifras.com

ECUADOR CUENTA CON EL INEC



AREA # 1101	LOJA		
Grupos de edad	Sexo		
	Hombre	Mujer	Total
Menor de 1 año	1967	1876	3843
De 1 a 4 años	8673	8272	16945
De 5 a 9 años	10823	10487	21310
De 10 a 14 años	11051	10974	22025
De 15 a 19 años	11440	11437	22877
De 20 a 24 años	10456	11487	21943
De 25 a 29 años	9094	9841	18935
De 30 a 34 años	6946	8003	14949
De 35 a 39 años	5836	6866	12702
De 40 a 44 años	5120	6203	11323
De 45 a 49 años	4969	5944	10913
De 50 a 54 años	4131	4710	8841
De 55 a 59 años	3510	3988	7498
De 60 a 64 años	2759	3184	5943
De 65 a 69 años	2244	2666	4910
De 70 a 74 años	1611	1960	3571
De 75 a 79 años	1222	1462	2684
De 80 a 84 años	886	1030	1916
De 85 a 89 años	420	563	983
De 90 a 94 años	237	320	557
De 95 a 99 años	59	82	141
De 100 años y más	16	30	46
<b>Total</b>	<b>103470</b>	<b>111385</b>	<b>214855</b>

Fuente: INEC

## ÍNDICE

a. TITULO:.....	1
b. RESUMEN. ....	2
c. INTRODUCCION. ....	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA.....	9
1. MARCO REFERENCIAL.....	9
2. MARCO TEÓRICO.....	15
2.2.2. ESTUDIO DE MERCADO.....	17
2.2.3. ESTUDIO TÉCNICO.....	25
2.2.4. ESTUDIO FINANCIERO.....	35
2.2.5.1. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	48
e. MATERIALES Y MÉTODOS .....	56
MATERIALES.....	56
MÉTODOS .....	56
TECNICAS. ....	57
Procedimiento.....	60
f. RESULTADOS .....	62
g. DISCUSION .....	84
1. Estudio de mercado.....	84
2. ESTUDIO TÉCNICO .....	97

3.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO .....	116
4.	ESTUDIO FINANCIERO .....	134
5.	EVALUACIÓN FINANCIERA.....	172
h.	CONCLUSIONES.....	186
i.	RECOMENDACIONES. ....	188
j.	Bibliografía. ....	189
k.	Anexos. ....	191