



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TITULO:

“Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla, en el Cantón Piñas, Provincia de El Oro”

Tesis previa a la obtención del
Grado de Ingeniera en
Administración de Empresas.

AUTORA:

Karen Juliana Valle Cueva.

DIRECTORA DE TESIS:

Ing. Rocío Toral Tinitana. M.A.E

LOJA – ECUADOR

2017

CERTIFICACIÓN

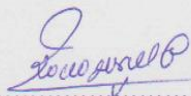
Dra. Rocío Toral Tinitana.

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y
DIRECTORA DE TESIS.**

CERTIFICA:

Haber dirigido la investigación realizada por la señorita: Karen Juliana Valle Cueva, la misma que se denomina **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE AGUA AROMÁTICA REFRESCANTE A BASE DE MENTA Y MANZANILLA, EN EL CANTÓN PIÑAS, PROVINCIA DE EL ORO”**, la cual cumple con los requerimientos de fondo y de forma establecidos por la Universidad Nacional de Loja para efectos de graduación por lo que autorizo su presentación para los trámites legales correspondientes.

Loja, diciembre del 2016



.....
Dra. Rocío Toral Tinitana.

DIRECTORA DE TESIS

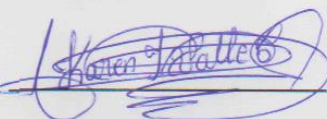
AUTORIA

Yo, Karen Juliana Valle Cueva, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

Autora: Karen Juliana Valle Cueva.

Firma:



Cédula: 070633690-6

Fecha: Loja, Enero del 2017.


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

Yo, Karen Juliana Valle Cueva, declaro ser autora de la tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE AGUA AROMÁTICA REFRESCANTE A BASE DE MENTA Y MANZANILLA, EN EL CANTÓN PIÑAS, PROVINCIA DE EL ORO”**, Como requisito para optar al Grado de: Ingeniera 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 el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 10 días del mes de enero del 2017, firma la autora.

Firma: 

Autora: Karen Juliana Valle Cueva.

Cédula: 070633690-6

Dirección: Loja, Barrio La Argelia: Calles Ancon y Av. Twintza.

Correo Electrónico: karis1406@hotmail.com

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTORA DE TESIS. Dra.Rocio Toral Tinitana.

Tribunal de Grado:

Ing. Manuel Enrique Pasaca Mora. Mg. Sc (Presidente)

Ing. Elvia Lucia Valverde Marín Mg. Sc. (Miembro)

Ing. Silvana Elizabeth Jiménez Pereira MAE. (Miembro)

DEDICATORIA.

El presente trabajo, lo dedico primeramente a Dios, dotador de las facultades para aprender, entender, razonar, tomar decisiones y así formarme, por darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en las contrariedades que se presentaban, por darme la valentía de enfrentarlas sin perder la dignidad, ni enflaquecer en el intento.

A mi abuelito Rogelio por su apoyo constante, porque con su amor y consejo da luz a mi vida, por creer en mí y profesar la materialización de este sueño.

A mis padres Kleber y Fanny, a mi tía Polita quienes me apoyaron siempre para poder llegar a esta instancia de mis estudios, por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles y por ayudarme con los recursos necesarios para llevar a cabo mis estudios; a mis hermanos, familia y amigos por su apoyo incondicional en todo momento hasta el logro de mi meta.

La Autora

AGRADECIMIENTO.

Mi eterna gratitud a Dios, ser supremo que está en cada actividad que realizo, me provee las fuerzas necesarias para vencer cualquier obstáculo que se presente en mi camino, por bendecirme para llegar a cumplir este sueño.

A mi familia, agradezco a cada uno de ustedes por su apoyo incondicional, jamás hubiese podido alcanzar mis metas, sin su amor y sin su esfuerzo.

A la Universidad Nacional de Loja por darme la oportunidad de realizar mi formación académica.

A mi directora de tesis, Ing. Rocío Toral Tinitana por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, su experiencia, y su paciencia ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito. Especial reconocimiento merecen las sugerencias recibidas del docente y amigo Ing. Oscar Gómez, con el que me encuentro en deuda por el apoyo infundido y la confianza en mí depositada.

A todos ellos, muchas gracias.

La Autora.

a. TITULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE AGUA
AROMÁTICA REFRESCANTE A BASE DE MENTA Y MANZANILLA, EN
EL CANTÓN PIÑAS, PROVINCIA DE EL ORO”**

b. RESUMEN.

La comercialización de aguas aromáticas embotelladas, es una oportunidad que aún no se ha explotado en el cantón Piñas, actualmente no existen empresas dedicadas a la producción de bebidas refrescantes que puedan satisfacer la necesidad de saciar la sed con una bebida saludable y medicinal.

El agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla es producto es muy atractivo para incursionar en el mercado; aprovechando la ventaja de la preferencia por el consumo de alimentos naturales y la inexistencia de bebidas similares; por ello que como estudiante de la Carrera de Administración de Empresas y futura emprendedora he visto necesario desarrollar un **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE AGUA AROMÁTICA REFRESCANTE A BASE DE MENTA Y MANZANILLA, EN EL CANTÓN PIÑAS, PROVINCIA DE EL ORO”** a causa de la falta de desarrollo industrial en el cantón.

Esta investigación tuvo como objetivo principal determinar la factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla, en el Cantón Piñas, provincia de El Oro, para la puesta en marcha de la empresa, por la cual se tomó en consideración la utilización de los métodos analítico-descriptivo, inductivo, deductivo, y las técnicas como la entrevista, la

encuesta y el muestreo que me permitió segmentar la población para que el producto sea dirigido para la población de familias del Cantón Piñas.

Para el análisis completo del proyecto se requirió de la realización del estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo y legal, estudio financiero y finalmente la evaluación del proyecto.

Para la determinar la aceptación del producto en el mercado se empleó una encuesta a los demandantes y oferentes del Cantón Piñas. Dentro de la discusión se realizó el estudio de mercado donde se estableció la demanda; pudiéndose obtener la demanda insatisfecha que es de 446.440 litros para el primer año, posteriormente se estableció el plan de comercialización, determinación del precio, plaza y publicidad del producto; En el estudio técnico se detalla la localización y el tamaño de la planta; En el estudio administrativo y legal de la empresa se determinó el grupo empresarial, la constitución, organización y los manuales de funciones.

En el estudio financiero se indica la inversión necesaria para poder implementar el proyecto, la misma que es de \$ 34.354,92 dólares.

Finalmente se ejecutó la evaluación para lo cual se examinó los siguientes indicadores: Valor Actual Neto de \$ \$ 47.672,33; Tasa Interna de Retorno de 41,44%; Relación Beneficio Costo es de 0.32 centavos por cada dólar invertido en la empresa; Periodo de Recuperación de Capital es de 2 años, 6 meses y 3 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta

un incremento en los costos del 16,56% con una sensibilidad del 0.99% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 12,75% dando una sensibilidad del 0.99% por lo cual se concluye que el proyecto es factible, y se recomienda la ejecución de este proyecto.

SUMMARY.

Marketing of bottled aromatic waters, is an opportunity that has not yet been exploited in Piñas Canton, none currently exist company dedicated to the production that can satisfy the need to quench the thirst with a healthy and medicinal DRINK, Different Relieves which also ailments and Improves Quality of Life Consumer.

The product is very attractive to enter the market; f taking advantage of preference for the consumption of natural foods and the lack of similar beverages; : Why as a student of the School of Business Administration and enterprising future've seen Necessary develop "PROJECT FEASIBILITY FOR THE IMPLEMENTATION OF A COMPANY PRODUCER AND DISTRIBUTOR OF AROMATIC WATER REFRESHING BASED MINT AND MANZANILLA IN PIÑAS CANTON, EL ORO PROVINCE " a cause of the lack of industrial development in the Canton.

This research was main objective of determining the feasibility of implementing a producer and marketer of a base aromatic water refreshing mint and chamomile in Piñas Canton province of El Oro, para commissioning Company , by which take into consideration the use of descriptive, inductive, deductive, analytical methods, and techniques such as observation, interview, Survey and sampling that allowed me to segment the population for the product sea Directed para Population Families Piñas Canton.

For the full analysis of the project was required the study of market, technical study, administrative and legal study, financial study and finally the project evaluation.

To determine product acceptance in the market, a survey was used to the buyers and sellers of Piñas Canton. Within the discussion the market study was established where demand was made; being able to obtain the unsatisfied demand is 230,131 liters for the first year, then the marketing plan, pricing, place and product advertising was established; In the technical study the location and size of the plant is detailed; In the administrative and legal study of the company's business group, the constitution, organization and functions manuals was determined.

The financial study indicates the investment needed to implement the project, which is \$ 34,354.92 dollars.

Finally, the evaluation was carried out for which the following indicators were examined: Net Present Value of \$ 47,672.33; Internal Rate of Return of 41.44%; Profit ratio Cost is 0.32 cents per dollar invested in the company; Period of Capital Recovery is 2 years, 6 months and 3 days; Sensitivity Analysis indicates that the project supports an increase in costs of 16.56% with a sensitivity of 0.99% and the sensitivity analysis in the decrease in revenues of 12.75% giving a sensitivity of 0.99% Concludes that the project is feasible, and the implementation of this project is recommended.

c. INTRODUCCIÓN.

Las bebidas refrescantes son bebidas saborizadas, efervescentes analcohólicas, hoy en día son una de las bebidas más consumidas en todo el mundo, las cuales representan un problema importante para la salud, no sólo por su contenido, sino también por los alimentos vitaminas, minerales y fibra que desplaza de la dieta, ya que contribuye, sin lugar a dudas, con el sobrepeso y la obesidad. A su vez, aumentan el riesgo de osteoporosis, problemas dentales, renales y cardíacos entre otras enfermedades.

Por estos motivos en el país y el mundo hay una tendencia creciente en el consumo de bebidas naturales, gracias a los compuestos que poseen, gozan de la ventaja de ser mucho más fácil de absorber y digerir, ya que los nutrientes ingresan más rápido, Por eso, es imprescindible que los las bebidas naturales no falten en nuestra dieta diaria.

Según la variedad de hierbas hace que la bebida sea más gustosa, por lo que las bebidas refrescantes naturales constituyen una agradable alternativa para saciar la sed y mantener óptimos niveles de hidratación, por ende el **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE AGUA AROMÁTICA REFRESCANTE A BASE DE MENTA Y MANZANILLA, EN EL CANTÓN PIÑAS, PROVINCIA DE EL ORO”** trata de utilizar las bondades de la naturaleza como lo son la menta y la manzanilla con sus abundantes favores medicinales ayuda a

sistema digestivo, a sanar dolencias y espasmos, además de hidratar y refrescar a cada una de las personas que lo consumen.

Bajo este contexto, el presente trabajo de investigación se encuentra estructurada de la siguiente manera:

Se apertura con la **REVISIÓN DE LITERATURA** que está integrada por los contenidos teóricos que directa o indirectamente están relacionadas con el tema objeto de estudio y que permiten fundamentar la investigación realizada.

Seguidamente se presentan los **MATERIALES Y MÉTODOS** que se utilizaron para efectuar la investigación tales como recursos tecnológicos y suministros de oficina. Dentro de los métodos se emplearon el analítico-descriptivo, inductivo, deductivo, así también, se recurrió a técnicas como la encuesta y la entrevista.

A continuación se muestra los **RESULTADOS** de las encuestas realizadas a los demandantes y entrevistas a los oferentes del cantón Piñas, que muestran cada una de las preguntas realizadas con sus respectivos cuadros, gráficos e interpretaciones.

Posteriormente, se presenta la **DISCUSIÓN**, la cual consta de los cuatro estudios que forman parte de un proyecto de inversión:

En el **estudio de mercado** se encuentra el análisis de la demanda, oferta, balance oferta-demanda y las estrategias de mercado.

En el **estudio técnico**, se detalla la localización y el tamaño del proyecto, indicando su capacidad instalada, utilizada, de reserva, y administrativa. La

ingeniería del proyecto que abarca con la maquinaria y equipo requerido para llevar a cabo la producción, el espacio físico necesario para la nueva unidad productiva y paso a paso el proceso de producción para obtener el nuevo producto con su respectivo flujo de proceso. El diseño organizacional que consta de una base legal, la estructura orgánica funcional en los organigramas y, los manuales de funciones para cada uno de los puestos de trabajo.

En el **estudio financiero**, se encuentran las inversiones necesarias para cuantificar el proyecto en términos monetarios, estas se dividen en: activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo. Por otro lado se encuentra el cálculo del costo total, costo unitario, ingresos por ventas establecido en el presupuesto pro-formado, la clasificación de los costos en fijos y variables, el estado de pérdidas y ganancias en el cual se indica la utilidad líquida, seguido a ello se encuentra el cálculo del punto de equilibrio de forma matemática y gráfica.

En la **evaluación financiera** se analizan los principales indicadores financieros como son el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, la Relación Beneficio-Costo y al Análisis de Sensibilidad a través de los cuales se determinó la rentabilidad del proyecto.

Las conclusiones y recomendaciones que se hicieron en base a los resultados obtenidos y la bibliografía utilizada en la revisión de literatura.

Al finalizar este proyecto he identificado que es factible, ofrece buena rentabilidad y el proyecto tendrá gran aceptación en el mercado.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

MARCO REFERENCIAL.

1. ANTECEDENTES

- **LAS HIERBAS**

Son las plantas con hojas, semillas o flores utilizadas para dar sabor, alimento, medicamento o perfume.

En otros usos botánicos el término "hierba" se emplea para cualquier planta de floración no leñosa, con independencia de su sabor, olor u otras propiedades.

Las plantas nos ofrecen tantas cosas, que es impresionante. Son llamadas "hierbas" en general. Por hierbas se entienden 3 tipos de plantas:

- Aromáticas.
- Condimentarias.
- Medicinales.

- **PLANTAS AROMÁTICAS**

Según la norma NTE INEN 2392: 2007 La denominación de hierbas aromáticas comprende ciertas plantas o partes de ellas (raíces, rizomas, bulbos, hojas, cortezas, flores, frutos y semillas) que contienen sustancias aromáticas (aceites esenciales), y que por sus aromas y sabores característicos, se destinan a la preparación de infusiones.

- **MENTA PIPERITA.**

- **Nombre vulgar:** menta, menta piperita, yerba de zapo.
- **Nombre científico:** *Mentha piperita* L. = *Mentha X piperita* L.
- **Descripción de la planta.**

Hierba perenne de la familia de las labiadas de hasta 90 cm. Tallos erectos, cuadrangulares, con tonos rojizos, especialmente en la variante *Mentha x pipertita var. rubescens*, más claros en la variante *Mentha x piperita var. palescens*.

Hojas bastante estrechas y alargadas, pecioladas, ovales o lanceoladas, glabras o ligeramente pubescentes, agudas y dentadas, con patente nerviación en el envés, brillantes por el haz. Flores de color púrpura o lila rojizo con los estambres inseridos en el cáliz. Inflorescencias en forma de espigas más largas que anchas, con verticilos bastante separados. Cálices tubulares, glabros excepto en los dientes. Frutos en aquenio. Florece entre mediados y finales de verano. (BOTANICA, s.f.)

PROPIEDADES MEDICINALES DE LA MENTA PIPERITA

Remedios con menta para uso interno

- **Dolor de estómago:** El ácido rosmarínico, junto con el carvacrol, el limoneno, el cineol y la mayoría de los terpenos, le confieren a la

menta propiedades antiespasmódicas. El mentol posee propiedades suavizantes y se ha considerado tradicionalmente como un buen antivomitivo.

- **Coleréticas:** La menta piperita, al igual que otras mentas, tiene la capacidad de estimular el hígado aumentando la secreción de la bilis.

- **Dolor de vientre:** El contenido en taninos de esta planta, las propiedades relajantes y antiespasmódicas del mentol.

Propiedades estimulantes de la menta

A la menta tiene propiedades estimulantes y tonificantes, sin producir sobreexcitación nerviosa asociados a otras plantas estimulantes como las infusiones de café o de té negro, como nerviosismo o insomnio. Por lo tanto es una planta estimulante muy adecuada para personas con nerviosismo o estrés que deban rendir mucho tanto a nivel físico como intelectual.

- **MANZANILLA**

- **Nombre vulgar:** Manzanilla, manzanilla común, manzanilla alemana, cimarrona

- **Nombre científico:** *Matricaria chamomilla* L.

– **Descripción de la planta de la manzanilla.**

Hierba aromática familia de las margaritas de hasta 60 cm de altura.

Tallos glabros erectos. Hojas finas y muy divididas con lóbulos dentados.

Flores en capítulos florales de hasta 2,5 cm de diámetro; lígulas blancas, que cuelgan a medida que maduran; flósculos amarillos, pentalobulados en un receptáculo cónico.

PROPIEDADES MEDICINALES DE LA MANZANILLA

La manzanilla (*Matricaria chamomilla*) es una de las infusiones más reconocidas en fitoterapia por las numerosas afectaciones para las que se utiliza, tanto en uso interno como externo. (BOTANICA, s.f.)

La manzanilla tiene propiedades digestivas, hepatobiliares, y antiespasmódicas.

- **Tonifica el sistema digestivo** para que trabaje correctamente en la digestión,
- **Gastritis y afecciones intestinales:** Tradicionalmente las infusiones de manzanilla se utilizan para curar el estómago, aliviar la gastritis, úlcera gástrica, divertículos, cólicos, etc.
- **La manzanilla es una infusión adecuada para el hígado.** Se debe

mencionar el valor de esta planta como depurativo, es decir que estimula la expulsión de la bilis por parte de la vesícula (la patulecina es el componente que le infiere este valor) y hepática, estimulando las funciones del órgano.

- Tradicionalmente estas infusiones se recomiendan en ataques de cólicos biliares para calmar el intestino debido a sus propiedades sedantes y antiespasmódicas.
- La manzanilla constituye un buen remedio para ciertos problemas relacionados con el cuerpo de la mujer. Tiene propiedades emenagogas, es decir, que facilita el flujo de la menstruación, su periodicidad y cantidad.
- La manzanilla tiene propiedades sedantes. En casos de nerviosismo e insomnio, es interesante tomar infusiones de flores secas.
- La manzanilla se considera un diurético suave, es decir favorece la eliminación de líquido en el cuerpo.

2. MARCO CONCEPTUAL.

2.1 EMPRESA.

Es una unidad económica que, a partir de la combinación organizada de diferentes factores materiales y humanos, produce un bien o un servicio destinado a conseguir un beneficio económico. (CALDAS MARÍA , CARRIÓN REYES, HERAS ANTONIO J, 2009)

2.2 PROYECTO DE INVERSIÓN.

2.2.1 PROYECTO DE INVERSIÓN (CONCEPTUALIZACIÓN)

La definición de (ORTEGA, 2006), define proyecto de inversión como un paquete de inversiones, insumos y actividades diseñado con el fin de eliminar o reducir varias restricciones al desarrollo, para lograr productos o beneficios, en términos del aumento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios dentro de un determinado periodo de tiempo.

El especialista Gabriel Baca Urbina (2001), en su libro de evaluación de proyectos de inversión, define proyecto de inversión como un plan al cual se le asigna un monto de capital y se le proporcionan insumos de diferente naturaleza (materiales, humanos, etc.) de modo que se obtenga un bien o servicio, haciendo un uso racional de los fondos disponibles.

2.2.2 CICLO DE VIDA DE LOS PROYECTOS.

El ciclo de vida de un proyecto, de acuerdo a la mayoría de los autores, comprende tres etapas:

- **Pre-inversión (Estudios).**
- **Inversión (Ejecución).**
- **Operación (Funcionamiento).**

❖ **La etapa de pre-inversión** consta a su vez de varias fases, la Idea que es la parte de identificación preliminar de un proyecto para la solución de un problema, sin que medie ningún tipo de análisis preliminar que indique la viabilidad del mismo, sólo cuenta con el nombre del proyecto, una breve descripción del mismo y el problema o necesidad a resolver; el Perfil que es la fase donde se realiza una primera prueba de viabilidad de la idea, considerando un número mínimo de elementos que en un análisis inicial permita su justificación, se elabora a partir de la información existente, el juicio común y la experiencia; el Estudio de Pre-Factibilidad que profundiza la investigación, basando su información, principalmente, en fuentes secundarias (revisiones bibliográficas), lo cual le permite definir con aproximación los aspectos de mercado, técnicos y financieros y por último el Estudio de Factibilidad que es un documento completo que permite un examen crítico y la toma de decisiones formales, se elabora sobre antecedentes más precisos, obteniéndose la información, principalmente de fuentes primarias, o sea, encuestas y/o entrevistas.

❖ **Etapa de la inversión** o ejecución está conformada por 3 etapas:

1. Planificación de la ejecución y diseño definitivo: Abarca la elaboración e implementación de un diseño organizacional para la ejecución del proyecto, incluye la planificación y programación,

los procedimientos técnicos, administrativos, financieros y legales, el sistema de información y control, planos y diseños finales. El estudio de factibilidad debe contener todo lo anterior.

2. Negociaciones, Trámites y Contratos: Incluye acuerdos finales entre los organismos involucrados, cumplimiento de las condiciones previas a los desembolsos, trámites legales, pliegos de cargos y especificaciones técnicas para actos públicos, contrataciones de obras y firmas de convenios.
3. Ejecución: Es la fase donde se comienza a concretar todo el proyecto. Se llevan a cabo las obras físicas, se adquiere la máquina y equipo, se capacita el recurso humano y otras actividades propias a la puesta en marcha del proyecto y paralelo a lo anterior se efectúa la supervisión y control respectivo (seguimiento y evaluación).

❖ **Etapas de la Operación**

(PADILLA, 2006) La fase de operación es aquella donde la inversión ya materializada está en ejecución. Una vez instalado, el proyecto entra en operación y se inicia la generación del producto (bien o servicio), orientado a la solución del problema o a la satisfacción de la necesidad que dio origen al mismo.

2.3 ESTUDIO DE MERCADO.

Determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. (BACA URBINA, 2010).

Desde la perspectiva del marketing, un mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto o servicio. (KOTLER & ARMSTRONG, 2013)

- **INFORMACIÓN BASE**

La constituyen los resultados provenientes de fuentes primarias y que han sido recogidos mediante diferentes instrumentos de investigación (encuestas, entrevistas, guías de observación, etc).

Para la recolección de esta información es importante destacar que: para las entrevistas, la observación y la constatación física se hace necesario elaborar una guía que oriente sobre los aspectos claves que se desea conocer y cuyo aporte es fundamental para el proyecto.

- **TAMAÑO DE LA MUESTRA**

Se debe tomar en consideración que un tamaño grande de muestra no siempre significa que proporcionara 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.

Para determinar el tamaño de la muestra se puede utilizar la siguiente formula:

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

En donde:

- ❖ n= tamaño de la muestra
- ❖ N= población total
- ❖ E= error experimental
- ❖ P= probabilidad de éxito
- ❖ Q= probabilidad de fracaso
- ❖ Z= nivel de confianza (PAS042)

ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

(JOSUÉ & MANUEL, 2009) Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado

(CASTRO & CASTRO, 2009), manifiesta que el estudio de la demanda tiene como propósitos:

- Cuantificar la cantidad de productos que el mercado está dispuesto a adquirir.
- Conocer las características de los productos que requiere el mercado.
- Determinar si el producto puede satisfacer las necesidades del mercado.
- Conocer a detalle las necesidades de la población.

- Identificar las características de los consumidores.

CLASIFICACIÓN DE LA DEMANDA

❖ **La Demanda Potencial:** (CASTRO & CASTRO, 2009) es la cuantificación de los requerimientos de productos de la población, independientemente de que ésta pueda o no adquirirlos, es decir, es la determinación en términos cuantitativos de los requerimientos de productos para satisfacer las necesidades de la población.

❖ **La Demanda Real:** (CASTRO & CASTRO, 2009) Es la cantidad de productos que la población puede adquirir, determinada principalmente por su nivel de ingresos, dado que es lo que le proporciona el poder de compra.

❖ **Demanda Efectiva:** (CASTRO & CASTRO, 2009) 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 puedan acceder al producto aunque quisieran hacerlo.

❖ **Demanda Insatisfecha.** (CASTRO & CASTRO, 2009) Existe demanda insatisfecha cuando la oferta de un producto o servicio no alcanza a cubrir las necesidades del mercado.

ANÁLISIS DE LA OFERTA.

(CASTRO & CASTRO, 2009) La oferta es la cantidad de productos que los diversos fabricantes, productores o prestadores de servicios ponen en los

mercados a disposición de los consumidores para satisfacer sus necesidades.

En este punto es de vital importancia el investigar sobre la situación de los oferentes del productos 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, etc.

2.4 BALANCE OFERTA – DEMANDA.

Permite conocer si existe un déficit que debe ser cubierto por el proyecto o si este déficit puede ser cubierto progresivamente sin recurrir al proyecto, la magnitud de la cobertura del déficit ya depende de los recursos que posea la entidad ejecutora o de su programación anual de inversiones, no necesariamente se debe cubrir el déficit ya que ello depende de las estrategias de cobertura con los grupos de usuarios. (LEÓN, 2007)

2.5 Marketing MIX.

Conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de mercadotecnia incluye todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto". (KOTLER, PHILIP Y ARMSTRONG GARY, 2003)

Las 4 P's consisten en: Producto, Precio, Plaza (distribución) y Promoción.

- **Producto:** Es el conjunto de atributos tangibles o intangibles que la empresa ofrece al mercado meta. Un producto puede ser un bien tangible, intangible, una idea, una persona, o un lugar. El "producto", tiene a su vez, su propia mezcla o mix de variables: Variedad, calidad, diseño, características, marca, envase.
- **Precio:** Se entiende como la cantidad de dinero que los clientes tienen que pagar por un determinado producto o servicio. El precio representa la única variable de la mezcla de mercadotecnia que genera ingresos para la empresa, el resto de las variables generan egresos.

Sus variables son las siguientes: Precio de lista, descuentos, complementos, periodo de pago, condiciones de crédito.
- **Plaza:** También conocida como Posición o Distribución, incluye todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado meta. Sus variables son las siguientes: Canales, cobertura, surtido, ubicaciones, inventario, transporte, logística.
- **Promoción:** Abarca una serie de actividades cuyo objetivo es: informar, persuadir y recordar las características, ventajas y beneficios del producto. Sus variables son las siguientes: Publicidad, personal de ventas, promoción de ventas, relaciones públicas, Telemarketing, propaganda.

2.6 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área.

Deberá definir la función de producción que optimice el empleo de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio del proyecto. De aquí podrá obtenerse la información de las necesidades de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha como para la posterior operación del proyecto. (SAPAG CHAIN, 2008)

2.6.1 CAPACIDAD INSTALADA.

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

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

2.6.2 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. En proyectos nuevos esta normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años

y generalmente luego de transcurrido medio periodo de vida de la empresa ésta se estabiliza y es igual a la capacidad instalada. (PASACA, 2004)

2.6.3 CAPACIDAD ADMINISTRATIVA.

Debe tenerse claro el panorama respecto a si para la operación de la nueva unidad productiva se cuenta o se puede conseguir fácilmente el Talento Humano que haga posible el funcionamiento eficiente de la misma, ello implica el conocimiento claro de la actividad en la que se quiere emprender. El éxito en los negocios tiene su base en la combinación de habilidad y conocimiento administrativo para lograr metas de operación y resultados óptimos.

Para la fase de operación de una empresa no solamente debe asegurarse que se cuente con el número de personal necesario, sino también que este sea el más idóneo para cada puesto de trabajo. (PASACA, 2004)

2.6.4 CAPACIDAD FINANCIERA.

Se refiere a las posibilidades que tiene la empresa para realizar pagos e inversiones a corto, mediano y largo plazo para su desarrollo y crecimiento, además de tener liquidez y margen de utilidad de operaciones. (PASACA, 2004)

2.6.5 CAPACIDAD DE RESERVA.

Representa la capacidad de producción que no es utilizada normalmente y que permanece en espera de que las condiciones de mercado obliguen a un incremento de producción. (PASACA, 2004).

2.7 LOCALIZACIÓN.

Es la selección de la ubicación debe tener en cuenta su carácter definitivo o transitorio y optar por aquella que permita obtener el máximo rendimiento del proyecto. (SAPAG CHAIN, 2008).

2.7.1 MACROLOCALIZACIÓN.

Tiene 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 representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos. (PASACA, 2004)

2.7.2 MICROLOCALIZACIÓN.

Conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y delimitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona. (PASACA, 2004)

2.8 INGENIERÍA DEL PROYECTO.

Tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver con la construcción de una nave industrial, su equipamiento y características del producto de la empresa. (VARELA, 2006)

2.8.1 TECNOLOGÍA DE FABRICACIÓN.

Conjunto de conocimientos técnicos, equipos y procesos que se emplean para desarrollar una determinada función. (BACA URBINA, 2010)

2.8.2 PROCESO DE PRODUCCIÓN.

El proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología (combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación, etcétera).

Los distintos tipos de procesos productivos pueden clasificarse en función de su flujo productivo o del tipo de producto, teniendo en cada caso efectos distintos sobre el flujo de caja del proyecto. (SAPAG CHAIN, 2008)

2.8.3 DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO.

Aunque el diagrama de bloques también es un diagrama de flujo, no posee tantos detalles e información como el diagrama de flujo del proceso, donde se usa una simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas. (BACA URBINA, 2010)

Dicha simbología es la siguiente:



Operación. Significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos, o la combinación de cualquiera de los tres.



Transporte. Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora.



Demora. Se presenta cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente. En otras ocasiones el propio proceso exige una demora.



Almacenamiento. Tanto de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.



Inspección. Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto.



Operación combinada. Ocurre cuando se efectúan simultáneamente dos de las acciones mencionadas.

2.8.4 DIAGRAMA DE RECORRIDO.

Muestra con una gráfica la ruta que recorre la materia prima, desde que sale del almacén hasta que se convierte en producto final. (BACA URBINA, 2010)

2.8.5 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

Proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores. (BACA URBINA, 2010)

2.8.6 DISEÑO ORGANIZACIONAL.

Toda organización empresarial posee un andamiaje jurídico que regula los derechos y deberes, en las relaciones entre sus diferentes miembros, la ley, los derechos, las ordenanzas y los acuerdos hasta los reglamentos y las resoluciones y se expresa en forma prohibitiva o permisiva, de ahí que las personas o los profesionales que comienzan los procesos de formulación deben identificar con notable rigor en el ámbito institucional y legal sobre el cual operara el proyecto en sus diferentes fases. (MIRANDA, 2005)

2.8.7 ORGANIZACIÓN LEGAL.

La Base Legal son una serie de reglamentaciones locales, regionales y nacionales vigentes, para la instalación y puesta en marcha del proyecto,

por lo tanto toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la ley, entre ellos tenemos: (BLANCO, 1999)

- **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 operará, 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 la ubicará en caso de requerirlo 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 inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este 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 operará.

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

2.8.8 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA.

Es el grupo de elementos, recursos que implican la existencia de planes, programas, estrategias, y el lugar adecuado para desenvolverse dentro de la empresa, encargados de su Administración y fijarles sus atribuciones.

2.8.9 NIVELES JERÁRQUICOS.

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

- **Nivel Legislativo-Directivo.-** Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se hayan constituido. Es el órgano máximo de dirección de la

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 cuál será nombrado por nivel Legislativo-Directivo 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 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.
- **Nivel Auxiliar o de Apoyo.-** Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

- **Nivel Descentralizado.-** Es "desconcentrar el poder de toma de decisiones". La descentralización no se aprecia en el organigrama, pues en éste sí se puede ver quién depende de quién, pero no alcanzamos a apreciar quién es quien toma las decisiones en la organización. Pues, además, en la toma de decisiones intervienen muchos aspectos informales. Por ejemplo, relaciones de parentesco, o el caso de directores de una misma línea jerárquica, pero que informalmente tienen distinto poder a la hora de tomar decisiones. (BYARS LLOYD, RUE LESLIE., 2008.)

2.8.10 ORGANIGRAMA

Es la representación gráfica de la estructura organizativa de todas las unidades administrativas de una organización y sus relaciones, clasificación de las funciones, poder que tienen inferido. (WERTHER, WILLIAM B Y KEITH DAVIS, 2008)

2.8.11 Clases de Organigramas

- **Estructural.-** Son aquellos que representa el esquema básico de una organización, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes, es decir, sus unidades administrativas, la relación de dependencia que existe entre ellas, permitiendo apreciar la organización de la empresa como un todo.
- **Funcional.-** Es una modalidad del estructural y consiste en representar gráficamente las funciones básicas de una unidad administrativa. Al detallar las funciones se inicia por las más

importantes y luego se registran aquellas de menor trascendencia. En este tipo de organigrama se determina que es lo que se hace; pero no como se hace.

- **Posición.-** También constituye una variación del organigrama estructural y sirve para representar, en forma objetiva, la distribución de personal en las diferentes unidades administrativas. Se indica el número de cargos, denominación del puesto, nombre del representante de cada uno y clasificación en el caso de haberla. En algunos casos se puede incluir la remuneración de cada puesto. (BYARS LLOYD, RUE LESLIE., 2008.)

2.8.12 MANUAL DE FUNCIONES.

Es la descripción detallada de todos los puestos que existirán en la empresa y las funciones específicas que cada trabajador va cumplir.

2.9 ESTUDIO FINANCIERO.

Este análisis pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta los que contendrán las funciones de producción, administración y ventas. A sí mismo se deberá evaluar la decisión de comprometer esos recursos financieros en el proyecto en comparación con otras posibilidades conocidas de colocación. (INSTITUTO LATINOAMERICANO DE PLANIFICACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL, 2006)

2.9.1 INVERSIÓN DEL PROYECTO.

La inversión son los recursos (sean estos materiales o financieros) necesarios para realizar el proyecto; por lo tanto cuando se habla de la inversión en un proyecto, se considera a la cuantificación monetaria de todos los recursos que van a permitir la ejecución del proyecto. (ALEGRE ELERA, 2003)

La inversión se compone por los bienes tangibles e intangibles que son ineludibles para el desarrollo de la empresa, entre las cuales se encuentran: El activo fijo, activo diferido y el activo circulante o Capital de trabajo.

2.9.2 DEPRECIACIONES.

Es la distribución sistemática del importe depreciable de un activo a lo largo de su vida útil. Importe depreciable es el costo de un activo, o el importe que lo haya sustituido, menos su valor residual. Se depreciará de forma separada cada parte de un elemento de propiedades, planta y equipo que tenga un costo significativo con relación al costo total del elemento. (NORMAS INTERNACIONALES DE CONTABILIDAD, 2010)

2.9.3 AMORTIZACIONES.

Es el coste de un activo, o el importe que lo haya sustituido, menos su valor residual. (NORMAS INTERNACIONALES DE CONTABILIDAD, 2010).

2.9.4 FINANCIAMIENTO.

Conjunto de recursos monetarios financieros necesarios para llevar a cabo una actividad económica, con la característica esencial que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. (ECO-FINANZAS, s.f.)

El financiamiento puede clasificarse de dos maneras:

- **Financiamiento Interno.-** Es aquel que proviene de los recursos propios de la empresa, como: aportaciones de los socios o propietarios, la creación de reservas de pasivo y de capital, es decir, retención de utilidades, la diferencia en tiempo entre la recepción de materiales y mercancías compradas y la fecha de pago de las mismas. (BLAS JIMENEZ, 2014)
- **Financiamiento Externo.-** Se concibe cuando no es posible seguir trabajando con recursos propios y que para hacer frente a costes exigidos para mantener el curso normal de la empresa, es necesario recurrir a terceros como: préstamos bancarios, factoraje financiero, etc.

2.9.5 INGRESOS

Están conformados por los resultados de las ventas u otros ingresos.

2.9.6 GASTO

Es un egreso que no se identifica directamente con un ingreso, aunque contribuye a la generación del mismo, no se espera que pueda generar

ingresos directamente en el futuro, no es recuperable. (AVILÉS, FRANCISCO Y MIRANDA JESÚS, 2010)

2.9.7 COSTO

Un costo, es un egreso que representa el valor de los recursos que se erogan en la realización de actividades que generan ingreso; el costo se identifica por ser generador directo de ingreso y por tanto, es recuperable, está directamente relacionado con el producto y/o servicio que brinda la empresa en cuestión, por lo tanto; es inherente con el giro de la empresa. (AVILÉS, FRANCISCO Y MIRANDA JESÚS, 2010)

2.9.7.1 CLASIFICACION DE LOS COSTOS

SEGÚN SU FUNCIÓN

- **Costo de producción.**-Son los que se generan durante el proceso de transformar la materia prima en un producto final.
 - **Materia Prima Directa.**

Son todos los materiales que pueden identificarse cuantitativamente dentro del producto y cuyo importe es considerable.
 - **Mano de Obra Directa.**

Es la remuneración en salario o en especie, que se ofrece al personal que interviene directamente para la transformación de la materia prima en un producto final.

- **Costos Indirectos de Fabricación.**

Denominados también carga fabril, gastos generales de fábrica o gastos de fabricación. Son aquellos costos que intervienen dentro del proceso de transformar la materia prima en un producto final y que son distintos a material directo y mano de obra directa.

✚ **Costos de administración.-** Son los que se originan en el área administrativa.

✚ **Costos de distribución o ventas.-** Son los que se incurren en el área que se encarga de llevar el producto desde la empresa hasta el consumidor final.

DE ACUERDO CON SU IDENTIFICACIÓN CON UNA ACTIVIDAD, DEPARTAMENTO O PRODUCTO.

✚ **Costo directo.-** Es el que se identifica plenamente con una actividad, departamento o producto.

✚ **Costo indirecto.-** Es el que no se puede identificar con una actividad determinada.

DE ACUERDO AL TIEMPO EN QUE FUERON CALCULADOS.

✚ **Costos históricos.-** Son los que se incurren en un determinado período.

✚ **Costos predeterminados.-** se establecen antes del hecho físico de la producción y pueden ser: estimados o estándar.

DE ACUERDO A SU COMPORTAMIENTO

- ✚ **Costos variables.-** Son aquellos que cambian o fluctúan en relación directa a una actividad o volumen dado.
- ✚ **Costos fijos.-** Son aquellos que permanecen constantes dentro de un período determinado, sin importar si cambia el volumen de producción.

DE ACUERDO AL TIEMPO EN QUE SE ENFRENTAN A LOS INGRESOS

- ✚ **Costos del producto.-** Son los que se identifican directa e indirectamente con el producto.
- ✚ **Costos del período.-** Son los que no están ni directa ni indirectamente relacionados con el producto, no son inventariados. Se caracterizan por ser cancelados inmediatamente estos se originan, ya que no puede determinarse ninguna relación con el costo de producción. (ROJAS MEDINA, 2007).

2.9.8 ELABORACIÓN DE PRESUPUESTOS

El presupuesto recoge una previsión de ingresos y costos que se van a producir en el desarrollo de una actividad en un determinado período de tiempo. (MALDONADO, 2006)

- **Presupuesto de Ingresos.**

Para la elaboración de este presupuesto se toma como referencia el costo unitario para el primer año de vida útil de proyecto, dato que se lo proyectará para el resto de años. (MALDONADO, 2006)

Presupuesto de Costos.

Se considera igualmente la tasa inflacionaria y se proyecta los costos de fabricación y operación, excepto las depreciaciones ya que su valor es constante para la vida útil del proyecto igualmente la amortización del diferido (MALDONADO, 2006)

2.9.9 PUNTO DE EQUILIBRIO.

El punto de equilibrio (PDE) es aquella cantidad de producción vendida a la cual los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, la cantidad de producción vendida que da como resultado \$0 de utilidad. (HORNGREN, DATAR, RAJAN., 2012)

2.9.10 ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados muestra la información relativa al resultado de sus operaciones en un período y, por ende, de los ingresos, gastos; así como, de la utilidad (pérdida) neta. (NORMAS DE INFORMACIÓN FINANCIERA, 2009).

2.9.11 FLUJO DE CAJA.

Constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuara sobre el mismo se efectuara sobre los resultados que se determinen en ella. La información básica para realizar este proyecto está contenida tanto en los estudios de mercado, técnico y organizacional. Al proyectar el flujo de caja será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente, con

los efectos tributarios de la depreciación, amortización del activo nominal, del valor residual, de las utilidades y pérdidas. (SAPAG CHAIN, 2008)

2.9.12 VALOR ACTUAL NETO.

Es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable.

El VAN se define como la sumatoria de los flujos netos multiplicados por el factor de descuento.

Criterios de VAN:

- ❖ Si el VAN es positivo se acepta el proyecto.
- ❖ Si el VAN es negativo se rechaza el proyecto.
- ❖ Si el VAN es igual a cero la inversión queda a criterio del inversionista.

Para calcular el VAN utilizamos la siguiente formula:

$$VAN = \sum \text{VAN de 1 a 5} - \text{INVERSION}$$

❖ **Factor de actualización**

(LOPES, 2015) Factor por el que se actualiza periódicamente el importe a pagar teniendo en cuenta la variación del precio del bien o servicio a lo largo del periodo de contratación.

$$FD = (1 + i)^{(-t)}$$

❖ **Valor actualizado**

(HUERTA RIOS, 2012) Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión.

2.9.13 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Representa el retorno generado por determinada inversión o sea representa la tasa de interés con la cual el capital invertido generaría exactamente la misma tasa de rentabilidad final. (BACA URBINA, 2010)

Criterios de la TIR:

- ❖ Si la TIR es > que el costo de oportunidad, se acepta el proyecto.
- ❖ Si la TIR es < que el costo de oportunidad, se rechaza el proyecto.
- ❖ Si la TIR es = que el costo de oportunidad, la inversión queda a criterio del inversionista.

Para calcular la TIR utilizamos la siguiente formula:

$$TI = Tm + DT \left(\frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM} \right)$$

2.9.14 RELACIÓN BENEFICIO – COSTO.

Es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad. (BACA URBINA, 2010)

Los criterios de decisión se expresan en los siguientes términos:

- ❖ $B/C > 1$ Se debe ejecutar el proyecto
- ❖ $B/C = 1$ Es indiferente ejecutar el proyecto
- ❖ $B/C < 1$ Se debe realizar el proyecto

Para encontrar la relación beneficio costo utilizamos la siguiente formula:

$$RBC = \left(\frac{\sum \text{ingresos actualizados}}{\sum \text{costos actualizados}} \right) - 1$$

2.9.15 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL.

Es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto. Este método es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión. Dependiendo del tipo y magnitud del proyecto el periodo de recuperación de capital puede variar. (BACA URBINA, 2010)

La fórmula para calcular el periodo de recuperación del capital es:

$$PRC = \text{Año } q \text{ supera la inversion} + \left(\frac{\text{inversion} - \sum \text{primeros flujos}}{\text{flujo neto del año que supera inversion}} \right)$$

2.9.16 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

La finalidad es 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.

Criterios del Análisis de Sensibilidad:

- ❖ Si el coeficiente es > 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la sensibilidad.
- ❖ Si el coeficiente es < 1 el proyecto no es sensible, los cambios afectan la sensibilidad.
- ❖ Si el coeficiente es $= 1$ no hay efectos sobre el proyecto.

ANÁLISIS SE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO EN LOS COSTOS

- ❖ Se obtienen los nuevos flujos de caja por efectos de incremento en costos.
- ❖ Para encontrar el porcentaje de incremento 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.

Una vez que se haya obtenido los flujos positivos, se procede de la siguiente manera:

Se obtiene la nueva Tasa Interna de Retorno

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

Diferencia de la TIR

$$Dif.TIR = TIRdelPROYECTO - NTIR$$

Se calcula el porcentaje de variación

$$\% VAR. = \left(\frac{Dif.TIR}{TIRdelPROYECTO} \right)$$

Se calcula el Valor de Sensibilidad: se obtiene con el incremento de costos

$$S = (\%VAR / N.TIR)$$

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD PARA DISMINUCIÓN EN INGRESOS

- ❖ Se obtienen los nuevos flujos de caja por efectos de disminución en ingresos.
- ❖ 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. Una vez que se haya obtenido los flujos positivos, se procede de la siguiente manera:

Se obtiene la Nueva Tasa Interna de Retorno

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

Diferencia de la TIR

$$Dif.TIR = TIRdelPROYECTO - NTIR$$

Se calcula el Porcentaje de Variación

$$\% VAR. = \left(\frac{Dif. TIR}{TIR del PROYECTO} \right)$$

Se calcula el Valor de Sensibilidad

$$S. = \left(\frac{\% VAR}{NTIR} \right)$$

e. MATERIALES Y MÉTODOS

1. MATERIALES

Los recursos materiales que se empleó para la presente investigación fueron los siguientes:

- **Suministros de Oficina:** Hojas papel Bond A4, esferos, tinta para imprimir, reglas,
- **Equipos de Oficina:** Calculadora, memoria USB, grapadora, perforadora, computadora, impresora.

2. MÉTODOS.

Método Analítico - Descriptivo.

Este método permitió analizar resultados obtenidos en el estudio de mercado, además, nos ayudó con la realización de los cuadros y gráficos estadísticos y un análisis minucioso durante el avance de la investigación.

Método Inductivo.

Este método permitió en algunos casos acceder a las informaciones de los hechos particulares de cada persona encuestada, sacar un criterio y conclusión general de todos quienes pueden ser nuestros posibles demandantes.

Método Deductivo.

Este método se lo utilizó para la elaboración de la revisión de literatura partiendo de conceptos desde el plano de lo general, hacia los casos particulares del proyecto.

TECNICAS

Para el desarrollo del proyecto se utilizaron las siguientes técnicas:

Entrevista.

Se aplicó una entrevista de forma estructurada a 10 oferentes para definir el porcentaje de participación de estos oferentes en el mercado piñasiense y establecer una relación de beneficio costo del producto.

CUADRO N° 1

No.	Locales
1	Comisariato Jor-Mar
2	Comisariato María Lisbeth
3	Comisariato La Economía
4	Mini comisariato Anita
5	Mini comisariato María Fernanda
6	Comercial Espinoza
7	Comercial Robles
8	Distribuciones Su Ahorro
9	Comercial Ramírez
10	Comisariato María del Cisne

Encuesta.

Admite el contacto directo ya que tiene por objeto el recoger la información primaria o testimonios orales para lo cual se requiere de la construcción de un bloque de preguntas las cuales irán dirigidas al grupo de personas que conforman la muestra. Este este caso se la aplicara a las familias del cantón de Piñas, Provincia de El Oro.

POBLACIÓN

Según el Censo de Población y Vivienda del año 2010, la población del cantón Piñas es de 25.988 habitantes y según las proyecciones del INEC el número de miembros por familia es de cuatro personas; por lo tanto se tiene:

$$25.988 / 4 = 6.497 \text{ familias.}$$

POBLACION DE FAMILIAS CANTON DE PIÑAS

CUADRO N° 2

AÑO	# FAMILIAS
2010	6.497 familias.

Fuente: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>

Elaboración: La Autora

Para el cálculo del tamaño de la muestra, primeramente se ha proyectado la población de las familias en base a la tasa de crecimiento poblacional de 1,88% proporcionada por el INEC.

Se realiza la proyección de la población con el valor que tenemos que es de 6.497 familias hasta llegar al año en el cual se inició a realizar el presente trabajo investigativo que es del año 2016 dando un valor de 6.497 familias, aplicando la fórmula que se describe a continuación y la presente tabla con las proyecciones.

Formula:

$$P = (\text{Poblacion final} \times \text{tasa de crecimiento}) + \text{poblacion final}$$

$$P = (7.131 \times 1,88\%) + 7.131$$

$$P = 7.265$$

CUADRO N°3

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN.		
PERIODO	AÑO	POBLACIÓN
0	2010	6.497
1	2011	6.619
2	2012	6.744
3	2013	6.870
4	2014	7.000
5	2015	7.131
6	2016	7.265

FUENTE: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
 ELABORACION: La Autora.

CALCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.

N= Universo en estudio	N = 7.265 Familias.
e= Error experimental 5%	e = 0,05%
P= 50% probabilidad de éxito	P =0,5%
Q= 50% probabilidad de fracaso	Q = 0,5%
Z= 95% nivel de confianza	Z = 1,96%

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

DESARROLLO DE LA FÓRMULA:

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

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5)(0,5)(7.265)}{(0,05)^2 (7.265 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{6977,5}{19,12}$$

n = 365 Encuestas.

f. RESULTADOS.

**ENCUESTA APLICADA A LAS FAMILIAS DEL CANTÓN PIÑAS,
PROVINCIA DE EL ORO.**

PREGUNTA 1: ¿En su familia consumen aguas aromáticas?

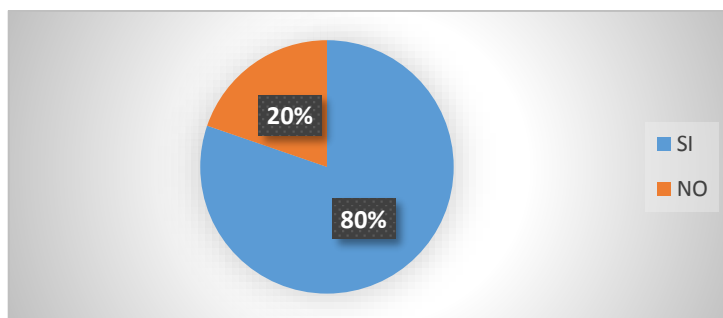
Cuadro No. 4

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	293	80%
No	72	20%
Total	365	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora.

Gráfico No. 1



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a la encuesta aplicada a las familias del cantón Piñas, se determina que el 80 % de los encuestados si consumen aguas aromáticas, mientras que el 20 % no consumen.

Se indica que para el cálculo de las respectivas demandas se toma en cuenta únicamente el 80 % es decir 293 encuestados los cuales servirán para continuar con el respectivo análisis.

PREGUNTA 2: ¿Sabía que las aguas aromáticas no solamente ofrecen beneficios medicinales, también pueden ser una bebida refrescante?

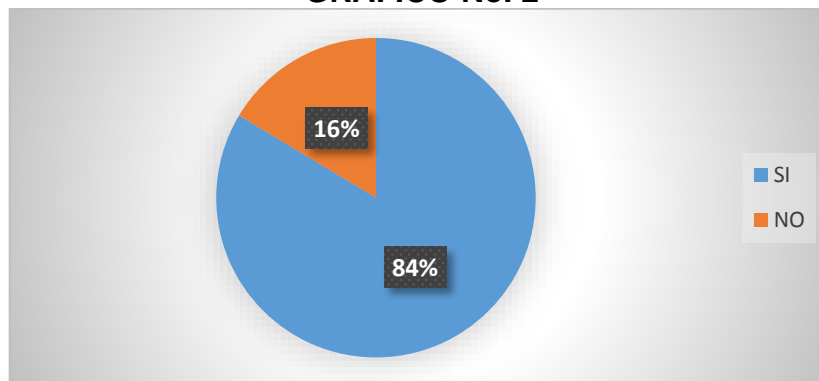
CUADRO No. 5

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	245	84%
No	48	16%
Total	293	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora.

GRÁFICO No. 2



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Del total de encuestados el 83% manifestó conocer que las aguas aromáticas también pueden ser una bebida refrescante, mientras que el 17% manifestó que desconoce de este beneficio de las aguas aromáticas, y según estos datos podemos determinar que más de la mitad de las familias piñasienses encuestadas conocen que las aguas aromáticas se las puede consumir como bebidas refrescantes.

PREGUNTA 3: ¿Qué tipo de aguas aromáticas consume?

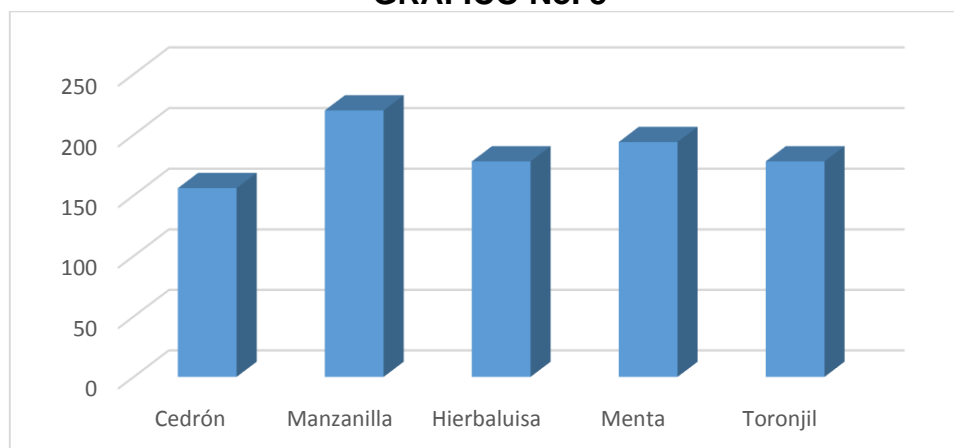
CUADRO No. 6

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Cedrón	156	53%
Manzanilla	220	75%
Hierbaluisa	178	61%
Menta	194	66%
Toronjil	178	61%

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora.

GRÁFICO No. 3



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Con respecto a la pregunta, el 53% de las personas encuestadas consumen hierbas de cedrón; el 75% hierbas de manzanilla, el 61% hierbas de hierbaluisa, 66% hierbas de menta y finalmente el 61% consume toronjil. Con esta información se puede concluir que las hierbas de menta y manzanillas son las más consumidas por las familias del cantón Piñas.

PREGUNTA 4: ¿Qué cantidad consume semanalmente de aguas aromáticas?

CUADRO N°. 7

Detalle	Frecuencia	Medida de consumo	Consumo total	Semanas al año	Consumo al año
1 Litro	138	1	138	52	7.176
2 Litros	85	2	170	52	8.840
3 Litros	47	3	141	52	7.332
4 Litros	23	4	92	52	4.784
Total	293		Total		28.132

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora.

CUADRO N°. 8

CONSUMO DE AGUAS AROMÁTICAS	
Detalle	Total
Consumo al año	28.132 litros
Familias que consumen agua aromática	293
Consumo promedio por familia al año	96 litros

Fuente: Cuadro No. 6

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la información obtenida del Cuadro 6 de la encuesta aplicada a las familias del cantón Piñas, se pudo conocer que las personas que incluyen en su consumo aguas aromáticas semanalmente, al año consumen 28.132 litros, que divididas para las 293 familias que consumen aguas aromáticas da un consumo promedio anual de 96 litros al año.

PREGUNTA 5: ¿Las aguas aromáticas que consume que origen tiene?

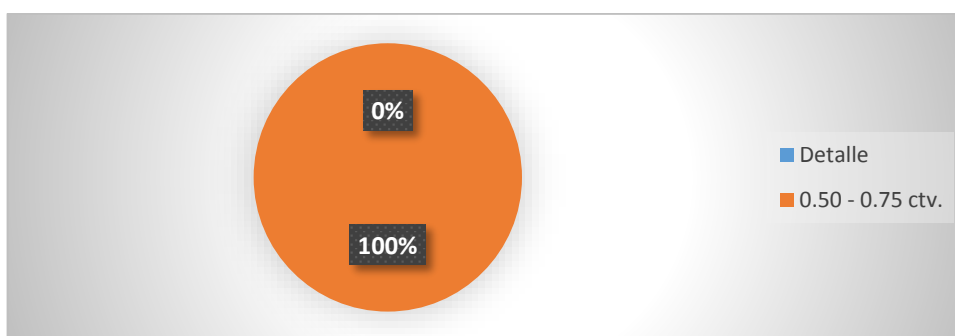
CUADRO N°. 9

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Producción Industrial	37	13%
Producción casera	256	87%
Total	293	100%

Fuente: Encuesta.

Elaboración: La Autora

GRÁFICO No. 4



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

El gráfico N° 4 indica que: el 87% (256) de las familias consume agua aromática de origen artesanal y un 13 % (37) agua aromática procesada o también llamada industrial.

PREGUNTA 6: ¿Conoce Ud. Si en el mercado piñasiense se comercializa agua aromática envasada?

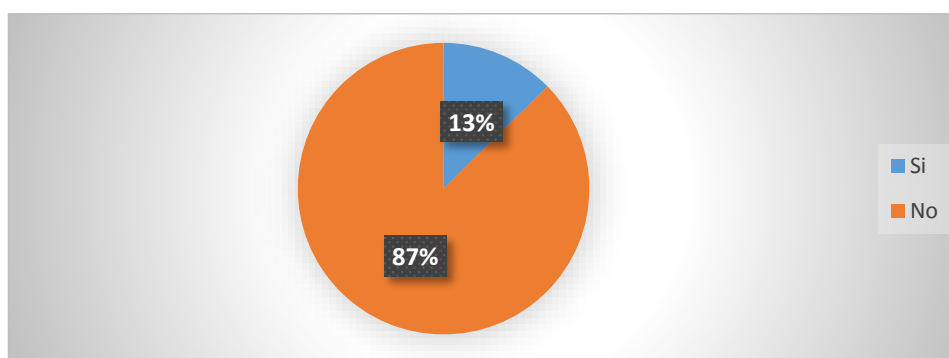
CUADRO N°. 10

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	37	13%
No	256	87%
Total	293	100%

Fuente: Encuesta.

Elaboración: La Autora

GRÁFICO No. 5



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a la información obtenida el 87% (256) de las familias indican que desconocen si se comercializa agua aromática envasada en el cantón, mientras que el 13 % (37) nos indica que si existe una empresa que comercializa agua aromática envasada.

PREGUNTA 7 ¿Si se creara una empresa productora y comercializadora de agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla embotellada, higiénica, a buen precio y buena calidad, estaría usted dispuesto a adquirir el producto?

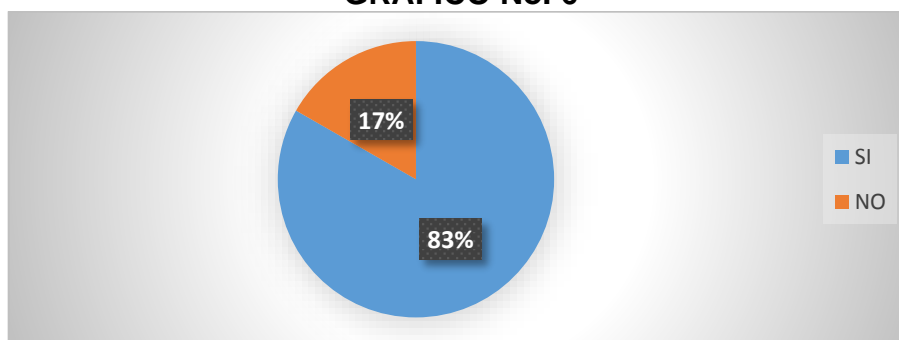
CUADRO No.11

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
SI	244	83%
NO	49	17%
Total	293	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora.

GRÁFICO No. 6



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Del total de las encuestas aplicadas el 83% de los encuestados se manifestó que adquirirían el producto en caso de que se implementara la empresa y el 17% manifestó que no consumiría el producto

Lo que nos demuestra que el mercado si está dispuesto a adquirir este nuevo producto y que el presente proyecto si tendrá la acogida necesaria, por lo que se deberá brindar un producto de calidad y así poder posesionarse en el mercado.

PREGUNTA 8: ¿En qué presentación le gustaría adquirir el agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla embotellada?

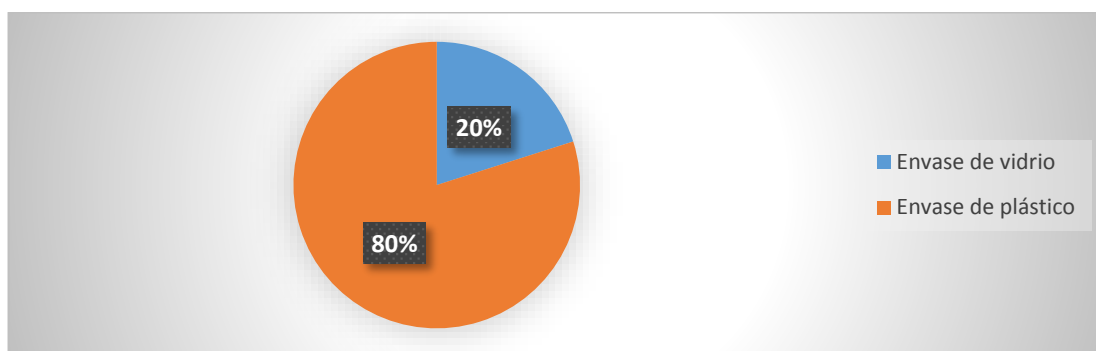
CUADRO No.12

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Envase de vidrio	49	20%
Envase de plástico	195	80%
Total	244	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora.

GRÁFICO No. 7



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

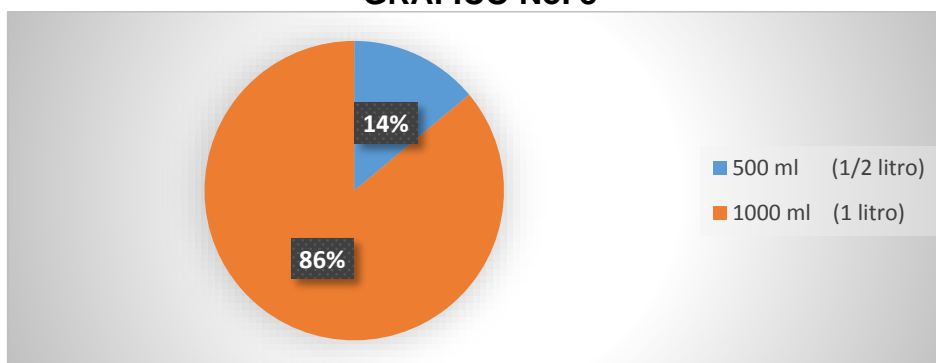
Según las encuestas aplicadas el 80% manifestaron que prefieren el envase de plástico, el 20% de los encuestados manifestaron que prefieren el jugo en envase de vidrio. Con estos datos podemos determinar que gran parte de la población de familias prefieren consumir agua aromática en envase de plástico.

PREGUNTA 9: ¿En envases de que cantidad le gustaría adquirir el producto?

CUADRO No.13

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
250 ml (1/4 litro)	0	0%
500 ml (1/2 litro)	34	14%
1000 ml (1 litro)	210	86%
Total	244	100%

GRÁFICO No. 8



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

De acuerdo a la información obtenida el 86% manifestaron que prefieren adquirir el producto en presentaciones de 1000 ml (1 litro), mientras que el 14% de los encuestados manifestaron que prefieren la presentación de 500 ml (1/2 litro). Con estos datos podemos determinar que la mayoría de la población de familias prefieren consumir el producto en presentaciones de 1000 ml (1 litro).

PREGUNTA10: ¿Cuántos envases de agua aromática refrescante de menta y manzanilla del producto indicado consumiría a la semana?

CUADRO No.14

Detalle	Frecuencia	Medida de consumo	Consumo total	Semanas al año	Consumo al año
1 envase	113	1	113	52	5.876
2 envases	74	2	148	52	7.696
3 envases	38	3	114	52	5.928
4 envases	19	4	76	52	3.952
Total	244		Total		23.452

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora.

CUADRO No.15

CONSUMO DE AGUAS AROMÁTICAS	
Detalle	Total
Consumo al año	23.452 litros
Familias que van a consumir el producto	244
Consumo promedio por familia al año	96 litros

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

Según la encuesta aplicada se pudo conocer la cantidad de unidades de agua aromática refrescante de menta y manzanilla consumirían las familias semanalmente, al año consumen 23.452 litros, que divididas para las 244 familias que van a consumir el producto da un consumo promedio anual de 96 litros al año.

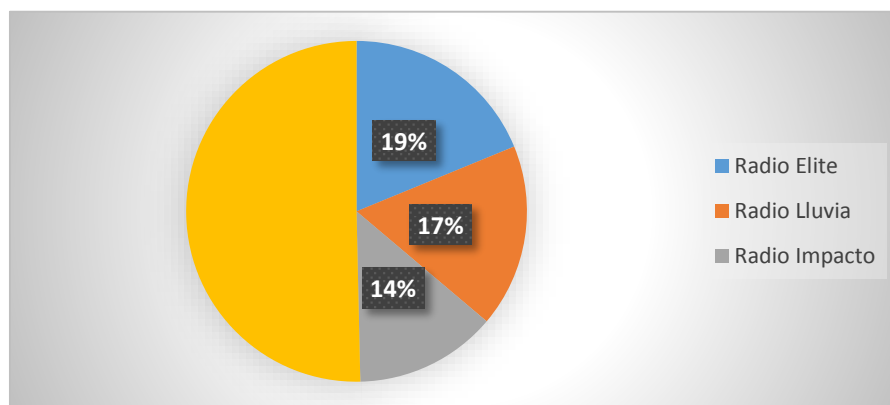
PREGUNTA 11: ¿A través de qué medios le gustaría informarse sobre nuestro producto?

- **Prensa hablada.**

CUADRO No.16

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Radio Elite	68	28%
Radio Lluvia	39	16%
Radio Impacto	32	13%
Total	139	57%

GRÁFICO No. 9



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

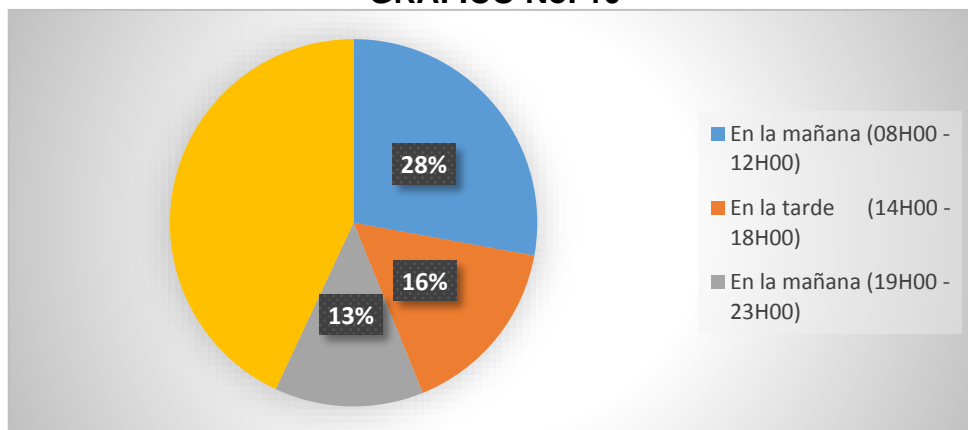
Un 57% de los encuestados manifiestan, que prefieren informarse del producto por medios radiales; de los cuales un 19% prefiere la radio Elite; 17% prefieren la radio Lluvia y finalmente un 14%, eligen la radio Impacto.

- ¿En qué programaciones desea escuchar publicidad de nuestro producto?

CUADRO No.17

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
En la mañana (08H00 - 12H00)	68	28%
En la tarde (14H00 - 18H00)	39	16%
En la noche (19H00 - 23H00)	32	13%
Total	139	57%

GRÁFICO No. 10



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

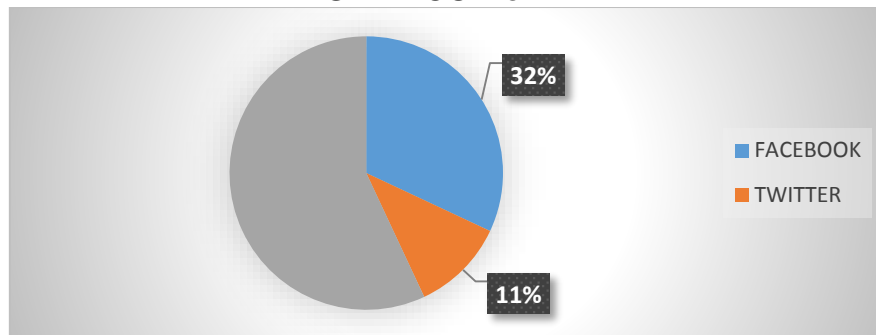
Se determina que se transmita en la programación de entretenimiento, en el horario de la mañana todos los días.

- **REDES SOCIALES**

CUADRO No.18

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	78	32%
Twitter	27	11%
Instagram	0	0%
Total	105	43%

GRÁFICO No. 11



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN.

El 43% de los encuestados manifiestan, que prefieren informarse del producto por medio de las redes sociales; de los cuales un 32% prefiere Facebook y 11%, eligen twitter; se determina crear una cuenta en las redes para difundir el producto.

ENCUESTA APLICADA A LOS OFERENTES DEL CANTÓN PIÑAS.

PREGUNTA 1: ¿Qué cantidad de bebidas refrescantes (1000ml), vende mensualmente?

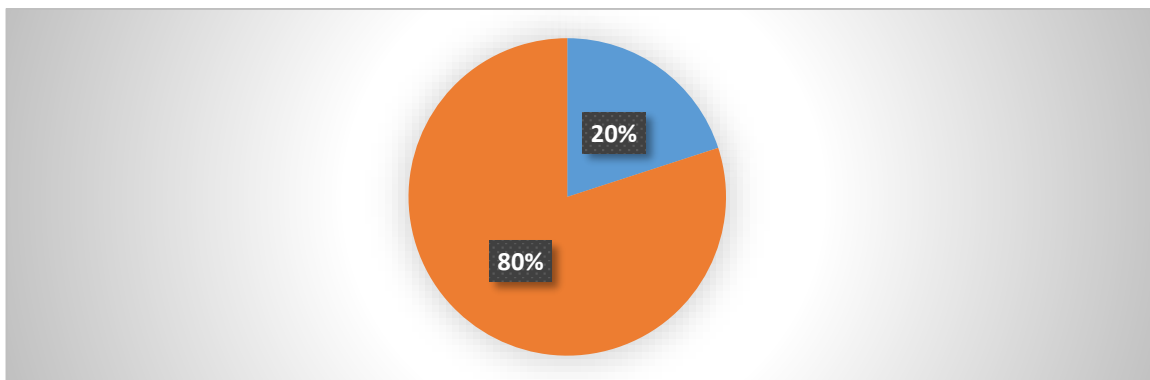
CUADRO No.19

Detalle	Frecuencia	Xm	F. Xm	Porcentaje	Meses	Venta Anual
1 - 50	0	25,5	0,0	0%	12	0
51 - 100	0	75,5	0,0	0%	12	0
101 - 150	2	125,5	251	20%	12	3.012
151 - 200	8	175,5	1404	80%	12	16.848
Total	10		1655	100%		19.860

Fuente: Encuesta dirigida a los oferentes.

Elaboración: La Autora.

GRÁFICO No. 13



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En lo que refiere a la cantidad de venta tenemos que el 20% de los comerciantes vende de 101 – 150 bebidas refrescantes al mes y el 80% vende de 151 – 200.

Con estos resultados se calcula el valor promedio de la venta mensual que es de 1.655 bebidas multiplicadas por 12 meses tenemos una venta anual de 19.860 bebidas refrescantes.

PREGUNTA 2: ¿Cuál es el precio en el mercado de la bebida refrescante que más vende?

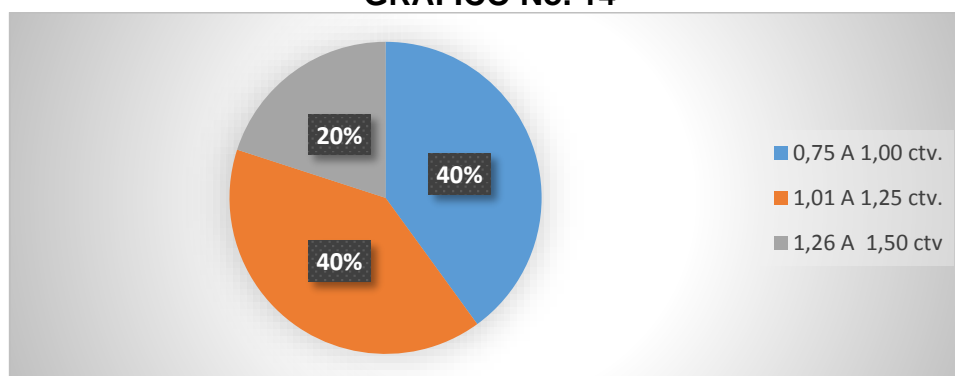
CUADRO No.20

Detalle	Frecuencia	Xm	F. Xm	Porcentaje
\$0,75 a \$1,00	4	0,9	3,5	40%
\$1,01 a \$1,25	4	1,1	4,5	40%
\$1,26 a \$1,50	2	63,8	127,5	20%
Total	10		136	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los oferentes.

Elaboración: La Autora.

GRÁFICO No. 14



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 40% de los encuestados respondió que las bebidas refrescantes que ofertan poseen un precio que varía de \$0,75 a \$1,00, otro 40% indicó que el precio del producto que expenden fluctúa de \$1,01 a \$1,25 ctv. Y el 20% dijo que el precio de las bebidas refrescantes varía de 1,26 a 1,50 ctv.

PREGUNTA 3: ¿En caso de que en el cantón Piñas, se creara una empresa dedicada a la producción y comercialización de una bebida refrescante natural a base de menta y manzanilla, estaría dispuesto a comercializarlo en su negocio?

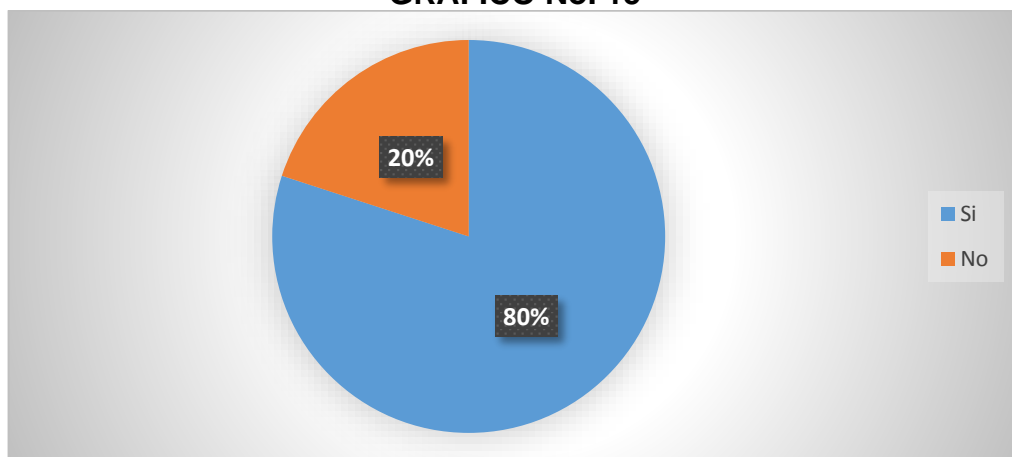
CUADRO No.21

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	80%
No	2	20%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los oferentes.

Elaboración: La Autora.

GRÁFICO No. 15



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Con relación a estas preguntas tenemos que el 80% de los oferentes están dispuestos a adquirir nuestro producto al implementar una empresa dedicada a la producción y comercialización de agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla embotellada.

PREGUNTA 4: ¿Qué medios de comunicación preferiría para promocionar y publicitar la bebida de agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla?

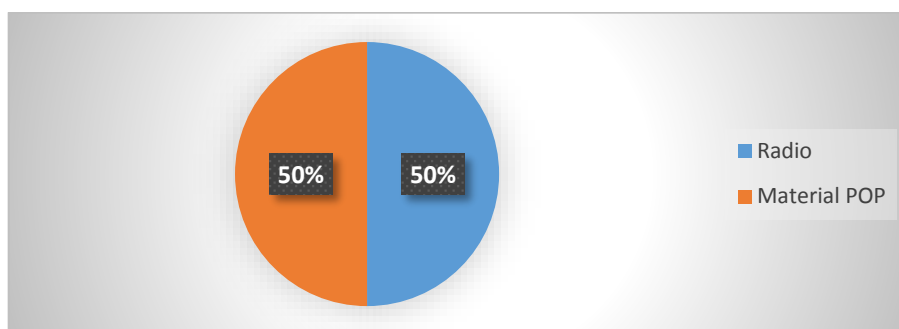
CUADRO No.22

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Prensa Escrita	0	0%
Redes sociales	0	0%
Televisión	0	0%
Radio	4	50%
Material POP	4	50%
Total	8	100%

Fuente: Encuesta dirigida a los oferentes.

Elaboración: La Autora.

GRÁFICO No. 16



ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de ofertantes el 50% manifestó que desearía que la promoción y la publicidad de la bebida de agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla se la realice por el medio radial, mientras que el 50% restantes desearía que se lo realice a través de material POP.

g. DISCUSIÓN.

Estudio de Mercado.

El presente estudio de mercado tiene la finalidad de realizar un análisis de los consumidores y del producto que se fabricara, como también de las condiciones de mercado, además va a mostrar si las características y especificaciones del producto corresponden a las que desea comprar el cliente. Cuáles son los clientes con el perfil más completo, cual ha sido históricamente el comportamiento de la demanda y que proyección se espera.

Producto principal. Agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla, en el Cantón Piñas, provincia de El Oro.

Es un producto de consumo masivo que va dirigido a las familias del cantón Piñas, se pretende ofrecer una bebida refrescante a base de menta y manzanilla su fusión aporta un sinnúmero de beneficios refrescantes y medicinales. El diseño va encaminado a lo visual, es decir, a llamar la atención del cliente, su presentación se la hará en una botella plástica PET de color verde con un contenido 1000 ml, en el envase constara la etiqueta con información correspondiente al producto.

Producto complementario: No posee.

Producto secundario: El proceso no permite la elaboración de otros productos.

Producto sustituto: Agua de Jamaica, Horchata de tipo casera, otras aguas aromáticas.

Demandantes: La producción y comercialización de agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla, tiene sus demandantes en el Cantón Piñas, provincia de El Oro, y son las familias de dicha localidad.

Análisis de la demanda: La demanda tiene como propósito determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los exigencias del mercado respecto al agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla, así como implantar la posibilidad de contribución del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda, la cual está en función de una serie de factores.

Para establecer la demanda, se acudió a información estadística que de acuerdo a la muestra seleccionada se aplicó las encuestas respectivas para luego ordenar la información y realizar el respectivo análisis e interpretación de los resultados.

Demanda Potencial: Para el análisis de la demanda potencial dentro del estudio de mercado, se tomó como muestra la población de familias del cantón Piñas.

CUADRO No.23

Población 2010	Población 2016 (1,88%)	# Familias
25.988	26.477	7.265

Fuente: INEC 2010

Elaboración: La Autora.

Posteriormente se procedió a proyectar la demanda potencial para los años de vida del proyecto que es de 5 años.

**CUADRO No.24
DEMANDA POTENCIAL**

Años	Población de Familias
2016	7.265
2017	7.402
2018	7.541
2019	7.682
2020	7.827
2021	7.974

Fuente: INEC 2010.

Elaboración: La Autora.

- **Demanda Real.**

Está constituida por la cantidad de bienes que se consumen de un producto específico en el mercado. Se determina en base a la encuesta aplicada a los demandantes, según los datos de la pregunta N° 1 ¿En la dieta diaria de su familia consume aguas aromáticas? 5.832 familias indican que si consumen aguas aromáticas, representando el 80% de la población. Para obtener la demanda real se toma la demanda potencial y se multiplica por el porcentaje de personas que consumen aguas aromáticas.

**CUADRO No.25
DEMANDA REAL**

Años	Demanda Potencial	Demanda Real 80%
2016	7.265	5.832
2017	7.402	5.942
2018	7.541	6.053
2019	7.682	6.167
2020	7.827	6.283
2021	7.974	6.401

Fuente: Cuadro No.3

Elaboración: La Autora.

- **Demanda Efectiva**

Es importante conocer la demanda efectiva del cantón Piñas, para lo cual se analizó la información procedente de la Pregunta 10 ¿Si se creara una empresa productora y comercializadora de agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla embotellada, higiénica, a buen precio y buena calidad, estaría usted dispuesto a adquirir el producto? tenemos que el 83% del total de familias adquirirán el producto si se llegara a instalar la empresa.

**CUADRO No.26
DEMANDA EFECTIVA**

Años	Demanda Real	Demanda Efectiva 83%
2016	5.832	4.857
2017	5.942	4.948
2018	6.053	5.041
2019	6.167	5.136
2020	6.283	5.232
2021	6.401	5.331

Fuente: Cuadro No.3, No.14

Elaboración: La Autora.

Demanda Proyectada en Litros.

Se la obtiene multiplicando la demanda efectiva, por el consumo promedio anual por familia 96 litros (Cuadro N° 10).

CUADRO No.27

Años	Demanda Efectiva	Consumo X (Año) Por Familia	Demanda Futura en litros
2016	4.857	96	466.300
2017	4.948	96	475.067
2018	5.041	96	483.998
2019	5.136	96	493.097
2020	5.232	96	502.367
2021	5.331	96	511.812

Fuente: Cuadros No.10, No.26.

Elaboración: La Autora.

Análisis de la oferta: La oferta es considerada como la cantidad de bienes que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado.

Oferta: Se tomó en cuenta a 10 oferentes mayoristas y distribuidores de productos de consumo masiva los cuales comercializan bebidas refrescantes en el mercado piñasiense los cuales son: Comisariato Jor-Mar, Comisariato María Lisbeth, Comisariato La Economía, Mini comisariato Anita, Mini comisariato María Fernanda, Comercial Espinoza, Comercial Robles, Distribuciones Su Ahorro, Comercial Ramírez, Comisariato María del Cisne.

**OFERTA PROYECTADA DE BEBIDAS REFRESCANTES
CUADRO No.28**

Año	Demanda Efectiva en litros	Oferta Proyectada
		4,26%
2016	466.300	19.860
2017	475.067	20.706
2018	483.998	21.588
2019	493.097	22.507
2020	502.367	23.466
2021	511.812	24.465

Fuente: Cuadro No.27.

Elaboración: La Autora.

$$X = (19.860 * 100) / 249.991 = 4,26\%$$

- Balance de la demanda.

**CUADRO No.29
DEMANDA INSATISFECHA**

Año	Demanda Proyectada	Oferta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2016	466.300	19.860	446.440
2017	475.067	20.706	454.361
2018	483.998	21.588	462.410
2019	493.097	22.507	470.590
2020	502.367	23.466	478.901
2021	511.812	24.465	487.347

Fuente: Cuadro No.28.

Elaboración: La Autora.

PLAN DE COMERCIALIZACION.

Por la versatilidad del mercado en la actualidad solo tendrán éxito las empresas y los directivos que sean capaces de generar experiencias en sus clientes, fortaleciendo su vinculación con la estrategia, los procesos y el equipo de la organización actuar bajo una cultura capaz de adaptar la actividad de la empresa con lo que demanda realmente el cliente.

Para que el proyecto tenga éxito es necesario establecer un Plan de comercialización el cual será la herramienta básica de gestión para generar competitividad. En su puesta en marcha quedarán fijadas las diferentes actuaciones que deben realizarse en el área del marketing, para alcanzar los objetivos marcados.

Producto

En el presente proyecto comercializaremos un producto de consumo masivo que va dirigido a las familias del cantón Piñas. Este producto estará en constante innovación ajustándose a los gustos y necesidades del

consumidor, además de un estricto control de calidad en el proceso de producción.

GRÁFICO No. 17 EL PRODUCTO



Características del Producto.

El producto que se pretende ofrecer con la puesta en marcha del presente proyecto, es una bebida refrescante a base de menta y manzanilla.

Al fusionar estas hierbas aromáticas se obtienen una gran variedad de beneficios como calcio, potasio y vitaminas del grupo B, posee propiedades que actúan como calmante natural, anti-estrés, antiinflamatoria y además ayuda a prescindir de afecciones digestivas.

Su presentación se la hará en una botella plástica de 1000 ml, en el cual constara el logotipo de la empresa, nombre del producto, ingredientes, registro sanitario, fecha de elaboración, fecha de caducidad, slogan, precio, finalmente el sellado se lo hará herméticamente con tecnología apropiada.

Logotipo: Poseerá el nombre de la empresa “**NATURAL FUSION**”, en el también el slogan de la empresa en color negro, representadas por la imagen la menta y manzanilla, y el nombre de las hierbas aromáticas en color verde agua.

**GRÁFICO No. 18
LA ETIQUETA**



Precio.

El análisis del precio es el componente más significativo de la estrategia comercial, ya que de él depende la rentabilidad del proyecto y el nivel de los ingresos.

El precio del producto se determina en base al costo unitario de producción que más el margen de utilidad nos dará el precio de venta al público, pero también se toma en cuenta los precios de los productos de la competencia existente en el mercado. El precio de venta al público será de 0,90 centavos de dólar.

Plaza

Es el lugar donde los ofertantes y demandantes desarrollan actividades de compra-venta de bienes y servicios, esta es una estrategia para ingresar al mercado objetivo para lo cual es necesario trabajar de manera constante y lograr ubicar el producto en las manos del cliente en el tiempo y lugar adecuado. No existe una sola forma de distribución de los productos, sino que depende de las características del mercado, del mismo producto, de los consumidores, y de los recursos disponibles, por lo que la empresa utilizara canales de distribución como: Distribuidores, mayoristas, comisariatos, supermercados, bodegas y tiendas del cantón Piñas.

**GRÁFICO No. 19
CANALES DE COMERCIALIZACION**



Publicidad.

La publicidad es esencialmente una inversión en la construcción del valor de marca de una empresa para mejorar la rentabilidad a largo plazo, es una forma de comunicación para la mayoría de las empresas es una herramienta clave para el éxito con el que se trata de transmitir las cualidades del producto a los clientes, para que éstos se vean impulsados a adquirirlo.

Plan publicitario

De acuerdo a los resultados obtenidos de la encuesta aplicada, las familias prefieren informarse por medios radiales por tal motivo para dar a conocer el producto y propagar los beneficios que este ofrece se ha seleccionado a Radio Elite 102.7 FM la cual emitirá las cuñas publicitarias, en la programación de la mañana de 08h00 – 12h00 .

Se solicitará de la forma más apropiada asesoramiento antes y después de la comercialización del nuevo producto pidiendo a los clientes sugerencias y recomendaciones y así aplicar la retroalimentación para mejorar la presentación.

TAMAÑO DE LA PLANTA.

Se entiende por tamaño de la planta a la capacidad máxima que es posible producir, sin forzar la planta. La determinación del tamaño de la planta es de vital importancia para conformar el estudio económico de todo proyecto de factibilidad. El tamaño de la planta incide sobre el nivel de inversiones y costos que se calcularán, así como sobre la rentabilidad que podría generar la implementación del proyecto.

- **Capacidad Instalada.**

Es la cantidad máxima de producción que una empresa consigue alcanzar durante un período de tiempo determinado, tomando en cuenta todos los recursos que tiene disponibles.

La capacidad instalada de la maquinaria a emplear es de 120 litros cada 2 horas de trabajo, esto multiplicado por los 12 procesos al día por 365 días da un total de 525.600 litros de producción al año.

**Cuadro N° 30
Capacidad Instalada.**

Capacidad Litros / 2Horas por proceso	Capacidad por Día (12 procesos)	Capacidad Anual (365 días)	Capacidad Instalada
120 litros	1.440 litros	525.600 litros	100%

Fuente: Estudio Técnico

Elaboración: La Autora.

- **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.

Para determinar la capacidad utilizada se determinó el número de horas que va trabajar la maquinaria que es de 8 horas diarias. La maquinaria por cada dos horas produce 120 litros esto multiplicado por los 4 procesos al día por 260 días da un total de 124.800 litros de producción de agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla al año.

**Cuadro N° 31
Capacidad Utilizada**

Capacidad Litros / 2Horas x proceso	Capacidad por Día (4 procesos)	Capacidad Anual (260 días)	Capacidad Instalada
120	480	124.800	24%

Fuente: Cuadro N° 29

Elaboración: La Autora.

- **Capacidad de Reserva.**

Es la capacidad de producción que no se utiliza normalmente y que espera a que las circunstancias del mercado fueren un incremento de producción.

La capacidad de reserva del proyecto será del 76%.

**Cuadro N° 32
Capacidad de Reserva**

Capacidad Instalada (Litros)	Capacidad Utilizada (Litros)	Capacidad de Reserva	% de Capacidad de Reserva
525.600	124.800	400.800	76%

Fuente: Cuadro N° 29, 30

Elaboración: La Autora.

- **Participación en el mercado.**

La participación de mercado es el porcentaje que tenemos del mercado expresado en unidades del producto. Con la capacidad utilizada que tendrá la empresa, se cubrirá el 55% de la demanda insatisfecha.

**Cuadro N° 33
Participación en el mercado.**

Años	Demanda Insatisfecha	Capacidad Utilizada	Porcentaje Participación en el Mercado
0	446.440	124.800	28%
1	454.361	133.536	29%
2	462.410	142.884	31%
3	470.590	152.885	32%
4	478.901	163.587	34%
5	487.347	175.038	36%

Fuente: Cuadro N° 28, 30.

Elaboración: La Autora.

- **Capacidad Administrativa.**

Para operar en la organización se debe contar con el talento humano que haga posible el funcionamiento eficiente de la misma.

Cuadro N° 34
Capacidad Administrativa

Cantidad	Personal	Título Profesional
1	Gerente	Título en Ing. Comercial
1	Secretaria contadora	Secretaria ejecutiva
1	Chofer vendedor	Chofer con licencia profesional. Curso de Atención al Cliente/Ventas.

Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: La Autora.

ESTUDIO TÉCNICO.

El estudio técnico atiende la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se observan los aspectos técnicos operativos precisos en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción del bien.

La importancia de este estudio se basa en una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una valoración exacta o cercana de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio financiero.

Localización.

En este estudio se analiza y elige el espacio físico apropiado para ubicar la planta, el cual permita maximizar la ganancia, reducir costos de transporte

y garantizar la eficiencia de la comercialización del producto.

El estudio de la localización consiste en un análisis de variables que son consideradas como factores determinantes al momento de elegir el lugar correcto para ubicar la planta.

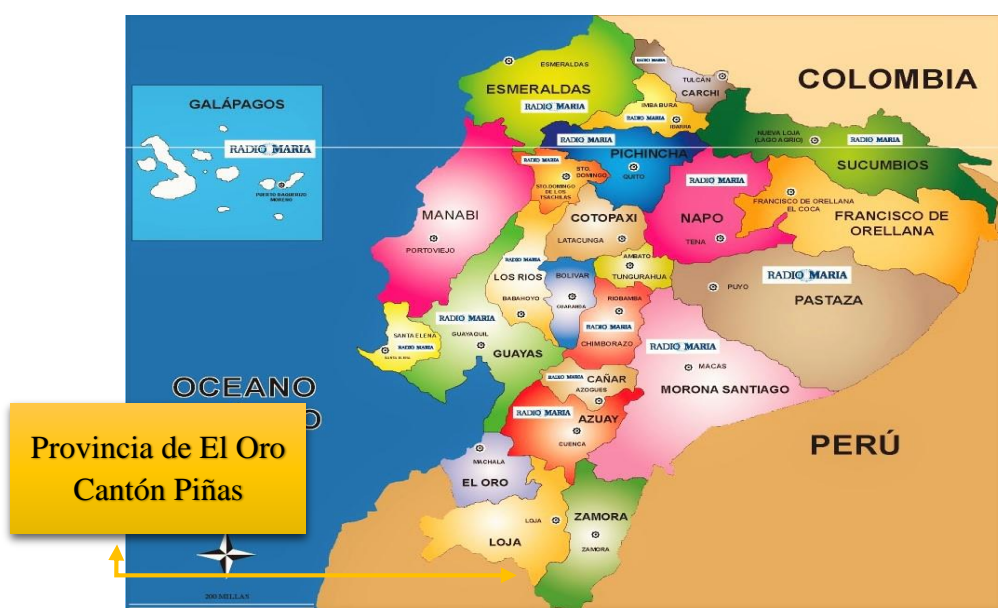
Macrolocalización

Es el estudio que tiene por objeto determinar la Región o Territorio en la que el proyecto tendrá influencia con el medio.

La Provincia de El Oro se encuentra ubicada al sur del Ecuador y limita al norte con las provincias del Guayas y Azuay, al noroeste con el Golfo de Guayaquil, al sur y al este con la provincia de Loja, y al oeste con el Perú.

El cantón Piñas limita al Norte con los cantones Atahualpa y Santa Rosa, al Sur con la provincia de Loja, al Este con los cantones de Portovelo y Zaruma; y, al Oeste con los cantones Balsas, Marcabeli y Arenillas.

GRÁFICO N°20



Microlocalización.

Es el estudio que se realiza con el propósito de seleccionar el lugar exacto para instalar la infraestructura del proyecto. La empresa productora y comercializadora Agua Aromática refrescante a base de menta y manzanilla "NATURAL FUSION", estará ubicada en el cantón Piñas, parroquia Piñas, barrio Güiricuña en la calle 8 de noviembre y escalinata Padre Arias.

GRÁFICO N°21



Ingeniería del proyecto.

Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto y el cumplimiento con el tamaño de producción que se haya establecido como óptimo. Se deben determinar los

procesos, equipos, talento humano, mobiliarios, terrenos, construcciones, distribución de equipo, obras civiles, organización y eliminación o aprovechamiento del desperdicio, etc.

Maquinaria, Equipos.

- **Cocina industrial:** Es aquella que está enfocada principalmente a la cocción de alimentos, tisanas e infusiones en grandes cantidades, su principal característica es la rapidez. Para el presente proyecto se necesita de una cocina industrial de tres quemadores en la misma que se cocerá el agua aromática, hasta que alcance el punto.

GRÁFICO N°22



- **Llenadora de botellas:** Realiza la alimentación del producto desde un tanque con tapa a los envases plásticos, está formada de una estructura fabricada en acero inoxidable, que garantiza una alta calidad.

GRÁFICO N°23



- **Selladora:** Sirve para colocar y sellar las tapas de los envases en los que se comercializara la bebida.

GRÁFICO N°24



- **Etiquetador:** tiene como función adherir la etiqueta a la botella.

GRÁFICO N°25



- **Frigorífico:** Cámara de frio para conservar fresco el producto.

GRÁFICO N°26



Vajilla y menaje.

- **Olla de acero inoxidable.**

GRÁFICO N°27



- **Colador de acero inoxidable.**

GRÁFICO N°28



- Cucharon de acero Inoxidable.

GRÁFICO N°29



- Gavetas.

GRÁFICO N°30



- Cilindros industriales.

GRÁFICO N°31



Muebles y enseres de producción.

- Mesa de acero inoxidable.

GRÁFICO N°32



- Perchas metálicas.

GRÁFICO N°33



Equipo de administración y ventas.

- Escritorio ejecutivo.

GRÁFICO N°34



- **Sillas ejecutivas.**

GRÁFICO N°35



- **Sillas estándar para oficina.**

GRÁFICO N°36



- **Archivadores.**

GRÁFICO N°37



- **Equipo de cómputo.**

GRÁFICO N°38



- **Teléfono**

GRÁFICO N°39



- **Sumadora Eléctrica.**

GRÁFICO N°40



- Vehículo

GRÁFICO N°41












Flujograma del proceso de producción.

Consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos con significados bien definidos y representan el flujo de ejecución mediante flechas que conectan los puntos de inicio y fin de proceso.

Cuadro N°35

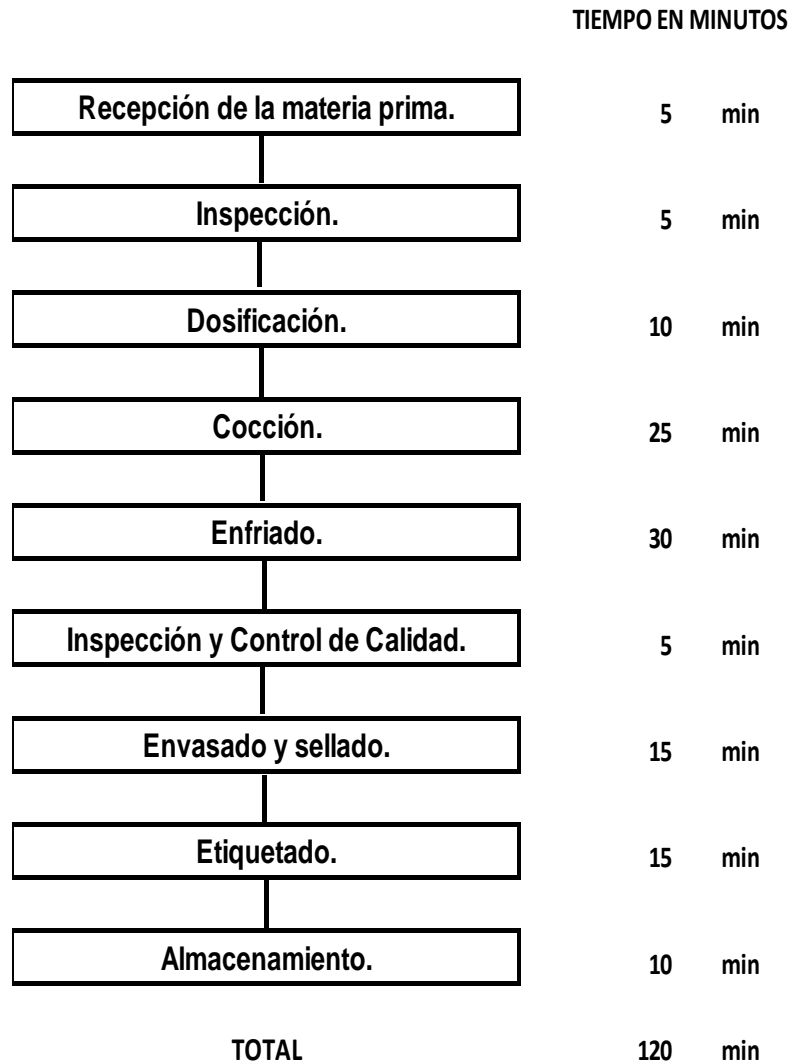
FLUJOGRAMA DE PROCESOS PARA 120 LITROS (120 UNIDADES)

Nº	ACTIVIDADES	OPERACIÓN	TRANSPORTE	INSPECCIÓN	DEMORA	OPERACIÓN Y CONTROL	ALMACENAMIENTO	TIEMPO EN MINUTOS
1	Recepción de la materia prima.							5 min
2	Inspección.							5 min
3	Dosificación.							10 min
4	Cocción.							25 min
5	Enfriado.							30 min
6	Inspección y Control de Calidad.							5 min
7	Envasado y sellado.							15 min
8	Etiquetado.							15 min
9	Almacenamiento.							10 min
TOTAL								120 min

Elaboración: La Autora.

GRÁFICO N°42

FLUJOGRAMA DE PROCESO PARA 120 LITROS



Elaboración: La Autora.

Descripción del proceso productivo.

El proceso productivo es un conjunto de acciones encaminadas a la transformación de recursos en bienes mediante el uso de una tecnología

teniendo como objetivo la satisfacción de la demanda. En nuestro caso estará dado por las siguientes etapas:

- 1. Recepción de la materia prima.-** Consiste en recibir del proveedor la materia prima requerida, que se conseguirá de la empresa cuencana de plantas deshidratadas “La Abuelita”, y de la Industria Lojana de Especerías ILE C.A.
- 2. Inspección.-** Consiste en revisar la materia prima para garantizar el estado y la calidad del producto terminado.
- 3. Dosificación.-** Consiste en preparar la cantidad adecuada de hierbas para la cocción.
- 4. Cocción:** Se coloca la materia prima en la olla de acero inoxidable donde se cocina por espacio de 25 minutos, tiempo en el cual alcanza, el punto en el cual se una vez hierba dejamos que se enfríe.
- 5. Enfriado:** Una vez que se obtiene el punto, el producto es colocado para ser enfriado al ambiente.
- 6. Inspección y Control de Calidad:** Se realiza un control minucioso del producto. Aquí se procede a determinar el nivel de azúcar y la fórmula adecuada para aplicar el conservante.
- 7. Envasado y sellado.-** Una vez efectuada la inspección y control de calidad se procede al envasado con una unidad de medida de 1000ml posteriormente se realiza el sellado del envase.

8. Etiquetado.- Es el sello con el que se da a conocer el producto, indicando las características del mismo, deben estar adheridas al envase, utilizando para ello la etiquetadora.

9. Almacenamiento.- Una vez que las botellas estén completamente selladas y etiquetadas serán almacenadas en empaques de 12 unidades para su posterior comercialización.

Distribución de la Planta.

La decisión de distribución de la planta pone a trabajar la creatividad y la inventiva de los ingenieros para plasmar en una maqueta o dibujo, lo que se considera que es la solución óptima de diseño de la planta, con los espacios necesarios para el movimiento del material, almacenamiento, trabajadores indirectos y todas las otras actividades o servicios como la maquinaria y equipo de trabajo, para lograr de esta manera que los procesos se ejecuten de manera más racional. Para la distribución de la planta se debe considerar que la misma deberá cumplir con los siguientes objetivos:

- Dar seguridad al personal y equipos.
- Tener un flujo eficiente de materiales.

Distribución física.

La planta contará con un área de 197m² dicha planta se la destinará para el funcionamiento y contará con un área de circulación libre; cada sección

contará con una dimensión apropiada para la ejecución de las distintas actividades. Dichas secciones son las siguientes áreas: ·

1. **Área administrativa:** en esta parte se desarrollan las actividades contables-administrativas.
2. **Recepción de Materia Prima:** Designada específicamente para el momento de recibir la materia prima, para descargarla sin problema alguno y realizar las revisiones pertinentes.
3. **Bodega de materia prima:** Poseerá un espacio apto para almacenar la materia prima e insumos necesarios para la elaboración del producto de una manera adecuada y organizada.
4. **Área de Parqueadero:** Espacio reservado para los vehículos y para la descarga de materias primas y productos terminados.
5. **Área de producción:** en esta parte es ubicada la maquinaria.
6. **Baños y Vestidores:** Espacio asignado para que el personal de trabajo, se equipe y desinfecte correctamente ya que para el proceso de producción debe existir asepsia y por ende en todas las áreas de trabajo.
7. **Bodega de productos terminados:** es el lugar en donde se acondiciona los productos terminados para su posterior distribución en el mercado.

Cuadro N° 36
Distribución de la Planta

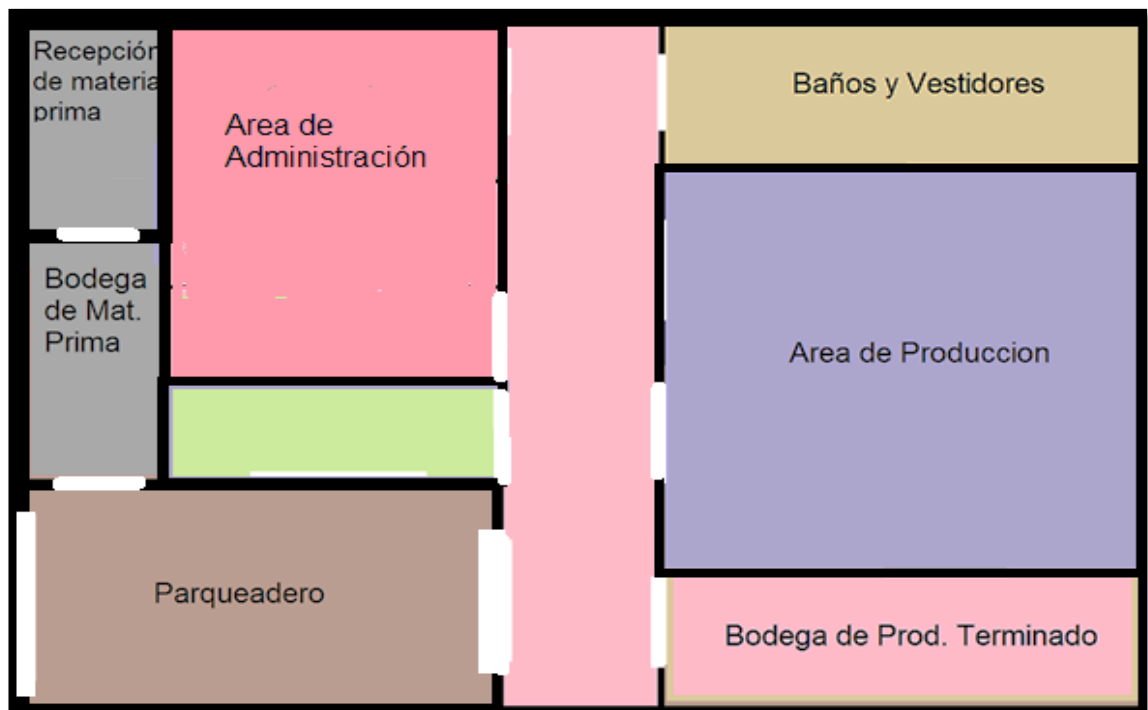
#	Distribución	Medidas de las áreas	
1	Área de Administración	50	m ²
2	Área de recepción de materia prima	5	m ²
3	Bodega de materia prima	10	m ²
4	Área de Producción	80	m ²
5	Área de Vestidores y baños para el personal	12	m ²
6	Bodega de producto terminado	10	m ²
7	Área de Parqueadero	30	m ²
	TOTAL	197	m²

Fuente: Infraestructura física

Elaboración: La Autora.

GRÁFICO N°43

Diseño de la Distribución de la Planta



Fuente: Investigación de Campo.

Elaboración: La Autora.

Diseño del producto.

La bebida refrescante del proyecto debe ser diseñada de manera que reúna las características que el consumidor requiera. ·

- **Presentación del producto:** 1000ml.
- **Sello de seguridad:** Herméticamente sellado.
- **Etiqueta:** con logotipo de la empresa, eslogan, registro sanitario, fecha de elaboración y de caducidad.

**Gráfico N°44
PRODUCTO Y ETIQUETA**



Estructura organizativa empresarial.

- a) **Base legal.**
- **Tipo de empresa.**

El grupo empresarial ha considerado establecer la organización como compañía de responsabilidad limitada se fundó en La Ley de

Compañías vigente en el país, tomando en cuenta desde el Art. 92 hasta el art. 141, exaltando el Art. 92 el cual estipula lo siguiente:

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 se añadirán, 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. Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada. Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Finanzas para la recaudación correspondiente. En esta

compañía el capital estará representado por participaciones que podrán transferirse de acuerdo con lo que dispone el Art. No. 113.

- **Acta de constitución.**

Es el documento certificado de la conformación legal de la organización o constancia notarial en la cual se registrarán todos aquellos datos referentes y correspondientes a la formación de una sociedad o agrupación.

ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA “BOLSOS VARK” Cia. Ltda.

Sr. Dr.

Superintendente de Compañías Regional

En el registro de compañías a su cargo, sírvase a iniciar el trámite respectivo en la que conste la constitución de una compañía de Responsabilidad Limitada, al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA

Compareciente:

Comparecen a suscribir esta escritura las siguientes personas, Fanny Cueva y Karen Valle, ambas de nacionalidad ecuatoriana, quienes por sus propios derechos, acuerdan constituir una compañía de responsabilidad limitada, que se regirá por las disposiciones de la ley de compañías y de los presentes estatutos;

SEGUNDA

Estatutos De La Compañía.

Art 1. DENOMINACIÓN: La compañía que se constituye mediante este contrato se denominara **“NATURAL FUSIÓN CIA LTDA.”**

Art 2. OBJETO: **“NATURAL FUSIÓN CIA LTDA.”**, se dedicara a la producción y comercialización de agua aromática embotellada a base de menta y manzanilla.

Art 3. DOMICILIO: El domicilio principal de la compañía es en el cantón Piñas de la provincia de El Oro, Republica del Ecuador. Además, podrá establecer sucursales en cualquier lugar del país, con previa autorización de la Junta General de Socios.

Art. 4 PLAZO: El plazo por el cual se constituye la compañía es de cinco (5) años que se contarán a partir de la fecha de inscripción del contrato en el registro mercantil y autorizados por la Superintendencia de Compañías, plazo que podría ser ampliado o restringido procediendo en la forma que determina la Ley de Compañías y estos estatutos;

Art. 5 CAPITAL: El capital de la Compañía es de 24.454,50 dólares que estarán representados por dos participaciones, iguales e indivisibles, las que tienen el carácter de no negociables, las que se encuentran íntegramente suscritas y pagadas en el 50% de su valor, conforme a la cuenta de integración de capital que se ha creado en

la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Ecuatoriana Progresista Ltda, cuyo certificado, conferido por esa institución se protocolizará conforme a lo dispuesto en la Ley de Compañías;

Art. 6 PASO PARA LA INTEGRACIÓN DEL CAPITAL: Los socios pagaran en efectivo el 50% no pagado de las aportaciones que cada uno de ellos han hecho, en el plazo máximo de un año;

Art. 7 DE LA JUNTA GENERAL: Siendo el organismo supremo de la compañía y se integrara por los socios de la misma en número suficiente para formar quórum, por lo que las decisiones que ella tome conforme a la ley y estos estatutos obligan a todos los socios hayan o no contribuido con sus votos o hayan o no asistido a la sesión;

Art. 8 SESIONES: Son ordinarias o extraordinarias, y en uno u otro caso se reunirán en el domicilio principal de la compañía previa convocatoria hecha en forma legal.

Las juntas ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico; las extraordinarias cuantas veces fueran convocadas.

Art. 9 CONVOCATORIA: Las Juntas Generales serán convocadas por el Presidente o el gerente de la compañía, por medio de la prensa, en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación de por lo menos cuarenta y ocho horas al día fijado para

la sesión. En todo lo relacionado al quórum y a las decisiones estará a lo dispuesto en la Ley de Compañías;

Art. 10 CONCURRENCIAS: A las sesiones de Junta General los socios podrán concurrir personalmente o por apoderado, que en caso de no serlo por escritura pública, requerirá el poder por escrito que tendrá carácter especial para cada sesión. Las sesiones serán presididas por el Presidente y a falta de este por el socio designado en cada caso y actuara como secretario el Gerente y en su falta el socio que la junta elija. Todos los acuerdos de la Junta General serán asentados en el correspondiente libro de actas y serán firmados por el Presidente y el Secretario de la Junta.

Art. 11 ATRIBUCIONES DE LA JUNTA GENERAL: Son atribuciones de la junta general las siguientes:

- a) Designar y remover Presidente, gerente y Administradores de la compañía;
- b) Señalar sus remuneraciones;
- c) Nombrar Fiscalizador;
- d) Aprobar las cuentas y los balances que presenten los administradores y gerentes;
- e) Resolver el reparto de utilidades, la formación de los fondos de reserva generales y especiales, el aumento y reducción del capital y la forma de los estatutos;

- f) Acordar la prórroga o reducción del plazo de la compañías o su liquidación anticipada;
- g) Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios;
- h) Acordar la exclusión del socio o de los socios de acuerdo a las causales establecidas por la ley;

Art. 12 ADMINISTRACIÓN: La administración de la compañía corresponde conjuntamente al presidente y al gerente, no siendo necesario ser socio de la compañía para o poder ser elegido para estos cargos, duraran dos años en el ejercicio de los mismos.

Art. 13 DEL GERENTE: El gerente es la máxima autoridad ejecutiva de la compañía y tendrá la representación legal, judicial y extrajudicial de la misma. Sus atribuciones son:

- a) Convocar e intervenir como secretario en las sesiones de la junta general y suscribir con el presidente las actas correspondientes;
- b) Suscribir los certificados de aportaciones a cada ejercicio económico;
- c) Administrar y representar legalmente a la compañía y obligarla en toda clase de actos y contratos de giro ordinario de la compañía, necesitando autorización de la junta general para vender o grabar los inmuebles de ella;

d) Las demás establecidas en la ley de compañías. A falta de gerente este será subrogado por el presidente con todas sus atribuciones hasta que la Junta General resuelva lo conveniente;

Art. 14 DEL PRESIDENTE: le corresponde conjuntamente con el gerente la administración de la compañía y deberán suscribir las actas de la Junta General y los certificados de las aportaciones;

Art.15 REEMPLAZO DE FUNCIONARIOS: los funcionarios elegidos por los periodos señalados en estos estatutos continuaran en el desempeño de sus cargos hasta ser legalmente reemplazados aun cuando haya vencido el plazo para el cual fueron elegidos, salvo el caso de destitución;

Art.16 DISOLUCIÓN DE LA COMPAÑÍA: Las causas de disolución de la compañía serán determinadas por la Ley, y para su liquidación actuara como liquidador el Gerente con las atribuciones determinadas por la ley;

Art.17 FONDO DE RESERVA: La compañía formara un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, para lo cual se destinara de las utilidades liquidas de cada año menos el cinco por ciento;

Art.18 AUMENTO DE CAPITAL: De acuerdo al aumento de capital social los socios constituyentes tendrán preferencia para suscribirlo

en proporción a su participación, igual preferencia tendrá la adquisición de las aportaciones del socio o socios que desee transferirlas.

Art. 19 FISCALIZACIÓN: anualmente la Junta General designara un fiscalizador, que podrá ser socio o no, con derecho ilimitado de inspección, vigilancia sobre todas las operaciones sociales.

Art. 20 REPRESENTACIÓN LEGAL DE LA COMPAÑÍA: De conformidad con lo establecido en el Art. Décimo cuarto de estos estatutos, la representación legal de la compañía corresponde al Gerente y los socios han convenido en designar para el cargo de tal al accionista Karen Juliana Valle Cueva.

La empresa NATURAL FUSION CIA. Ltda. Para su actividad contara con cinco niveles como son:

- Nivel Legislativo
- Nivel Ejecutivo
- Nivel Asesor
- Nivel de Apoyo
- Nivel Operativo

b) Organización administrativa.

Niveles Jerárquicos.

Son la dependencia y relación que tienen las personas dentro de la empresa. Adoptan ciertas modalidades según el tipo de institución o empresa.

A continuación se explica la definición de cada nivel administrativo:

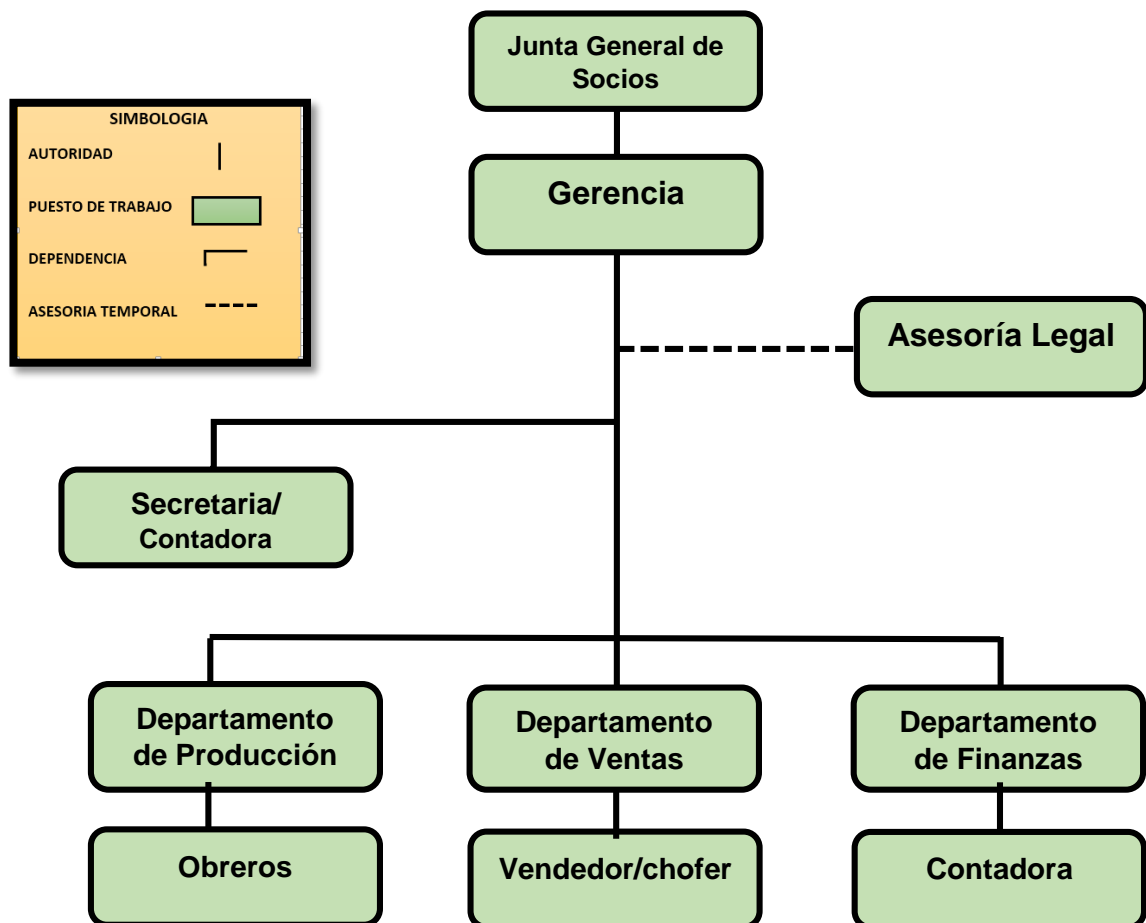
- **Nivel Legislativo:** Su función básica es la de legislar las políticas de la organización, normar procedimientos, decretar reglamentos, ordenanzas, resoluciones, etc., decidir sobre los aspectos de mayor relevancia de la organización. El nivel legislativo en el caso de una empresa, lo constituye la Junta de Accionistas.
- **Nivel Directivo** Este nivel toma decisiones sobre políticas generales y sobre las actividades básicas, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel cumplimiento. Este nivel es unipersonal y se representa por el Gerente General.
- **Nivel Asesor:** aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más áreas que tengan que ver con la entidad o empresa a la cual están asesorando.
- **Nivel Auxiliar:** ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia.
- **Nivel Operativo:** El nivel operativo es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa, está

integrado por las unidades que tienen a su cargo la producción y explotación de bienes.

Organigramas

Son representaciones gráficas de la estructura de la organización, en la cual se exponen las relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas, así como de las personas que trabajan en las mismas.

GRÁFICO N° 45
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA
“NATURAL FUSION CIA.LTDA.”

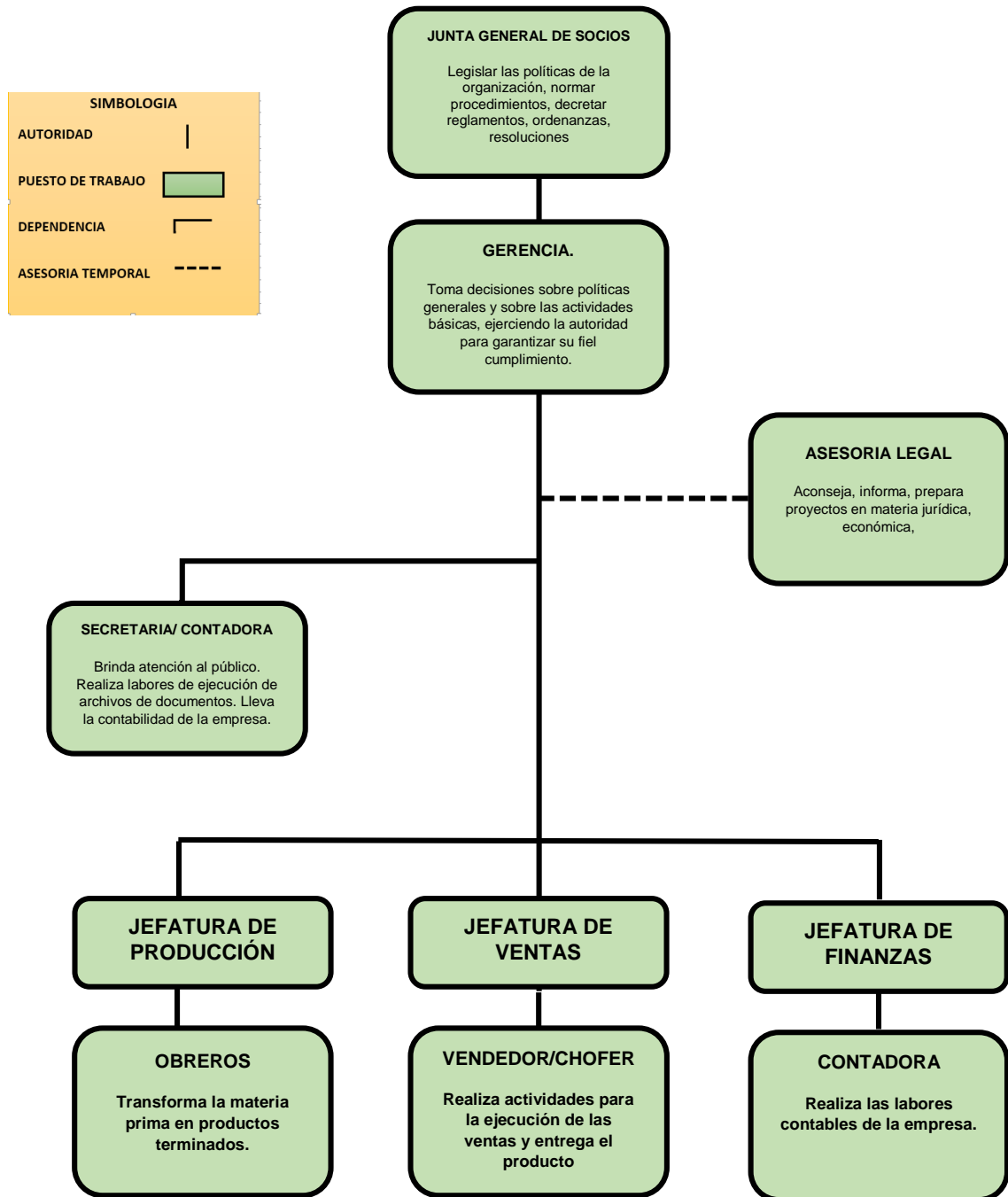


Elaboración: La Autora.

GRÁFICO N°46

ORGANIGRAMA FUNCIONAL DE LA EMPRESA

“NATURAL FUSIONCIA.LTDA.”

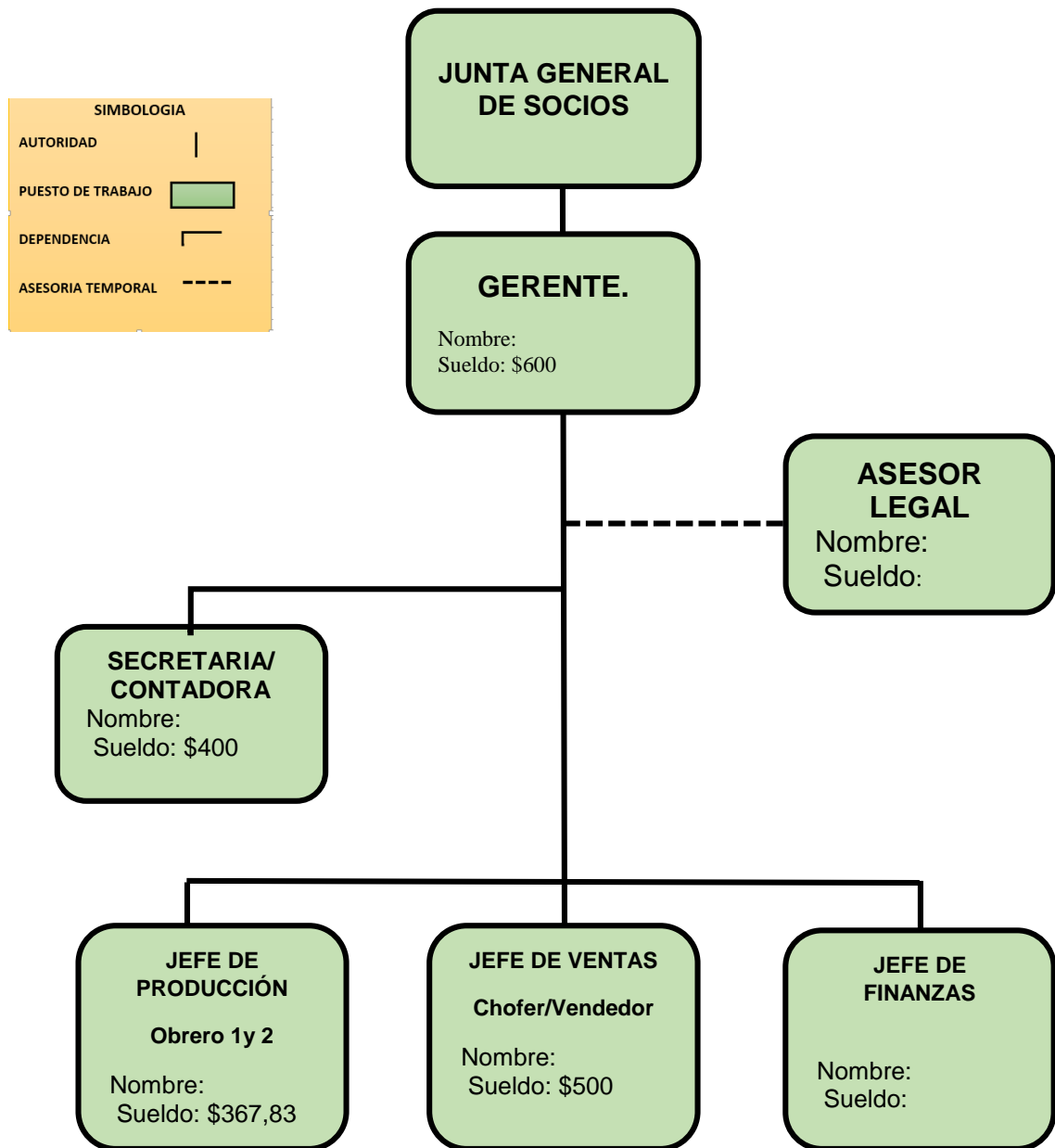


Elaboración: La Autora.

GRÁFICO N°47

ORGANIGRAMA POSICIONAL DE LA EMPRESA

“NATURAL FUSION CIA.LTDA.”



Elaboración: La Autora.

Manual de Funciones.

Establece los cargos y obligaciones que les corresponde efectuar a cada uno de los ejecutivos y trabajadores de la organización. Concreta también la dirección de mando que ejecuta cada división.

“NATURAL FUSION CIA. LTDA”	
CÓDIGO	001
TITULO DEL PUESTO	GERENCIA
DEPENDE	NINGUNO
NATURALEZA DEL TRABAJO	Proyecta, organiza, enfoca e inspecciona las tareas que se realiza en la entidad.
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">• Planifica administra y organiza, dirige, contrala actividades de la compañía para el desarrollo de la misma.• Practicar y hacer cumplir los decretos, estatutos y ordenanzas de la empresa.• Hacer gestiones para que la empresa tenga solvencia y dinamismo.• Citar a juntas para realizar conversaciones y coordinar actividades de la empresa.• Representar judicial y extra judicial a la empresa.	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none">• Proceder profesionalismo usando su criterio sólido, para la solución de problemas inherentes a su cargo• Inspeccionar, controlar y coordinar las trabajos del personal de la empresa	
REQUISITOS <ul style="list-style-type: none">• Título de Ing. Comercial	

“NATURAL FUSION CIA. LTDA”	
CÓDIGO	002
TITULO DEL PUESTO	SECRETARIA
DEPENDE	GERENCIA
NATURALEZA DEL TRABAJO	Encargada de la atención a los público y los trabajadores de la compañía.
<p>FUNCIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ejercer labores de manuscrito de las informaciones y datos de la empresa. • Registra las transacciones contables de la empresa. • Citar a reuniones a petición del gerente y conceder diálogos con el mismo. • Llevar al día la agenda del gerente. • Concurrir a sesiones de la junta general de socios. • Concurrir a sesiones con la contadora. • Mantener los archivos de comunicaciones enviadas o recibidas correctamente ordenados. 	
<p>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad técnica en el manejo de los trámites administrativos. 	
<p>REQUISITOS MÍNIMOS:</p> <p>EDUCACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Título de Secretariado Ejecutivo. • Cursos en Relaciones Humanas. • Cursos en Atención al Cliente. • Título de auxiliar de contabilidad. <p>EXPERIENCIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dos años mínimos en sus funciones. 	

“NATURAL FUSION CIA. LTDA”	
CÓDIGO	003
TITULO DEL PUESTO	CONTADORA
DEPENDE	GERENCIA
NATURALEZA DEL TRABAJO	Responsabilidad, eficiencia, discreción en las labores, e implementar sistemas de contabilidad en la empresa.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar a guiar a la secretaria para que lleve los registros contables de la empresa. • Aportar y controlar la contabilidad de la organización. • Examinar y firmar los egresos de la compañía. • Elaborar y presentar en fechas determinadas los balances financieros correspondientes. • Obtener los roles de pago convenientes a los sueldos y salarios de los empleados de la organización. 	
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:	
<ul style="list-style-type: none"> • Obligación técnica y financiera en el manejo de las gestiones administrativas y operaciones contables. 	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
EDUCACIÓN:	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de Contabilidad de nivel superior 	
EXPERIENCIA	
<ul style="list-style-type: none"> • Tres años de experiencia en actividades de contadora. 	

Nota: por apertura del proyecto se contará solamente con una secretaria la cual realizara las funciones de la contadora.

“NATURAL FUSION CIA LTDA”	
CÓDIGO	004
TITULO DEL PUESTO	OBRERO
DEPENDEN	GERENCIA
NATURALEZA DEL TRABAJO	Efectuar labores correspondientes al proceso de producción.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Efectuar el desarrollo de producción de agua aromática embotellada de acuerdo a las condiciones procedidas por los superiores. • Estimar la cantidad correcta de materia prima a producir. • Impedir el malgasto y desperdicio de materia prima. 	
CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:	
<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad financiera y técnica de sus labores. • Habilidad y destreza en la elaboración del producto. 	
REQUISITOS MÍNIMOS:	
EDUCACIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> • Título de bachiller. 	
EXPERIENCIA	
<ul style="list-style-type: none"> • No se requiere. 	

“NATURAL FUSION CIA. LTDA ”	
CÓDIGO	005
TITULO DEL PUESTO	VENDEDOR- CHOFER
DEPENDE	GERENCIA
NATURALEZA DEL TRABAJO	Efectuar la distribución y comercialización del producto.
<p>FUNCIONES DE VENDEDOR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Encargado de las ventas en el mercado. • Dar conocer la demanda de pedidos al gerente. • Colabora con los programas, normas y estrategias de comercialización. <p>FUNCIONES DE CHOFER</p> <ul style="list-style-type: none"> • Distribución de productos en forma oportuna. • Responder por la mercadería que se le conceda. 	
<p>CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se solicita conocimientos en ventas y comercialización del producto. 	
<p>REQUISITOS MÍNIMOS:</p> <p>EDUCACIÓN</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tener trayectorias en el área de ventas. • Tener formación de relaciones humanas. • Licencia de conducir. <p>EXPERIENCIA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima de un 1 año como vendedor. 	

ESTUDIO FINANCIERO

Inversiones

Es la cantidad de recursos financieros, su objetivo es definir la cuantía de los requerimientos de activos de la empresa y se clasifican en:

Inversiones en Activos Fijos

Son las inversiones que se realizan en adquirir bienes tangibles, se utilizan para avalar la operación del proyecto, se detallan a continuación:

- **Maquinaria y Equipo:** Para una producción eficiente y eficaz, es necesario contar con la maquinaria y equipo apropiado. A continuación se realiza la descripción de los equipos necesarios para la producción de agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla. Su coste es de \$ 5.130,00.

Cuadro N° 37

Maquinaria y Equipo			
Cant.	Descripción	V. Unitario	V. Total
1	Cocina industrial	280,00	280,00
1	Llenadora de botellas	1.900,00	1.900,00
1	Selladora	800,00	800,00
1	Etiquetadora	350,00	350,00
1	Frigorífico	1.800,00	1.800,00
TOTAL			5.130,00
Fuente: Almacenes de la localidad.			
Elaboración: La Autora.			

- **Vajilla y menaje:** Para que la empresa lleve adecuadamente el proceso productivo necesita de utensilios apropiados, las mismas que se detallan a continuación:

Cuadro N° 38

Vajilla y menaje			
Cant.	Descripción	V. Unitario	V. Total
3	Olla acero inoxidable	40,00	120,00
3	Colador de acero inoxidable	12,00	36,00
3	cucharones de acero inoxidable	12,00	36,00
2	Gavetas 100 litros	17,00	34,00
2	Cilindro industrial de 45 kg	90,00	180,00
TOTAL			406,00
Fuente: Comercial Roger, Pica, Distribuidora de gas Apolo.			
Elaboración: La Autora.			

- **Muebles y enseres:** Comprenden todos los bienes que se necesitan para la adecuación del área de producción y de las oficinas de acuerdo para la función que fueron diseñadas.

Cuadro N° 39

Muebles y Enseres de Producción			
Cant.	Descripción	V. Unitario	V. Total
2	mesas de acero inoxidable	190,00	380,00
2	perchas metálicas	70,00	140,00
TOTAL			520,00
Fuente: Almacenes de la localidad.			
Elaboración: La Autora.			

Cuadro N° 40

Muebles y Enseres de Administración			
Cant.	Descripción	V. Unitario	V. Total
2	Escritorio ejecutivo	200,00	400,00
2	Sillas ejecutivas	70,00	140,00
4	Sillas estándar para oficina	22,00	88,00
2	Archivadores	500,00	1.000,00
TOTAL			1.628,00
Fuente: Mueblería Hnos. Aguirre			
Elaboración: La Autora.			

- **Equipos de Oficina:** Son los equipos que hacen posible la realización de actividades en el área administrativa.

Cuadro N° 41

Equipo de Oficina			
Cant.	Descripción	V. Unitario	V. Total
1	Equipo telefónico	90,00	90,00
1	Sumadora eléctrica	440,44	440,44
TOTAL			530,44
Fuente: Novicumpu			
Elaboración: La Autora.			

- **Equipo de Computación:** estará constituido por dos computadores Toshiba y una impresora multifunción Epson.

Cuadro N° 42

Equipo de Computación			
Cant.	Descripción	V. Unitario	V. Total
2	Computador Toshiba-corei3-5ta-5020	635,00	1.270,00
1	Impresora Epson l375 tinta continua	410,00	410,00
TOTAL			1.680,00
Fuente: Novicumpu			
Elaboración: La Autora.			

- **Vehículo:** se refiere a las unidades móviles que permiten el traslado de la materia prima o el producto terminado para su comercialización. Se comprará un vehículo de medio uso el cual tiene un costo de \$12.000.

Cuadro N° 43

Vehículo			
Cant.	Descripción	V. Unitario	V. Total
1	Chevrolet Van N300	12.000,00	12.000,00
TOTAL			12.000,00
Fuente: Cocheacar			
Elaboración: La Autora.			

Resumen de inversiones en Activos Fijos

Cuadro N° 44

Resumen de Activos Fijos	
Detalle	Subtotal
Maquinaria y Equipo	5.130,00
Vajilla y Menaje	406,00
Muebles y Enseres de Producción	520,00
Muebles y Enseres de Administración	1.628,00
Equipo de Computación	1.680,00
Equipo de Oficina	530,44
Vehículo	12.000,00
TOTAL	21.894,44
Fuente: Cuadros N°36, 37, 38, 39, 40, 41, 42.	
Elaboración: La Autora.	

Inversiones en Activos Diferidos.

Son aquellos gastos ocasionados en la fase de formulación e implementación del proyecto, antes de entrar en operación.

Desde la fase de implementación hasta la fase de operación la organización debe reunir todos los aspectos de ley exigibles para poder operar sin restricción alguna, los cuales se describen a continuación:

- **Adecuación del Local:** se refiere a la modificación e implementación de la infraestructura necesaria para las actividades de la empresa.

Cuadro N° 45

Adecuación del Local		
Detalle	V. Unitario	V. Total
Adecuación del Local	2.500,00	2.500,00
TOTAL	2.500,00	2.500,00
Fuente: Maestro. Manuel Cueva.		
Elaboración: La Autora.		

- **Permisos de Funcionamiento:** Son los documentos otorgados por las autoridades competentes indicando que el establecimiento cumple con todos los requisitos establecidos en los reglamentos correspondientes para su funcionamiento.

Cuadro N° 46

Permisos de Funcionamiento			
Cant.	Detalle	V. Unitario	V. Total
1	P. Funcionamiento Bomberos	30,00	30,00
1	Patente Municipal	50,00	50,00
1	RUC (Servicio de Rentas Internas)	25,00	25,00
1	Registro Sanitario	1.200,00	1.200,00
TOTAL		1.305,00	1.305,00
Fuente: Investigación Directa			
Elaboración: La Autora.			

- **Gastos de Constitución:** Son aquellos gastos que se realizan en trámites legales para la ejecución del proyecto.

Cuadro N° 47

Gastos de Constitución		
Detalle	V. Unitario	V. Total
Constitución de la empresa		
Gasto en Asesoría		
Abogados	250,00	250,00
Superintendencia de Compañías		
Inscripción (Tramitación)	40,00	40,00
Registro mercantil		
Inscripción	60,00	60,00
Registro de la marca		
Trámites	700,00	700,00
TOTAL	1.050,00	1.050,00
Fuente: Investigación Directa		
Elaboración: La Autora.		

Cuadro N° 48

Resumen de Activos Diferidos

Detalle	Subtotal
Adecuaciones del local	2.500,00
Permisos de funcionamiento	1.305,00
Gastos de constitución	1.050,00
Total	4.855,00
Fuente: Cuadros N°44, 45, 46	
Elaboración: La Autora.	

Inversiones en Activos Circulantes o Capital de Trabajo.

Para calcular el capital de trabajo al iniciar las operaciones se estiman los gastos para un mes de producción de agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla, mismos que a continuación se detallan:

- **Materia Prima Directa:** Es el elemento esencial para la producción, la cual se necesita 750 kg de hierbas aromáticas de manzanilla y 750 kg de hierbas aromáticas de menta para producir en un año, y para la producción mensual se necesitara de 62.5 kg de cada hierba con un costo de \$ 406,25 al mes.

Cuadro N° 49

Materia Prima Directa					
Cantidad	Unidad de Medida	Descripción	Valor. Unitario	Valor. Mensual	Valor. Anual
500	Kilogramo	Hierbas Aromáticas De Menta	18,20	758,33	9.100,00
500	Kilogramo	Hierbas Aromáticas De Manzanilla	18,20	758,33	9.100,00
Totales				1.516,67	18.200,00
Fuente: Investigación Directa					
Elaboración: La Autora					

- **Mano de Obra Directa:** Constituida por obreros que actúan directamente en el proceso productivo. El cálculo se lo realizó a 2 obrero tomando en cuenta las disposiciones legales de bonificaciones y salarios para un mes, por último se multiplica por 12 meses para sacar el valor total anual de este rubro.

.Cuadro Nº 50

Mano de Obra Directa							
Personal	SBU	Aporte IECE 5%	Aporte SECAP 5%	Aporte patronal 11,15%	Décimo Tercer Sueldo.	Décimo Cuarto Sueldo.	Subtotal
Obrero 1	367,83	18,39	18,39	41,01	30,65	30,50	506,78
Obrero 2	368,83	18,44	18,44	41,12	30,74	30,50	508,07
Total Mensual							1.014,85
Total Anual							12.178,22
Fuente: Inspectoría de Trabajo							
Elaboración: La Autora							

Resumen de Costo Primo.

En este rubro es donde obtenemos los resultados de toda la materia prima y mano de obra directa que vamos ocupar durante el proceso productivo del agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla.

Cuadro Nº 51

Resumen de Costo Primo		
Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Materia Prima Directa	1.516,67	18200,00
Mano de Obra Directa	1.014,85	12178,22
TOTAL	2.531,52	30.378,22
Fuente: Cuadros Nº 48, 49.		
Elaboración: La Autora.		

Gastos Indirectos de Fabricación

Son aquellos valores indirectos que provienen de la materia prima indirecta, mantenimiento de maquinaria y equipo, servicios básicos (A. Producción), e indumentaria para el personal del área de producción.

- **Materia Prima Indirecta:** Agrupa a todos los elementos que intervienen de manera indirecta para la producción del producto.

Cuadro N° 52

Materia Prima Indirecta					
Cant.	Unidad de medida	Descripción	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
175	quintales	Azúcar	45,00	656,25	7.875,00
150	metro cúbic	Agua	0,27	3,38	40,50
262	kilogramo	Conservante	6,10	133,18	1.598,20
124.800	unidad	Botellas PI PET	0,07	728,00	8.736,00
124.800	unidad	Etiquetas	0,05	520,00	6.240,00
6.933	unidad	Plástico De Embalaje	0,06	34,67	415,98
TOTALES				2.075,47	24.905,68
Fuente: Comercial Espinoza, Municipio de Piñas, TecnoAustral					
Elaboración: La Autora					

- **Mantenimiento de maquinaria y Equipo:** Mediante este rubro se realiza el respectivo mantenimiento de la maquinaria que se está utilizando en la producción.

Cuadro N° 53

Mantenimiento de Maquinaria y Equipo				
Descripción	Costo Total	% De Mantenimiento	Valor Mensual	Valor Anual
Maquinaria y Equipo	21.894,24	1%	18,25	218,94
FUENTE: Investigación Directa				
ELABORACIÓN: La Autora.				

- **Servicios Básicos para el Área de Producción:** Son los pagos que se realizan por el consumo de agua y energía eléctrica del área de Producción.

Cuadro N° 54

Servicios Básicos de Producción					
Cant.	Unidad de medida	Descripción	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
330	kw/h	Energía eléctrica	0,08	26,40	316,80
10	m ³	Agua potable	0,27	2,70	32,40
TOTALES				29,10	349,20
Fuente: Celec, Municipio de Piñas.					
Elaboración: La Autora.					

- **La Indumentaria para el personal de producción:** Está integrada por la ropa y accesorios que se llevan puestas cuya finalidad es proteger la vestimenta e integridad de los obreros que intervienen directamente en la producción.

Cuadro N° 55

Indumentaria para el personal de producción			
Cantidad	Descripción	Valor. Unitario	Valor Total
6	Delantal	4,00	24,00
6	Gorra T. Cofia	2,00	12,00
12	Mascarilla	0,60	7,20
12	Guantes	1,80	21,60
1	Extintor	30,00	30,00
1	Botiquín	10,00	10,00
Total Anual			104,80
Total Mensual			8,73
Fuente: Ferretería Espinoza.			
Elaboración: La Autora			

Cuadro N° 56

Resumen de Gastos Indirectos de Fabricación		
Descripción	V. Mensual	V. Anual
Materia Prima Indirecta	2.075,47	24.905,68
Servicios Básicos	29,10	349,20
Mantenimiento de maquinaria y equipo	18,25	218,94
Indumentaria de personal de producc.	8,73	104,80
TOTAL	2.131,55	25.578,62
Fuente: Cuadros N° 52, 53, 54, 55.		
Elaboración: La Autora.		

Costos de Operación.

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

- **Gastos Administrativos:** Son los costos que se generan de la dirección de la empresa.
- **Sueldos y Salarios:** Son los pagos que se dan al personal del área administrativa.

Cuadro N° 57

Sueldos y Salarios Administrativos							
Personal	SBU	Aporte IECE 5%	Aporte SECAP 5%	Aporte Patronal 11,45%	Décimo Tercer Sueldo.	Décimo Cuarto Sueldo.	Subtotal
Gerente General	700,00	35,00	35,00	78,05	58,33	30,50	936,88
Secretaria/Cont	400,00	20,00	20,00	44,60	33,33	30,50	548,43
Asesor Jurídico	70,00						70,00
Contadora	100,00						100,00
TOTAL MENSUAL							1.655,32
TOTAL ANUAL							19.863,80
FUENTE: Investigación Directa							
ELABORACIÓN: Los Autores							

- **Arriendo:** Son aquellos gastos por concepto de arrendamiento de un local para el adecuado funcionamiento de la empresa.

Cuadro Nº 58

Arriendo de Local			
Periodos	Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
12	Arriendo de Local	250,00	3.000,00
Total		250,00	3.000,00
Fuente: Investigación Directa.			
Elaboración: La Autora.			

- **Suministros de Oficina:** Son los materiales de oficina utilizados por el personal de apoyo para el cumplimiento de sus labores.

Cuadro Nº 59

Suministros De Oficina				
Cantidad	Detalle	Unidad de Medida	Valor Unitario	Valor Total
2	Papel Bond	Resma	3,00	6,00
2	Tinta Para Impresora	Unidad	21,00	42,00
1	Grapadora	Unidad	1,70	1,70
1	Perforadora	Unidad	2,50	2,50
1	Sello	Unidad	15,00	15,00
4	Carpeta Archivador	Unidad	4,00	16,00
24	Esferográficos	Unidad	0,35	8,40
2	Talonario de Facturas	Unidad	9,00	18,00
1	Caja De Clips	Unidad	0,30	0,30
12	Sobres Manila	Unidad	0,15	1,80
Total				111,70
Total Anual				111,70
Total Mensual				9,31
Fuente: Gráficas Feijoo, Librería Don Pancho.				
Elaboración: La Autora				

- **Útiles de Aseo y Limpieza:** Esta cuenta representa la adquisición de materiales que permiten que la empresa ostente de las condiciones higiénicas necesarias.

Cuadro N° 60

Útiles de Aseo y Limpieza				
Cantidad	Detalle	Unidad de Medida	Valor Unitario	Subtotal
2	Escoba	Unidad	3,20	6,40
2	Trapeador	Unidad	4,00	8,00
2	Recogedor	Unidad	2,50	5,00
4	Desinfectante	Galón	5,00	20,00
3	Papel Higiénico (X12)	Paquete	5,80	17,40
4	Franelas	Unidad	2,00	8,00
12	Fundas De Basura	Paquete	1,20	14,40
1	Basureros Grandes	Unidad	30,00	30,00
2	Basureros Pequeños	Unidad	10,00	20,00
1	Balde Escurridor	Unidad	20,00	20,00
1	Escobilla Para Baño	Unidad	3,00	3,00
2	Toallas	Unidad	4,00	8,00
Total Anual				160,20
Total Mensual				13,35
Fuente: Pica, Comisariato Su Economía				
Elaboración: La Autora.				

- **Servicios Básicos para el Área Administrativa:** Son los pagos que se realizan por el uso del agua, luz y teléfono.

Cuadro N° 61

Servicios Básicos para el Área Administrativa					
Cantidad	Unidad Medida	Descripción	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
50	kw/h	Energía eléctrica	0,08	4,00	48,00
3	m³	Agua potable	0,27	0,81	9,72
60	min	Telefonía fija	0,05	3,00	36,00
TOTALES				7,81	93,72
Fuente: Celec, Municipio de Piñas, CNT					
Elaboración: La Autora					

Resumen de Gastos de Administración

Cuadro N° 62

Resumen de Gastos de Administración		
Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Sueldos y Salarios	1.655,32	19.863,80
Arriendo de Local	250,00	3.000,00
Suministros de Oficina	9,31	111,70
Útiles de Aseo	13,35	160,20
Servicios Básicos	7,81	93,72
Total	1.935,79	23.229,42
Fuente: Cuadros N° 57, 58, 59, 60, 61		
Elaboración: La Autora.		

GASTOS DE VENTAS.

Para que el producto ingrese al mercado en las condiciones que el consumidor lo demanda, se debe realizar gastos que permitan al producto cumplir estos requerimientos. En este grupo constan los sueldos y salarios del chofer/vendedor, los gastos de publicidad, material de embalaje, materiales para envasado, lubricantes y combustibles para el vehículo, matrícula y seguro del mismo.

- **Sueldos y Salarios.-** Representa los valores en que se debe incurrir para cubrir las tareas del personal que trabaja en el área de ventas.

Cuadro N° 63

Sueldos y Salarios							
Personal	SBU	Aporte IECE 5%	Aporte SECAP 5%	Aporte Patronal 11,45%	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Total
Vendedor/ Chofer	500,00	25,00	25,00	55,75	41,67	30,50	677,92
Total Mensual							677,92
Total Anual							8.135,00
Fuente: Inspectoría de Trabajo.							
Elaboración: La Autora.							

- **Publicidad:** Medio por el cual la empresa dará a conocer su producto.

Cuadro N° 64

Publicidad			
Cantidad	Detalle	V. Unitario	Valor Total
90	Cuñas Radial	7,00	630,00
1	Rotulo 3 X 1,50 M	250,00	250,00
Total Anual			880,00
Total Mensual			73,33
Fuente: Radio Elite, Cun			
Elaboración: La Autora			

- **Combustibles y Mantenimiento de Vehículo:** Es el importe del combustible y del mantenimiento del vehículo.

Cuadro N° 65

Combustibles y Mantenimiento de Vehículo				
Cantidad	Descripción	Unidad de Medida	Valor Unitario	Valor Total
120	Diésel Vehículo	Galón	1,42	170,40
3	Cambio De Aceite	Unidad	40,00	120,00
4	Llantas General Tire 15	Unidad	140,00	560,00
12	Limpieza y Aseo Vehículo	Unidad	6,00	72,00
Total Anual				922,40
Total Mensual				76,87
Fuente: Automotriz Aguilar, Gasolinera del Sindicato de Choferes de Piñas, Lubricadora Hnos. Cuenca				
Elaboración: La Autora.				

- **Seguros y Matricula:** Es el pago para cubrir posibles eventualidades que afecten a terceros y la matriculación para la circulación del vehículo.

Cuadro N° 66

Seguros y Matricula			
Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Valor Total
1	Seguros y Matrícula	200,00	200,00
Total Anual			200,00
Fuente: Investigación Directa			
Elaboración: La Autora.			

Cuadro N° 67

Resumen de Gastos de Ventas.

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Sueldos y Salarios	677,92	8.135,00
Publicidad	73,33	880,00
Combustibles y mantenimiento de vehículo	76,87	922,40
Seguros y Matricula	200,00	
Total	1.028,12	9.937,40
Fuente: Cuadros N° 63, 64, 65, 66.		
Elaboración: La Autora.		

Cuadro N° 68

RESUMEN DEL ACTIVO CIRCULANTE O CAPITAL DE TRABAJO.

Detalle	Total
Materia Prima Directa	1.516,67
Mano de Obra Directa	1.014,85
Materia Prima Indirecta	2.075,47
Servicios Básicos	7,81
Útiles de Aseo	13,35
Mantenimiento de maquinaria y equipo	18,25
Indumentaria para el personal de producción	8,73
Sueldos y salarios	1.655,32
Arriendo de Local	250,00
Servicios Básicos.	7,81
Suministros de Oficina	9,31
Sueldos y Salarios	677,92
Publicidad	73,33
Combustibles y mantenimiento de vehículo	76,87
Seguros y Matricula	200,00
Total Capital De Trabajo	7.605,68
Fuente: Resumen De Los Cuadros N° 50, 55, 61, 66	
Elaboración: La Autora.	

Cuadro N° 69
RESUMEN DE ACTIVOS

Detalle	Parcial	Subtotal	Total
<u>INVERSION EN ACTIVOS FIJOS</u>			
Maquinaria y Equipo	5.130,00		
Vajilla y menaje	406,00		
Muebles y Enseres de Producción	520,00		
Muebles y Enseres de Administración	1.628,00		
Equipo de Computación	1.680,00		
Equipo de Oficina	530,44		
Vehículo	12.000,00		
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS			21.894,44
<u>INVERSION EN ACTIVOS DIFERIDOS</u>			
Adecuaciones del Local	2.500,00		
Permisos de Funcionamiento	1.305,00		
Gastos de Constitución	1.050,00		
TOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS			4855,00
<u>INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO.</u>			
<u>COSTO DE PRODUCCION</u>			
Costo Primo			
Materia Prima Directa	1.516,67		
Mano de Obra Directa	1.014,85		
Subtotal costo primo		2.531,52	
Gastos Indirectos de Fabricación.			
Materia Prima Indirecta	2.075,47		
Servicios Básicos	7,81		
Útiles de Aseo	9,76		
Mantenimiento de maquinaria y equipo	18,25		
Indumentaria para el personal de producción	8,73		
Total Gastos Indirectos Fabricación.		2.123,61	
TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCION			4.655,13
<u>COSTO DE OPERACIÓN</u>			
Gasto de Administración			
Sueldos y salarios	1.655,32		
Arriendo de Local	250,00		
Servicios Básicos	7,81		
Suministros de Oficina	9,31		
Subtotal de Gastos de administración.		1.922,44	
Gastos de Ventas			
Sueldos y Salarios	677,92		
Publicidad	73,33		
Combustibles y mantenimiento de vehículo	76,87		
*Seguros y Matricula	200,00		
Subtotal Gastos de Ventas		1.028,12	
TOTAL DE COSTOS DE OPERACIÓN			2.950,55
TOTAL DE INVERSION			34.354,92
Fuente: Cuadro N° 50, 55, 61, 66			
Elaboración: La Autora			

*Los costos del seguro y matrícula se paga al inicio del año y son de cobertura inmediata, razón por el cual, se toma en cuenta en el capital de trabajo y su valor es anual.

Financiamiento

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

- **Fuente interna:** Constituida por el aporte de los socios
- **Fuente Externa:** Constituida por las entidades financieras.

Cuadro N° 70
Fuentes de Financiamiento

Denominación	Valor	Porcentaje
Capital Interno	24.354,92	70, 89%
Capital Externo	10.000,00	29,11%
Total	35.646,65	100
Fuente: Cuadro N° 68		
Elaboración: La Autora		

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Cálculo Matemático:

Datos:

SALDO INICIAL: \$ 10.000

INTERÉS: $11,2\% / 100 = 0,1120$

TIEMPO: 5 años

FORMA DE PAGO: Semestral (10 pagos) $6 \text{ m} / 12 = 0,5$

Desarrollo:

Para obtener la amortización se divide: \$ 10.000 / 10 # de pagos =

1.000,00

Para obtener el interés se multiplica: \$ 10.000 x 0,5 x 0,1120 = 560

AMORTIZACIÓN

Cuadro N° 71

Año	Semestre	Saldo Inicial	Amortización	Intereses	Dividendo Semestral	Dividendo Anual	Saldo Final
1	1	10.000,00	1.000,00	560,00	1.560,00	3.064,00	9.000,00
	2	9.000,00	1.000,00	504,00	1.504,00		8.000,00
2	1	8.000,00	1.000,00	448,00	1.448,00	2.840,00	7.000,00
	2	7.000,00	1.000,00	392,00	1.392,00		6.000,00
3	1	6.000,00	1.000,00	336,00	1.336,00	2.616,00	5.000,00
	2	5.000,00	1.000,00	280,00	1.280,00		4.000,00
4	1	4.000,00	1.000,00	224,00	1.224,00	2.392,00	3.000,00
	2	3.000,00	1.000,00	168,00	1.168,00		2.000,00
5	1	2.000,00	1.000,00	112,00	1.112,00	2.168,00	1.000,00
	2	1.000,00	1.000,00	56,00	1.056,00		0

Elaboración: La Autora

ANÁLISIS DE COSTOS.

Para realizar las actividades de producción es indispensable determinar los costos que genera poner en marcha el proyecto y así determinar la factibilidad del mismo o sino poder generar una retroalimentación para realizar un ajuste de los costos y fijar el precio con el cual se pondrá en el mercado el nuevo producto. Para determinar el costo total, se requiere analizar los costos de producción y operación.

- **Depreciaciones:** Pérdida de valor de un activo fijo, dado por el desgaste o la obsolescencia que sufre este a través del tiempo de uso.

Cuadro N° 72

Depreciaciones Activos Fijos					
Descripción	Costo Total	Vida Útil	% Depreciación	Valor Residual	Dep. Anual
Maquinaria y Equipo	5.130,00	10	10,00	513,00	461,70
Vajilla y Menaje	406,00	5	20,00	81,20	64,96
Muebles y Enseres de Producción	520,00	10	10,00	52,00	46,80
Muebles y Enseres Administración	1.628,00	10	10,00	162,80	146,52
Equipo de Computación	1.680,00	3	33,33	560,00	373,33
Equipo de Oficina	530,24	10	10,00	53,02	47,72
Vehículo	12.000,00	5	20,00	2.400,00	1.920,00
TOTAL					3.061,03
Fuente: La Tablita					
Elaboración: La Autora.					

- **Reinversión del equipo de computación:** se la realiza por la finalización de la vida útil del equipo de computación, al cual se lo da de baja en el tercer año,; razón por el cual es necesario adquirir un nuevo equipo de computación para el 4 año de actividad de la empresa debido a la depreciación del bien.

Reinversión del equipo de cómputo.

Tasa de Inflación X (2011-2015) = 3, 86%

Total del valor del equipo de computación= \$1.680,00

Reinversión del Equipo de computación= Valor del equipo de computación + (Valor del equipo de computación * Tasa de inflación)

Reinversión del Equipo de Computación = \$1.680 + (\$1.680 * 3, 86%)

Reinversión del Equipo de Computación = \$ 1.680,00 + 64,92

Reinversión del Equipo de Computación = \$ 1.744,92

Cuadro N° 73

Reinversión de Equipo de Computación	
Descripción	V. Total
Reinversión del Equipo de Computación	1.744,92
Fuente: Cuadro N° 41	
Elaboración: La Autora.	

Cuadro N° 74

Depreciación de Reinversión de Equipo de Computación					
Descripción	Costo Total	Vida Útil (Años)	% Depreciación	Valor Residual	Depreciación Anual
Reinversión de Equipo de Computación	1.744,92	3	33,33	581,64	387,76
Fuente: Cuadro N° 72					
Elaboración: La Autora.					

- **Amortización:** Es la cuenta anual que se hace para recuperar la inversión en activos diferidos, en donde la inversión de dineros ya se realizó en el momento de la compra.

Cuadro N° 75

Amortización De Activos Diferidos			
Descripción	Vida Útil	Valor Activo	Valor de la Amortización Anual
Activos Diferidos	5	4.855,00	971,00
Fuente: Cuadro N° 46			
Elaboración: La Autora.			

Presupuestos de Costos.

Son todos los gastos que la empresa afronta durante el proceso productivo.

- **Estructura de Costos:** Es muy importante conocer cuánto va a costar ofertar el producto deseado, lo que es indispensable para la implementación de la empresa. Para su cálculo se considera: el costo de fabricación, los gastos administrativos, gastos de fabricación, gastos financieros, los gastos de ventas y otros gastos.

Cuadro N° 76

DESCRIPCION	TOTAL
COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Costo Primo	
Materia Prima Directa	18.200,00
Mano de Obra Directa	12.178,22
Subtotal Costo Primo	30.378,22
Gastos Indirectos de Fabricación.	
Materia Prima Indirecta	24.905,68
Servicios Básicos	93,72
Mantenimiento de maquinaria y equipo	218,94
Indumentaria para el personal de producción	104,80
Depreciación de Maquinaria y Equipo	461,70
Depreciación de vajilla y menaje	64,96
Depreciación de muebles y enseres de producción	46,80
Subtotal de Gastos Indirectos de Fabricación.	25.896,60
TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCION	56.274,83
COSTO DE OPERACIÓN	
Gasto de Administración	
Sueldos y salarios	19.863,80
Arriendo de Local	3.000,00
Servicios Básicos	93,72
Suministros de Oficina	111,70
Útiles de Aseo	160,20
Depreciación de equipos de oficina	47,72
Depreciación de muebles y enseres	146,52
Depreciación de equipo de computación	373,33
Subtotal de Gastos de administración.	23.796,99
Gastos de Ventas	
Sueldos y Salarios	8.135,00
Publicidad	880,00
Combustibles y mantenimiento de vehículo	922,40
Seguros y Matricula	200,00
Depreciación de Vehículo	1.920,00
Subtotal Gastos de Ventas	12.057,40
Gasto Financiero	
Préstamo bancario	1.064,00
Total de gasto Financiero	1.064,00
TOTAL DE COSTODE OPERACIÓN	36.918,39
Otros Gastos	
Amortización de activos diferidos	971,00
total de Otros Gastos	971,00
COSTO TOTAL	94.164,22
Fuente: Cuadros N° 50, 55, 61, 68, 71, 72, 75.	
Elaboración: La Autora	

COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

El costo total de producción es igual a **\$94.164,22**

Cuadro N° 77

RESUMEN DEL COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCION	TOTAL
Costos Primos	30.378,22
Gastos Indirectos de Fabricación.	25.896,60
Gastos de Administración.	23.796,99
Gastos de Ventas	12.057,40
Gasto Financiero	1.064,00
Otros Gastos	971,00
COSTO TOTAL	94.164,22
Fuente: Cuadros N° 51, 56, 62, 67, 71, 72, 75.	
Elaboración: La Autora	

Presupuesto proyectado.

Ya conocidos los costos en que incurrirá el proyecto se debe elaborar los presupuestos correspondientes para el horizonte o vida útil del proyecto.

Para realizar el cuadro de presupuesto se ha proyectado con la tasa de inflación promedio tomando en cuenta los últimos 5 años (2011-2015), la cual es del 3.86%

Cuadro Nº 78
Presupuesto Proyectado

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Costo Primo					
Materia Prima Directa	4.875,00	5.063,37	5.259,02	5.462,23	5.673,29
Mano de Obra Directa	12.178,22	12.648,79	13.137,54	13.645,17	14.172,42
Total costo primo	17.053,22	17.712,16	18.396,56	19.107,40	19.845,71
Gastos Indirectos de Fabricación.					
Materia Prima Indirecta	24.905,68	27.678,80	30.760,69	34.185,73	37.992,13
Servicios Básicos	93,72	97,34	101,10	105,01	109,07
Mantenimiento de maquinaria y equipo	218,94	227,40	236,19	245,32	254,79
Indumentaria para el personal de producción	104,80	108,85	113,06	117,42	121,96
Depreciación de Maquinaria y Equipo	461,70	461,70	461,70	461,70	461,70
Depreciación de vajilla y menaje.	64,96	64,96	64,96	64,96	64,96
Depreciación de Muebles y Enseres de Prod.	46,80	46,80	46,80	46,80	46,80
Total De Gastos Indirectos De Fabricación.	36.901,37	38.305,08	39.763,03	41.277,32	42.850,11
TOTAL DE COSTOS DE PRODUCCION	53.954,60	56.017,24	58.159,59	60.384,72	62.695,83
COSTO DE OPERACIÓN					
Gasto de Administración					
Sueldos y salarios	19.863,80	20.631,34	21.428,53	22.256,53	23.116,52
Arriendo de Local	3.000,00	3.115,92	3.236,32	3.361,37	3.491,25
Servicios Básicos	93,72	97,34	101,10	105,01	109,07
Suministros de Oficina	111,70	116,02	120,50	125,16	129,99
Útiles de Aseo	117,10	121,62	126,32	131,21	136,28
Depreciación de Equipos de Oficina	47,72	47,72	47,72	47,72	47,72

Depreciación de Muebles y Enseres	146,52	146,52	146,52	146,52	146,52
Depreciación de Equipo de Computación	373,33	373,33	373,33	387,76	387,76
Total de Gastos de Administración.	23.753,89	24.649,81	25.580,35	26.561,27	27.565,11
Gastos de Ventas					
Sueldos y Salarios	8.135,00	8.449,34	8.775,82	9.114,92	9.467,12
Publicidad	880,00	914,00	949,32	986,00	1.024,10
Combustibles y Mantenimiento de Vehículo	922,40	958,04	995,06	1.033,51	1.073,44
Seguros y Matricula	200,00	207,73	215,75	224,09	232,75
Depreciación de Vehículo	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00	1.920,00
Total Gastos de Ventas	12.057,40	12.449,11	12.855,95	13.278,52	13.717,41
Préstamo bancario	1.064,00	840,00	616,00	392,00	168,00
Total de gasto Financiero	1.064,00	840,00	616,00	392,00	168,00
TOTAL DE COSTODE OPERACIÓN	36.845,29	37.907,76	39.019,94	40.198,18	41.415,61
Otros gastos					
Amortización de activos diferidos	971,00	971,00	971,00	971,00	971,00
Total de Otros Gastos	971,00	971,00	971,00	971,00	971,00
COSTO TOTAL	94.164,22	100.515,80	107.470,42	115.104,66	123.458,54
Fuente: Cuadro N° 77					
Elaboración: La Autora					

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

Para obtener el costo unitario de producción se divide el costo total de producción para el número de unidades producidas:

$$CUP = \frac{\text{Costo Total de Producción}}{\text{Número de Unidades Producidas}}$$

$$CUP = \frac{94.164,22}{124.800}$$

$$CUP = 0,75$$

El costo por producir 1000ml de agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla es de \$ 0,75.

Cuadro N° 79

Costo Unitario			
Años	Costos Total de Producción	N° de U. Producidas	Costo Unitario
1	94.164,22	124.800	0,75
2	100.515,80	133.536	0,75
3	107.470,42	142.884	0,75
4	115.104,66	152.885	0,75
5	123.458,54	163.587	0,75
Fuente: Cuadro N° 78			
Elaboración: La Autora.			

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO. (P.V.P)

Para establecer el precio de venta, se debe considerar siempre como base el costo total del producto, sobre el cual se adicionara un margen de utilidad.

Cuadro N° 80

Precio de Venta al Público			
Años	Costo Unitario	% De Utilidad	PVP
1	0,75	19%	0,90
2	0,75	26%	0,95
8	0,75	32%	0,99
4	0,75	39%	1,05
5	0,75	46%	1,10
Fuente: Cuadro N° 79			
Elaboración: La Autora.			

INGRESOS DEL PRODUCTO

Para obtener los ingresos del producto, utilizamos el costo unitario del producto; luego se fija el margen de utilidad con el que contará la empresa; y por ultimo para obtener los ingresos se multiplica el número de unidades producidas generadas por el precio de venta al público (PVP).

La empresa para el primer año de vida obtiene ingresos de 112.055,42 dólares.

Cuadro N° 81

Presupuesto de Ingresos			
Año	N° Unidades Producidas	P.V.P	Ingresos totales
1	124.800	0,90	112.055,42
2	133.536	0,95	126.649,91
3	142.884	1,00	141.860,96
4	152.885	1,05	159.995,47
5	163.587	1,10	180.249,46
Fuente: Cuadro N° 79, 80.			
Elaboración: La Autora.			

CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS.

- **Costos Fijos:** Permanecen constantes en relación con los cambios o volumen de producción.
- **Costos Variables:** Varían de acuerdo con el volumen de producción, ya que se presenta cuando hay producción y ventas.

Cuadro N° 82
Clasificación de Costos

DESCRIPCION	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE
COSTO DE PRODUCCION										
Costo Primo										
Materia Prima Directa		18200,00		19281,31		20426,87		21640,49		22926,21
Mano de Obra Directa		12178,22		12648,79		13137,54		13645,17		14172,42
Gastos indirectos de producción										
Materia Prima Indirecta		24.905,68		27.678,80		30.760,69		34.185,73		37.992,13
Servicios Básicos		93,72		97,34		101,10		105,01		109,07
Mantenimiento de maquinaria y	218,94		227,40		236,19		245,32		254,79	
Indumentaria personal de producc.		104,80		108,85		113,06		117,42		121,96
Depreciación maquinaria y equipo	461,70		461,70		461,70		461,70		461,70	
Depreciación de vajilla y menaje	64,96		64,96		64,96		64,96		64,96	
Depreciación muebles y enseres	46,80		46,80		46,80		46,80		46,80	
COSTO DE OPERACIÓN										
Gasto de Administración										
Sueldos y Salarios	19.863,80		20.631,34		21.428,53		22.256,53		23.116,52	

Arriendo de Local	3.000,00		3.115,92		3.236,32		3.361,37		3.491,25	
Servicios Básicos	93,72		97,34		101,10		105,01		109,07	
Suministros de Oficina	111,70		116,02		120,50		125,16		129,99	
Útiles de Aseo	160,20		166,39		172,82		179,50		186,43	
Depreciación Equipos de Oficina	47,72		47,72		47,72		47,72		47,72	
Depreciación Muebles y Enseres	146,52		146,52		146,52		146,52		146,52	
Depreciación Equipo de Computac	373,33		373,33		373,33		387,76		387,76	
Gastos De Ventas										
Sueldos y Salarios	8.135,00		8.449,34		8.775,82		9.114,92		9.467,12	
Publicidad	880,00		914,00		949,32		986,00		1.024,10	
Combustibles y Mant de Vehículo		922,40		958,04		995,06		1.033,51		1.073,44
Seguros y Matricula	200,00		207,73		215,75		224,09		232,75	
Depreciación De Vehículo	1.920,00		1.920,00		1.920,00		1.920,00		1.920,00	
Gasto Financiero										
Préstamo Bancario	1.064,00		840,00		616,00		392,00		168,00	
Otros Gastos										
Amortización De Activos Diferidos	971,00		971,00		971,00		971,00		971,00	
TOTAL	37.759,40	56.404,82	38.797,51	61.718,30	39.884,39	67.586,03	41.036,35	74.068,31	42.226,49	81.232,05
COSTO TOTAL	94.164,22		100.515,80		107.470,42		115.104,66		123.458,54	
Fuente: Cuadros N° 78										
Elaboración: La Autora.										

PUNTO DE EQUILIBRIO

Permite conocer en qué momento se igualan los ingresos con los egresos; es decir, es el punto donde la empresa no pierde ni gana, más conocido como punto de equilibrio o punto muerto.

Existen dos tipos de cálculo que son; método matemático y método gráfico.

Método Matemático; En este método se planteó tres alternativas; en función a la capacidad instalada, en función de las ventas y en función de la producción.

Cálculo del Punto de Equilibrio AÑO 1.

a. En función de las ventas

$$P. E = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$P. E = \frac{37.759,40}{1 - \frac{56.404,82}{112.055,42}}$$

$$P. E = \frac{37.759,40}{0,50}$$

$$P. E = \$ 76.030,54$$

b. En función de la capacidad instalada

$$P. E = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costos variable Total}} \times 100$$

$$P. E = \frac{37.759,40}{112.055,42 - 56.404,82} \times 100$$

$$P. E = \frac{37.759,40}{55.650,60} \times 100$$

$$P. E = 0,6785 \times 100$$

$$\text{P. E} = 67,85\%$$

c) En Función de las unidades producidas.

$$\text{CVU AÑO 1} = \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Unidades producidas}} = \frac{56.404,82}{124.800} = 0,45$$

$$\text{P. E} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Precio de Venta Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$\text{P. E} = \frac{37.759,40}{0,90 - 0,45}$$

$$\text{P. E} = 84.677,84 \text{ Unidades}$$

Cálculo del Punto de Equilibrio AÑO 5.

a. En función de las ventas

$$\text{P. E} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

$$\text{P. E} = \frac{42.226,49}{1 - \frac{81.232,05}{180.249,46}}$$

$$\text{P. E} = \frac{42.226,49}{0,55}$$

$$\text{P. E} = \$ 76.868,32$$

b. En función de la capacidad instalada

$$\text{P. E} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables totales}} \times 100$$

$$\text{P. E} = \frac{42.226,49}{180.249,46 - 81.232,05} \times 100$$

$$\text{P. E} = \frac{42.226,49}{98.550,83} \times 100$$

$$P. E = 0,4265 \times 100$$

$$P. E = 42,65\%$$

c. En función de la producción.

$$CVU \text{ AÑO } 5 = \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Unidades producidas}} = \frac{42.226,49}{163.587,34} = 0,50$$

$$P. E = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Precio de Venta Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$P. E = \frac{42.226,49}{1,10 - 0,50}$$

$$P. E = 69.763 \text{ Unidades}$$

Gráfico N°48
Cálculo del Punto de Equilibrio AÑO 1.

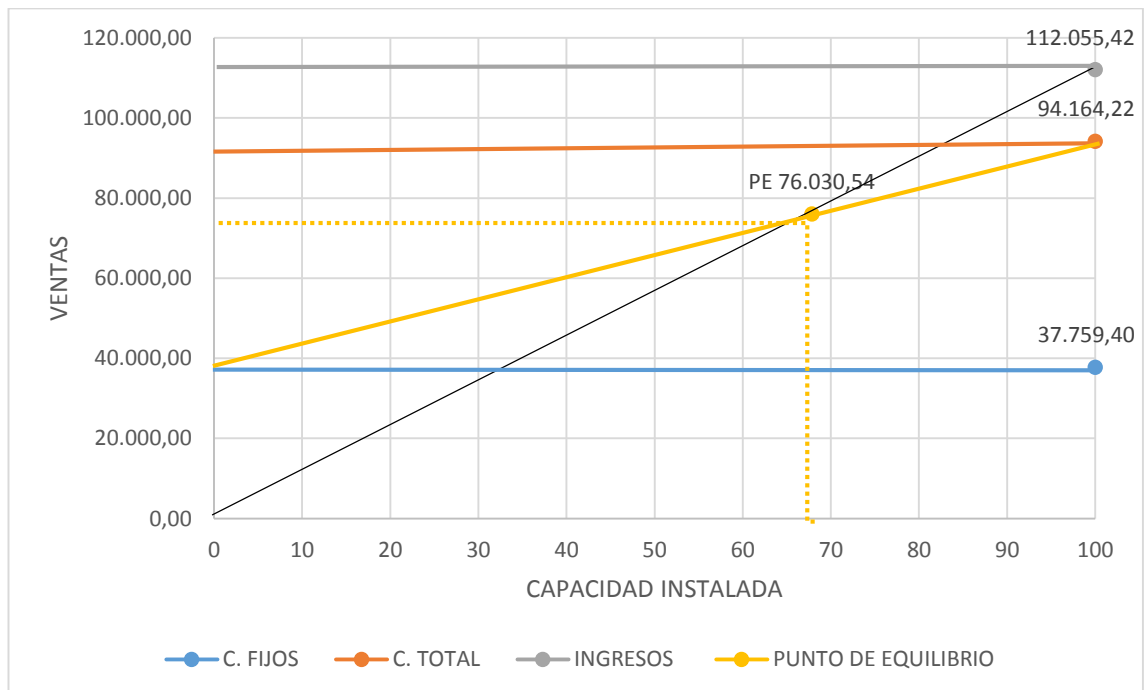
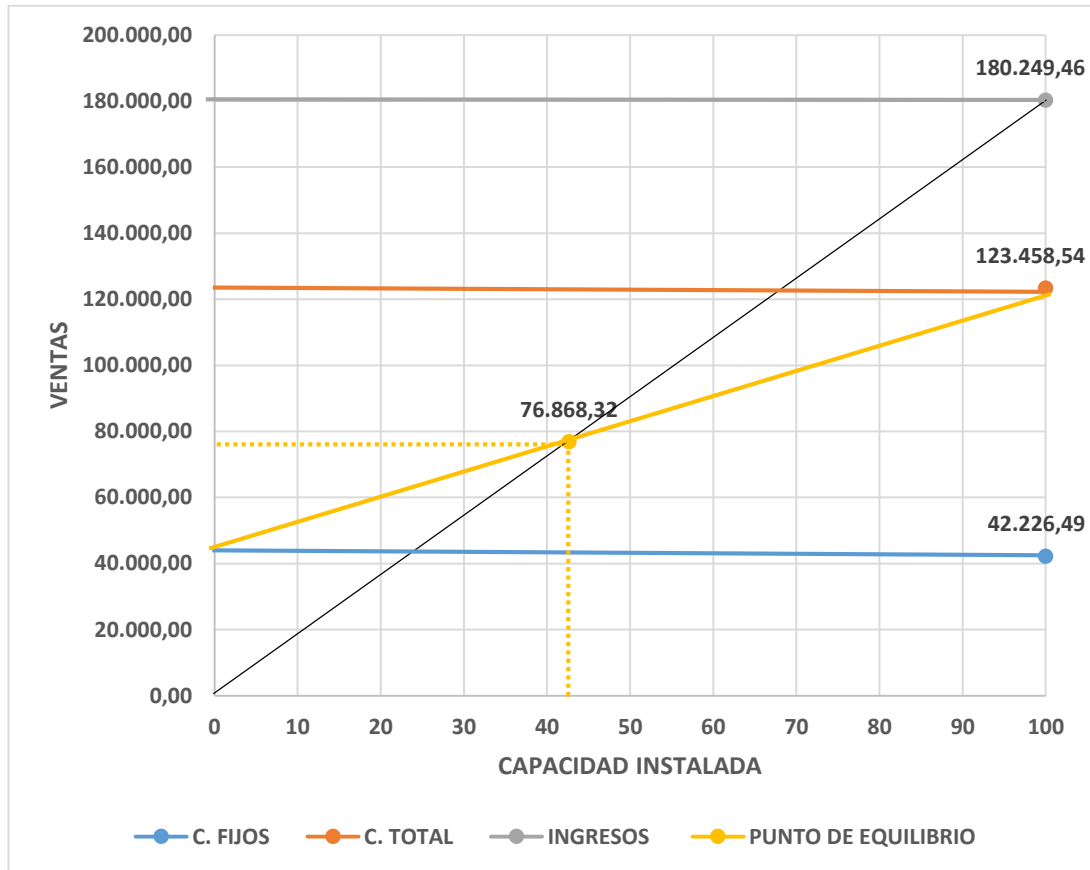


Gráfico N°49
Cálculo del Punto de Equilibrio AÑO 5.



ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Conocido también como Estado de Resultados, o Estado de Rendimiento; es un documento contable que muestra la rentabilidad de la empresa durante un período determinado.

- **Ingresos:** Están integrados por el resultado de las ventas u otros ingresos.
- **Egresos:** Se forma de la suma de los costos y gastos.

Estado de Pérdidas y Ganancias

Cuadro N° 83

EMPRESA "NATURAL FUSION" CIA LTDA					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	112.055,42	126.649,91	141.860,96	159.995,47	180.249,46
(-) Costos totales	94.164,22	100.515,80	107.470,42	115.104,66	123.458,54
Utilidad bruta	17.891,20	26.134,11	34.390,54	44.890,82	56.790,93
(-) 15% utilidad a trabajadores	2.683,68	3.920,12	5.158,58	6.733,62	8.518,64
(=) Utilidad antes de imp. A la renta	15.207,52	22.213,99	29.231,96	38.157,19	48.272,29
(-) 22% provisión de impuesto a la renta	3.345,65	4.887,08	6.431,03	8.394,58	10.619,90
(=) Utilidad antes de Reserva Legal	11.861,87	17.326,91	22.800,92	29.762,61	37.652,38
(-) 10% reserva legal	1.186,19	1.732,69	2.280,09	2.976,26	3.765,24
(=) Utilidad Neta del Ejercicio	10.675,68	15.594,22	20.520,83	26.786,35	33.887,15
Elaborado: La Autora					

EVALUACIÓN FINANCIERA.

La evaluación busca analizar la rentabilidad que puede generar la puesta en marcha del proyecto para cada uno de los inversionistas.

Esta evaluación consiste en aplicar indicadores combinados con operaciones matemáticas que permiten medir la rentabilidad del proyecto, es decir revelan si el proyecto es factible o no. Estos indicadores son:

Flujo de Caja, Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (RBC), Periodo de Recuperación de Capital (PRC) y Análisis de Sensibilidad.

- **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 cumplir con sus obligaciones o comprar activos.

Cuadro N° 84
Flujo de Caja.

EMPRESA "NATURAL FUSION" CIA LTDA						
FLUJO DE CAJA						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSION	34.354,92					
INGRESOS						
Ventas Netas		112.055,42	126.649,91	141.860,96	159.995,47	180.249,46
Valor Residual				560,00		3.843,66
TOTAL DE INGRESOS EN EFECTIVO		112.055,42	126.649,91	142.420,96	159.995,47	184.093,13
EGRESOS						
Reinversión de Equipo de Computac.					1.744,92	
Costo de Producción		56.274,83	61.561,12	67.400,62	73.853,57	80.986,86
Gastos Operacionales		35.854,39	37.143,69	38.482,80	39.888,08	41.332,68
Gastos Financieros		1.064,00	840,00	616,00	392,00	168,00
Otros Gastos		971,00	971,00	971,00	971,00	971,00
Amortización De Crédito		2.666,10	2.666,10	2.666,10	2.666,10	2.595,41
15% Participación De Trabajadores		2.683,68	3.920,12	5.158,58	6.733,62	8.518,64
22% Provisión Impuesto A La Renta		3.345,65	4.887,08	6.431,03	8.394,58	10.619,90
TOTAL DE EGRESO EN EFECTIVO		102.859,66	111.989,10	121.726,13	134.643,88	145.192,49
SALDO FINAL EN EFECTIVO		9.195,77	14.660,81	20.694,82	25.351,60	38.900,64

Elaboración: La Autora

- **VALOR ACTUAL NETO (VAN).**

También conocido como Valor Presente Neto, permite calcular el valor presente de los flujos de caja futuros originados por una inversión, a este valor se le resta la inversión inicial, el resultado de dicha operación es el VAN del proyecto.

Cuadro N° 85
VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Años	Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actualizado
0	-34.354,92	8,22%	
1	9.195,77	0,92	8.497,09
2	14.660,81	0,85	12.517,65
3	20.694,82	0,79	16.327,09
4	25.351,60	0,73	18.481,39
5	38.900,64	0,67	26.204,04
TOTAL			82.027,25
INVERSION			34.354,92
VAN			47.672,33

Elaboración: La Autora

Fórmula del Factor de

Actualización:

$$f = \frac{1}{(1 + i)^n}$$

F= Factor de actualización;

i= Interés del préstamo;

n= Número de años

Para determinar el VAN se utiliza la siguiente fórmula:

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

$$\mathbf{VAN = 82.027,25 - 34.454,50}$$

$$\mathbf{VAN = 47.672,33}$$

Análisis: El VAN del proyecto \$ 47.672,33 en este caso es aceptada la ejecución del proyecto, por tanto esto significa que el valor económico de la empresa aumentará.

- **TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)**

Es la tasa que hace la actualización de los flujos netos de caja sean igual al Valor Actual de los flujos de inversión.

Cuadro N° 86
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Años	Flujo Neto	Factor de Actualización 1	Van m	Factor de Actualización 2	Van M
0	34.354,92	41,00%		42,00%	
1	9.195,77	0,71	6.521,82	0,70	6.475,89
2	14.660,81	0,50	7.374,28	0,50	7.270,79
3	20.694,82	0,36	7.382,52	0,35	7.227,64
4	25.351,60	0,25	6.414,00	0,25	6.235,22
5	38.900,64	0,18	6.980,09	0,17	6.737,75
TOTAL			34.672,71	TOTAL	
INVERSION			34.354,92	INVERSION	
VAN menor			317,79	VAN menor	
				-407,62	

Para poder determinar la Tasa Interna de Retorno, se procedió a la aplicación de la siguiente fórmula:

$$TIR = Tm - Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 41\% - (-1\%) \left(\frac{317,79}{725,42} \right)$$

$$TIR = 41\% - (-1\%)(0,44)$$

$$TIR = 41,44\%$$

El proyecto es aceptado, ya que el 41,44% es mayor a la tasa de oportunidad.

- **PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL.**

Permite conocer el tiempo en que se 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° 87

Años	Inversión	Flujo de Caja	Flujo Acumulado
0	34.354,92		
1		9.195,77	9.195,77
2		14.660,81	23.856,58
3		20.694,82	44.551,41
4		25.351,60	69.903,00
5		38.900,64	108.803,64

Elaboración: La Autora.

$$PRC = \text{Año recupera la inversión} + \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{flujo de año que supera la inversión}} \right)$$

$$PRC = 3 + \left(\frac{34.454,92 - 44.551,41}{20.694,82} \right)$$

$$PRC = 3 + \left(\frac{-10.196,49}{20.694,82} \right)$$

$$PRC = 3 + (-0,4927)$$

$$PRC = 2,51$$

2 años

$$0,51 * 12 = 6,1 \text{ meses}$$

$$0,1 * 30 = 3 \text{ días}$$

Análisis:

Esto muestra que el periodo de recuperación de la inversión inicial es en 2 años, 6 meses y 3 días.

- **RELACIÓN BENEFICIO / COSTO.**

El indicador beneficio-costo, se explica como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, para obtenerlo se utilizan los ingresos y costos actualizados que se producirían durante el período del proyecto.

Cuadro Nº 88

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

ACTUALIZACION DE LOS COSTOS			ACTUALIZACION DE LOS INGRESOS			
Años	Costos Originales	Factor de Actualización	Costos Actualizados	Ingresos Originales	Factor de Actualización	Ingresos Actualizados
0		8,22%			8,22%	
1	94.164,22	0,92	87.009,81	112.055,42	0,92	103.541,67
2	100.515,80	0,85	85.822,07	126.649,91	0,85	108.135,80
3	107.470,42	0,79	84.788,29	141.860,96	0,79	111.920,54
4	115.104,66	0,73	83.911,62	159.995,47	0,73	116.637,16
5	123.458,54	0,67	83.163,48	180.249,46	0,67	121.418,68
Σ ACTUALIZACION DE LOS COSTOS			424.695,27	Σ ACTUALIZACION DE LOS INGRESOS		561.653,86

Elaboración: La Autora

$$RBC = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Egresos actualizados}} - 1$$

$$RBC = \frac{561.653,86}{424.695,27} - 1$$

$$RBC = 0,32$$

- Si la RBC es igual a 1, el proyecto es indiferente.
- Si la RBC es mayor que 1, el proyecto es rentable.
- Si la RBC es menor que 1, el proyecto no es rentable.

Análisis: La Relación Beneficio Costo es igual 0,32; lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá 32 centavos de ganancia, lo cual indica que se puede aprobar el proyecto ya que su RBC es favorable.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es la interpretación de incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de interpretar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Cuadro Nº 89

Análisis de Sensibilidad con Aumento en los Costos de un 16,56%

Años	Costo Original	Incremento Costo	Ingreso Original	Flujo Neto	Factor de Actualización 1	VAN menor	Factor de Actualización 2	VAN MAYOR	
0		16,56%			29,00%		30,00%		
1	94.164,22	109.757,81	112.055,42	2.297,61	0,7752	1.781,09	0,7692	1.767,39	
2	100.515,80	117.161,22	126.649,91	9.488,69	0,6009	5.702,00	0,5917	5.614,61	
3	107.470,42	125.267,53	141.860,96	16.593,43	0,4658	7.729,78	0,4552	7.552,77	
4	115.104,66	134.165,99	159.995,47	25.829,48	0,3611	9.327,32	0,3501	9.043,62	
5	123.458,54	143.903,27	180.249,46	36.346,19	0,2799	10.174,44	0,2693	9.789,09	
TOTAL						34.714,62	TOTAL		33.767,48
INVERSION						34.354,92	INVERSION		34.354,92
VAN menor						359,71	VAN Mayor		-587,44

Elaboración: La Autora

Análisis: El valor obtenido es **0,99** esto indica que el proyecto no es sensible a las futuras alteraciones que pueda haber en los costos.

TIR DEL PROYECTO = 41,44%

NUEVA TIR = 34,39 %

$$TIR = Tm. - Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 29\% - (-1\%) \left(\frac{359,71}{947,15} \right)$$

$$TIR = 29\% + (1\%)(0,38)$$

$$TIR = 29,38\%$$

DIFERENCIA DE TIR:

Diferencia de TIR = TIR del proyecto – Nueva TIR

$$Diferencia de TIR = 41,44\% - 29,38\%$$

$$Diferencia de TIR = 12,06\%$$

PORCENTAJE DE VARIACIÓN:

Porcentaje de variación

$$= (Diferencia de TIR | TIR del proyecto) * 100$$

$$Porcentaje de variación = (12,06\% | 41,44\%) * 100$$

$$Porcentaje de variación = 29,10 \%$$

SENSIBILIDAD:

Sensibilidad = (Porcentaje de Variación | Nueva TIR)

$$Sensibilidad = (29,10 | 29,38)$$

$$Sensibilidad = 0,99$$

Cuadro Nº 90

Análisis de Sensibilidad con Disminución en los ingresos de un 12,75%

Años	Costo Original	Ingreso Original	Disminución Ingresos	Flujo Neto	Factor de Actualización 1	VAN menor	Factor de Actualización 2	VAN Mayor	
0			12,75%		29,00%		30,00%		
1	94.164,22	112.055,42	97.768,36	3.604,14	0,7752	2.793,90	0,7692	2.772,41	
2	100.515,80	126.649,91	110.502,05	9.986,25	0,6009	6.000,99	0,5917	5.909,02	
3	107.470,42	141.860,96	123.773,69	16.303,26	0,4658	7.594,61	0,4552	7.420,69	
4	115.104,66	159.995,47	139.596,05	24.491,39	0,3611	8.844,12	0,3501	8.575,12	
5	123.458,54	180.249,46	157.267,66	33.809,12	0,2799	9.464,23	0,2693	9.105,78	
						TOTAL	34.697,85	TOTAL	33.783,02
						INVERSION	34.354,92	INVERSION	34.354,92
						VAN menor	342,93	VAN Mayor	-571,90

Elaboración: La Autora

Análisis: El valor obtenido es **0,99** esto indica que el proyecto no es sensible a las futuras alteraciones que pueda haber en los ingresos.

TIR DEL PROYECTO = 41,44%

NUEVA TIR = 29,37%

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$TIR = 29\% - (-1\%) \left(\frac{342,93}{914,83} \right)$$

$$TIR = 29\% + (1\%)(0,37)$$

$$TIR = 29,37\%$$

DIFERENCIA DE TIR:

Diferencia de TIR = TIR del proyecto – Nueva TIR

$$Diferencia de TIR = 41,44\% - 29,37\%$$

$$Diferencia de TIR = 12,06\%$$

PORCENTAJE DE VARIACIÓN:

Porcentaje de variación

$$= (Diferencia de TIR | TIR del proyecto) * 100$$

$$Porcentaje de variación = (12,06\% | 41,44\%) * 100$$

$$Porcentaje de variación = 29,11 \%$$

SENSIBILIDAD:

Sensibilidad = (Porcentaje de Variación | Nueva TIR)

$$Sensibilidad = (29,11 | 29,37)$$

$$Sensibilidad = 0,99$$

h. CONCLUSIONES

Culminado con el presente trabajo investigativo y tomando como base los resultados obtenidos en la misma, presento a continuación las conclusiones.

- La creación de una empresa productora y comercializadora de agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla, es un proyecto beneficioso que contribuirá a que se creen fuentes de trabajo y los demandantes tendrán un producto de calidad cumpliendo sus expectativas.
- Referente al estudio de mercado realizado, se resalta que existe un gran volumen de demandantes insatisfechos de 446.440 litros de agua aromática.
- El estudio técnico determinó que la empresa, tendrá una capacidad utilizada del 24%, de la capacidad instalada.
- En el estudio legal indica, que la empresa estará constituida jurídicamente como; Compañía de Responsabilidad Limitada y su razón social será: NATURAL FUSION CIA LTDA, el objeto principal de la compañía será, la producción y comercialización de agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla en el Cantón Piñas, provincia de El Oro, el plazo de duración de la empresa, es de 5 años de vida útil.
- El Estudio Financiero determinó los valores totales en activos fijos de \$21.894,24 dólares, en activos diferidos de \$ 4.855,00 dólares y

en capital de trabajo de \$ 7.605,68; dando una inversión de \$ 34.354,92 dólares.

- El estudio de costos e ingresos estableció que para el primer año el valor del costo de producción es de \$ 94.164,22.
- Para el agua aromática refrescante de 1000ml, el costo unitario es de \$ 0,75 más el margen de utilidad del 19% (0,15), quedando un precio al público de \$ 0,90 centavos.
- En la evaluación financiera se establece el Valor Actual Neto de \$ 47.672,33; Tasa Interna de Retorno de 41,44%; Relación Beneficio Costo es de 0.32 centavos por cada dólar invertido en la empresa; Periodo de Recuperación de Capital es de 2 años, 6 meses y 3 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 16,56% con una sensibilidad del 0.99% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 12,75% dando una sensibilidad del 0.99% por lo cual se concluye que el proyecto es factible, y se recomienda la ejecución de este proyecto.

i. RECOMENDACIONES

- Se recomienda la ejecución de este proyecto, debido a que es rentable económicamente, de acuerdo a los resultados obtenidos; la nueva empresa posee un amplio mercado permitiendo de esta manera ingresar al mercado, como una competencia justa.
- Que las autoridades del Cantón, realicen gestiones para que orienten y motiven a la población, mediante programas de capacitación y apoyo al desarrollo empresarial y además propiciar la generación de fuentes de trabajo que indican positivamente en la economía del Cantón Piñas, la provincia y el país.
- Que en un futuro se deberían realizar estudios técnicos y económicos, con la expectativa de mejorar la capacidad de producción y poder cubrir una mayor demanda del mercado, aunque esto ocasione un poco más de inversión.
- A los inversionistas y futuros emprendedores que deseen formar parte de esta iniciativa empresarial, tomar en consideración el presente proyecto ya que es factible, viable y rentable económicamente.
- Realizar publicidad más creativa y promociones para conquistar a los clientes.
- Después de un tiempo considerable innovar el producto para que cause inquietud en el mercado.

j. BIBLIOGRAFÍA

(s.f.).

ALEGRE ELERA, J. F. (2003). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN*. LIMA: EDITORIAL AMÉRICA.

ANDRADE, S. (2005). *DICCIONARIO DE ECONOMIA*. EDITORIAL ANDRADE.

ARIAS, A. (2003). EL USO DE LA TÉCNICA DE SECADO POR TÚNEL EN LA TECNOLOGÍA DE UN SAZONADOR DE HIERBAS. *EL USO DE LA TÉCNICA DE SECADO POR TÚNEL EN LA TECNOLOGÍA DE UN SAZONADOR DE HIERBAS*. Ambato, Tungurahua, Ecuador.

AVILÉS, FRANCISCO Y MIRANDA JESÚS. (14 de ABRIL de 2010). *ANÁLISIS DE LAS DEDUCCIONES DE INVERSIONES DESDE EL PUNTO DE VISTA CONTABLE-FISCAL*. Obtenido de ANÁLISIS DE LAS DEDUCCIONES DE INVERSIONES DESDE EL PUNTO DE VISTA CONTABLE-FISCAL: <http://tesisugto.blogspot.com/>

BACA URBINA, G. (2010). *EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. MEXICO.: McGRAW-HILL.

BLANCO, A. (1999). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. . ESPAÑA : EDICIONES TORÁN. CUARTA EDICIÓN.

BLAS JIMENEZ, M. P. (2014). *DICCIONARIO DE ADMINISTRACION Y FINANZAS*. EEUU: PALIBRIO LCC.

BOTANICA, O. (s.f.). *BOTANICA ONLINE*. Obtenido de BOTANICA ONLINE: www.botanical-online.com/

BYARS LLOYD, RUE LESLIE. (2008.). *GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS*. MADRID ESPAÑA: EDITORIAL IRWIN. QUINTA EDICIÓN.

CALDAS MARÍA , CARRIÓN REYES, HERAS ANTONIO J. (2009). *EMPRESA E INICIATIVA EMPRENDEDORA*. ESPAÑA.: EDITORIAL EDITEX S.A.

CASTRO, A. M., & CASTRO, J. A. (2009). *PROYECTOS DE INVERSIÓN EVALUACION Y FORMULACION* . MEXICO .

CÓRDOBA PADILLA, M. (2011). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. ECOE EDICIONES.

ECO-FINANZAS. (s.f.). *ECO-FINANZAS*. Obtenido de ECO-FINANZAS: <http://www.eco-finanzas.com/diccionario/F/FINANCIAMIENTO.htm>

FLORES LAIME, H. (03 de JULIO de 2013). *SLIDESHARE*. Obtenido de SLIDESHARE: <http://es.slideshare.net/yaquiely/modulo-unam-hugo-flores>

HORNGREN, DATAR, RAJAN. (2012). *CONTABILIDAD DE COSTOS. UN ENFOQUE GERENCIAL*. MÉXICO: PEARSON EDUCACIÓN.

- HUERTA RIOS, H. (2012). *ANALISIS Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSION DE CAPITAL*. MEXICO: INSTITUTO MEXICANO DE CONTADORES PUBLICOS.
- INEC. (2010). *INEC*. Obtenido de INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- INSTITUTO LATINOAMERICANO DE PLANIFICACIÓN ECONÓMICA Y SOCIAL. (2006). *GUÍA PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS*. MÉXICO.: (VIGÉSIMA SÉPTIMA ED.).
- JAMES, V., & JONH, W. (2002). *FUNDAMENTOS DE LA ADMINISTRACION FINANCIERA*. MEXICO: PEASON EDUCACION.
- JOSUÉ, L. C., & MANUEL, S. C. (2009). *evaluacion de proyectos*.
- KOTLER, P., & ARMSTRONG, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. Mexico : Pearson.
- KOTLER, PHILIP Y ARMSTRONG GARY. (2003). *FUNDAMENTOS DE MARKETING*. MEXICO: PRENTICE HALL MEXICO.
- LEÓN, C. (2007). *EVALUACION DEINVERSIONES. UN ENFOQUE PRIVADO Y SOCIAL*. CHICLAYO: USAT. ESCUELA DE ECONOMIA.
- LOPES, O. A. (2015). *DIRECCION ESTRATEGICA DE LA EMPRESA*. MADRID: S.L. CIVITAS EDICIONES.
- MALDONADO, A. F. (2006). *FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS. FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. CUENCA, AZUAY, ECUADOR: CENTRO DE PUBLICACIONES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS DE LA UNIVERSIDAD DE CUENCA.
- MIRANDA, J. J. (2005). *GESTION DE PROYECTOS*. BOGOTA: MM.
- NORMAS DE INFORMACIÓN FINANCIERA. (2009). *NORMAS DE INFORMACIÓN FINANCIERA. NORMAS DE INFORMACIÓN FINANCIERA α-3*. CONSEJO TÉCNICO DE LA CONTADURÍA PÚBLICA.
- NORMAS INTERNACIONALES DE CONTABILIDAD. (01 de 01 de 2010). NIC16. *NIC16*. UNION EUROPEA. Obtenido de <http://plancontable2007.com/niif-nic/nic-normas-internacionales-de-contabilidad/nic-07.html>
- NORMAS INTERNACIONALES DE CONTABILIDAD. (01 de 01 de 2010). NIC38. *NIC38*. UNION EUROPEA.
- ORTEGA. (2006). *evaluacion de proyectos de inversion*.
- PADILLA, C. M. (2006). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. Mexico: eco ediciones.
- PASACA, M. M. (2004). *FORMULACIÓN Y EVALUACION DE PROYECTOS DE INVERSIÓN*. LOJA: EDICION 1.
- ROJAS MEDINA, R. A. (2007). *SISTEMAS DE COSTOS UN PROCESO PARA SU IMPLEMENTACIÓN*. COLOMBIA: UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA SEDE MANIZALES .

SAPAG CHAIN. (2008). *PREPARACIÓN Y EVALUACION DE PROYECTOS*. COLOMBIA: MCGRAW-HILL.

VACAS OMAR, BORJA MARIA. (2008). *COMERCIALIZACIÓN DE LAS PLANTAS ÚTILES DEL ECUADOR*. ENCICLOPEDIA DE LAS PLANTAS ÚTILES DEL ECUADOR. *COMERCIALIZACIÓN DE LAS PLANTAS ÚTILES DEL ECUADOR. ENCICLOPEDIA DE LAS PLANTAS ÚTILES DEL ECUADOR.*, 59.

VARELA, R. (2006). *INNOVACIÓN EMPRESARIAL*. BOGOTÁ: EDITORIAL MCGRAW HILL; SEGUNDA EDICIÓN.

WERTHER, WILLIAM B Y KEITH DAVIS. (2008). *ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS. EL CAPITAL HUMANO DE LAS EMPRESAS* . MEXICO: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA.

k. ANEXOS

ANEXO Nº 1



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ENCUESTA APLICADA A LAS FAMILIAS**

Me dirijo a usted, con la finalidad de solicitarle de la manera más comedida se digne proporcionar su valiosa colaboración y conocimiento, dando contestación el siguiente cuestionario a fin de recopilar información para mi trabajo investigativo titulado: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE AGUA AROMÁTICA REFRESCANTE A BASE DE MENTA Y MANZANILLA, EN EL CANTÓN PIÑAS, PROVINCIA DE EL ORO”**

1. ¿En la dieta diaria de su familia consume aguas aromáticas?

Si (___) No (___)

2. ¿Sabía que las aguas aromáticas no solamente ofrecen beneficios medicinales, también pueden ser una bebida refrescante?

Si (___) No (___)

3. ¿Qué tipo de hierbas aromáticas consume?

Cedrón	
Manzanilla	
Hierbaluisa	
Menta	
Toronjil	

4. ¿Qué cantidad consume semanalmente de aguas aromáticas?

1 Litro	
2 Litros	
3 Litros	
4 Litros	

5. ¿Las aguas aromáticas que consume que origen tiene?

Producción Industrial	
Producción casera	

6. ¿Conoce Ud. Si en el mercado piñasiense se comercializa agua aromática envasada?

Si	
No	

7. ¿Si se creara una empresa productora y comercializadora de agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla embotellada, higiénica, a buen precio y buena calidad, estaría usted dispuesto a adquirir el producto?

Si (____) No (____)

8. ¿En qué presentación le gustaría adquirir el agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla embotellada?

Envase de vidrio	
Envase de plástico	

9. ¿En envases de que cantidad le gustaría adquirir el producto?

250 ml (1/4 litro)	
500 ml (1/2 litro)	
1000 ml (1 litro)	

10. ¿Cuántos envases de agua aromática refrescante de menta y manzanilla del producto indicado consumiría a la semana?

1 envase	
2 envases	
3 envases	
4 envases	

11. ¿A través de qué medios le gustaría informarse sobre nuestro producto?

- Prensa hablada.

Radio Elite	
Radio Lluvia	
Radio Impacto	

- ¿En qué programaciones desea escuchar publicidad de nuestro producto?

En la mañana (08H00 - 12H00)	
En la tarde (14H00 - 18H00)	
En la noche (19H00 - 23H00)	

- Redes Sociales.

Facebook	
Twitter	
Instagram	

GRACIAS

ANEXO N°2



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ENCUESTA APLICADA A LOS OFERENTES

Me dirijo a usted, con la finalidad de solicitarle de la manera más comedida se digne proporcionar su valiosa colaboración y conocimiento, dando contestación el siguiente cuestionario a fin de recopilar información para mi trabajo investigativo titulado: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE AGUA AROMÁTICA REFRESCANTE A BASE DE MENTA Y MANZANILLA, EN EL CANTÓN PIÑAS, PROVINCIA DE EL ORO”**

1. ¿Qué cantidad de bebidas refrescantes (1000 ml), vende mensualmente?

1 - 50	
51 - 100	
101 - 150	
151 - 200	

2. ¿Cuál es el precio en el mercado de la bebida refrescante que más vende?

0,76 A 1,00 ctv.	
1,01 A 1,25 ctv.	
1,26 A 1,50 ctv.	

3. ¿En caso de que en el cantón Piñas, se creara una empresa dedicada a la producción y comercialización de una bebida

refrescante natural a base de menta y manzanilla, estaría dispuesto a comercializarlo en su negocio?

Si (____) No (____)

- 4. ¿Qué medios de comunicación preferiría para promocionar y publicitar la bebida de agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla?**

Prensa Escrita	
Redes sociales	
Televisión	
Radio	
Material POP	

GRACIAS

Anexo 3

A. PROBLEMATIZACIÓN.

Las plantas medicinales han servido al hombre, durante miles de años, para curar sus enfermedades. Sus secretos curativos fueron descubiertos a través del tiempo, y han sido transmitidos de generación en generación, los beneficios que se obtienen pueden ser: diuréticas, energizantes, anti-estrés, tónicos cerebrales, digestivos; dependiendo de la especie vegetal o tejido que sea utilizado para la elaboración de la infusión, por tal motivo, actualmente las personas no solo se complacen con ingerir bebidas refrescantes, sino que también buscan que estas aporten beneficios a su salud.

Aunque el estado ecuatoriano garantiza la calidad de las bebidas y alimentos no existe un control adecuado sobre las bebidas que se comercializan y consumen; por otro lado, no existen regulaciones legales ni organismos especializados para garantizar dichos productos. Actualmente la población consume gran cantidad de productos llenos de aditivos, conservantes y colorantes que en dosis pequeñas no causan mayor daño, pero a futuro pueden afectar gravemente a la salud como lo son las gaseosas y refrescos como Coca-Cola, Pepsi, Fanta, Big, Tampico, Cifrut, Jugos del Valle, Nestea, Tang, Jugos Yap, etc.

De acuerdo a los últimos resultados de la encuesta realizadas por el (INEC, 2010) en el área de manufactura, la elaboración de alimentos y bebidas es la principal industria. El ecuatoriano promedio destina USD 58,5 al año en bebidas carbonatadas (gaseosas), concentradas, té, bebidas energizantes y deportivas. En estas se incluyen las bebidas azucaradas, sin azúcar y light.

En los últimos años “las plantas medicinales y tradicionales” han despertado gran interés, médico, biotecnológico y alimenticio; para

desarrollar productos que promuevan mejorar la salud y longevidad en el ser humano. Dichos insumos son comercializados a través de tiendas naturistas, supermercados entre otros.

Las hierbas medicinales como la manzanilla y la menta se utiliza como analgésico, relajante y el tratamiento de afecciones, muchas de las cuales han sido claves para el aumento que ha experimentado el consumo de un producto en particular. Por otro lado, la medicina alopática (biomedicina) reconoce ciertas cualidades terapéuticas de los vegetales utilizados en infusiones y que pueden ser muy útiles para tratar cuadros agudos, pero cuando se trata de terapias prolongadas la situación puede volverse complicada porque no se sabe con exactitud cuánto el principio activo se encuentra en dicha infusión. (ARIAS, 2003)

En el Ecuador se calcula que al menos 2300 familias campesinas son productoras de plantas medicinales. (VACAS OMAR, BORJA MARIA, 2008). En el 2013, el Ecuador exportó alrededor de 9 millones de dólares, de 10 subproductos derivados de hierbas naturales, plantas medicinales y condimentos, alcanzando una participación del 0,09% en el mercado mundial.

En la provincia de El Oro, dentro de la flora se encuentran algunas especies de árboles nativos como el cedro, guayacán, canelo, achupalla, epifitas, orquídeas y otros; sus habitantes cultivan hierbas medicinales como: altamisa, árnica, borraja, cedrón, romero, ruda, tabaquillo, toronjil, manzanilla, menta, té de monte, ajeno, yerbabuena, etc.

Piñas presenta graves problemas como la insuficiencia de fuentes de empleo y los bajos ingresos que han llevado a una grave crisis económica y financiera de sus habitantes, dificultades que han sido ocasionadas por la falta de emprendimiento y formación micro empresarial.

Tomando en cuenta que la población del cantón Piñas, en la actualidad, para refrescarse, dispone de productos con alto contenido de aditivos, conservantes y colorantes que afectan a su salud ya que según los datos otorgados por el departamento de estadística del Hospital Luis Moscoso

Zambrano, en el mes de marzo del presente año se han registrado 146 atenciones por diabetes y 106 casos de ansiedad y estrés; se hace necesario que se planteen alternativas que permitan mejorar su hidratación con productos sanos como las aguas aromáticas refrescantes a base de menta y manzanillas; Piñas cuenta con un clima cálido que hace que las personas pierdan líquidos aun sin esfuerzo físico fuerte, es por ello más imperante la necesidad de contar con un producto hidratante como el propuesto en el presente proyecto; con estos antecedentes se propone realizar un proyecto de factibilidad para la producción y comercialización de agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla en el cantón Piñas.

B. JUSTIFICACIÓN.

- **Académica.**

Como estudiante de la carrera de Administración de Empresas, de la Universidad Nacional de Loja, actualmente cursando el décimo módulo y con la intención de realizar el trabajo de titulación, previo la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas, me encuentro en capacidad de elaborar el proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla en el cantón de Piñas, Provincia de El Oro“, el cual permitirá reforzar todos los conocimientos adquiridos hasta la actualidad, y que serán complementados con la investigación y práctica en el desarrollo de este proyecto.

- **Social.**

La presencia de un producto de calidad, natural, orgánico y saludable que permita una vida sana y equilibrada, que satisfaga y atienda las necesidades de la población, que incite a la generación de fuentes de empleo que hoy son carentes en nuestro cantón y por ende se optimice la calidad de vida de sus habitantes.

- **Económica.**

El sector de alimentos y bebidas es uno de los sectores más influyentes potenciadores de la economía, la alta demanda de estos bienes dentro del mercado ha hecho que se convierta en uno de los ejes más importantes por tal motivo el proyecto de agua aromática refrescante a base de menta

y manzanilla tiene como fin generar recursos para el inversionista, y de esta manera a la región y el país.

C. OBJETIVOS.

1. OBJETIVO GENERAL.

Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla en el cantón de Piñas, Provincia de El Oro“

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Realizar un estudio de mercado con el propósito de conocer la oferta y la demanda de agua aromática refrescante a base de menta y manzanilla en el cantón de Piñas, Provincia de El Oro“
- Realizar el estudio técnico para determinar el tamaño y localización del proyecto, procesos y logística necesarios, organizar un marco administrativo y legal necesario para la correcta constitución de la empresa y un adecuado funcionamiento del presente proyecto.
- Estructurar el estudio económico-financiero a fin de determinar cuáles son los ingresos, costos, gastos y punto de equilibrio que implica tener este tipo de negocio a efecto de establecer la factibilidad y la viabilidad del mismo.
- Realizar la evaluación financiera, a través de los indicadores: VAN, TIR, R/B-C, PRI y análisis de sensibilidad para determinar la factibilidad o no rentabilidad del proyecto.

ÍNDICE

PORTADA	I
CERTIFICACION	II
AUTORIA	III
CARTA DE AUTORIZACION	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
a. TITULO	1
b. RESUMEN	2
SUMMARY	5
c. INTRODUCCION	7
d. REVISION DE LITERATURA	9
e. MATERIALES Y METODOS	46
f. RESULTADOS	50
g. DISCUSION	67
h. CONCLUSIONES	159
i. RECOMENDACIONES	161
j. BIBLIOGRAFIA	162
k. ANEXOS	165
INDICE	176