



1859

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“Factibilidad para la Implementación de una Empresa Productora y Comercializadora de un Saborizante de Haba en la Ciudad de Catacocha Cantón Paltas Provincia de Loja”

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN
DE GRADO DE INGENIERIA EN
ADMINISTRACION DE EMPRESAS

AUTORA:

Glenda Magaly Villano Diaz

DIRECTORA:

DRA. ROCIO TORAL TINITANA MAE.

1859

LOJA-ECUADOR

2017



CERTIFICACIÓN

ING. ROCIO TORAL TINITANA, MAE DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y DIRECTORA DE TESIS.

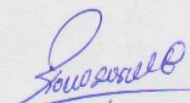
CERTIFICA:

Haber dirigido el proceso investigativo de la señorita: **GLENDA MAGALY VILLANO DÍAZ**, Cuyo tema se titula “**FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE UN SABORIZANTE DE HABA EN LA CIUDAD DE CATACocha CANTÓN PALTAS PROVINCIA DE LOJA**”, el mismo que cumple con los aspectos de fondo y de forma exigidos en el Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, por tal razón autorizo su presentación para los trámites correspondientes.

Particular que certifica para los fines pertinentes.

Loja, abril de 2017

Atentamente,


Dra. Roció del Carmen Toral Tinitana MAE.

DIRECTORA DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **GLENDY MAGALY VILLANO DÍAZ**, declaro ser autora del presente trabajo de tesis de grado y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes Jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de la misma

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

Autora: Glenda Magaly Villano Díaz

Firma: 

Cédula N°: 1104930837

Fecha: Loja, abril 2017


**CARTA DE AUTORIZACIÓN DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y OBLICACIÓN ELECTRÓNICA
DEL TEXTO COMPLETO**

Yo, **GLENDA MAGALY VILLANO DÍAZ**, declaro ser la autora de la tesis de grado titulada **“FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE UN SABORIZANTE DE HABA EN LA CIUDAD DE CATACOCCHA CANTÓN PALTAS PROVINCIA DE LOJA”**, como requisito para optar al título de Ingeniería 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 26 días del mes de Abril del dos mil diecisiete. Firma la autora:

FIRMA: 

AUTORA: Glenda Magaly Villano Díaz

CÉDULA N°: 1104930837

DIRECCIÓN: Loja Ciudadela Daniel Álvarez

CORREO ELECTRÓNICO: glenita_090891@hotmail.com

TELÉFONO: 0988539005

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTORA DE TESIS: Dra. Rocio del Carmen Toral Tinitana MAE.

MIEMBROS DEL TRIBUNAL:

PRESIDENTE: Ing. Ney Alfredo Gallardo Mg. Sc.

VOCAL: Ing. Manuel Pasaca Mora. Sc.

VOCAL: Ing. Silvana Elizabeth Jiménez Pereira MAE.,

DEDICATORIA

El presente trabajo está dedicado a mis Padres, Mi esposo Mi hija, hermanos y amigos.

A mis padres por el amor, el apoyo los consejos que siempre me brindaron. Por la compañía y fuerza que me supieron brindar en este largo y arduo proceso para lograr mí más anhela meta.

A mi Esposo e Hija quienes son fuente de inspiración fortaleza y amor para seguir adelante y superarme día a día.

A si mismo agradezco a mis hermanos por el apoyo incondicional que siempre me brindaron especialmente a Deysi por ayudarme inmensamente con mi pequeña.

Que Dios les bendiga a cada uno de ellos.

La Autora

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradecida con Dios por todas y cada una de sus bendiciones. Gracias por la fuerza y grandeza que día a día me brinda y poder cumplir una meta más en mi vida.

Así mismo agradezco a mi directora de Tesis Ing. Roció Toral por el apoyo y dedicación que supo brindarme en la orientación y guía de este trabajo investigativo, al personal docente y administrativos de la Universidad Nacional de Loja por las enseñanzas recibidas.

A mis amigos con quienes he compartido buenos y malos momentos por el apoyo que me supieron brindar para tan inmemorable logro.

GRACIAS A TODOS

La Autora

a. Título

“FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE UN SABORIZANTE DE HABA EN LA CIUDAD DE CATACocha CANTÓN PALTAS PROVINCIA DE LOJA”

b. RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo presentar una propuesta para la implementación de una empresa productora y comercializadora de saborizante de haba en la Ciudad de Catacocha, Cantón Paltas.

Dentro de los objetivos se planteó realizar el estudio de mercado para conocer la demanda, la oferta y la demanda insatisfecha, también se realizó el estudio técnico para determinar la localización del proyecto en donde se detalla la macro y micro localización, se presentó una propuesta administrativa-funcional de la empresa a implementarse; a través de la recolección de datos con la técnica de la encuesta se obtuvo información necesaria para los resultados de esta investigación. La información obtenida a través de la encuesta aplicada fue procesada mediante un enfoque cualitativo utilizando técnicas propias de carácter descriptivo y sustentado a través de las bases teóricas de estudio.

Dentro del estudio de mercado se analizó la demanda y la oferta para determinar la acogida que tiene el producto en el mercado. Dando como resultado una demanda efectiva de 60.887 demandantes y una demanda insatisfecha para el año cero de 54.285 libras.

Seguidamente se realizó el estudio técnico donde se tomó en consideración la capacidad instalada la cual determinó que la empresa está en la capacidad de producir 96.360 libras de saborizantes y cuya capacidad utilizada de 22.880 libras de saborizante de haba; de igual manera el tamaño y localización, la distribución de la planta, la ingeniería del proyecto, la estructura orgánica – funcional, la constitución, organización y los

manuales de funciones, mismos que son fundamentales para la implementación de una buena organización.

En el estudio financiero se determinó que el proyecto obtuvo una inversión de **18.642,54** dólares y se financiará con un aporte de los socios del 100% del total de la inversión.

Los indicadores de evaluación financiera arrojaron resultados positivos y alentadores para asegurar una buena rentabilidad del proyecto donde se calculó el Valor Actual Neto (VAN), genera un resultado positivo para la empresa con un monto de \$ **88.757,68** el mismo que significa que el proyecto será aceptado. La Tasa Interna de Retorno (TIR), 130,67%, Relación Beneficio Costo (RBC), arroja un resultado de 26 centavos, El Periodo de Recuperación del Capital (PRC), 9 Meses y 10 días. El análisis de sensibilidad soporta un aumento en costos de 4,70% y una disminución de ingresos de hasta 4,50% obteniendo una sensibilidad de 0,99.

Posteriormente se concluyó que existe la factibilidad de crear la empresa productora y comercializadora de un saborizante de haba en la Ciudad de Catacocha: ya que de acuerdo a los resultados obtenidos se determinó que el proyecto es factible.

Finalmente se presentó las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

ABSTRACT

The present work aims to present a proposal for the implementation of a company producing and marketing bean flavor in the city of Catacocha, Canton Paltas.

Within the objectives was proposed to carry out the market study to know the demand, supply and demand unsatisfied, also the technical study was carried out to determine the location of the project where the macro and micro location is shifted, a proposal was found Administrative-functional of the company to be implemented; Through the collection of data with the survey technique, information was obtained for the results of this research. The information obtained through the applied survey has been processed through a qualitative approach using its own descriptive and sustained techniques through the theoretical bases of study.

The market study analyzed the demand and supply to determine the reception that the product has in the market. Resulting in an effective claim of 60,887 plaintiffs and an unsatisfied demand for year zero of 51,644 pounds.

The technical study was then carried out which took into consideration the installed capacity of which determined that the company is in the production capacity 96,360 pounds of flavorings and with capacity of 22,880 pounds of bean flavoring; In the same way the size and location, plant layout, project engineering, organic - functional structure, constitution, organization and

function manuals, the same as the fundamentals of son for the implementation of a good organization.

In the financial study it was determined that the project obtained an investment of \$ 18,642.54 and was financed with a contribution of 100% of the total investment.

The financial evaluation indicators showed positive and encouraging results to ensure a good profitability of the project where the Net Real Value (NPV) is calculated, generate a positive result for the company with an amount of \$ 88,757.68 which means that the project The Internal Rate of Return (IRR), 130.67%, Cost Benefit Ratio (RBC), yields a result of 26 cents, the Capital Recovery Period (PRC), 9 Months and 10 days. The sensitivity analysis supports an increase in costs of 4.70% and a decrease in revenues of up to 4.50%, obtaining a sensitivity of 0.99.

It was later concluded that there is a feasibility of creating the company producing and selling a bean flavor in the city of Catacocha: since according to the results obtained it was determined that the project is feasible.

Finally, the conclusions, recommendations, bibliography and annexes were found.

c. INTRODUCCIÓN

Las empresas u organizaciones trabajan en la búsqueda de constantes cambios para mejorar sus procesos administrativos, que conlleven a aumentar su nivel de trabajo y generar más rentabilidad.

Es por ello que las mismas deben tener en cuenta estrategias claves para sobresalir ante la competencia lograr avances y desarrollos de la empresa asegurando una buena competitividad en el mercado, mediante las mejoras de calidad, eficacia y eficiencia, aprovechando los cambios y mejoras tecnológicas que ofrece su entorno.

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad analizar la factibilidad para implementación de una empresa productora y comercializadora de un saborizante de haba en la Ciudad de Catacocha, Cantón Paltas, Provincia de Loja. Con el fin de contribuir al mejoramiento de las condiciones socio económicas, del Cantón.

La importancia del producto en estudio está encaminado a ofrecer a la población un producto 100% Natural, una alternativa para aquellos que por A o B razones no pueden consumir el café común ya que este contiene mayor cantidad de cafeína.

Con estas referencias, el presente trabajo de investigación cuenta con:

Resumen, en el cual se detalla con brevedad el análisis de cada uno de los estudios realizados como; estudio de Mercado, Técnico, Administrativo, Administrativo – Legal, financiero y evaluación financiera.

Revisión de literatura; en la que constan definiciones y conceptos de los temas relacionados al tema objeto de estudio mismo que permiten fundamentar la investigación realizada.

A si mismo se detalla los diferentes materiales y métodos que fueron útiles para efectuar la investigación siendo estos como el Inductivo, deductivo y analítico, se utilizó técnicas de investigación las mismas que fueron necesarias para la recopilación de datos como encuestas tanto para demandantes como para ofertantes y la observación directa.

Seguidamente se detallan los resultados de las encuestas aplicadas a los demandantes y oferentes de la Ciudad de Catacocha, en donde se establecen cuadros, gráficos, análisis e interpretación de los datos obtenidos.

Dentro de la discusión se encuentra el desarrollo de cada uno de los estudios como:

Estudio de mercado donde se encuentra el análisis de la demanda, oferta, como también las estrategias de mercado orientado en las cuatro “ps” del marketing: como son Producto, Precio, Plaza y Promoción.

Estudio técnico, Aquí se define el tamaño y localización del proyecto, indicando su capacidad instalada, utilizada, la ingeniería del proyecto donde que abarca el componente tecnológico que se utiliza para llevar a cabo la producción. El diseño organizacional que consta de una base legal, la estructura orgánica funcional visible en los organigramas y, los manuales de funciones.

Estudio financiero, dentro del cual se encuentran las inversiones necesarias para poder cuantificar el proyecto en términos monetarios, estas se dividen en: activos fijos, activos intangibles o diferidos y capital de trabajo, así mismo las fuentes de donde se obtendrá los recursos para el financiamiento del mismo. 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, y por último se encuentra el cálculo del punto de equilibrio.

Evaluación financiera que contiene el flujo de caja, VAN (Valor actual neto), TIR (Tasa interna de retorno), RBC (Relación beneficio-costos) PRC (Periodo de recuperación de capital) y el Análisis de sensibilidad los mismos que indica que el proyecto es factible.

Dentro los **materiales y métodos**, permitió analizar, sintetizar y determinar los resultados obtenidos mediante el uso de técnicas como la encuesta y la utilización de diferentes materiales que nos ayudaron a complementar el trabajo investigativo; posteriormente tenemos **Resultados**, los cuales presentan resultados y opiniones importantes, así como también contiene al análisis e interpretación de los mismo; **Discusión** en donde se fundamentan los resultados obtenidos a través de la aplicación de la practica; Además, fue importante la elaboración de las **conclusiones y recomendaciones**, en las que se realizó un resumen de los aspectos más sobresalientes del proyecto, donde fue posible dar solución a problemas encontrados en el presente estudio; **Bibliografía**, donde se plasma todas

las fuentes de información que se utilizaron en el desarrollo del trabajo investigativo.

Los **anexos**, documentos complementarios que aportaron al entendimiento de los contenidos y resultados expuestos en la actual investigación.

Por último, encontramos los **índices**, los cuales permiten al lector guiarse en los diferentes contenidos del proyecto.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

d.1. Marco Referencial

d.1.1 Historia de Catacocha

Paltas es un cantón de la provincia de Loja, lleva este nombre por la presencia de la etnia preincaica Palta, que constituye el elemento fundamental de la etnografía e historia provincial. Su alcalde para el período 2014 - 2019 es Ramiro Maita Sánchez.

La Cabecera cantonal de Paltas es la ciudad de Catacocha, esta Ciudad cuenta con dos tipos de climas: tropical y frío, pero en general su clima es delicioso, con una temperatura promedio de 18 °C. En Paltas los aguaceros son temporales y son muy fuertes; se dan de diciembre a mayo. La época seca es de junio a diciembre. A mediados del año el área puede ser considerada semiseca y la otra mitad del año muy lluviosa.

Las áreas irrigadas se encuentran en todo el valle y son generalmente los beneficiarios los propietarios de las haciendas

La fecha de cantonización es el 25 de junio de 1824. Existen adicionalmente dos fechas importantes para los pobladores de Catacocha:

30 de julio, en la que se celebra las nuevas cosechas de sus pobladores conocida como la Feria de Catacocha. La primera semana de octubre es la Feria de Exposiciones bovinas.

El cantón Paltas es un centro de transacciones comerciales. Todas las parroquias rurales tienen sus ferias anuales, donde se dan cita, agricultores, ganaderos, pequeños y grandes comerciantes. Los domingos en la cabecera cantonal, son días de verdadera animación y actividad comercial.

Tres son las ferias comerciales que se realizan anualmente en la cabecera cantonal de Catacocha, a saber: la del 24 de junio, 30 de julio y primer domingo de octubre.

Desarrollo social y económico.

Los Paltas constituyen una cultura eminentemente agraria que tenían la base principal de su alimentación en el maíz y la yuca. El maíz era el "regalo de los dioses" el cual ahuyentó históricamente de nuestros pueblos las hambrunas y crisis alimentarias que otros pueblos del planeta han sufrido persistentemente. Los Paltas manejaban diferentes pisos ecológicos y dos tipos de agricultura; la de secano o temporal o "rosas de monte", y la de las vegas de los ríos poseen tierras con riego, implica muchas cosas: un buen manejo del agua y del riego, un cálculo preciso del tiempo para sembrar con la debida oportunidad cuando se aproximan las lluvias, una clara concepción del arte agrícola.

En aquellos tiempos Marcos Jiménez de la Espada, en su relación y descripción de la ciudad de Loxa, nos dice que los años contaban por meses lunares de doce lunas hacían un año y dividían los tiempos por

veranos e inviernos y por el tiempo de sembrar sus mantenimientos y coger los que en eso tienen gran cuenta y orden.

El maíz y la agricultura bien manejados permitieron que estos pueblos se desarrollaran. El maíz alimentaba por igual a todos los habitantes de la nación palta: (sacerdotes, comerciantes, soldados, mineros, agricultores). Del maíz y por el maíz se desarrolló la cultura Palta: una cultura sin arado, sin moneda, sin escritura, sin animales de tiro. Los Paltas desarrollaron una cultura compleja y diversificada, una elaborada alfarería y metalurgia, y complejos sistemas organizativos, conocidos hoy en día como Cacicazgos o Señoríos Étnicos, manejaron cuatro pisos ecológicos: a) las zonas altas entre los 2000 y 3000 metros como Guachanamá, Celica y Provincia de Loja. b) las zonas templadas como Catacocha, Cariamanga; c) las zonas subtropicales secas como: Pózul, Domingullo; y, d) el tropical seco, Macará y Zapotillo. En esta serie de pisos y nichos ecológicos los Paltas obtenían una producción muy diversa: maíz, fréjol, yucas, calabazas, maní y un conjunto de frutales: paltas, ciruelas, chirimoyas, guabas, tunas, toronches, jícaros, tumbos; peces de río y apangoras, y el cuy en las casas, como lo señala Salinas y Loyola en 1571.

d.1.2 Historia de las habas

Según (FERNANDEZ, 2012) en su proyecto de tesis denomina Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa productora y comercializadora de café de haba menciona que. Esta leguminosa, es

conocida desde tiempos antiquísimos, (2300 años a.C.), y sirvió como alimento al hombre de esa época

Los griegos, las cultivaron y consumieron, y también utilizaron habas secas para votar determinados castigos a sus conciudadanos. En la Edad Media, sólo se usaban en la alimentación animal. En esa época se sustituyó el tradicional barbecho por la siembra de habas (field-beans), Las habas eran un alimento de la clase baja, de ahí que Chancer empleara la expresión “no vale un haba”.

El Emperador Carlomagno ordena, en sus “Capitulares De Villis” (888), que se planten habas en los jardines de su reino, tanto de la variedad temprana, como de la tardía.

Durante el reinado de Isabel I, hubo ocasiones en que los panaderos debieron cumplir la orden de amasar su pan con harina de habas por escasez en las cosechas. Además, Inglaterra importaba casi la totalidad del trigo que necesitaba.

d.1.2.1 Producción del Haba

Según (MALDONADO, 2014) en su tema de desarrollo “Estudio de Factibilidad para la Creación de una Microempresa de Producción y Comercialización de Café Artesanal en la Comunidad del Juncal, Parroquia Ambuquí, Provincia De Imbabura” menciona que, El haba es un cultivo tradicional de la sierra ecuatoriana. Generalmente se cultiva sola o en asociación con otras especies como maíz, papa, quinua, melloco, etc. El haba constituye un componente importante en la dieta de amplios sectores de la población rural y urbana, se consume tanto en estado tierno como en

seco. La altitud ideal va de 2800 a 3400 msnm., encontrando esta altitud en las comunidades de la zona alta de Ambuquí aptas para su siembra. Según la Asociación Cochapamba que trabaja con los agricultores de la zona alta de Ambuquí se produce aproximadamente 500 hectáreas de haba específicamente en las comunidades de Rancho Chico, Rumipamba y Peñaherrera. La siembra normal produce 30 quintales de grano seco por hectárea, mientras que la siembra técnica produce aproximadamente 50 quintales de grano seco por hectárea y de 100 quintales por hectárea en verde y con las vainas.

d.1.2.2 Importancia de las Habas

Según (ESTRELLA, 2008) en su proyecto de tesis denominado Proyecto De Factibilidad para la Creación de una Planta Procesadora de Café de haba en la Ciudad de Latacunga - Provincia de Cotopaxi sostiene que, Las habas son las leguminosas más antiguas que se conocen. Su consumo es popular en todo el país y en América del Sur. El contenido en proteína va del 20 al 25 % en grano seco, este particular y la costumbre, hacen que las habas estén presentes en la dieta de nuestro pueblo. Se la consume en verde cocido", o también frita y tostada.

La semilla seca, se la puede guardar varios años sin que se pierda su viabilidad. Las habas debido a su rusticidad, precocidad y gran resistencia a bajas temperaturas, constituyen el cultivo ideal para nuestros páramos andinos.

Para nuestros cultivadores de habas existe el peligro de plagas y enfermedades que se han presentado, con asistencia técnica se mantiene bajo control.

d.1.2.3 El Haba en el Ecuador

Según (CADENA ANGELICA, 2012) en su proyecto titulado Plan de negocios para el posicionamiento del café de haba K'FABA en la Ciudad de Ambato mencionan que. En el Ecuador, tenemos tres zonas que producen habas (Vicia Faba), a lo largo del callejón interandino, las que cultivan de acuerdo a las preferencias del mercado y a la costumbre de sus usos. La zona Norte: Carchi e Imbabura, la zona Central: Pichincha, Cotopaxi Y Tungurahua, la zona sur: Bolívar, Chimborazo, Cañar, Azuay y Loja.

Aproximadamente 180 mil familias se encargan de cultivar actualmente alrededor de 9.653 hectáreas con un rendimiento promedio de 1.78 toneladas por hectárea.

Además, cada año crece la cantidad de agricultores, asociaciones de pequeños productores y pequeños empresarios que se incorporan directamente a la cadena productiva de haba.

d.1.2.4 Variedad del haba en el Ecuador.

Según (VILLAREAL ANDRARDE, 2013) en su proyecto de desarrollo para la obtención de un sucedáneo de café a partir de haba y frejol tostados sostiene que.

VARIEDADES	COLOR	PROVINCIA DONDE SE CULTIVA
Haba Común	Olivo pálido con una mancha lateral pardo rojo	Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua
Haba Verde	Oliva	Carchi e Imbabura
Haba Nuya	Amarillo pálido	Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua
Haba chaucha	Amarillo pálido con una mancha café, rojizo obscuro en el ombligo	Carchi e Imbabura
Haba Chaucha G	Amarillo olivo	Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua
Haba Mishca	Oliva	Pichincha
Haba Morada	Rojo pardo	Bolívar, Chimborazo, Cañar, Azuay y Loja
Haba Chuncheña	Amarillo olivo	Bolívar, Chimborazo, Cañar, Azuay y Loja

d.2. Marco Teórico

d.1.3 PROYECTOS DE INVERSIÓN

El proyecto de inversión es un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, producirá un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad. (BACA GABRIEL, 2010)

d.1.3.1 Importancia

La evaluación de un proyecto de inversión tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de manera que resuelva una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable, asignando los recursos económicos con que se cuentan a la mejor alternativa.

En la actualidad una inversión inteligente requiere de un proyecto bien estructurado y evaluado que indique la pauta a seguirse como la correcta asignación de recursos, igualar el valor adquisitivo de la moneda presente en la moneda futura y estar seguros de que la inversión será realmente rentable, decidir el ordenamiento de varios proyectos en función su rentabilidad y tomar una decisión de aceptación o rechazo. (REYES JUAN, 2011)

d.1.3.2 CONTENIDO DEL PROYECTO

Proceso social que lleva consigo la responsabilidad de planear, coordinar, controlar y evaluar en forma eficiente los recursos humanos, materiales y económicos de una organización para de esa manera lograr un fin común.

d.1.3.2.1 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es la primera parte de la investigación del estudio consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios en el mercado y el estudio de la comercialización. (BACA GABRIEL, 2006).

d.1.3.2.1.1 Producto Principal

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

d.1.3.2.1.2 Producto Secundario

Aquí se describe a los productos que se obtienen con los residuos de materia prima y cuya producción está supeditada a que el proceso lo permita, un proyecto no necesariamente puede obtener productos secundarios.

d.1.3.2.1.3 Producto Sustituto

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

d.1.3.2.1.4 Producto Complementario

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

d.1.3.2.1.5 Mercado Demandante

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

d.1.3.2.2 Análisis de la Demanda

La demanda 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. El principal propósito del análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio. (BACA GABRIEL, 2001)

d.1.3.2.2.1 Tipos de demanda

- **Demanda Potencial.** Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto, en el mercado.

- **Demanda Real.**- Esta constituida por la cantidad de bienes y servicios que se consumen o utilizan de un producto, en el mercado
- **Demanda Efectiva.**-La cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridas 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 quisiera hacerlo.
- **Demanda Insatisfecha.**-Esta constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad. (PASACA MORA, 2004).

d.1.3.2.3 Análisis de la Oferta

“Define la oferta como la cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado. También se designa con este término a la propuesta de venta de bienes o servicios que, de forma verbal o por escrito, indica de forma detallada las condiciones de la venta.

Se define como la cantidad de bienes o servicios que se ponen a disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar. Al hacer un análisis del mercado competidor se debe tener en cuenta:

- El posicionamiento de los competidores en la mente de los clientes.
- Fortalezas y debilidades de los competidores.

- Quienes están ofreciendo el mismo bien o servicio, aún los sustitutos en la plaza donde se desea participar.
- Las características de los bienes o servicios suministrados por la competencia y el precio de venta prevaleciente.
- El estudio debe contener la cantidad de empresas participantes, los volúmenes ofrecidos en la zona y el precio promedio al que se vende.

Balance Oferta – Demanda

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

En este punto es de vital importancia el investigar sobre la situación de los oferentes del producto(s) relacionados con el del proyecto, estos constituyen la competencia, por lo tanto es fundamental conocer aspectos tales como: su capacidad instalada a efectos de saber si se puede o no incrementar su producción-, su producto en sí, para determinar la calidad del mismo, presentación, empaque, etc. su tecnología, para saber si puede mejorar la calidad del producto; etc.

Para determinar las cantidades o volúmenes de la oferta existente o para proyectarla se puede utilizar los mismos métodos utilizados para el estudio de la demanda.

Así mismo como en la demanda es importante conocer las principales clases de ofertas existentes y para ello vamos a distinguir las más utilizadas y que juegan papel fundamental en el mercado.

- **De libre mercado:** en ella existe tal cantidad de oferentes del mismo producto que su aceptación depende básicamente de la calidad, el beneficio que ofrece y el precio. No existe dominio de mercado.
- **Oligopólica:** en la cual el mercado se encuentra dominado por unos pocos productores, los mismos que imponen sus condiciones de cantidad, la calidad y precios.
- **Monopólica:** en la cual existe un producto que domina el mercado y por tanto el impone condiciones de cantidad, calidad y precio del producto.

d.1.3.2.4 COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

Desde el punto de vista económico, los procesos de comercialización abarcan las actividades de intercambio asociadas con la transferencia de derechos de propiedad de los productos, su manejo físico y transformación, además de los arreglos institucionales para facilitar estas actividades.

Los procesos de comercialización son considerados también como parte integrante del sistema social. El modo de actuar de los participantes del mercado está condicionado por las costumbres sociales y las tradiciones que afectan las relaciones de intercambio, las actitudes hacia cambios institucionales y el deseo de adoptar nuevos procedimientos.

Existen varios tipos de canales de comercialización que se aplican para productos de consumo popular como para los de consumo industrial y su elección apropiada depende del productor, las rutas de cada uno de ellos son las siguientes. (PASACA MORA, 2004)

d.1.3.3 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos. (PASACA, 2004)

d.1.3.3.1 Tamaño y Localización

d.1.3.3.1.1 Tamaño

Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto de que se trate, refiere a la capacidad Instalada y se mide en unidades producidas por año. (PASACA MORA, 2004)

d.1.3.3.1.2 Localización

Constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre estos factores tenemos: Abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables

(agua, luz, teléfono, alcantarillado, etc.), Y: fundamentalmente le mercado hacia el cual está orientado el producto. (PASACA MORA, 2004)

d.1.3.3.1.2.1 Microlocalización

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

d.1.3.3.1.2.2 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 o internacional.

Para su presentación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos. (PASACA MORA, 2004)

d.1.3.3.2 INGENIERIA DE PROYECTOS

El estudio de ingeniería del proyecto debe llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado. (REINALDO, 1991)

d.1.3.3.2.1 Componente Tecnológico.

En esta parte del estudio, el investigador procederá a seleccionar una determinada tecnología de fabricación. Se entenderá por tal el conjunto de

conocimiento técnicos, equipos y procesos que se emplean para desarrollar una determinada función. (BACA GABRIEL, 2001)

d.1.3.3.2 Infraestructura Física

Se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. En esta parte del estudio debe siempre contarse con el asesoramiento de los profesionales de la construcción; al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión. (PASACA MORA, 2004)

d.1.3.3.2.3 Distribución en planta

Una buena distribución del equipo en la planta corresponde a la distribución de las máquinas, los materiales y los servicios complementarios que atienden de la mejor manera las necesidades del proceso productivo y asegura los menores costos y la más alta productividad, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores. (CERVANTES AYALA, 2003)

d.1.3.3.2.4 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, etc. Los distintos tipos de procesos productivos pueden clasificarse en función de su flujo productivo

o del tipo de producto, teniendo cada caso efectos distintos sobre el flujo de fondos del proyecto. (REINALDO, 1991)

d.1.3.3.2.5 Flujograma

“EL Flujograma o Diagrama de Flujo, consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos.

El Flujograma, es un diagrama que expresa gráficamente las distintas operaciones que componen un procedimiento o parte de este, estableciendo su secuencia cronológica. Según su formato o propósito, puede contener información adicional sobre el método de ejecución de las operaciones, el itinerario de las personas, las formas, la distancia recorrida el tiempo empleado, etc. (BLANCO ADOLFO, 2010)

d.1.3.3.3 DISEÑO ORGANIZACIONAL

Diseño Organizacional tiene dos significados muy diferentes. En un sentido literal se refiere a la construcción de la organización en su entorno y en otro sentido, se refiere al diseño en sentido metafórico, como la estructura que desarrollan las organizaciones.

Así, Diseño Organizacional será para nosotros la creación de funciones, procesos y relaciones formales en una organización; extremo para el que deben tenerse en cuenta multitud de factores como el medio ambiente, el comportamiento de los seres humanos dentro y alrededor de la organización. Se trata por tanto de un área en la que la interdisciplinariedad es una perspectiva central. Se basa en la gestión, organización y diseño.

En esencia, puede ser considerado como un campo especial dentro de los estudios de organización y gestión del cambio (de personas) aplicado al diseño. Esta perspectiva sobre la diseño de la organización se desarrolla en el espacio de la organización. (ARATA ADOLFO, 2005)

d.1.3.3.3.1 Estructura Organizativa

Base Legal.- Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la Ley, entre ellos tenemos:

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. (PASACA MORA, 2004)

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 objeto 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 de 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 que 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. (PASACA MORA, 2004)

d.1.3.3.3.2 Estructura empresarial

La estructura empresarial es una base en todas las empresas en él se define muchas características de cómo se va a originar, tiene la función principal de establecer autoridad, jerarquía, cadena de mando y departamentalizaciones, entre otros (SAPAG & SAPAG, 1989).

d.1.3.3.3.2.1 Niveles Jerárquicos

Parte fundamental en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos, especialmente el talento humano sea manejado eficiente mente. La estructura organizativa se presenta por medio de los organigramas a los cuales se acompañan con

el manual de funciones, en ellas se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

- ✓ **Nivel Legislativo – Directivo.-** Es el máximo nivel de dirección de la empresa son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operara, 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 haya 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 cual será nombrado por el 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 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 Operativo.-** Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción del proceso productivo. (PASACA MORA, 2004)

d.1.3.3.3.2.2 Organigrama

Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de una empresa o cualquier otra organización. Representan las estructuras departamentales y, en algunos casos, las personas que las dirigen, hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas y competenciales de vigor en la organización. El organigrama es un modelo abstracto y sistemático que permite obtener una idea uniforme y sintética de la estructura formal de una organización (ENCICLOPEDIA LIBRE, 2010)

- ✓ **Organigrama Estructural.-** Muestran solo la estructura administrativa de la empresa. Es la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran. Similar a esta definición se debe señalar que se considera como una representación esquemática de la estructura formal de la empresa, donde se destaca jerarquías, cargos y líneas de comunicación y

presenta una visión inmediata y resumida de la forma de distribución de la misma.

- ✓ **Organigrama Funcional.-** Es una modalidad del estructural y consiste en representar gráficamente las funciones principales 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 organigramas se determina que es lo que se hace; pero no como se hace.
- ✓ **Organigrama Posición o Personal.-** También constituye una variación del organigrama estructural y sirve para representar, en forma objetiva, la distribución del personal en las diferentes unidades administrativas. Se indica el número de cargos, la denominación del puesto y la clasificación en el caso de haberla. En algunos casos se puede incluir la remuneración de cada puesto y aún el nombre del empleado que lo desempeña.

d.1.3.3.3.2.3 Manuales Administrativo

Los manuales administrativos son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática la información de una organización. (AULA FACÍL, S.L, 2009)

- ✓ **Manual de Funciones.-** Aunque en la formulación de un proyecto no es aspecto prioritario el detallar los puestos de trabajo, ni las funciones a cumplir, puesto que esta parte de la normatividad interna

y sus regulaciones son de competencia de los inversionistas, es importante el plantear una guía básica sobre la cual los inversionistas establezcan sus criterios de acuerdo a sus intereses. (PASACA MORA, 2004)

- ✓ **Manual de Bienvenida.-** Es beneficioso para la empresa contar con una manual de bienvenida que se entregue a los trabajadores cuando se incorporan a un puesto de trabajo. Un manual es un apoyo físico a toda la información que recibe durante su programa de acogida, que puede consultar en cualquier momento de duda. (LEÓN SANCHEZ, 2013)

d.1.3.4 EL ESTUDIO FINANCIERO

La última etapa del análisis de la factibilidad económica de un proyecto es el estudio financiero. Los objetivos de esta etapa son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elaborar los cuadros analíticos y antecedentes adicionales para la evaluación del proyecto y evalúa los antecedentes anteriores para determinar su rentabilidad.

d.1.3.4.1 Inversiones y Financiamiento

d.1.3.4.1.1 Inversiones

Esta parte del estudio se refiere a las erogaciones que ocurren o se presentan en la fase pre-operativa y operativa de la vida de un proyecto y representan desembolsos de efectivo para la adquisición de activos como

son: edificios, maquinarias, terreno, para gastos de constitución y para capital de trabajo, etc.

Gran parte de estas inversiones deben realizarse antes de la fase de operación del proyecto, puede darse es caso de aun en esta fase sea necesario el realizar inversiones, ya sea para renovar activos desgastados o porque sea necesario incrementar la capacidad de producción.

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

d.1.3.4.1.1 Inversiones en Activos Fijos

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

d.1.3.4.1.1.2 Inversión en Activos Diferidos

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

Con esta denominación se designa a los valores en que se debe incurrir, para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible laborar normalmente durante un periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas. El capital de operación se lo establece normalmente para un periodo de tiempo en la que se espera que la empresa empiece a obtener ingresos provenientes de la venta de sus productos o servicios originarios. (PASACA MORA, 2004)

Se incurre en los costos por efectos de ciertos requerimientos de activos intangibles, entre lo que tenemos:

d.1.3.4.1.1.3 Inversiones en Capital de Trabajo

Con esta denominación se designa a los valores en que se debe incurrir para dotar a la empresa de todos los componentes que hagan posible laborar normalmente durante un periodo de tiempo establecido, permitiendo cubrir todas las obligaciones económicas. El capital de operación se lo establece normalmente para un periodo de tiempo en lo que se espera que la empresa que empiece a obtener ingresos provenientes de la venta de sus productos o servicios originarios. (PASACA MORA, 2004)

d.1.3.4.1.2 Financiamiento

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

Fuente Internas.- Construida por el aporte de los socios.

Fuente Externa.- Constituida normalmente por las entidades financieras estatales y privadas. (PASACA MORA, 2004)

d.1.3.4.2 Análisis de Costos

Para este análisis nos valemos de la contabilidad de costos, la misma que es una parte especializada de la contabilidad y constituye un subsistema que hace el manejo de los costos de producción a efectos de determinar el costo real de producir o generar un bien o un servicio, para con estos datos fijar el precio con el cual se pondrá en el mercado el nuevo producto. (PASACA MORA, 2004)

d.1.3.4.2.1 Costo de Producción o Fabricación

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

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

d.1.3.4.2.2 Costo de Operación

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

d.1.3.4.2.3 Gastos de Administración

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

d.1.3.4.2.4 Gastos Financieros

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

d.1.3.4.2.5 Gastos de Ventas

Bajo este rubro se incluye los valores correspondientes al pago por concepto de actividades que se realizan para asegurar la venta del producto, entre estos tenemos: propaganda, promoción, comisión a vendedores, transporte, carga, descarga, arriendo, etc. (PASACA MORA, 2004)

d.1.3.4.2.6 Otros Gastos

Es importante tomar en cuenta que en caso de obtener un crédito que financie la inversión, el plazo para lo que son otorgados los mismos son siempre inferiores al horizonte del proyecto, por tanto es indispensable que se prevea la forma de amortizar la deuda sin depender del flujo de caja ya que no puede tenerse la certeza de obtener siempre flujos positivos durante la etapa de operación. (PASACA MORA, 2004)

d.1.3.4.2.7 Costo Total de Producción

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

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

CP= Costo de Producción

CF= Costo de Fabricación.

G. ADM = Gastos Administrativos.

G. FIN = Gastos Financieros.

G. V = Gastos de Ventas.

O.G = Otros Gastos.

Para poder aplicar la formula se hace necesario, encontrar el costo de fabricación, por lo tanto tenemos:

$$CF = CP + CGF$$

CF = Costos de Fabricación

CP = Costo Primo

CGF = Costos Generales de Fabricación

De igual forma, necesitamos conocer el costo primo, entonces tenemos:

$$CP = MOD + MPD$$

CP = Costo Primo

MOD = Mano de obra Directa

MPD = Materia prima directa

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

MATERIA PRIMA DIRECTA

+ MANO DE OBRA DIRECTA

= COSTO PRIMO

+ COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN

= COSTOS DE FABRICACIÓN

+ GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

- + GASTOS FINANCIEROS
- + GASTOS DE VENTAS
- + OTROS GASTOS
- = COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

Al costo obtenido se le asigna un % que representa el margen de utilidad esperado.

d.1.3.4.2.8 Costo Unitario de Producción

En todo proyecto se hace necesario establecer el costo unitario de producción, para ello se relaciona el costo total con el número de unidades producidas durante el periodo.

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

CUP = Costo Unitario de Producción

CTP = Costo Total de Producción

NUP = Número de Unidades Producidas

d.1.3.4.2.9 Establecimientos de Precios

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

Para ello existen dos métodos:

a. **Método rígido**

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

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

b. **Método flexible**

Toma una serie de elementos determinantes del mercado, tales como: sugerencia sobre precios, condiciones de la demanda, precios de competencia, regulación de precios. Etc., lo cual permitirá realizar una mejor cobertura del mercado.

d.1.3.4.2.10 Clasificación de Costos

En todo proceso productivo los costos en que se incurre no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción por lo cual se hace necesario clasificarlos en costos fijos y variables. (PASACA MORA, 2004)

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

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

RUBRO	CLASE
COSTO DE PROCESAMIENTO	
COSTO PRIMO	
Materia Prima Directa	Variable
Mano de Obra Directa	Fijo o variable
Costo de Fabricación	
- Depreciación de Construcción	- Fijo
- Depreciación de Maquinaria	- fijo
Mantenimiento	Variables
Material de combustión	Variables
Material indirecto	Variables
COSTO DE OPERACIÓN	
GASTOS DE ADMINISTRACION	
Sueldos Administrativos	Fijo
Útiles de Oficina	Fijo
Servicio telefónico	Fijo
energía eléctrica	Fijo o Variable
Agua potable	Variable o Fijo
Alquileres	Fijo
Útiles de Aseo	Fijo
Amortización de activos diferidos	Fijo
- Depreciación de muebles y enseres	Fijo
- Depreciación de equipos de oficina	Fijo
GASTOS FINANCIEROS	Fijo
Intereses	Fijo
OTROS GASTOS	Fijo
Amortización del capital	Fijo
GASTOS DE VENTAS	Fijo
Sueldos y salarios	Variable
Comisión a vendedores	Fijo
Alquileres	Fijo
Transportes y fletes	Variable
Publicidad	Variable
Depreciación de vehículos	Fijo

Es fijo cuando mantiene una relación de dependencia con la empresa, empleado de planta y, es variable cuando su remuneración está supeditada al nivel de producción. Son variables cuando son parte fundamental del proceso de producción.

d.1.3.4.2.11 Presupuesto proyectado

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

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

d.1.3.4.2.12 Estado de pérdidas y ganancias

Nos permite conocer la situación financiera de la empresa en un momento determinado, establece la utilidad o pérdida del ejercicio mediante la comparación de ingresos y egresos. (PASACA MORA, 2004)

FORMATO DEL ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS

1. INGRESOS

VENTAS

+ Otros Ingresos

+ Valor Residual

TOTAL DE INGRESOS

2. EGRESOS

Costo de Producción

+ Costo de Operación

TOTAL DE EGRESOS

(1 – 2) = Ganancias Gravables

- 15% para trabajadores

UTILIDADES ANTES DE IMPUESTO

- 25% Impuesto a la renta

UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL

- 10% Reservas

= UTILIDAD LIQUIDA

d.1.3.4.2.13 Determinación del punto de equilibrio

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

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

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

1. En función a las ventas

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

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

PE = Punto de equilibrio

CF = Costo Fijo Total

1 = Constante matemática

CV = Costo Variable total

VT = Ventas Totales

2. En función de la Capacidad Instalada

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

$$PE = \frac{CF}{VT - CVT} X 100$$

PE = Punto de equilibrio

CF = Costo Fijo Total

1 = Constante matemática

CV = Costo Variable total

VT = Ventas Totales

3. En función de la producción

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

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

PVu = Precio de Venta unitario

CVu = Costo de venta Unitario

$$CVu = \frac{CVT}{N^{\circ} \text{ de uni. producidas.}}$$

d.1.3.5 EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación económico-financiera, 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 (que abarque la función de producción, administración y ventas), así como otra serie de criterios que comparan flujos de beneficios y costos; esta evaluación permite determinar si conviene llevar a efecto un proyecto, o sea, si es o no rentable, y si siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o puede postergarse su inicio. (DIAZ SERGIO, 2013)

d.1.3.5.1 Flujo de caja

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

Estructura flujo de caja

INGRESOS

+ Ingreso por ventas

+ otros ingresos

+ valor residual

= (1) TOTAL DE INGRESOS

EGRESOS

Inversiones

+ Costo de Fabricación
+ Costo de operación
= (2) Total de egresos
= (1 -2) Ganancias gravables
+ Depreciaciones
+ Amortización diferida
= FLUJO NETO DE CAJA ECONOMICO

INGRESOS

+ Ingreso por ventas
+ otros ingresos
+ Valor residual
= (1) TOTAL DE INGRESOS

EGRESOS

Inversiones

+ Costo de fabricación
+ costo de operación
= (2) Total de egresos
= (1-2) FLUJO NETO DE CAJA FINANCIERO

d.1.3.5.2 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto del proyecto representa el valor presente de los beneficios que ha recuperado la inversión realizada en el proyecto más sus costos de oportunidad

Constituye el primer indicador de la Evaluación Financiera, mide la posibilidad de que la empresa pueda generar valores en el tiempo. El VAN permite trasladar al año 0, los flujos netos que se esperan obtener durante la vida útil o horizonte del proyecto. Si la Sumatoria de los Valores Actualizados supera la inversión significa que la empresa ganará valor durante la operación.

✓ **Criterios de decisión del VAN:**

- Si el VAN es positivo; se acepta el proyecto
- Si el VAN es negativo; se rechaza el proyecto.
- Si el VAN = 0; la inversión queda a criterio del inversionista.

✓ **Procedimiento:**

Para sacar el Valor Actual (VA) de cada flujo se sugiere la siguiente fórmula:

$$VA = FN (1 + i)^{-n}$$

- Se toman los flujos netos que constan en el flujo de caja.
- Se encuentra el Factor de Descuento $(1 + i)^{-n}$
- Se multiplica los Flujos Netos por el Factor de Descuento del año correspondiente.

✓ **La fórmula para calcular el VAN es la siguiente:**

$$VAN = \sum VA 1^n - INVERSIÓN$$

Los valores que deben actualizarse son los correspondientes a cada año del flujo de caja. (PASACA MORA, 2004)

d.1.3.5.3 Tasa interna de retorno (TIR)

También conocida como criterio de rentabilidad-, se la define como la tasa de descuento que hace que el valor presente VAN, de entradas de efectivo sea igual a la inversión neta relacionada con un proyecto. (CÓRDOBA MARCIAL, 2011)

Constituye el segundo indicador clave para la evaluación financiera, mide la rentabilidad de la inversión y es comparable con la tasa de rendimiento que oferta el proyecto, mide también la tasa máxima que podría pagarse por un crédito que financie la inversión.

✓ Criterios de decisión de la TIR:

- Si la TIR > que el Costo de Capital; se acepta el proyecto
- Si la TIR < que el Costo de Capital; se rechaza el proyecto
- Si la TIR= que el Costo de Capital; la realización de la inversión es criterio del inversionista.

✓ Procedimiento de la TIR:

- Se toman los valores anuales del Flujo de Caja.
- Se los actualiza a distintas tasa de descuento para obtener los resultados siguientes: el VAN Tm siempre tiene que ser positivo y el VAN TM siempre será negativo y la diferencia entre estos valores será lo más cercano a 0.
- Para obtener los valores de actualización se utiliza el método de tanteo; es decir hasta que el VAN Tm sea positivo y el VAN TM sea negativo.

- Se reemplaza los valores en la fórmula, el valor resultante siempre estará entre la tasa menor y la tasa mayor.

✓ **La fórmula para calcular la TIR es la siguiente:**

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

En donde:

Tm: Tasa menor

TM: Tasa Mayor

DT: Diferencia de Tasas

VAN Tm: VAN de tasa menor

VAN TM: VAN de tasa mayor

(PASACA MORA, 2004)

d.1.3.5.4 Periodo de recuperación de capital (P.R.C)

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.

Representa el periodo de tiempo que requiere un proyecto para que los flujos de fondos proyectados acumulados igualen a la inversión inicial.

Permite determinar el tiempo necesario para recuperar la inversión realizada, esto en función de los valores actualizados. Mientras mayor sea el margen de utilidad más rápida será la Recuperación de la Inversión.

✓ **Procedimiento del PRC:**

- Se toman los flujos netos del Flujo de Caja.

- Se multiplican por el Factor de Actualización $(1+i)^{-n}$
- Se acumula valores actualizados hasta obtener un valor superior a la inversión.
- Aplicamos la fórmula.

✓ **La fórmula para calcular el PRC es**

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} - \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{de primeros flujos}}{\text{Flujo año que supera la inversión}} \right)$$

(PASACA MORA, 2004)

d.1.3.5.5 Relación Beneficio Costo (R.B.C)

Mide la rentabilidad esperada por cada unidad monetaria invertida.

Compara los ingresos con los egresos actualizados.

Este indicador no es tan determinante a la hora de evaluar el proyecto debido a que el margen de utilidad es manejable desde el interior de la empresa.

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

✓ **Criterios de evaluación del RBC**

- Si la RBC > 1; el proyecto es rentable
- Si la RBC < 1; el proyecto no es rentable
- Si la RBC = 1, es indiferente y queda a criterio del inversionista.

✓ **Procedimiento:**

- Del presupuesto General se toman egresos e ingresos totales correspondientes a cada año.
- Se actualizan los valores a la tasa de descuento indicada anteriormente 11,20%.
- Se suma los ingresos y egresos actualizados.
- Se aplica la fórmula.

✓ **Fórmula para calcular la RBC:**

$$RBC = \left(\frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}} \right) - 1$$

(PASACA MORA, 2004)

d.1.3.5.6 Análisis de Sensibilidad

Análisis de sensibilidad es un indicador cuya 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 de decisión.

- ✓ si el coeficiente es mayor a 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad,
- ✓ si el coeficiente es menor a 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.

- ✓ Si el coeficiente es igual a 1 no hay efectos sobre el proyecto.

d.1.3.5.6.1 Análisis de sensibilidad con incremento en costos

1. Se obtienen los nuevos flujos de caja por efectos de incremento en costos.
2. 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 permiten obtener valores o flujos de efectivo.
3. Se obtiene la nueva tasa interna de retorno. N.TIR
4. Se encuentra la tasa interna de retorno resultante TIR.R

$$\mathbf{TIR.R = TIR.O - N.TIR}$$

5. Se calcula el porcentaje de variación (%V)

$$\mathbf{\%V = (TIR.R / TIR.O) * 100}$$

6. Se calcula el valor de sensibilidad. S

$$\mathbf{S = (\%V / N.TIR) \text{ (PASACA MORA, 2004)}}$$

d.1.3.5.6.2 Análisis de sensibilidad con disminución en ingresos

Para el desarrollo de este análisis se debe llevar a cabo el mismo procedimiento especificado con anterioridad, con la única diferencia que el incremento de flujo de caja se transforma en una disminución ya no en costos si no en ingresos.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

e.1 MATERIALES

Para el desarrollo del proyecto se utilizó los siguientes materiales tales como:

- Suministros de oficina: hojas papel bond, hojas cuadriculadas, cuadernos, esferos, clips, carpetas, cd's, entre otros.
- Equipo de Oficina: calculadora, computadora, grapadora, perforadora, memoria USB, entre otros.

e.2 MÉTODOS

Para el desarrollo del presente estudio de factibilidad se utilizaron los siguientes métodos:

e.2.1 Método Deductivo:

En el presente proyecto permitió componer las teorías y fundamentos científicos que conformaran el marco teórico de la investigación; que corresponde todo lo referente al saborizante de haba, fundamentos de proyectos de inversión, las formas de prestación del producto y datos demográficos del cantón y ciudad de Catacocha.

e.2.2 Método Inductivo.-

Este método permitió analizar los pasos esenciales a seguir, es decir parte de los hechos y permite llegar a una generalización y a la contrastación del objeto de estudio. Se realizara el estudio basado en este método para conocer la realidad existente en el medio y con la aplicación de las

encuestas recopilar la información que es útil para la elaboración del proyecto de inversión permitiendo dar conclusiones dentro del mismo.

e.2.3 Método Estadístico.-

Es un método matemático muy común que permitió llevar a cabo la tabulación de datos de las encuestas aplicadas tanto a los demandantes como a los oferentes.

e.3 Técnicas

e.3.1 Encuesta.-

Se utilizó la encuesta para realizar el estudio de campo y estructurar el estudio de mercado y cuya información concreta sobre los gustos y preferencias de los clientes. Esta técnica se aplicó a las familias de la Ciudad de Catacocha. Estos datos permitieron organizar, tabular y presentar la información gráficamente y así analizar los resultados que se obtuvo a través de la misma, de esta manera determinar la demanda potencial, real y efectiva, el consumo promedio y las especificaciones del producto.

e.3.2 Población Y Muestra

Para determinar el número de familias se basó en datos estadísticos del INEC para el año 2010 la Ciudad de Catacocha cuenta con 6.617 habitantes, con una tasa de incremento del 0,58%. Para determinar el número de familias se dividió para 4; número de integrantes que conforma una familia, el año 2010 son de 1.654 Familias.

Para establecer la oferta se consideró a los supermercados, tiendas, panadería, bodegas. Para la cual se obtuvo la información de la base de datos del SRI (Servicios de Rentas Internas).

En la ciudad de Catacocha actualmente existen 84 locales comerciales, distribuidos en tiendas, supermercados, bodegas y panaderías.

CUADRO N° 1 DISTRIBUCION DE LA OFERTA

DESCRIPCION	POBLACION
SUPERMERCADOS	6
TIENDAS	51
PANADERIA	12
BODEGA	15
TOTAL	84

Fuente: S.R.I.
Elaboración: La Autora

e.3.2.1 Proyección

Para realizar la proyección se utilizó la siguiente formula:

$$PF = Pb (1 + i)^n$$

Simbología.

Pf= Población Futura
Pb= Población Base
i= Tasa de Crecimiento
n= Número de años

Datos

Pf= ¿?
Pb= 1.654
i= 0.58%
n= 6

Calculo de la proyección

$$Pf = Pb_{2010} (1 + i)^n$$

$$Pf = 1.654 (1 + 0.58)^6$$

$$Pf = 1,654 (1,402535964)$$

$$Pf = 2,230 \text{ Familias}$$

CUADRO Nº 2 PROYECCIÓN DE LAS FAMILIAS

Periodo	Año	Población Proyectada
0	2016	2.320
1	2017	2.454
2	2018	2.597
3	2019	2.747
4	2020	2.907
5	2021	3.075

Fuente: Población de la ciudad de la Ciudad de Catacocha (INEC)
Elaboración: La Autora

e.3.2.2 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra se partió de la población proyectada para el año 2016, que es de 2.320 familias estimadas. Se ha considerado un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

Para realizar el cálculo se utilizó la siguiente formula:

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

Simbología.

N= Número total de la población
n= Tamaño de la muestra
e= Error
z= Nivel de confianza
P= Probabilidad de éxito
Q= Probabilidad de fracaso

Datos

N= 2.320
n= ¿?
e: 5%= 0.05
z: 95%= 1.96
P= 0.5
Q= 0.5

Calculo del tamaño de la muestra

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

$$n = \frac{(1,96)^2(2.320)(0,5)(0,5)}{(0,05)^2(2.320 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{(3,84)(2,320)(0,25)}{(0,0025)(2,319) + (0,96)}$$

$$n = \frac{2,227.2}{6,7575}$$

$$n = 330 \text{ Encuestas}$$

e.3.3 Procedimiento

Para la realización del presente trabajo de investigación se planteó una serie de métodos, técnica e instrumentos, mediante la encuesta que se aplicó, se recopiló y presento la información a través de tablas y gráficos estadísticos con su respectivo análisis e interpretación de los resultados, para determinar la demanda potencial, la demanda real, la demanda insatisfecha y la oferta existente en el mercado local ya sea del producto similar o producto sustituto.

En cuanto al Estudio Técnico se analizó la macro y micro localización de la empresa así mismo se determinó los componentes tecnológicos y materiales necesarios para la implementación de la futura empresa productora y comercializadora de un saborizante de haba.

En el estudio organizacional se determinó la constitución legal de la empresa conforme lo determina la ley de compañías para ello contara con

sus respectivos normas, reglamentos y estatutos que garanticen el permisos de funcionamiento que exige, además contara con una estructura organizativa, manuales y procedimientos de las funciones de la empresa con la finalidad de garantizar el correcto funcionamiento.

Seguidamente se realizó el estudio financiero, el cual nos permitió determinar el monto de inversión y como esté será financiado ya que puede ser tanto de fuentes internas como externas, luego se elaboró los presupuestos de costos y en base a ello se determinó el precio unitario y el margen de utilidad del producto y de esta manera se logró establecer el punto de equilibrio en base a los ingresos, la capacidad instalada y en unidades producidas, luego se elaboró los estados financieros como; el estado de resultados y el flujo de caja el cual nos permitió conocer el movimiento del dinero que tiene la empresa y posteriormente se realizó la evaluación financiera a través de los indicadores financieros, como; el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación del Capital y el Análisis de sensibilidad que permitió determinar si el proyecto es factible o no, en base a los resultados de los mismos.

f. RESULTADOS

Encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Catacocha

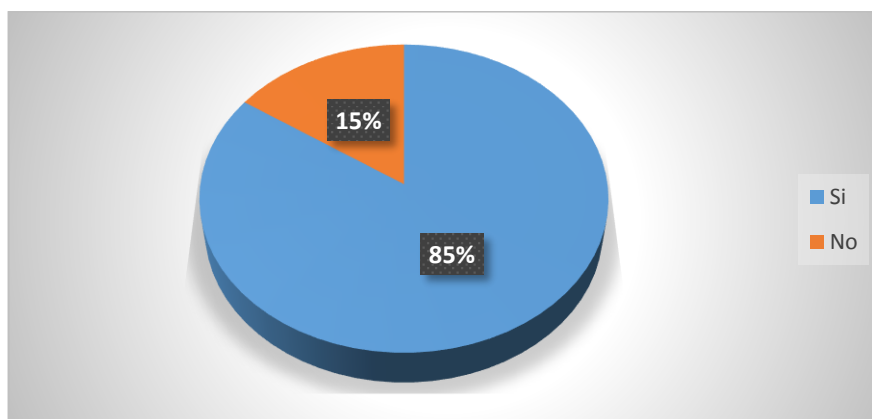
1. ¿Consumen haba en su hogar?

CUADRO N° 3: CONSUMO DE HABA

Atributos	Frecuencia	Porcentaje
Si	279	85%
No	51	15%
Total	330	100%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 1: CONSUMO DE HABA



Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Con respecto a esta pregunta realizada a las familias el 85% si consumen el haba y 15% no la consumen. Esto muestra que las familias en su mayoría si consumen este producto; de esta manera se pudo observar que se obtiene una gran demanda para este proyecto resultando beneficioso en lo que respecta a demanda potencial del proyecto.

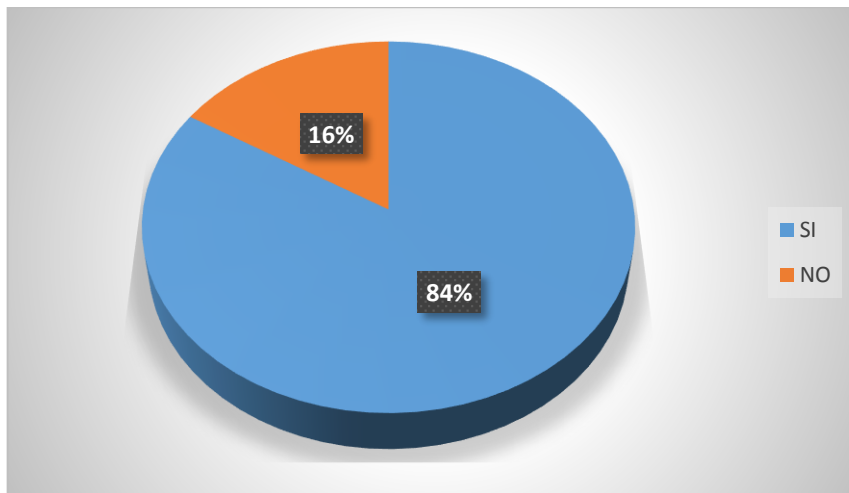
2. ¿En su familia conocen los beneficios nutricionales que contiene el haba?

CUADRO Nº 4: BENEFICIOS DE EL HABA

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	234	84%
No	45	16%
Total	279	100%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 2: BENEFICIOS DE EL HABA



Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Esta pregunta determinó que el 84% de las familias que consumen haba conocen los beneficios que brinda la misma; mientras que el 16% desconocen estos benéficos; lo que favorece al proyecto, ya que las familias al conocer dichos beneficios se interesarían por un producto que deriva del mismo como es el saborizante de haba.

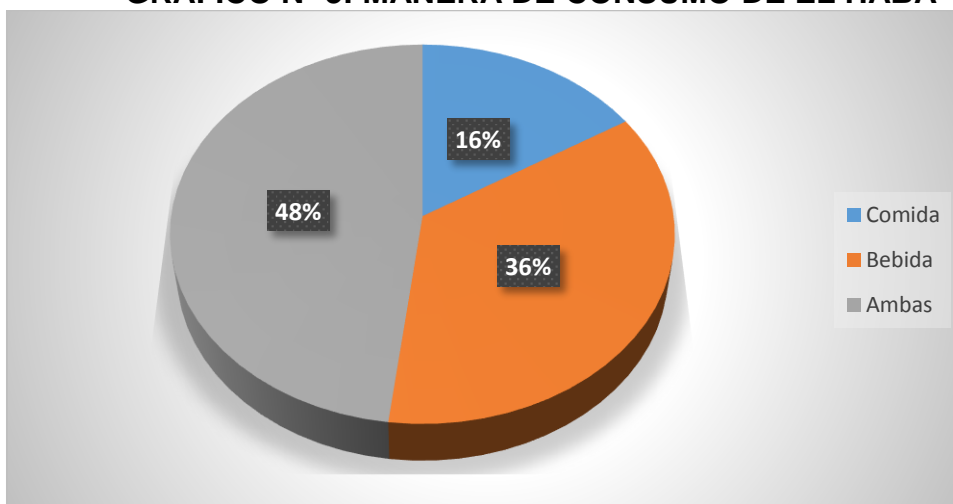
3. ¿De qué manera consume usted el haba?

CUADRO N° 5: MANERA DE CONSUMO DE EL HABA

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Comida	45	16%
Bebida	100	36%
Ambas	134	48%
Total	279	100%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 3: MANERA DE CONSUMO DE EL HABA



Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a las encuestas aplicadas a las familias, se determinó que el 48% consumen el haba en ambas formas, mientras que el 36% de familias la utilizan para hacer bebidas, y el 16% la utilizan para comidas. Considerando estos datos se puede observar que el proyecto ya cuenta con familias que consumen el haba para preparar bebidas; dando menos trabajo al proyecto para hacer conocer el producto.

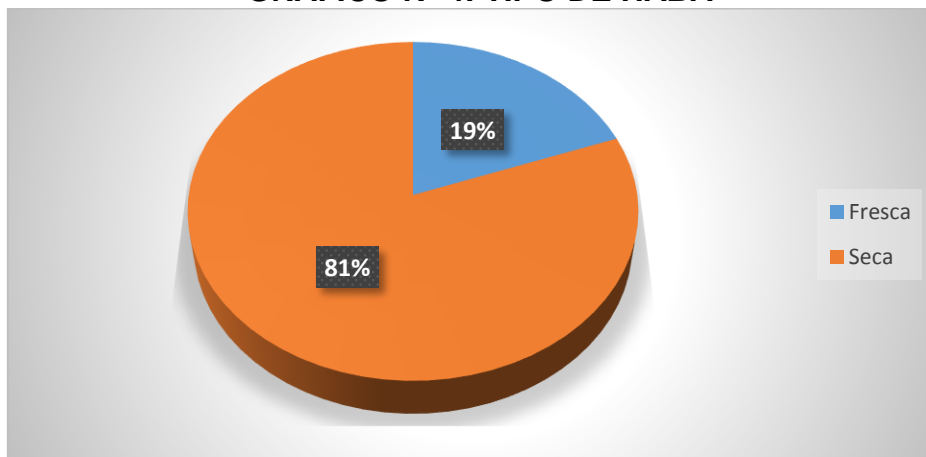
4. ¿Qué tipo de haba consumen?

CUADRO Nº 6: TIPO DE HABA

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Fresca	54	19%
Seca	225	81%
Total	279	100%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 4: TIPO DE HABA



Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a los resultados obtenidos se pudo determinar que el 19% de las familias consumen el haba en grano fresco, mientras que el 81% la consumen en grano seco.

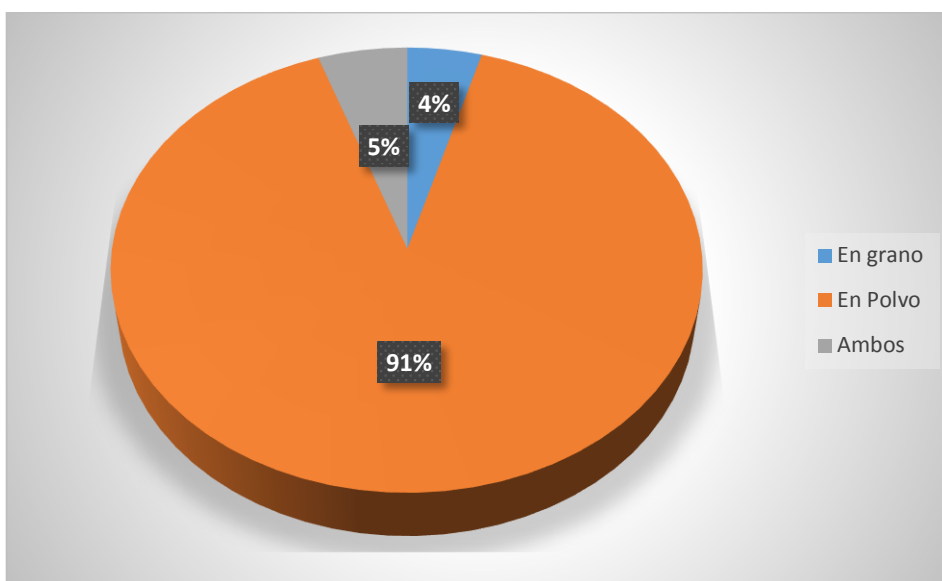
5. ¿Si consume haba seca, en que condición lo hace?

CUADRO N° 7: CONDICIONES DE EL HABA

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
En Grano	10	4%
En Polvo	203	91%
Ambos	12	5%
Total	225	100%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 5: CONDICIONES DE EL HABA



Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a los resultados obtenidos se pudo determinar que el 91% de las familias consumen el haba en polvo, mientras que 5% la consumen en ambos, y el 4% en grano. Esta pregunta beneficia mucho ya que en su mayoría consume el haba en polvo; la cual es una característica perteneciente al producto que se va a ofertar.

6. ¿Qué cantidad de haba en polvo (Harina), consume al mes?

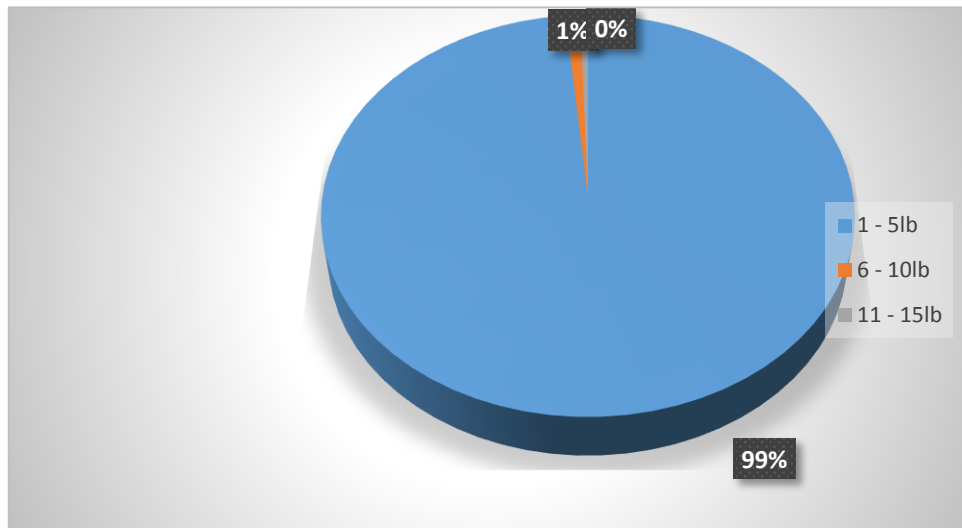
CUADRO Nº 8: CONSUMO MENSUAL

Libras	Frecuencia	Xm	Xm (f)	Porcentaje
1 -5	200	3	600	99%
6 -10	2	8	16	1%
11 -15	1	13	13	0%
Total	203		629	100%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

$$x = \frac{E(Xm.f)}{n} = \frac{629}{203} = 3,10 \text{ libras}$$

GRÁFICO Nº 6: CONSUMO MENSUAL



Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Esta pregunta muestra que el 99% de las familias consumen entre 1 a 5 libras; un 1% de 6 a 10 libras, y el 0% de 11 a 15 libras. Realizando un promedio de compra, se obtuvo un resultado de 3,34 libras; lo cual nos permite determinar que si existe un consumo aceptable para dicho producto.

7. ¿Cuál es el precio que paga por la libra del producto que adquiere?

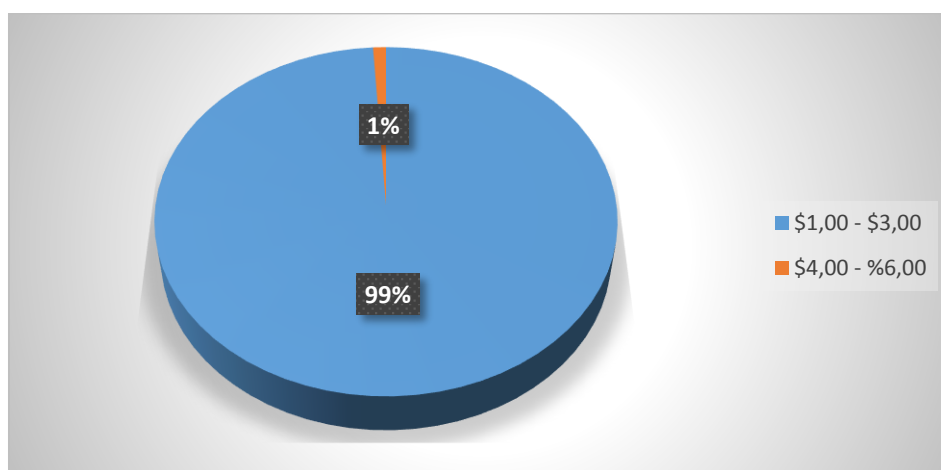
CUADRO Nº 9: PRECIO QUE PAGA POR EL PRODUCTO

Libras	Frecuencia	Xm	Xm (f)	Porcentaje
\$ 1,00 - \$3,00	201	2	402	99%
\$4,00 - \$6,00	2	5	10	1%
Total	203		412	100%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

$$X = \frac{412}{203} = 2,03\$$$

GRÁFICO Nº 7: PRECIO QUE PAGA POR EL PRODUCTO



Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Esta pregunta muestra que el 99% de las familias pagan entre 1 a 3 dólares y 1% de 4 a 6 dólares. Se puede observar que la mayoría de familias pagan un valor poco considerable por el producto mientras que unas pocas familias pagan entre el precio real por el mismo. Obteniendo la media se determinó que el precio promedio de pago por el producto es de 2,03\$.

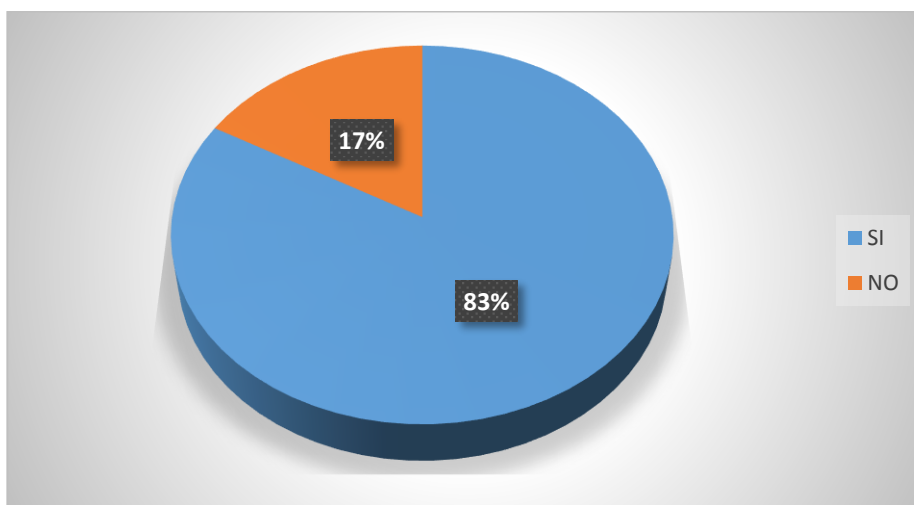
8. ¿Estaría dispuesto a adquirir un saborizante hecho a base de habas 100% natural, para acompañar sus comidas?

CUADRO Nº 10: PREFERENCIA DEL SABORIZANTE

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	169	83%
No	34	17%
Total	203	100%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 8: PREFERENCIA DE EL SABORIZANTE



Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Esta pregunta determinó que el 83% de familias si estarían dispuestos a adquirir un producto 100% saludable, mientras que una mínima cantidad del 17% no estarían dispuestos a adquirir dicho producto; a través de esta grafica se puede observar que la mayoría de familias casi en su totalidad si desean un producto 100% natural que cuide su salud, y en una mínima cantidad no están dispuestos a adquirirlo por desconocimiento o por temor a que el sabor se poco agradable.

9. ¿Qué cantidad adquiriría al mes?

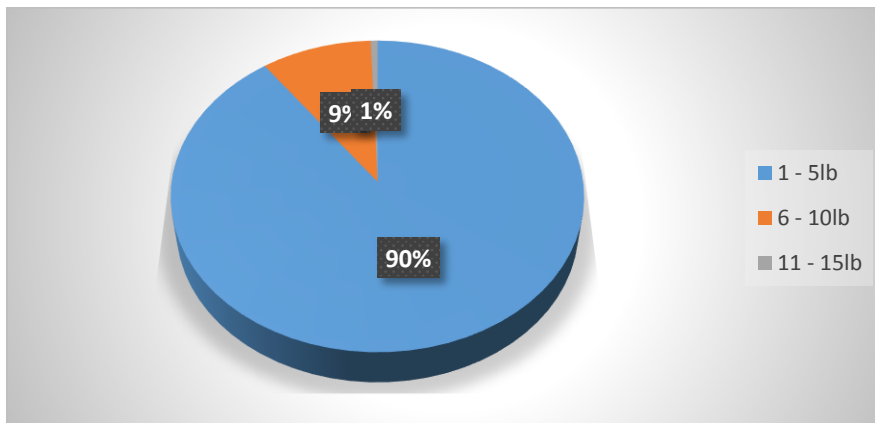
CUADRO N° 11: CANTIDAD A ADQUIRIR AL MES

Libras	Frecuencia	Xm	Xm (f)	Porcentaje
1-5	152	3	456	86%
6-10	16	8	128	13%
11 – 15	1	13	13	1%
Total	169		584	100%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

$$X = \frac{E(Xm.f)}{n} = \frac{584}{169} = 3,46 \text{ libras}$$

GRÁFICO N° 9: CANTIDAD A ADQUIRIR AL MES



Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Observando el gráfico N°9 se puede ver que el 86% de familias estaría dispuesto a adquirir de 1 a 5 libras, un 13% menciona que adquirirían de 6 a 10 libras, y el 1% respondió que desearía de 11 a 15 libras al mes; Para determinar un monto promedio el cual estarían dispuestos a pagar por el producto se realizó una media y se obtuvo una media de 3,65 libras mensualmente.

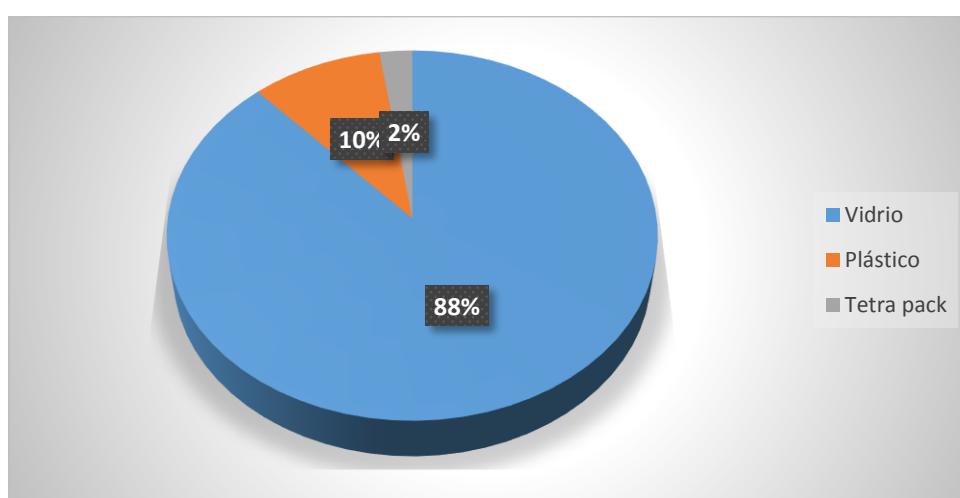
10. ¿Qué tipo de envase prefiere?

CUADRO Nº 12: TIPO DE ENVASE

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Vidrio	149	88%
Plástico	16	9%
Tetra pack	4	2%
Total	169	100%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 10: TIPO DE ENVASE



Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a las encuestas aplicadas podemos decir que el 88% de las familias desearían que el empaque del producto sea en frascos de vidrio, el 10% en envase de plástico y un 2% en envase tetra pack. Lo cual nos permite determinar que la mayoría de las familias estarían dispuestos a adquirir el producto en frasco de vidrio debido a que es más seguro y saludable y por ende ayuda a resaltar una característica importante a la hora de ofrecer el producto al mercado.

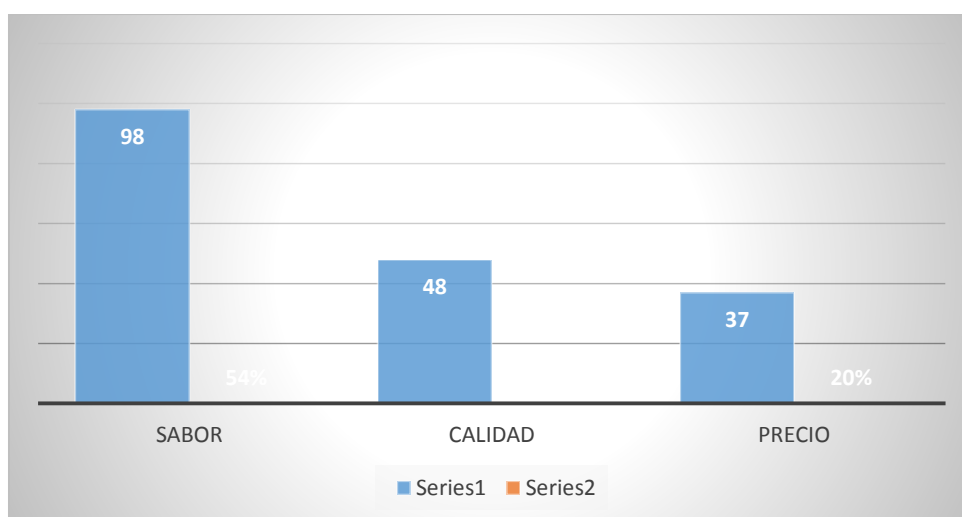
11. ¿Qué consideraría al momento de adquirir el saborizante de haba?

CUADRO Nº 13: CARACTERÍSTICAS DEL SABORIZANTE DE HABA

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sabor	98	54%
Calidad	48	26%
Precio	37	20%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 11: CARACTERÍSTICAS



Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En esta pregunta un 54% manifestó que el sabor sería una de las principales características que tomaría en cuenta a la hora de adquirir el saborizante, el 26% dijo que la calidad sería tomado en cuenta al momento de comprar y el 20% menciona que el precio sería un de las características a tomar en cuenta. Llegando a determinar que en mayor parte de familias optan por comprar un producto con un sabor agradable.

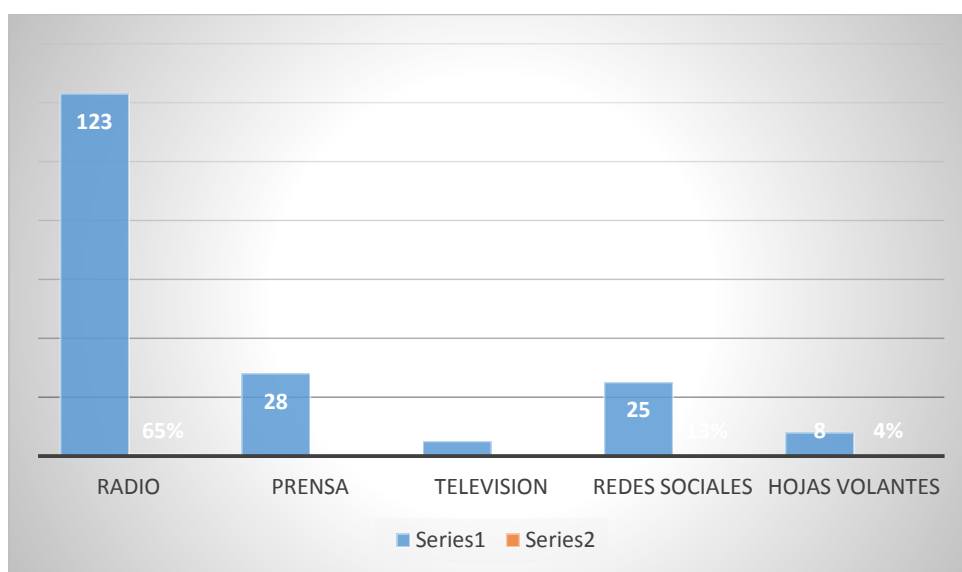
12. ¿Porque medio le gustaría conocer este producto?

CUADRO N° 14: MEDIO PUBLICITARIO

Opciones	frecuencia	Porcentaje
Radio	123	65%
Prensa	28	15%
Televisión	5	3%
Redes Sociales	25	13%
Hojas Volantes	8	4%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 12: MEDIO PUBLICITARIO



Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Mediante el gráfico se puede observar que un 65% prefieren la radio para la publicidad del producto, mientras que el 14% desearían conocer a través de la prensa, el 11% a través de las redes sociales, un 5% mediante la televisión y el 5% a través de hojas volantes. Concluyendo que el medio de comunicación más agradable para el cliente es la radio debido a que es un medio que se utiliza con mayor frecuencia en la Ciudad.

Análisis de las encuestas realizada a los ofertantes

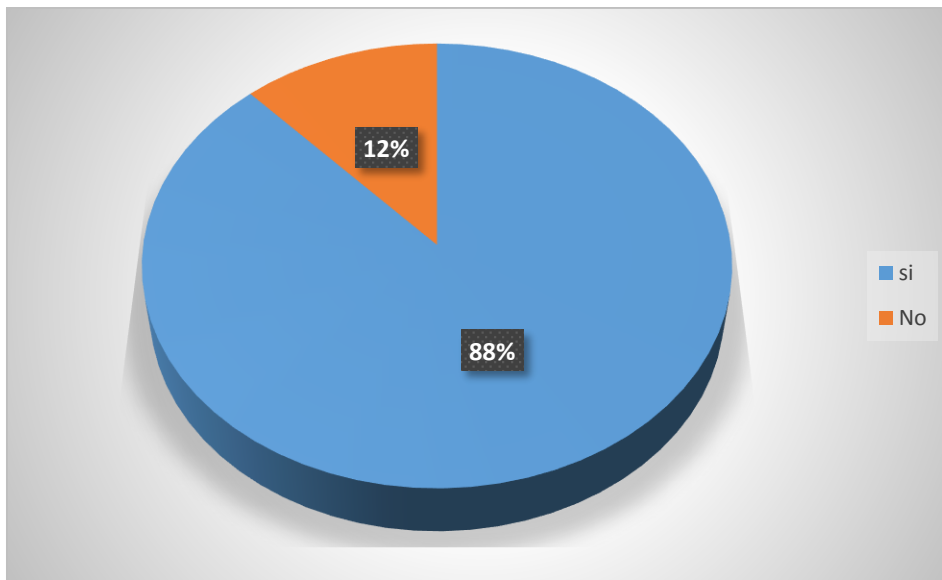
1. ¿Vende algún tipo de saborizante para bebidas, en su local?

CUADRO Nº 15: VENTA DE TIPO DE SABORIZANTE

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	74	88%
No	10	12%
Total	84	100%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: El Autor

GRÁFICO Nº 13: VENTA DE ALGÚN SABORIZANTE



Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Para realizar la encuesta se tomó en consideración los locales que venden un producto similar al saborizante de haba en la Ciudad de Catacocha que son **84 locales**. Analizando la gráfica 13 se puede observar que el 88% si venden este producto mientras que el 12% dijeron que no comercializan dicho producto; por lo que se concluye que existe un porcentaje favorable para determino proyecto.

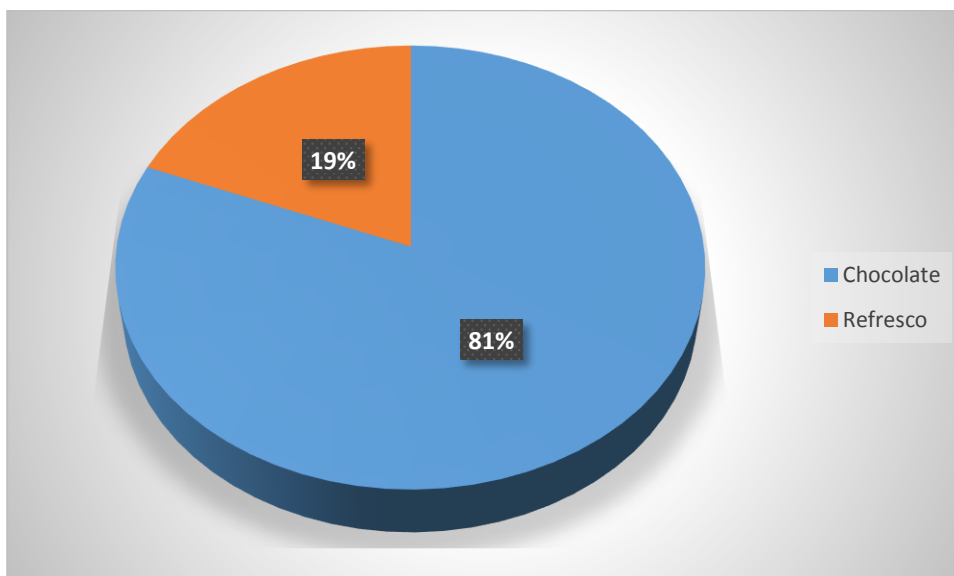
2. ¿Qué tipo de saborizante vende en su local?

CUADRO N° 16: TIPO DE SABORIZANTE

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Chocolate	60	81%
Refrescos	14	19%
Total	74	100%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 14: TIPO DE SABORIZANTE



Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a las encuestas aplicadas a los oferentes se puede interpretar que el 81% comercializa el saborizante para chocolate, y el 19% saborizante para refresco. Se pudo determinar que en gran parte los oferentes ofrecen saborizantes de chocolates lo que se puede observar que 60 locales venden el producto más cercano a la competencia indirecta del producto a ofertar.

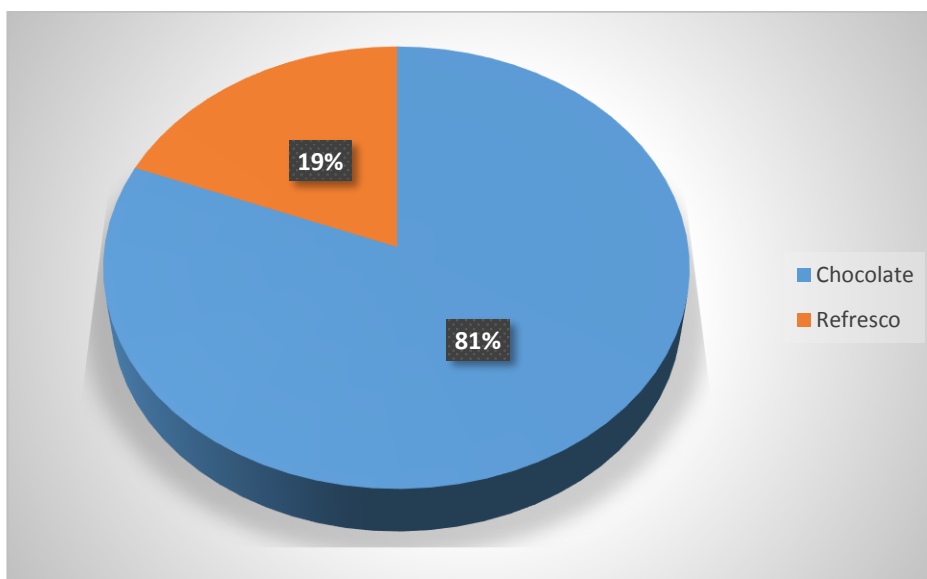
3. ¿Qué tipo de saborizante vende con mayor frecuencia?

CUADRO N° 17: VENTA DE SABORIZANTE

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Chocolate	60	81%
Refresco	14	19%
Total	74	100%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 15: VENTA DE SABORIZANTE



Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Según las encuestas aplicadas el 81% de ofertantes venden con mayor frecuencia el saborizante para chocolate, y el 19% respondió que vende saborizante para refrescos. Determinado que el 81% que corresponde al chocolate siendo un producto casi igual o con características idénticas si se comercializa; e concluye que si tendrá una aceptación para poder ser comercializado en diferentes negocios de la localidad.

4. ¿Qué cantidad chocolate vende aproximadamente al mes?

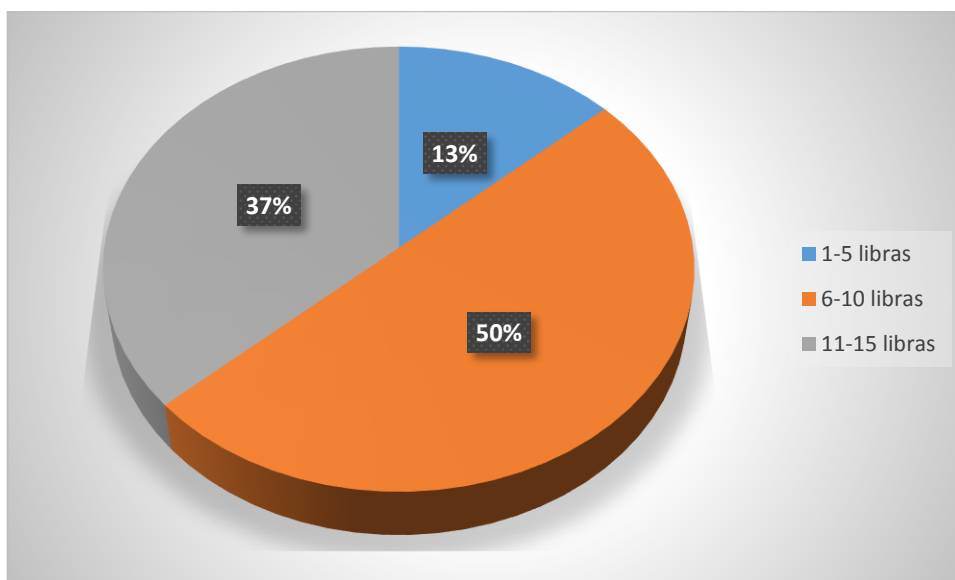
CUADRO Nº 18: VENTA MENSUAL

Libras	Frecuencia	Xm	Xm * f	Porcentaje
1-5 libras	8	3	24	13%
6-10 libras	30	8	240	50%
11-15 libras	22	13	286	37%
Total	60		550	100%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

$$\text{Venta promedio: } X_m = \frac{\sum(X_m)(f)}{n} = \frac{550}{60} = 9,17lb$$

GRÁFICO Nº 16: VENTA MENSUAL



Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

A través de las encuestas realizadas se determina que el 13% vende de 1 a 5 libras, 50% respondió que vende de 6 a 10 libras y el 37% vende 11 a 15 libras al mes. Realizando un promedio de venta, se obtuvo un resultado de 9,17 libras; lo cual nos permite determinar que si existe un consumo aceptable para dicho producto.

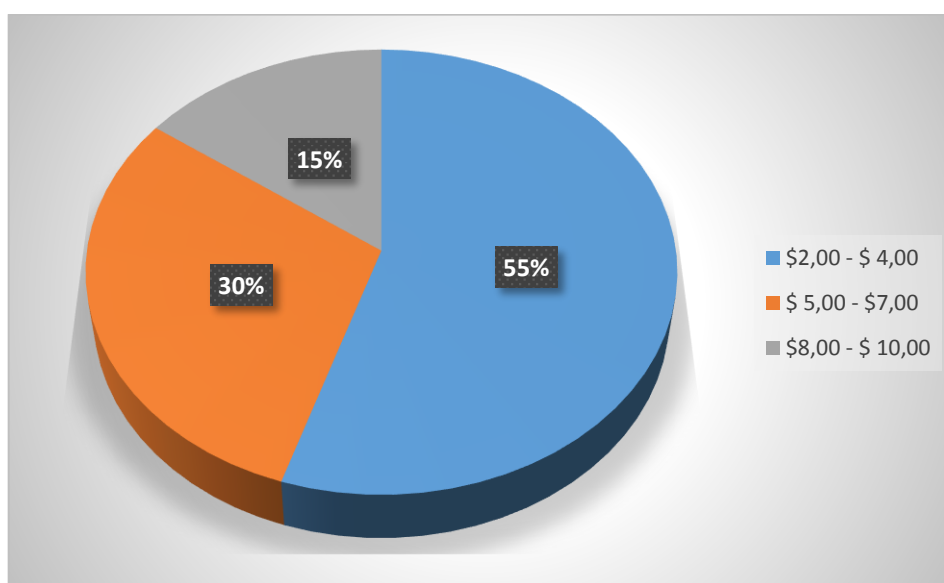
5. ¿Qué precio paga por libra al proveedor?

CUADRO N° 19: PRECIO QUE SE PAGA AL PROVEEDOR

Opciones	Frecuencia	Xm	Xm (f)	Porcentaje
\$2,00 - \$4,00	33	3	99	55%
\$5,00 - \$7,00	18	6	108	30%
\$8,00 - \$10,00	9	9	81	15%
Total	60		288	100%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

GRÁFICO N° 17: PRECIO QUE SE PAGA AL PROVEEDOR



Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Según las encuestas realizadas el 55% de los encuestados mencionan que pagan al proveedor entre un valor de \$2.00 a \$4.00, el 30% de los encuestados respondieron que paga un valor entre \$5.00 a \$7.00, mientras que el 15% respondió que paga un valor entre \$8.00 a \$10.00. Llegando a la conclusión que la mayoría de los comerciantes pagan un valor aceptable por compra de dicho producto.

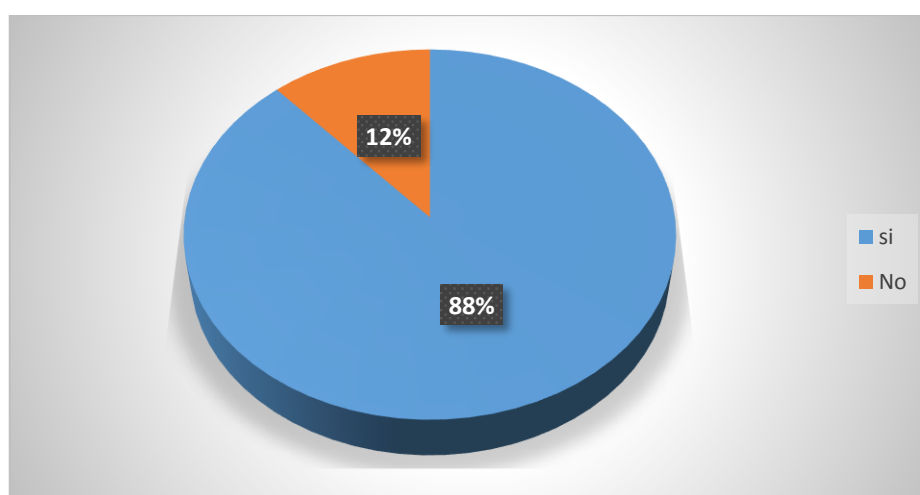
6. Si se implementara una empresa que se dedique a la producción y comercialización de saborizante de haba ¿estaría dispuesto a vender dicho producto en su negocio?

CUADRO Nº 20: ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	53	88%
No	7	12%
Total	60	100%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 18: ACEPTACIÓN DEL PRODUCTO



Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Esta pregunta determinó que el 88% de los ofertantes estarían dispuestos a la compra venta del producto, mientras que el 12% menciona que no desearían el producto; mediante esta grafica se puede determinar que la mayoría de comerciantes si desean un producto 100% natural para ser comercializando en su negocio, y en una mínima cantidad no están dispuestos a adquirirlo por desconocimiento o por temor a que el precio sea muy costoso.

7. ¿Cuántas libras de saborizante de haba estaría dispuesto a adquirir mensualmente?

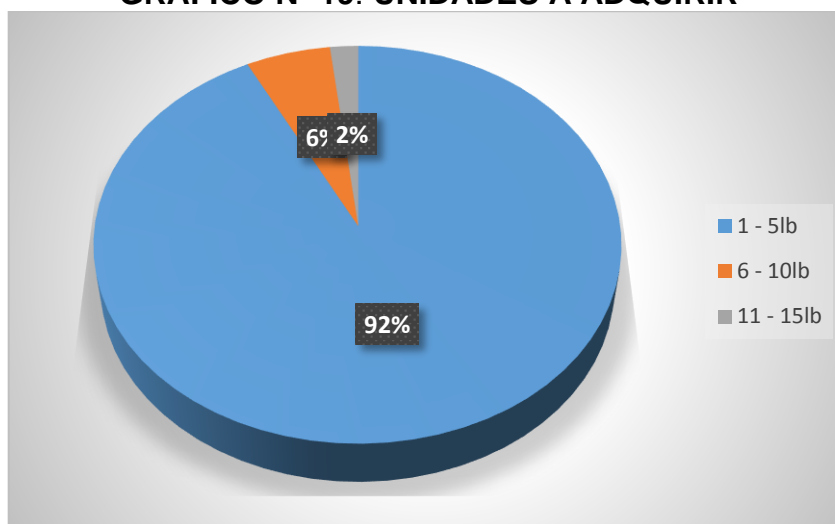
CUADRO Nº 21: UNIDADES A ADQUIRIR

Libras	Frecuencia	Xm	Xm (f)	Porcentaje
1 -5	49	3	147	92%
6 -10	3	8	24	6%
11 -15	1	13	13	2%
Total	53		171	100%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

$$x = \frac{E(Xm.f)}{n} = \frac{171}{53} = 3,23 \text{ libras}$$

GRÁFICO Nº 19: UNIDADES A ADQUIRIR



Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 92% de los encuestados respondió que estarían dispuestos a adquirir de 1 a 5 libras, el 6% estaría dispuesto a adquirir de 6 a 10 libras, y el 2% estarían dispuestos a comprar de 11 a 15 libras al mes, esto nos permitió determinar un monto promedio de 3,23 libras mensuales

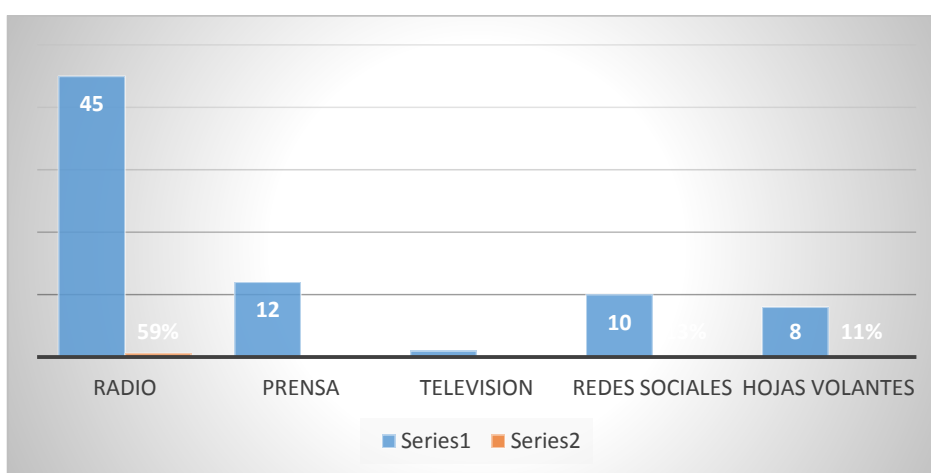
8. ¿Porque medio le gustaría conocer este producto?

CUADRO Nº 22: MEDIO PUBLICITARIO

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Radio	45	59%
Prensa	12	16%
Televisión	1	1%
Redes Sociales	10	13%
Hojas Volantes	8	11%

Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

GRÁFICO Nº 20: MEDIO PUBLICITARIO



Fuente: Encuesta Directa
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El 59% de los encuestados supo manifestar que les gustaría conocer el producto a través de la Radio, el 16% manifestó que desearían conocer a través de la prensa, el 13% le gustaría conocer a través de las redes sociales, el 11% dijo que desearía conocer a través de hojas volantes y el 1% manifestó que desearía conocer por medio de televisión. Concluyendo que la mayor parte de los oferentes desearían conocer el producto mediante la radio ya que este es un medio de mayor frecuencia en la Ciudad y de fácil acceso.

g. DISCUSIÓN

g.1 ESTUDIO DE MERCADO

➤ Producto principal

El principal producto de la empresa es el saborizante de haba cuyo producto es 100% natural, este es un producto que contiene mayores niveles nutricionales, debido a que la haba es un leguminosa con un alto contenido en potasio mejoran nuestro sistema circulatorio, regula la presión arterial, Las habas secas, al ser un alimento rico en fósforo, ayudan a mantener nuestros huesos y dientes sanos, su alto contenido en fósforo este alimento ayuda a tener una mayor resistencia.

El saborizante de haba es un polvo fácil de preparar, se hierva agua o leche se agrega una o dos cucharadas del saborizante, si es de su agrado se vierte azúcar y estará listo para consumo.

➤ Productos Complementarios

Los productos complementarios para el saborizante de haba, son muchos dependiendo mucho cual sea el gusto y preferencia del consumidor ya que este puede ser consumido solo o acompañado de un buen desayuno cena, entre los productos complementarios tenemos; agua, leche.

➤ Producto Sustituto

Son todos aquellos productos que reúnen las mismas o similares características del producto principal. En el mercado encontramos diversos productos que cumplen ciertas características del saborizante de haba, entre ellos están. refresco, el chocolate, etc.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Demanda Potencial

En este proyecto, se considera como demandantes potenciales a todas las familias de la Ciudad de Catacocha, siendo estos quienes pueden consumir este producto. Para la proyección de los 5 años de vida útil del proyecto se multiplica el total de población de cada año por la tasa de crecimiento de 0,58. La demanda potencial se la obtiene a través del cálculo de la población total de estudio por el consumo promedio anual; el consumo promedio mensual por familia es de 3,10 libras según datos obtenidos de la pregunta 6 realizada a los demandantes;

Calculo consumo promedio anual.

Consumo Promedio = 3,10 libras x12 meses

Consumo Promedio = 37,20 libras anuales.

D.P.= Población familias x consumo promedio anual

D.P.= 2.320 x 37,20 = 86.304 libras anuales

CUADRO N° 23: DEMANDA POTENCIAL

Año	Población (0,58%)	Consumo Promedio	Demanda Potencial(libras)
0	2.320	37,20	86.304
1	2.454	37,20	91.288
2	2.597	37,20	96.608
3	2.747	37,20	102.188
4	2.907	37,20	108.140
5	3.075	37,20	114.390

Fuente: Cuadros N°2, N°8,
Elaboración: La Autora

Demanda Real

La demanda real se refiere a la cantidad de bienes que se consumen de un producto en el mercado. En este caso, para determinar los demandantes reales se multiplica los demandantes potenciales por el porcentaje que se obtuvo de la pregunta, consumen haba en su hogar, que de acuerdo a los resultados de la encuesta a demandantes se obtuvo un 85% como se muestra en el Cuadro n°3.

D.R.= Demanda Potencial x Consumo de Haba (85%)

DR= 86.304 x 85%= 73.358

CUADRO N.º 24: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA REAL

Años	Demanda Potencial	Demanda Real 85%
0	86.304	73.358
1	91.288	77.595
2	96.608	82.117
3	102.188	86.860
4	108.140	91.919
5	114.390	97.231

Fuente: Cuadro 3 y cuadro 23

Elaboración: La Autora

Demanda Efectiva

Para la determinación de la Demanda Efectiva, se procede a tomar el porcentaje de deseo de adquisición del saborizante de haba, representado en la pregunta N°10. ¿Estaría dispuesto a adquirir un saborizante de haba? con el porcentaje del 83%.

DE= Demanda Real x % de familias que consumirían el producto

DE= 73.358 x 83%= 60.887

CUADRO N°25: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EFECTIVA

Años	Demandantes Reales	Demanda Efectiva 83%
0	73.358	60.887
1	77.595	64.404
2	82.117	68.157
3	86.860	72.094
4	91.919	76.293
5	97.231	80.702

Fuente: Cuadros 10 y Cuadro 24
Elaboración: La Autora

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Actualmente el producto saborizante de haba no existe en el mercado de estudio; es por eso que se consideró una competencia indirecta para la oferta como es la venta del café. Dicha oferta está constituida por los 84 locales comerciales como Supermercados, Tiendas de abarrotes, Panaderías y Bodegas, a los cuales se dirigió la encuesta.

Para realizar el análisis de la oferta se tomó en consideración el cuadro número 17 de la encuesta aplicada a los oferentes en donde se determinó de la siguiente manera:

La venta promedio de un local es de 9,17 libras mensuales; esto multiplicado para los 60 locales que representa la oferta se obtuvo un total de 550,20 libras mensuales esto multiplicado por los 12 meses que tiene el año se obtiene 6.602,40 libras al año.

Calculo:

$$9,17 \text{ libras} \times 60 \text{ locales} = 550,20 \text{ libras/mes}$$

$$550,20 \text{ libras} \times 12 \text{ meses} = 6.602,40 \text{ libras anual aprox. } 6.602 \text{ libras}$$

CUADRO N° 26: ANÁLISIS DE OFERTA

Demanda Lbs	Oferta Lbs
60.887	6.602

Fuente: Encuestas Oferta – Cuadro N°17

Elaboración: La autora

Para determinar el porcentaje promedio de crecimiento de la oferta se procede a realizar una regla de tres.

60.887	100%
6.602	10,84%

$$OF = O, b (1 + i)^n$$

$$Of = 6.602 (1 + 0.1084)^1 = 7.318$$

$$Of = 6.602 (1 + 0.1084)^2 = 8.111$$

$$Of = 6.602 (1 + 0.1084)^3 = 8.990$$

$$Of = 6.602 (1 + 0.1084)^4 = 9.965$$

$$Of = 6.602 (1 + 0.1084)^5 = 11.045$$

CUADRO N° 27: PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Años	Demanda Efectiva	Oferta Lbs
0	60.887	6.602
1	64.404	7.318
2	68.157	8.111
3	72.094	8.990
4	76.293	9.965
5	80.702	11.045

Fuente: cuadro N° 26

Elaboración: La autora

Demanda Insatisfecha

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad.

CUADRO N° 28: DEMANDA INSATISFECHA

Años	Demanda Efectiva	Oferta Lbs	Demanda Insatisfecha Lbs
0	60.887	6.602	54.285
1	64.404	7.318	57.086
2	68.157	8.111	60.046
3	72.094	8.990	63.104
4	76.293	9.965	66.328
5	80.702	11.045	69.657

Fuente: cuadro 27

Elaboración: La autora

ESTRATEGIAS DE MERCADO

Para efectuar una inversión es muy importante considerar las estrategias que nos ayuden o permitan ingresar y mantenernos en el mercado por lo que se tomara en cuenta los elementos del estudio de mercado como son: producto, precio, plaza y promoción (Herrera, 2014). Estas estrategias deben ser planificadas de acuerdo a la demanda insatisfecha a la competencia que estas presenten según los resultados de las encuestas aplicadas.

Producto

El saborizante de haba es un producto 100% natural, diferenciándose del café tradicional por no contener cafeína en sus componentes, este es un producto que contiene mayores niveles nutricionales, debido a que la haba es un leguminosa con un alto contenido en potasio mejoran nuestro sistema circulatorio, regula la presión arterial, Las habas secas, al ser un alimento rico en fósforo, ayudan a mantener nuestros huesos y dientes sanos, su alto contenido en fósforo este alimento ayuda a tener una mayor resistencia física. Este mineral, contribuye también a mejorar las

funciones biológicas del cerebro. Por lo tanto es un producto que puede ser consumido por todas las personas que gustan del café, incluyendo a aquellas que por problemas de salud tienen prohibido su consumo.

PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO

La presentación del saborizante de haba será de 450gr, el producto será presentado en envase de vidrio para asegurar el buen estado del contenido. Este envase contará con la imagen del producto, la marca, contenido neto, ingredientes registro sanitario, semaforización y código de barras.

Nombre de la Empresa

El nombre de la empresa es la carta de presentación ante el público y por tanto la primera impresión, que debe estar en camino de alcanzar los objetivos planteados, el nombre trascenderá en el tiempo, en el crecimiento y desarrollo de la empresa desde sus primeros pasos hasta su posicionamiento en el mercado por lo tanto el nombre adecuado que se decidió para el saborizante es:

GRAFICO N° 24



Elaboración: La Autora

Logo

Es un elemento gráfico que identifica a una empresa, institución o producto. En si es la marca que va a identificar a la empresa dedicada a la elaboración y comercialización de saborizante de haba.

GRAFICO Nº 25



Elaboración: La Autora

Slogan

Es la definición que va a caracterizar el producto, este deberá permitir ganar posicionamiento en la mente del cliente llamando su atención por los beneficios del producto por tal razón el eslogan del proyecto será:

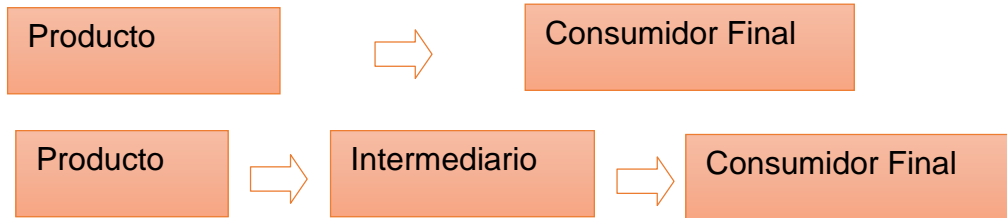
Una delicia escondida”

El slogan antes mencionado surgió de la idea principal debido a que el saborizante de haba es un producto no muy conocido en el mercado.

COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

Para la comercialización del saborizante se ha determinado la siguiente distribución:

Distribución en Tiendas, Bodegas Supermercados y Panaderías los mismos que son visitados con mayor frecuencia.



Elaboración: La Autora

PRECIO

El precio que adquirirá el saborizante de haba se lo realizara en base a la competencia y a los costos que incurren en la elaboración del mismo más el porcentaje de utilidad.

PROMOCION Y PUBLICIDAD

La promoción es un punto fundamental para la empresa ya que permite ofrecer un incentivo con la finalidad de estimular al mercado que origine un incremento en la adquisición del producto por lo tanto se ha determinado ofrece las siguientes promociones que beneficien al cliente.

- En el lanzamiento del producto se dará muestras gratis.
- Se realizará descuentos del 5% en el precio en temporadas de invierno

Radio: será necesario hacer conocer el nuevo producto por medio de las radios más sintonizadas en la Ciudad como son Ondas de Paltas 91.3 FM, en la cual se pasara 2 cuñas publicitarias al día, en horario

de 6:00 a.m. a 8:00 p.m. las cuales tendrán un costo de \$ 2.00 lo que corresponde a \$ 4.00 diarios, para el mes sería un valor de \$ 120.00

PUBLICIDAD

Empieza bien el día tomando una taza de saborizante de haba 100% Natural, te levanta el ánimo y te ayuda a terminar bien el día
 Coffe – Bean. Producto sustituto del café. Visítanos estamos ubicados
 En las Calles Bolívar y Lauro guerrero o comunícate al 0988539005.
 Coffe-Bean “UNA DELICIA ESCONDIDA”

CUADRO Nº 29: PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD

Cantidad	Descripción	Tiempo	Costos	
			Unit.	Total
2 cuñas al día	Radio ondas de paltas	1 mes	\$ 2.00	\$ 120.00
Total				\$ 120.00

Fuente: Radio Ondas de Paltas
 Elaboración: La Autora

Redes Sociales: Estas juegan un papel muy importante a la hora de comprar y vender productos la misma que no tiene costo alguno. Por lo que se creara una página oficial en la red más utilizada como lo es FACEBOOK, con el nombre “Coffe - Bean” donde se mencionara cada uno de los beneficios y características del saborizante de haba promociones dirección de la empresa y teléfonos.

GRAFICO Nº 26



Fuente: Internet
 Elaboración: La Autora

g.2 ESTUDIO TECNICO

g.2.1 TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

g.2.1.1 TAMAÑO

✓ Capacidad instalada

Para la elaboración del saborizante de haba se toma en consideración la máquina que lidera el proceso es decir la **maquina tostadora** que tiene la capacidad de 11 libras por hora,

Cálculo:

11 libras x 24 horas diarias = 264 lbs

264 lbs x 260 días / año = 68.640 lbs

CUADRO N°30: CAPACIDAD INSTALADA

MAQUINA TOSTADORA DE HABA		
Producción Hora	Producción Diaria (24 horas)	Producción Anual (260 días)
11 Libras	264 libras	68.640 Libras

Fuente: Súper Nórdicos "CORONA" - Loja
Elaboración: La Autora

✓ Capacidad Utilizada

Para determinar la capacidad utilizada, se realizó de igual forma que la capacidad instalada, sin embargo, se trabajó con la producción de 8 horas diarias, los 260 días laborables del año, 52 semanas por 5 días/semana como se muestra en el siguiente cuadro:

CUADRO N° 31: CAPACIDAD UTILIZADA

Producción/Hora	Producción Diaria (8Horas)	Producción Anual (260días)	Frascos de 1 libra
11 libras.	88 libras	22.880 libras	22.880 frascos

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: La autora

✓ Participación en el Mercado

Con la capacidad utilizada que tendrá la empresa, se cubrirá el 42% de la demanda insatisfecha, para los siguientes años se realizara el cálculo correspondiente terminando con un 33% como se lo demuestre en el siguiente cuadro:

CUADRO N°32: PARTICIPACIÓN DE LA EMPRESA

Año	Demanda Insatisfecha	Participación de la Empresa	Porcentaje
0	54.285	22.880	42,15%
1	57.086	22.880	40,08%
2	60.046	22.880	38,10%
3	63.104	22.880	36,26%
4	66.328	22.880	34,50%
5	69.657	22.880	32,85%

Fuente: Cuadro N°28 y 31
Elaboración: La autora

Localización

Macro Localización

La empresa “Coffe - Bean” Cía. Ltda., tiene su sede en Ecuador, en la región 7, en la provincia de Loja, Cantón Paltas, Ciudad de Catacocha.

GRÁFICO Nº 27 MAPA DE LA PROVINCIA DE LOJA

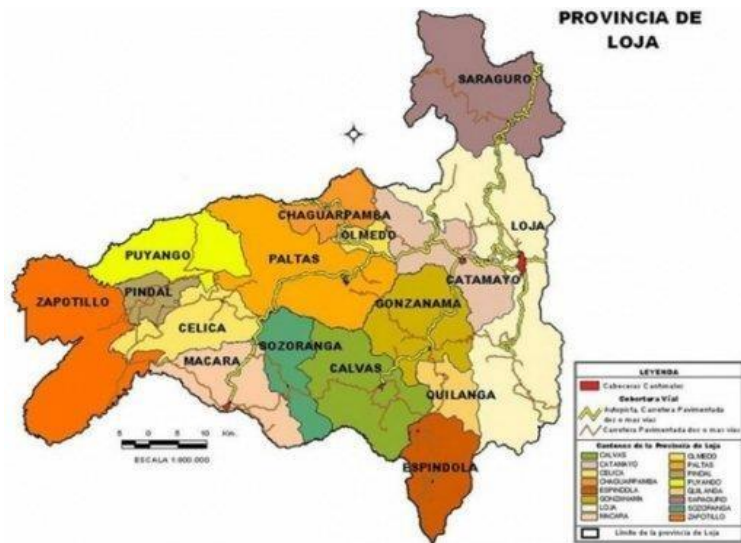


GRÁFICO Nº 28 MAPA CANTÓN PALTAS



Micro localización

Una vez definida la zona o población de localización se determina el terreno o lugar conveniente para la ubicación definitiva del proyecto, conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo, selección y re limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto.

La localización definitiva de la Empresa “ **Coffe - Bean**” es:

Provincia: Loja

Cantón: Paltas

Ciudad: Ciudad

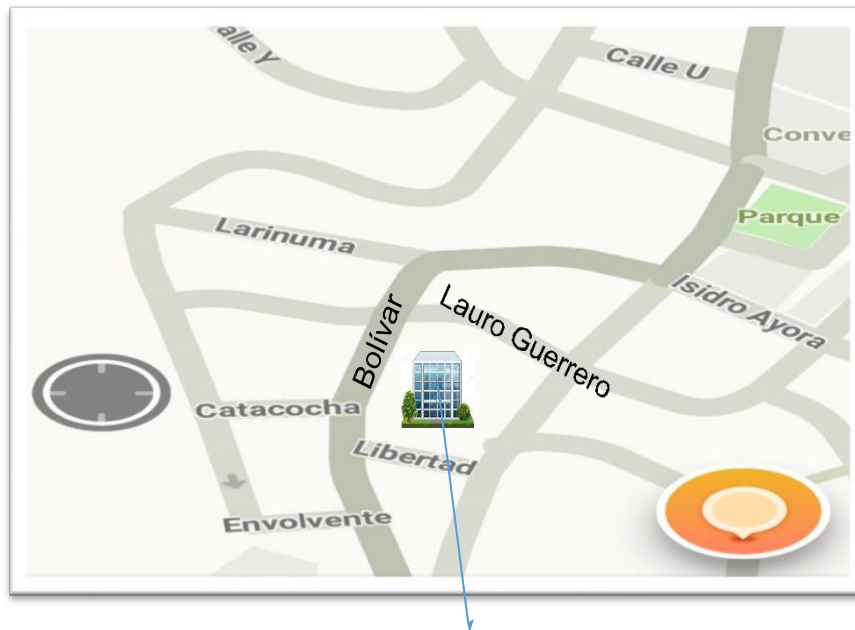
Parroquia: Lourdes

Barrio: Bolivar

Calles: Bolivar y Lauro Guerrero

Este sector está considerado como una zona estratégica de operaciones, ya que es una zona comercial y residencial de cómodo acceso, desde la cual es muy fácil dirigirse hacia el centro, norte y sur de la ciudad.

GRÁFICO Nº 29



Ubicación de la empresa

Factores que Inciden en la Localización


- a. **Materia Prima:** El producto que se utilizara como materia prima es el haba, éste es un producto fácil de obtener ya sea en sectores cercanos a la Ciudad o de la Provincia. Ya que está leguminosa es un producto que se siembra en todas las Ciudades de la Parte Sierra del Ecuador.
- b. **Componente Tecnológico:** La maquinaria a utilizarse en el presente proyecto se la obtendrá en los almacenes de venta de maquinarias Industriales, en la Ciudad de Loja lo que facilita la compra de maquinaria para el presente estudio; obteniendo el costo de la tostadora Industrial de capacidad de 5kg/ 12 min. el molino industrial tiene una capacidad de 5kg/ h, la maquina envasadora y selladora con una capacidad de 1 envasado por minuto.
- c. **Vías de Comunicación:** Las vías que conducirán a la empresa son de primer orden las cuales permitirán el fácil acceso de la materia prima hasta la comercialización del producto.
- d. **Servicios Básicos:** El lugar donde se encontrará ubicada la empresa tendrá todos los servicios básicos necesarios para su normal funcionamiento como son agua, luz, teléfono, alcantarillado e internet.
- e. **Disponibilidad de Mano de Obra:** La empresa "COFFE-BEAN" requiere de mano de obra calificad. Es por ello, que las personas que serán seleccionadas deberán poseer título que sea de validez para el cargo que vayan a desempeñar, pues la contratación de

personal se la hará previamente con un proceso de admisión con el fin de estar seguros de la credibilidad y confianza que se les pueda dar.

- f. **Cercanía al mercado:** La planta se encontrará ubicada en un sector muy cercano al centro de la ciudad de Catacocha en el barrio Bolívar y Lauro Guerrero, lo que facilitará la comercialización del producto para los demandantes.

MAQUINARIA DE LA EMPRESA “COFFE - BEAN” CIA. LTDA.

CUADRO Nº33: MAQUINARIA

	<p>Tostadora Precio: \$ 340.00 Modelo: TT – 5 Marca: BENDIG Voltaje: 110 Tamaño: 1.40 de altura Capacidad: 5kg/hora.</p>
	<p>Molino Precio: \$400,00 Modelo: BBOSTIMMER Marca: BEZZERA Voltaje: 110 Tamaño: 40.5 DE ALTURA Capacidad: 4 kg/h</p>
	<p>Envasadora y etiquetadora Precio: \$4,000 Modelo: ITDXD359K-VTC Voltaje Tamaño: 110 Capacidad: 1 dosificación por minuto</p>

Fuente: Mercado Libre
 Elaborado por la Autora

Ingeniería del Proyecto.

El estudio de ingeniería del proyecto debe llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien o servicio deseado.

Componente tecnológico

Para la elaboración y comercialización del saborizante de haba, la empresa cuenta con los siguientes insumos y maquinaria.

HERRAMIENTAS DE LA EMPRESA “COFFE - BEAN” CIA. LTDA.

CUADRO N°34: HERRAMIENTAS

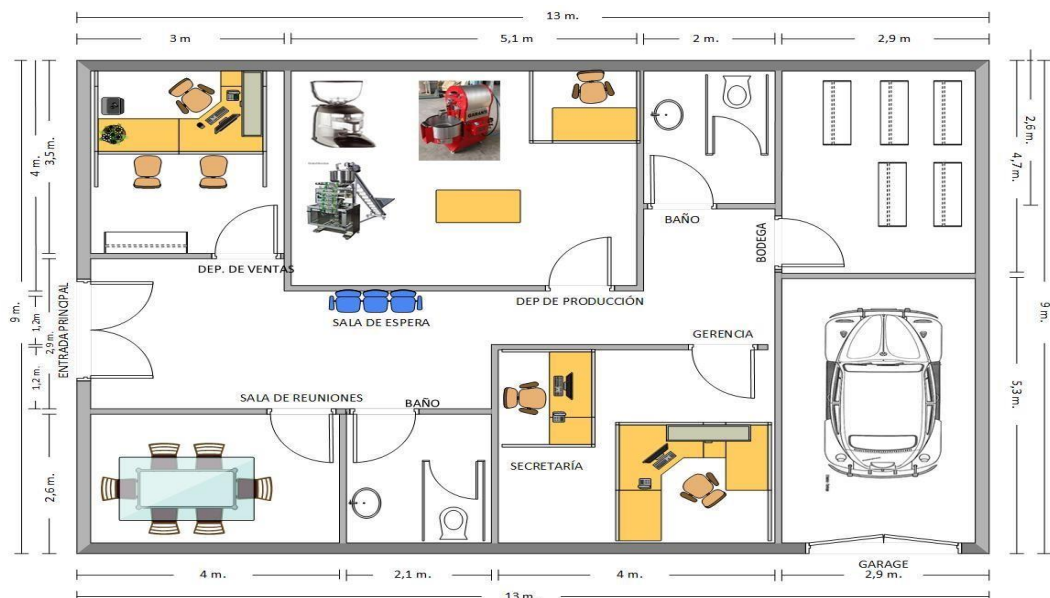
	Espátulas de Madera: Marca Iris de accesorios para la cocina, fabricados en madera de 1ª calidad. Apto para todo tipo de cocción. Resistente a altas temperaturas, puede lavarse
	Mesa Metálica: Mesa de Trabajo T-Isla-Con- Entrepao-MTIE- Útil para la ubicación de los frascos del saborizante de haba
	Gavetas: Cesto para transportar el saborizante de haba Formato: A450 x P300 x H210 mm. Material: Plástico, polietileno (PE).

Fuente: Mercado Libre
Elaborado por: la Autora

Distribución de la Planta de la Empresa “Coffe - Bean”

1. Gerencia.
2. Secretaría.
3. Sala de Reuniones.
4. Ventas.
5. Producción.
6. Almacenamiento.
7. Bodega.

GRAFICO Nº 30: DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



Proceso de Producción

El proceso abarca las etapas en las que se transforma la materia prima en producto elaborado y terminado

Descripción del Proceso Productivo para la Elaboración de Saborizante de Haba

1. Selección de granos de haba seca,

Es donde se separan las semillas deformes, rotas, pequeñas, así como también la cascarilla, polvo, hojas etc. Para luego ser limpiados

en lavanderías eliminando cualquier tipo de impurezas y removiendo desperdicios alguna q contengan los mismos.

2. Tostado

Luego de seleccionar el grano pasamos al tostado, en éste proceso los granos pasan a ser expuestos a altas temperaturas, que van desde los 200°C a los 275°C. Al mismo tiempo que el grano pierde la humedad, pierde el peso y cambia de color.

3. Enfriamiento

Una vez que el grano tostado ha sido transportado, se debe depositar en una mesa y espaciar en forma homogénea para lograr el enfriamiento.

4. Molido

Antes de realizar esta actividad hay que limpiar bien el molino para evitar la pérdida de calidad en el producto

La Molienda se basa en que las cuchillas pueden tener forma redonda o cónica; estas cuchilla suelen ser más silenciosas y se atascan menos. Las cuchillas "muelen" el café a un tamaño razonablemente constante, lo que produce una extracción más uniforme cuando se elabora la bebida.

5. Envasado y Sellado

El producto tendrá un peso de 1 libra (450 gr) el empacado se realizará inmediatamente después de la molienda en envases de vidrio el mismo que tendrá su respectiva etiqueta

6. Almacenaje

El producto se lo almacenará en lugar fresco y seco.

FLUJO GRAMA DE PROCESOS







El diagrama de flujo de proceso posee información de los procesos con sus respectivos tiempos, donde se usa una simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas. Dicha simbología es la siguiente:

CUADRO Nº 35: FLUJOGRAMA DE PROCESOS

DESCRIPCIÓN	SIMBOLOS						TIEMPO	OBSERVACIONES
	○	□	⇒	◐	◑	▽		
SELECCIÓN DE GRANO		□					25 minutos	
TOSTADO	○						12 minutos	
ENFRIAMIENTO			⇒				18 minutos	
MOLIDO	○						75 minutos	
ENVASADO Y ETIQUETADO	○						90 minutos	
ALMACENAJE						▽	20 minutos	
TIEMPO TOTAL							240 minutos	

El proceso de producción de 44 libras de saborizante de haba, se da en un tiempo total de 240 minutos, equivalente a 4 horas de producción.

Simbología

	Actividad u operación
	Inspección
	Transporte o Traslado
	Demora o Retraso
	Actividad Combinada
	Almacenamiento

Elaborado por: La Autora

RECURSOS HUMANOS Mano de obra directa

La mano de obra directa es aquella que interviene de una manera directa en el proceso de producción para lo cual se va a contratar 2 obreros

CUADRO N° 36: MANO DE OBRA DIRECTA

Descripción	Nº
Bachilleres	2

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: La Autora

Personal Administrativo

El personal administrativo se encarga del funcionamiento administrativo de la empresa, comprende al personal de oficina, gerente jefes administrativos y secretaria. Se contratara un gerente general y una secretaria contadora.

CUADRO N° 37: PERSONAL ADMINISTRATIVO

Detalle	Cantidad
Ingeniero en Administración de empresas	1
Ingeniera en Contabilidad	1

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: La Autora

g.3 DISEÑO ORGANIZACIONAL

BASE LEGAL DE LA EMPRESA

Para la legalización de la empresa se ha previsto la constitución de una Compañía de Responsabilidad Limitada, de conformidad con el Art. 92 de la ley de compañías, que en su parte pertinente dice que la Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae con un mínimo de tres personas, y pudiendo tener como máximo un número de quince como se menciona en el Art.95 de la ley de compañías, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo su razón social o denominación objetiva, a lo que analizará, en todo caso, las palabras Compañía Limitada a su correspondiente abreviatura.

La razón social de la empresa será Coffe - Bean Cía.
Ltda.

Coffe - Bean Cía. Ltda. Trabaja bajo las leyes de la República del Ecuador. Este nombre constará en todas las operaciones que realice la empresa, la cual se registrará por la ley de Compañías, Código Civil y demás normas pertinentes relacionadas con las actividades que realice la compañía.

SOCIOS. – Según el Art. 98 de la ley de compañías menciona que para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. La empresa será conformada por los siguientes socios: Glenda Magaly Villano Díaz, Edgar Eduardo Villano Macas, Rubén Darío Nole Cepeda, Edison Vinicio Villano Díaz.

RAZON SOCIAL. - La razón social de la empresa es “**COFFE - BEAN**” Cia Ltda, esta empresa se dedicara a la producción y comercialización de saborizante de haba en la ciudad de Catacocha la cual está conforme lo establece la ley.

DOMICILIO. - La empresa estará ubicada en la ciudad de Catacocha, en las calles Bolívar y Lauro guerrero.

Dirección para notificaciones judiciales y administrativas: calles Bolívar y Lauro guerrero

Teléfono: 0988539005

Correo electrónico: glenita_090891@hotmail.com

TIEMPO DE DURACION DE LA EMPRESA

La empresa tendrá una vida útil de 5 años, que se contarán a partir de la fecha de inscripción del contrato en el Registro Mercantil.

CAPITAL. – El Art. 102 de la ley de compañías dice que el capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios. El capital

mínimo será de diecinueve mil dólares, dividido en cuotas, de una valor nominal de \$ 5.000,00

CUADRO N°38: CAPITAL

Socios	Cuotas	Valor
Glenda Magaly Villano Díaz	1	\$5.000,00
Edgar Eduardo Villano Macas	1	\$5.000,00
Rubén Darío Nole Cepeda	1	\$5.000,00
Edison Vinicio Villano Díaz.	1	\$5.000,00
Total		\$20.000,00

Elaboración: La Autora

GERENCIA. - La Gerencia es un cargo que ocupa el director de una empresa el cual tiene dentro de sus múltiples funciones, representar a la sociedad frente a terceros y coordinar todos los recursos a través del proceso de planeamiento, organización dirección y control a fin de lograr objetivos establecidos.

DERECHOS DE LOS SOCIOS. –

Art. 114 de la ley de compañías. - El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones regales. No obstante, cualquier estipulación contractual, los socios tendrán los siguientes derechos:

- a) A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato. Para efectos de la votación, cada participación dará al socio el derecho a un voto;
- b) A percibir los beneficios que le correspondan, a prorrata de la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias;
- c) A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en esta Ley se expresan;
- d) A no devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe, pero, si las cantidades percibidas en este concepto no correspondieren a beneficios realmente obtenidos, estarán obligados a reintegrarlas a la compañía;
- e) A no ser obligados al aumento de su participación social. Si la compañía acordare el aumento de capital, el socio tendrá derecho de preferencia en ese aumento, en proporción a sus participaciones sociales, si es que en el contrato constitutivo o en las resoluciones de la junta general de socios no se conviniere otra cosa;
- f) A ser preferido para la adquisición de las participaciones correspondientes a otros socios, cuando el contrato social o la junta general prescriban este derecho, el cual se ejercitar a prorrata de las participaciones que tuviere;

- g) A solicitar a la junta general la revocación de la designación de administradores o gerentes. Este derecho se ejercerá sólo cuando causas graves lo hagan indispensable. Se considerarán como tales el faltar gravemente a su deber, realizar a sabiendas actos ilegales, no cumplir las obligaciones establecidas por el Art. 124, o la incapacidad de administrar en debida forma;
- h) A recurrir a la Corte Superior del distrito impugnando los acuerdos sociales, siempre que fueren contrarias a la Ley o a los estatutos. En este caso se estará a lo dispuesto en los Arts. 249 y 250, en lo que fueren aplicables.
- i) A pedir convocatoria a junta general en los casos determinados por la presente Ley. Este derecho lo ejercerán cuando las aportaciones de los solicitantes representen no menos de la décima parte del capital social; y
- j) A ejercer en contra de gerentes o administradores la acción de reintegro del patrimonio social. Esta acción no podrá ejercerla si la junta general aprobó las cuentas de los gerentes o administradores,

OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS

Art. 115 de la ley de compañías. - Son obligaciones de los socios:

- a) Pagar a la compañía la participación suscrita. Si no lo hicieren dentro del plazo estipulado en el contrato, o en su defecto del previsto en la Ley, la compañía podrá, según los casos y atendida

la naturaleza de la aportación no efectuada, deducir las acciones establecidas en el Art. 219 de la Ley de compañías;

- b) Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social;
- c) Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración;
- d) Responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de constitución de la compañía y, de modo especial, de las declaraciones relativas al pago de las aportaciones y al valor de los bienes aportados;
- e) Cumplir las prestaciones accesorias y las aportaciones suplementarias previstas en el contrato social. Queda prohibido pactar prestaciones accesorias consistentes en trabajo o en servicio personal de los socios;
- f) Responder solidaria e ilimitadamente ante terceros por la falta de publicación e inscripción del contrato social; y,
- g) Responder ante la compañía y terceros, si fueren excluidos, por las pérdidas que sufrieren por la falta de capital suscrito y no pagado o por la suma de aportes reclamados con posterioridad, sobre la participación social.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

La empresa contará con todos los niveles jerárquicos que determina la ciencia administrativa, por tratarse de una empresa de reciente creación que en su fase inicial hasta contar con condiciones necesarias el administrador o gerente de la empresa asumirá las funciones de Jefe departamental en las áreas de Recursos Humanos, Producción, Finanzas y Mercadotecnia.

NIVELES JERÁRQUICOS

Siendo parte fundamental en la etapa de operación de la empresa, dentro de esta encontramos los siguientes niveles jerárquicos:

Nivel Legislativo: Siendo el máximo nivel de dirección de la empresa, este estará conformado por la Junta General de Accionistas (4 socios)

Nivel Directivo: En este nivel se elegirá una directiva o será electo un presidente que será el representante de la Junta General de Accionistas.

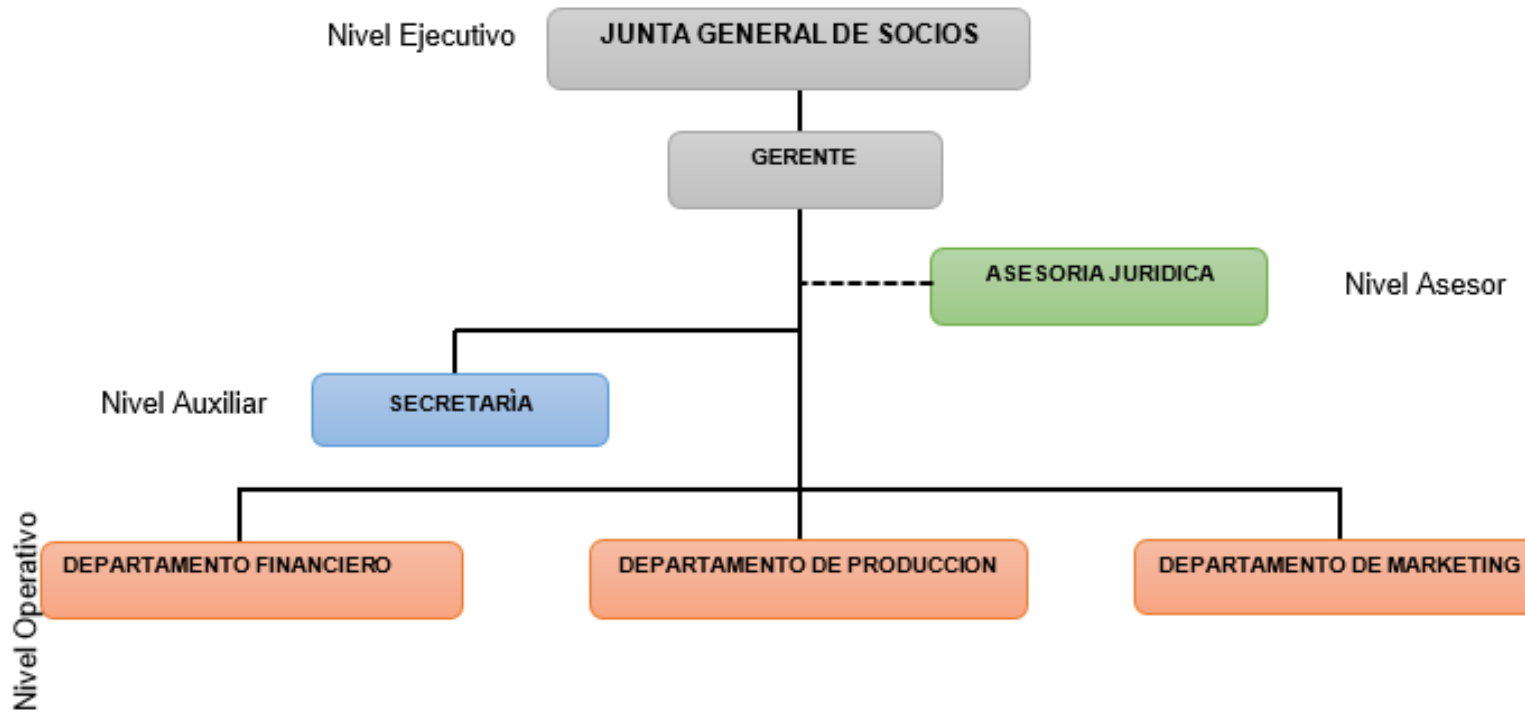
Nivel Ejecutivo: Estará conformado por un Gerente- Administrador, el cual será nombrado por el nivel legislativo- Directivo.

Nivel Asesor: Dentro de este nivel se podrá contar con un Asesor Jurídico para asesoramientos legales dentro de la Empresa.

Nivel De Apoyo: Estará conformado por una secretaria General y por el departamento de Recursos Humanos.

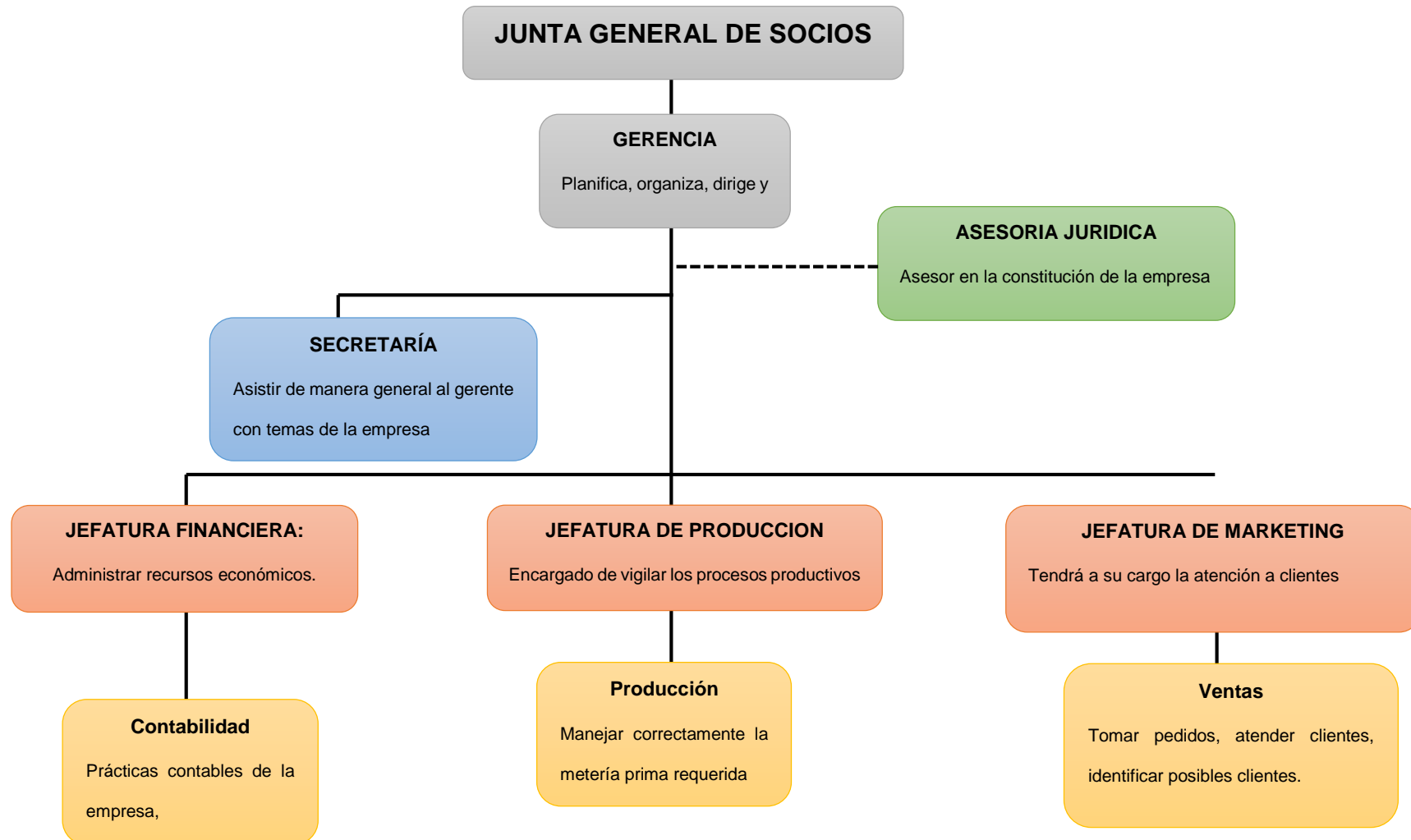
Nivel Operador; Estará constituido por los departamentos de Producción, Financiero y mercadotecnia.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA “COFFE - BEAN” CIA.LTDA,



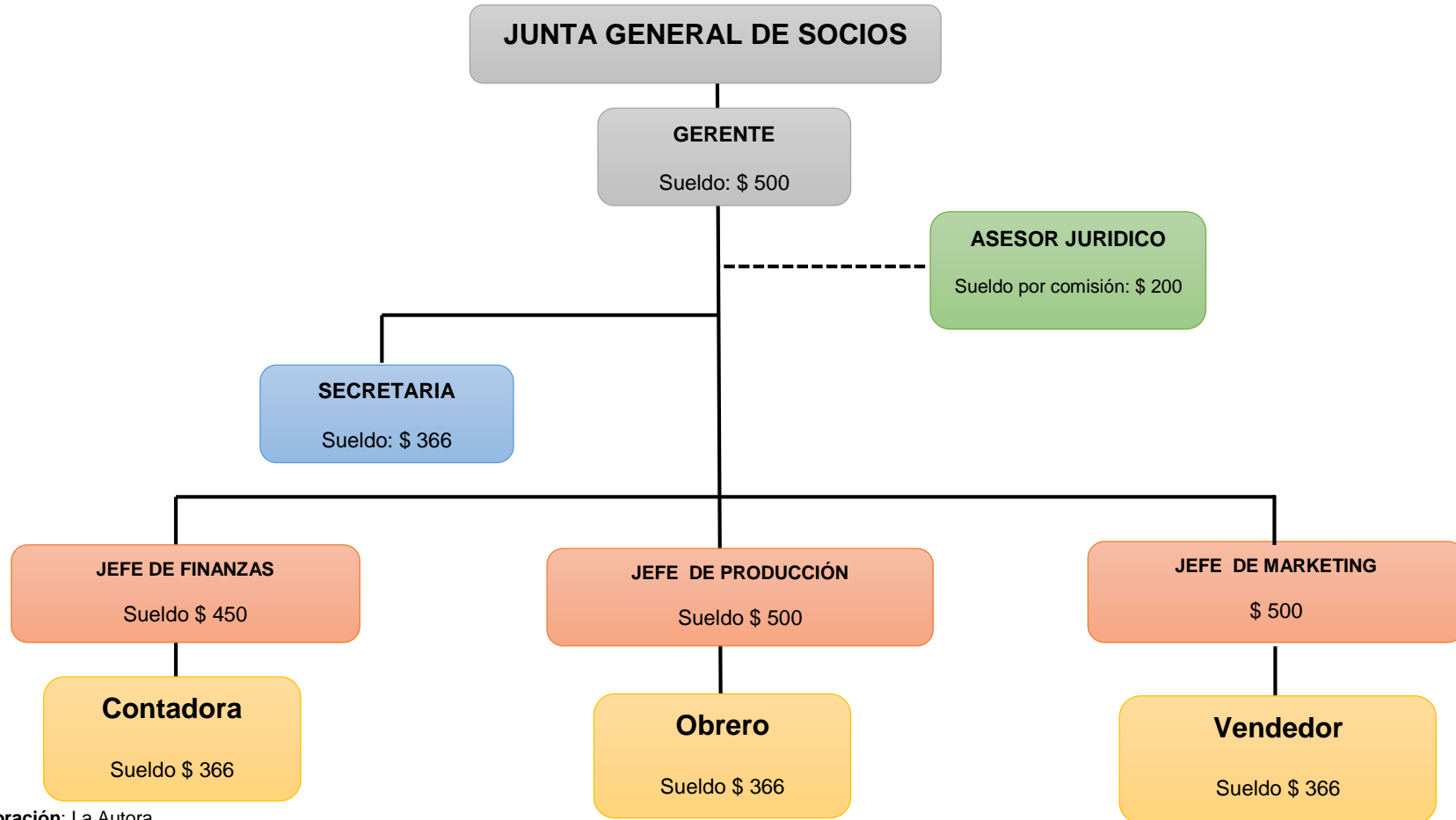
Elaboración: La Autora
Fecha: Julio 2016

ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Elaboración: La Autora
Fecha: Julio 201

ORGANIGRAMA DE POSICIONES



Elaboración: La Autora
Fecha: Julio 2016

MANUAL DE FUNCIONES DE EMPRESA

“Coffe - Bean” Cía. Ltda.



NOMBRE DEL CARGO	GERENTE GENERAL
CÓDIGO	001
DEPARTAMENTO	Gerencia General
SUPERVISADO POR	Junta General de Socios
SUPERVISA	Todos los departamentos
NATURALEZA DEL CARGO: El Gerente General tiene responsabilidad directa en la dirección, coordinación, control y evaluación del funcionamiento y actividades de la Empresa, en concordancia con las políticas, planes y estrategias aprobadas; garantiza que los procedimientos y políticas se lleven a cabo dentro del marco de la ley, y que se obtengan los objetivos propuestos, sobre la base de una organización y administración eficientes.	
FUNCIONES BASICAS. <ul style="list-style-type: none">• Planear y desarrollar metas a mediano y largo plazo junto con los objetivos anuales y entregarlas a los jefes de cada área para su desarrollo y cumplimiento.• Evaluar periódicamente el desempeño y cumplimiento de objetivos de cada una de las áreas de la empresa.	
PERFIL DEL PUESTO. <ul style="list-style-type: none">• Conocimientos técnicos y teóricos• Actitud de líder• Motivador• Innovador• Responsable	
REQUISITOS MINIMOS. Nivel de Formación: Título de Ingeniero en Administración de Empresas o Ingeniero Comercial. Requisito de Experiencia: Mínimo 1 año de experiencia	

MANUAL DE FUNCIONES DE EMPRESA

“Coffe - Bean” Cía. Ltda.



NOMBRE DEL CARGO	SECRETARIA
CÓDIGO	002
DEPARTAMENTO	Administrativo
SUPERVISADO POR	Gerente General
SUPERVISA	Ninguno
Naturaleza del Cargo: Organizar y velar por el correcto funcionamiento de la dependencia en cuanto a los servicios que en ella se brinden, especialmente en la organización de archivos, atención al público, transcripciones y dotaciones de papelerías y útiles para la oficina y ejecutar las actividades q le correspondan.	
FUNCIONES BASICAS. <ul style="list-style-type: none">• Transcribir los diferentes documentos relacionados con la dependencia.• Mantener en orden el archivo de la oficina.• Recibir, radicar y despachar oportunamente la correspondencia y demás documentos relacionados con la oficina y controlar el recibo correcto por parte del destinatario.• Atender las llamadas telefónicas y al público o funcionarios que se presentan a la oficina.	
PERFIL DEL PUESTO. <ul style="list-style-type: none">• Responsabilidad• Agilidad• Capacidad para trabajar bajo presión.• Estabilidad emocional• Orientación al servicio• Gestión de calidad.	
REQUISITOS MINIMOS. Nivel Académico: Título de Secretariado Ejecutivo Requisito de Experiencia: Mínimo 2 años de experiencia	

MANUAL DE FUNCIONES DE EMPRESA

“Coffe - Bean” Cía. Ltda.



NOMBRE DEL CARGO	JEFE DE FINANZAS
CÓDIGO	003
DEPARTAMENTO	Financiero
SUPERVISADO POR	Gerente General
SUPERVISA	Contador

NATURALEZA DEL CARGO

Planea, desarrolla, organiza, implementa, dirige y evalúa el rendimiento fiscal de la empresa, búsqueda de los fondos financieros más adecuados para la actividad de la empresa.

FUNCIONES BASICAS.

- Interpretación de estados financieros
- Elaboración de presupuestos
- Análisis de flujo de efectivo
- Diseño y seguimiento a indicadores financieros
- Administración del proceso de compras

PERFIL DEL PUESTO.

- Administración de Recursos Humanos
- Contabilidad Financiera
- Finanzas para Pymes.
- Informática Administrativa con Microsoft Excel
- Responsabilidad y confiabilidad
- Integridad

REQUISITOS MINIMOS.

Nivel Académico:

Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría y/o Economía.

Requisito de Experiencia

Mínimo 3 años en funciones similares

MANUAL DE FUNCIONES DE EMPRESA

“Coffe - Bean” Cía. Ltda.



NOMBRE DEL CARGO	Contador/a
CÓDIGO	004
DEPARTAMENTO	Financiero
SUPERVISADO POR	Jefe Financiero
SUPERVISA	Ninguno

NATURALEZA DEL CARGO

Responsabilidad técnica y económica en el manejo de los diferentes trámites y operaciones contable que tenga la empresa. Y operar eficientemente en todas las áreas de la empresa.

FUNCIONES BASICAS.

- Llevar y controlar la contabilidad general de la empresa.
- Mantener un correcto manejo de los libros contables.
- Preparar los estados financieros correspondientes.
- Presentar informes y análisis de tipo contable, económico y financiero de las labores que realiza al gerente de la empresa.

PERFIL DEL PUESTO.

- Administración de Recursos Humanos
- Contabilidad Financiera
- Finanzas para Pymes.
- Informática Administrativa con Microsoft Excel
- Responsabilidad y confiabilidad

REQUISITOS MINIMOS.

Nivel Académico:

Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoría

Requisito de Experiencia

Mínimo 2 años en funciones similares

MANUAL DE FUNCIONES DE EMPRESA

“Coffe - Bean” Cía. Ltda.



NOMBRE DEL CARGO	JEFE DE MARKETING
CÓDIGO	004
DEPARTAMENTO	Ventas
SUPERVISADO POR	Gerente General
SUPERVISA	Vendedores
NATURALEZA DEL CARGO: Lograr un direccionamiento estratégico y efectivo de toda la gestión de ventas y velar por el cumplimiento de las metas establecidas.	
FUNCIONES BASICAS. <ul style="list-style-type: none">• Realizar siempre monitoreo constantes acerca del mercado en donde se desarrolla la empresa con el fin de estar siempre en mejoramiento continuo.• Informar al Gerente o a quien corresponda, de cualquier anomalía que se presente.• Promoción, venta y mercadeo de los productos elaborados por la empresa.	
PERFIL DEL PUESTO. <ul style="list-style-type: none">• Responsable• Trabajo en equipo• Creativo• Relación con el publico	
REQUISITOS MINIMOS. Nivel Académico Título en Ingeniería Comercial y Maestría en Marketing Requisito de Experiencia Mínimo 2 años en funciones similares	

MANUAL DE FUNCIONES DE EMPRESA

“Coffe - Bean” Cía. Ltda.



NOMBRE DEL CARGO	Vendedor
CÓDIGO	005
DEPARTAMENTO	Ventas
SUPERVISADO POR	Jefe de Marketing
SUPERVISA	Ninguno
NATURALEZA DEL CARGO: Deberá reportar a la Gerente de marketing todas las ventas que se realicen diariamente, así como también evaluar e implementar estrategias de Mercadeo y Ventas.	
FUNCIONES BASICAS. <ul style="list-style-type: none">• Cumplir con el horario asignado• Realizar planes de mercado• Mantener excelente presentación personal• Brindar una atención oportuna y efectiva a los clientes sobre el producto• Elaborar informes mensuales de las ventas.• Vender todos los productos que la empresa determine, en el orden de prioridades por ella establecidos.	
PERFIL DEL PUESTO. <ul style="list-style-type: none">• Capacidad de negociación• Habilidad de negociación• Creatividad• Convencimiento• Puntualidad	
REQUISITOS MINIMOS. Nivel Académico Bachiller de secundaria con conocimientos en ventas Requisito de Experiencia Mínimo 1 año en funciones similares	

MANUAL DE FUNCIONES DE EMPRESA

“Coffe - Bean” Cía. Ltda.



NOMBRE DEL CARGO	JEFE DE PRODUCCION
CÓDIGO	006
DEPARTAMENTO	PRODUCCION
SUPERVISADO POR	Gerente General
SUPERVISA	Obreros
NATURALEZA DEL CARGO Realizar las actividades operativas de la empresa, cumpliendo con las normas de calidad y de seguridad y controlar labores de producción y mantenimiento de la maquinaria para el personal del departamento a su cargo.	
FUNCIONES BASICAS. <ul style="list-style-type: none">• Cumplir con las disposiciones emanadas por los superiores.• Recepción de la materia prima e insumos.• Control de inventarios• Realizar el diseño para la producción, controlar la ejecución de las tareas de cada uno de los subalternos.• Realizar el control de calidad de los productos elaborados.	
PERFIL DEL PUESTO. <ul style="list-style-type: none">• Organización.• Líder• Eficacia• Alta concentración y análisis• Capacidad de inspección.	
REQUISITOS MINIMOS. Nivel Académico: Título de Tecnólogo en Industrias de alimentos Requisito de Experiencia Mínimo 1 años en funciones similares	

MANUAL DE FUNCIONES DE EMPRESA

“Coffe - Bean” Cía. Ltda.



NOMBRE DEL CARGO	OBRERO
CÓDIGO	007
DEPARTAMENTO	Producción
SUPERVISADO POR	Jefe de producción
SUPERVISA	Ninguno
NATURALEZA DEL CARGO: Encargados del proceso productivo y su correcto funcionamiento.	
FUNCIONES BASICAS. <ul style="list-style-type: none">• Ejecutar el proceso productivo a fin de obtener el jugo en litros, garantizando la calidad e higiene.• Cumplir con las normas procedimientos establecidos para el procesamiento del producto.• Mantener informado al jefe de producción de cualquier anomalía en la planta.	
PERFIL DEL PUESTO. <ul style="list-style-type: none">• Responsabilidad• Agilidad• Capacidad para trabajar bajo presión.• Estabilidad emocional• Orientación al servicio• Gestión de calidad	
REQUISITOS MINIMOS. Nivel académico Bachiller de secundaria Requisito de Experiencia Mínimo 1 años en funciones similares	

g.4 ESTUDIO FINANCIERO

Inversiones y Financiamiento

Inversiones

ACTIVOS FIJOS

Maquinaria y Equipo: Dentro de este rubro se agrupan los valores correspondientes a las erogaciones para dotar la empresa de la tecnología necesaria para realizar el proceso productivo, se detallan a continuación:

CUADRO N°39: PRESUPUESTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO.

Detalle	U. Medida	Cant.	C. Unitario	C. Total
Tostadora Industrial	unidad	1	340,00	340,00
Molino Industrial	Unidad	1	400,00	400,00
Envasadora y Etiquetadora	Unidad	1	4.000,00	4.000,00
Total				4.740,00

Fuente: Mercado Libre
Elaborado por: La Autora

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

CUADRO N°40: PRESUPUESTO DE EQUIPO DE OFICINA.

Activo	U. Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Teléfonos Panasonic Kx-t7730	Unidad	2	80,00	160,00
Sumadora Casio	Unidad	1	40,00	40,00
Total				200,00

Fuente: Graficas Santiago.
Elaborado por: La Autora.

- **Muebles y Enseres.-** Comprende todos los bienes que se necesitan para la adecuación de cada una de las oficinas de acuerdo con la función para la que fueron diseñadas.

CUADRO N°41: MUEBLES Y ENSERES DE PRODUCCIÓN.

Activo	U. Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Mesa de Acero Inoxidable	Unidad	1	120,00	120,00
Perchas metálicas	Unidad	3	60,00	180,00
Total				300,00

Fuente: Distribuidora Pecho.
Elaborado por: La Autora.

CUADRO N° 42: MUEBLES Y ENSERES DE ADMINISTRACIÓN

Activo	U. Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Escritorio de Oficina	Unidad	2	120,00	240,00
Sillas Giratorias de Oficina	Unidad	1	75,00	75,00
Sillón de oficina	Unidad	1	150,00	150,00
Sillas de oficina	Unidad	6	20,00	120,00
Mesa de Reuniones	Unidad	1	100,00	100,00
Total				685,00

Fuente: Mercado Libre.
Elaborado por: La Autora.

- **Equipo de Computación.-** Aquí se detallan los valores en que se incurren para dotar al personal administrativo de los equipos tecnológicos necesarios para el cumplimiento de sus labores dentro de la empresa.

CUADRO N° 43: EQUIPO DE COMPUTACIÓN.

Activo	U. Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Impresora Canon Cp1025	Unidad	1	140,00	140,00
Computador	Unidad	2	600,00	1.200,00
Total 1er Año				1.340,00
EQUIPO DE COMPUTO para 4to Año (3,09%)				
Detalle	U. Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Impresora Canon Cp1025	Unidad	1	144,33	144,33
Computador	Unidad	2	618,54	1.237,08
Total 4to Año				1.381,41

Fuente: Master PC
Elaborado por: La Autora.

- **Resumen de Activos Fijos.**

CUADRO N° 44: RESUMEN DE INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS.

Elemento	Costo
Maquinaria y Equipo	4.740,00
Equipo de Oficina	200,00
Equipo de Cómputo	1.340,00
Muebles y Enseres de Administración	685,00
Muebles y Enseres de Producción	300,00
Total	7.265,00

Fuente: Cuadros N°: 39,40,41,42 y 43

Elaborado por: La Autora.

Activos Diferidos.

Estudio preliminar: La inversión que se realiza con conocimiento del riesgo solamente es posible cuando se cuenta con estudios que demuestren detalladamente el nivel de riesgo y la factibilidad. Al contratar estos estudios lo que se contrata es conocimiento, el cual se plasma en un documento que contiene la información que sustenta la viabilidad del proyecto. **CUADRO N° 45: ESTUDIOS PRELIMINARES**

Detalle	U. Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Estudio Preliminar	Unidad	1	1.650	1.650
Total				1.650

Fuente: Investigación Directora

Elaborado por: La Autora.

Registro sanitario: La garantía de circulación y de consumo o utilización solo se determina mediante la obtención del registro sanitario lo cual es otorgado por un organismo de control sanitario.

CUADRO N° 46: REGISTRO SANITARIO

Detalle	U. Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Registro Sanitario	Unidad	1	1.200	1.200
Total				1.200

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: La Autora.

Patentes de Funcionamiento: Constituyen todos aquellos valores provenientes del pago a organismo que regulan las actividades de comercio entre ellos tenemos: municipio, cuerpo de bomberos, SRI y ministerio de salud.

CUADRO N° 47: PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

Detalle	U. Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Permiso de Funcionamiento	Unidad	1	400	400
Total				400

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: La Autora.

Gastos de Constitución: Son aquellos desembolsos que se realizan en trámites legales para poner en funcionamiento su administración. Ejemplo de estos costos son: gastos de escritura, el registro de la misma, honorarios profesionales.

CUADRO N° 48: GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Detalle	U. Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Gastos de Constitución	Unidad	1	1.000	1.000
Total				1.000

Elaborado por: La Autora.

Adecuaciones: son costos que se incurre para mejorar el lugar en donde establecer la nueva unidad productiva en este caso tenemos 117 m² en donde se toma en consideración el área administrativa, de producción, almacenamiento y el laboratorio de control de calidad así mismos los baños y el parqueadero de la empresa:

CUADRO N°49: ADECUACIONES.

Detalles	Unidad de Medida	Cantidad	Valor
Adecuaciones	Metros cúbicos	117 m ²	3.000,00
Total			\$ 3.000,00

Fuente: Arquitecto en Diseño de Interiores Jhon Guaman.
Elaborado por: La Autora

CUADRO N°50: RESUMEN DE ACTIVOS DIFERIDOS

Rubro	Costo Total
Estudio Preliminar	1.650,00
Registro Sanitario	1.200,00
Patente de Funcionamiento	400,00
Gastos de Constitución	1.000,00
Adecuaciones	3.000,00
Total	7.250,00

Fuente: Cuadros n° 45,46,47,48 y 49
Elaborado por: La Autora.

INVERSIONES DE CAPITAL DE TRABAJO O ACTIVO CIRCULANTE

El capital de operación se lo establece normalmente para un periodo de tiempo en lo que se espera que la empresa que empiece a obtener ingresos provenientes de la venta de sus productos o servicios originarios.

COSTOS DE PRODUCCIÓN

COSTO PRIMO

Materia Prima Directa: Son elementos principales que forman parte integral del producto es decir, son los que se identifican claramente con él, estos materiales son fundamentales sin los cuales no es posible obtener el saborizante de haba

CUADRO N°51: RESUMEN DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA.

Descripción	U. Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Haba	Quintal	229	30	6.870,00
Total Mensual				572,5
Total Anual				6.870,00

Fuente: Centro Comercial de catacocho.
Elaborado por: La Autora.

CUADRO N°52: PROYECCIÓN DE MATERIA PRIMA DIRECTA 3,09%.

Años	Valor Total
2016	7.082,28
2017	7.301,13
2018	7.526,73
2019	7.759,31
2020	7.999,07
2021	8.246,24

Elaborado por: La Autora.

- **Mano de Obra Directa:** Constituyen los valores a pagar al personal que maneja el proceso productivo, quienes están directamente relacionados con la transformación de la materia prima en este caso se cuenta con 1 obrero, su valor se muestra en el siguiente cuadro.

CUADRO N°53: MANO DE OBRA DIRECTA.

DESCRIPCION	OBREROS
Sueldo	\$375,00
Décimo Tercer sueldo 1/12	\$31,25
Décimo Cuarto Sueldo SBU /12	\$31,25
Vacaciones 1/24	\$15,63
Aporte Patronal 11,15% de 1	\$41,81
CECAP 0,5%	\$1,88
IECE 0,5%	\$1,88
Fondo de reserva 1/12 (Desde 2do año)	\$31,25
TOTAL	\$498,69
N° de obreros	1
TOTAL, MENSUAL	\$498,69
TOTAL, PRIMER AÑO	\$5.984,25
TOTAL, SEGUNDO AÑO	\$6.359,25

Fuente: Ley de los trabajadores.

Elaborado por: La Autora.

Nota: Se determinó el rol de pago para dos años, considerando que en el segundo año se cuenta con el aporte a los fondos de reserva según como lo establece la ley de código orgánico del trabajo.

CUADRO N°54: PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA 3,09%.

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,09 %
2016	\$5.984,25
2017	\$7.369,16
2018	\$7.596,87
2019	\$7.831,61
2020	\$8.073,61
2021	\$8.323,09

Elaborado por: La Autora.

RESUMEN DE COSTO PRIMO

En este rubro es donde obtenemos los resultados de toda la materia prima directa e indirecta que vamos ocupar durante el proceso productivo Del saborizante de haba.

CUADRO N°55: RESUMEN DE COSTO PRIMO

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Materia prima directa	572,50	6.870,00
Mano de Obra directa	498,69	5.984,28
Total	1.071,19	12.854,28

Fuente: Cuadros N° 51 y 53

Elaborado por: La Autora.

Costos Indirectos de Fabricación. Se refiere a valores indirectos que no se pueden cargar a unidades de costo o trabajo especial, dichos valores provienen de:

- **Materiales de Embalaje.** Una vez que el producto ha cumplido su proceso de producción necesita ser depositado en empaques que le permita mantenerse en condiciones de consumo durante su ciclo de duración, los empaques o envases siempre están acompañados de la etiqueta que proporciona toda la información relativa a la empresa y el producto.

CUADRO N°56: MATERIALES DE EMBALAJE.

Descripción	U. Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Envase	Unidad	22.880	0,25	5.720,00
Etiqueta	Cientos	230	10,00	2.300,00
Total Anual				8020,00
Total Mensual				668,33

Fuente: Distribuidora las gemelitas e Imprenta Cosmos.

Elaborado por: La Autora.

CUADRO N°57: PROYECCIÓN DE MATERIALES DE EMBALAJE 3,09%.

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,09 %
2016	\$8.020,00
2017	\$8.267,82
2018	\$8.523,29
2019	\$8.786,66
2020	\$9.058,17
2021	\$9.338,07

Elaborado por: La Autora.

- **Implementos de Producción.** Son todos los implementos que permitan al personal poder desarrollar sus actividades laborables sin ningún problema, en este caso tenemos:

CUADRO N°58: IMPLEMENTOS DE PRODUCCIÓN.

Activo	U. Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Espátulas de Madera	Unidad	3	5,00	15,00
Fuentes	Unidad	3	4,00	12,00
Total				27,00

Fuente: Almacenes Tía.

Elaborado por: La Autora.

- **Energía Eléctrica.** Para el funcionamiento de la maquinaria se necesita de cierta fuerza motriz, en este caso se necesita de energía eléctrica misma que difiere cantidad de energía utilizada en área administrativa.

CUADRO N° 59: CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA.

Servicio	U. Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Energía eléctrica	KW/H	400	0,103	41,20
Total Mensual				41,20
Total Anual				494,40

Fuente: Planilla de pago de la empresa EERSSA.

Elaborado por: La Autora.

CUADRO N°60: PROYECCIÓN DE ENERGÍA ELÉCTRICA 3,09%.

AÑOS	Valor Total INC. 3,09%
2016	494.40
2017	509.68
2018	525.43
2019	541.66
2020	558.40
2021	575.65

Elaborado por: La Autora.

- **Agua Potable.** En el proceso de producción intervienen ciertos elementos que necesitan un riguroso tratamiento de higiene es por ello que el uso de agua de potable se vuelve imprescindible.

CUADRO N° 61: AGUA POTABLE.

Servicio	U. Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Agua Potable	m3	16	\$0,37	5,92
Total Mensual				5,92
Total Anual				71,04

Fuente: Planilla de pago de la empresa EMAALEP.

Elaborado por: La Autora.

CUADRO N°62: PROYECCIÓN DE AGUA POTABLE 3,09%.

AÑOS	Valor Total INC. 3,09%
2016	71,04
2017	73,24
2018	75,50
2019	77,83
2020	80,24
2021	82,72

Elaborado por: La Autora.

- **Implementos de Seguridad:** La Indumentaria del personal representan los valores que la empresa emplea, en la indumentaria de los obreros utilizan para la realización de sus actividades laborables a continuación se detalla:

CUADRO N° 63: IMPLEMENTOS DE SEGURIDAD.

Activo	U. Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Guantes	Unidad	4	1,50	6,00
Mascarilla	Unidad	4	2,00	8,00
Gorros	Unidad	4	2,00	8,00
Delantales	Unidad	4	4,00	16,00
Total Anual				38,00
Total Mensual				3,17

Fuente: Catalogo de Seguridad Industrial.
Elaborado por: La Autora.

CUADRO N°64: PROYECCIÓN DE IMPLEMENTOS DE SEGURIDAD 3,09%.

AÑOS	Valor Total INC.
2016	38,00
2017	73,24
2018	75,50
2019	77,83
2020	80,24
2021	82,72

Elaborado por: La Autora.

Mantenimiento de Maquinaria y Equipo

Aquí se agrupan los valores correspondientes al mantenimiento que se le va a dar a la planta tecnológica necesaria para efectuar el proceso productivo de la empresa Coffe - Bean. Cía. Ltda. Que generalmente corresponde al 1% del valor de las mismas. En este proyecto, el valor de la maquinaria y el equipo asciende 6.325,00; por ende, su valor anual en mantenimiento corresponde a 63, 25 dólares.

CUADRO N° 65: MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO.

Descripción	Precio	Porcentaje
Mantenimiento 1% Maquinaria y Equipo	4.740,00	1%
Total Anual		47,40
Total Mensual		3,95

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: La Autora

CUADRO N° 66: PROYECCIÓN DE MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO 3,09%.

AÑOS	Valor Total INC. 3,09%
2016	47,40
2017	48,86
2018	50,37
2019	51,93
2020	53,54
2021	55,19

Elaboración: La Autora.

CUADRO N°67: RESUMEN DE COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Material De Embalaje	668,33	8.020,00
Energía Eléctrica	41,20	494,40
Agua Potable	5,92	71,04
Implementos de Producción	2,25	27,00
Implementos de Seguridad	3,17	38,00
Mantenimiento de maquinaria y Equipo	3,95	47,40
Total	724,82	8.697,84

Fuente: Investigación Propia
Elaboración: La Autora

Costos de Operación.

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

- **Gastos Administrativos.**

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

- **Sueldos Administrativos.**

Corresponde a las remuneraciones del personal administrativo, es decir los empleados que están vinculados indirectamente con la empresa, pero que son fundamentales para el funcionamiento de la misma. En este caso se requiere de un Gerente, Secretaria, Contadora.

CUADRO N° 68: SUELDOS ADMINISTRATIVOS.

DENOMINACIÓN	GERENTE	SECRETARIA /CONTADORA
Sueldo	\$550,00	\$400,00
Décimo Tercero 1/12	\$45,83	\$33,33
Décimo Cuarto SBU /12	\$31,25	\$31,25
Vacaciones 1/24	\$22,92	\$16,67
Aporte Patronal 11,15% de 1	\$61,33	\$44,60
IESE 5%	\$2,75	\$2,00
CECAP 5%	\$2,75	\$2,00
Fondo de reserva 1/12 (Desde 2do año)	\$45,83	\$33,33
TOTAL, MENSUAL	\$716,83	\$529,85
TOTAL, PRIMER AÑO	\$8.601,90	\$6.358,20
TOTAL, SEGUNDO AÑO	\$9.151,90	\$6.758,20
TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS		\$14.960,10
TOTAL SUELDOS ADMINISTRATIVOS 2DO AÑO		\$15.910,10

Fuente: Código del trabajo.
Elaboración: La Autora.

Nota: Se determinó el rol de pago para dos años, considerando que en el segundo año se cuenta con el aporte a los fondos de reserva según como lo establece la ley de código orgánico del trabajo.

CUADRO N°69: PROYECCIÓN DE SUELDOS ADMINISTRATIVOS 3,09%.

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,09 %
2016	\$14.960,10
2017	\$15.910,10
2018	\$16.401,72
2019	\$16.908,54
2020	\$17.431,01
2021	\$17.969,63

Elaboración: La Autora.

Servicios Básicos.- Aquí se presupuesta lo relacionado con la utilización de los servicios como energía eléctrica, agua potable, servicio telefónico e internet, estos presupuestos se los elabora independientemente, nos provienen de diferentes fuentes y los pagos son a diferentes cuentas.

- **Energía Eléctrica.** El consumo de energía eléctrica se considera solo para actividades administrativas, para este consumo se toma en cuenta el consumo doméstico, que es de 300 kW/h. a continuación se adjunta el rubro correspondiente:

CUADRO N°70: ENERGÍA ELÉCTRICA

Servicio	U. Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Energía eléctrica	KW/H	220	0,092	20,24
Total Mensual				20,24
Total Anual				242,88

Fuente: Planilla de pago de la empresa EERSSA.

Elaboración: La Autora.

CUADRO N°71: PROYECCIÓN DE ENERGÍA ELÉCTRICA 3,09%.

AÑOS	Valor Total INC.
2016	242,88
2017	250,38
2018	258,12
2019	266,10
2020	274,32
2021	282,80

Elaboración: La Autora.

- **Agua Potable.** El consumo de agua potable está a 0.37 ctvs. /m3.

En nuestro caso se estima el consumo de 10 m3 mensual.

CUADRO N° 72: AGUA POTABLE.

Servicio	U. Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total
S. de Agua Potable	m ³	10	0,37	3,70
Total Mensual				3,70
Total Anual				44,40

Fuente: Planilla de pago de la empresa EMAALEP.

Elaboración: La Autora.

CUADRO N°73: PROYECCIÓN DE AGUA POTABLE 3,09%.

AÑOS	Valor Total INC. 3,09%
2016	44,40
2017	45,77
2018	47,19
2019	48,64
2020	50,15
2021	51,70

Elaboración: La Autora.

- **Servicio Telefónico.** La empresa adquirirá el servicio telefónico mensual para realizar sus actividades administrativas u operativas, continuación se detalle el rubro:

CUADRO N°74: SERVICIO TELEFÓNICO.

Elemento	U. Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Teléfono	Minutos	350	0,05	17,50
Total Mensual				17,50
Total Anual				210,00

Fuente: CNT.

Elaboración: La Autora.

CUADRO N°75: PROYECCIÓN DE SERVICIO TELEFÓNICO 3,09%.

AÑOS	Valor Total INC.
2016	210,00
2017	216,49
2018	223,18
2019	230,07
2020	237,18
2021	244,51

Elaboración: La Autora.

- **Servicio de Internet.**

Todas las empresas en la actualidad necesitan de este servicio tecnológico para agilizar las actividades administrativas. A continuación, se detalla el rubro incurrido:

CUADRO N°76: SERVICIO DE INTERNET.

Elemento	U. Medida	Cantidad	C.Mensual	C. Anual
Internet	Megas	Ilimitada	21,00	252,00

Fuente: CNT.

Elaboración: La Autora.

CUADRO N°77: PROYECCIÓN DE SERVICIO DE INTERNET 3,09%.

AÑOS	Valor Total INC.
2016	252,00
2017	259,79
2018	267,81
2019	276,09
2020	284,62
2021	293,42

Elaboración: La Autora.

- **Útiles de Oficina.** Los útiles de oficina corresponden a los recursos didácticos, que se requieren para llevar a cabo las actividades administrativas. A continuación, se detalla el costo mensual de estos recursos:

CUADRO N° 78: ÚTILES DE OFICINA.

Elemento	U. Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Grapadoras	Unidad	2	3,00	6,00
Perforadoras	Unidad	2	4,00	8,00
Caja de grapas Alx	Caja 500 pcs	4	3,00	12,00
Archivadores con divisiones	Unidad	1	90,00	90,00
Esferos	Caja	1	7,50	7,50
Portalápices	Unidad	2	3,00	6,00
Tinta de impresora	Cartucho	1	45,00	45,00
Block de facturas	Unidad	2	7,50	15,00
Notas Adhesivas 75*75	Unidad	1	1,25	1,25
Papel bond A4	Resmas	3	3,35	10,05
Total Anual				200,80
Total Mensual				16,73

Fuente: La Reforma.

Elaboración: La Autora.

CUADRO N°79: PROYECCIÓN DE ÚTILES DE OFICINA 3,09%.

AÑOS	Valor Total INC. 3,09%
2016	200,80
2017	207,00
2018	213,40
2019	220,00
2020	226,79
2021	233,80

Elaboración: La Autora.

- **Útiles de Aseo.** Son los recursos necesarios que se van a utilizar para mantener limpia el área de trabajo de la empresa.

CUADRO N° 80: ÚTILES DE ASEO.

Descripción	U. Medida	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Escobas	Unidad	3	2,50	7,50
Trapeador	Unidad	3	1,50	4,50
Limpiones	Docena	1	5,00	5,00
Desinfectantes	Galón	3	4,50	13,50
Franelas	Unidad	3	1,25	3,75
Recipientes de basura	Unidad	3	1,25	3,75
Papel higiénico rollo industrial	Unidad	6	3,00	18,00
Recogedor	Unidad	2	2,00	4,00
Bolsas de basura	Paquete	4	3,00	12,00
Total Mensual				72,00
Total Anual				864,00

Fuente: Almacenes Tía.

Elaboración: La Autora.

CUADRO N°81: PROYECCIÓN DE ÚTILES DE ASEO 3,09%.

AÑOS	Valor Total INC.
2016	864,00
2017	890,70
2018	918,22
2019	946,59
2020	975,84
2021	1.006,00

Elaboración: La Autora.

- **Arriendo.** En este caso se determinó un gasto de arriendo del local necesario para laborar las operaciones de la empresa que se detalla a continuación:

CUADRO N°82: ARRIENDO.

Elemento	Cantidad	C. Mensual	C. Anual
Arriendo	12	300,00	3.600,00
Total			3.600,00

Elaboración: La Autora.

CUADRO N°83: PROYECCIÓN DE ARRIENDO 3,09%.

Años	Valor Total NC
2016	3.600,00
2017	3.711,24
2018	3.825,92
2019	3.944,14
2020	4.066,01
2021	4.191,65

Elaboración: La Autora.

CUADRO N° 84: RESUMEN COSTOS ADMINISTRATIVOS

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Sueldos y Salarios	1.246,68	14.960,16
Energía Eléctrica	20,24	242,88
Agua Potable	3,70	44,40
Teléfono	17,50	210,00
Internet	21,00	252,00
útiles de oficina	16,73	200,80
útiles de aseo	72,00	864,00
arriendo del local	300,00	3.600,00
Total	1.653,97	19.847,61

Fuente: Cuadros N° 68,70,72,74,76,78,80 y 82

Elaborado por: La Autora.

- **Gastos de Ventas:**

Significan todos los gastos resultantes de la venta del producto, desde que sales de la empresa hasta el consumidor final.

- **Sueldos.**

Son los valores que se pagan a los empleados que hacen que el producto llegue a manos del consumidor, el vendedor se encargara de trasladar el producto hasta los clientes.

CUADRO N°85: SUELDO VENDEDOR.

DESCRIPCION	VENDEDOR
Sueldo	\$375,00
Décimo Tercer sueldo 1/12	\$31,25
Décimo Cuarto Sueldo SBU /12	\$31,25
Vacaciones 1/24	\$15,63
Aporte Patronal 11,15% de 1	\$41,81
CECAP 0,5%	\$1,88
IECE 0,5%	\$1,88
Fondo de reserva 1/12 (Desde 2do año)	\$31,25
TOTAL	\$498,69
N° de obreros	1
TOTAL, MENSUAL	\$498,69
TOTAL, PRIMER AÑO	\$5.984,25
TOTAL, SEGUNDO AÑO	\$6.359,25

Fuente: Ley Orgánica de Trabajadores.

Elaboración: La Autora.

Nota: Se determinó el rol de pago para dos años, considerando que en el segundo año se cuenta con el aporte a los fondos de reserva según como lo establece la ley de código orgánico del trabajo.

CUADRO N°86: PROYECCIÓN SUELDO A VENDEDOR 3,09%.

AÑOS	VALOR TOTAL INC. 3,09 %
2016	\$5.984,25
2017	\$7.369,16
2018	\$7.596,87
2019	\$7.831,61
2020	\$8.073,61
2021	\$8.323,09

Elaboración: La Autora.

- **Publicidad.** Es el medio de comunicación entre la empresa y los clientes; en nuestro caso por ser una empresa pequeña utilizaremos cuñas publicitarias y trípticos, el presupuesto mensual se detalla a continuación:

CUADRO N° 87: PUBLICIDAD.

Elemento	Cantidad	C. Unitario	C. Total
Cuñas radiales	30	2,50	75,00
Red Social Facebook	1	-	-
Total Mensual			75,00
Total Anual			900,00

Fuente: Radio Ondas de Paltas
Elaboración: La Autora.

CUADRO N°88: PROYECCIÓN DE PUBLICIDAD 3,09%.

AÑOS	Valor Total INC. 3,09%
2016	900,00
2017	927,81
2018	956,48
2019	986,03
2020	1.016,50
2021	1.047,91

Elaboración: La Autora.

- **Transporte:**

Aquí se registran los gastos por transporte para entrega del producto a los distintos distribuidores:

CUADRO N° 89: TRANSPORTE.

Descripción	Cantidad	C. Mensual	C. Total
Transporte	2	30,00	60,00
Total Mensual			60,00
Total Anual			720,00

Fuente: Vehículos de la Ciudad.
Elaboración: La Autora.

CUADRO N°90: PROYECCIÓN DE TRANSPORTE 3,09%.

AÑOS	Valor Total INC.
2016	720,00
2017	742,25
2018	765,18
2019	788,83
2020	813,20
2021	838,33

Elaboración: La Autora.

CUADRO N°91: RESUMEN DE COSTO DE VENTA.

Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
Sueldos Y Salarios	498,69	5.984,28
Publicidad	75,00	900,00
Transporte	60,00	720,00
TOTAL	633,69	7.604,28

Fuente: Cuadro

Elaboración: La Autora.

RESUMEN TOTAL DE INVERSION.

Una vez analizada las diferentes inversiones en activos fijos, diferidos y capital de trabajo, se determina cuánto va a ser la inversión del proyecto:

CUADRO N°92: RESUMEN TOTAL DE INVERSIÓN.

ACTIVO	VALOR	SUBTOTAL	TOTAL
ACTIVOS FIJOS			
Maquinaria y Equipo	4.740,00		
Equipo de Oficina	200,00		
Equipo de Computo	1.340,00		
Muebles de administración	685,00		
muebles y enseres de Producción	300,00		
TOTAL ACTIVOS FIJOS			7.265,00
ACTIVOS DIFERIDOS			
Estudio Preliminar	1.650,00		
Registro sanitario	1.200,00		
Patente de funcionamiento	400,00		
Gastos de constitución	1.000,00		
Adecuaciones	3.000,00		
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			7.250,00
CAPITAL DE TRABAJO (MENSUAL)			
COSTOS DE PRODUCCIÓN			
COSTO PRIMO			
Materia Prima Directa	572,50		
Mano de Obra directa	498,69		
Subtotal costos primos		1.071,19	
gastos indirectos de Fabricación			
Materiales de Embalaje	668,33		
Energía eléctrica	41,20		
Agua Potable	5,92		
Implementos de producción	2,25		
Implementos de seguridad	3,17		
Mant. maquinaria y equipo	3,95		
Subtotal Gastos Indirectos de Fabricación		724,82	
Total Costos de Producción			1.796,01
COSTOS DE OPERACIÓN			
GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Sueldos y salarios	1.246,68		
Energía eléctrica	20,24		
Agua potable	3,70		
Teléfono	17,50		
Internet	21,00		
Útiles de oficina	16,73		
Útiles de aseo	72,00		
Arriendo de local	300,00		
Subtotal gastos de administración		1.697,85	
Gastos de venta			
Sueldo y salario	498,69		
Publicidad	75,00		
Transporte	60,00		
Subtotal gastos de venta		633,69	
Total costo de operación			2.331,04
Total capital de trabajo			4.127,05
Total de la inversión			18.642,54

Elaboración: La Autora

Financiamiento.

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

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

Para el financiamiento de inversión de la empresa; Se cuenta con cuatro socios por lo que se cree conveniente que el financiamiento será interno donde se divide el monto de inversión para el número de socios las mismas que son negociadas entre los socios de la nueva empresa.

CUADRO N°93: FINANCIAMIENTO.

Descripción	Cantidad.	Porcentaje.
Capital Interno	18.642,54	100%
Total	18.642,54	100%

Elaboración: La Autora.

Análisis de Costos.

Una vez que se haya determinado el monte de inversión y el correspondiente financiamiento se debe determinar los posibles costos e ingresos que se producen en la fase de operación y que servirán de base para la proyección durante el ciclo de vida del proyecto.

- **Depreciaciones**

La utilización normal de los activos durante la etapa de operación de la empresa hace que los mismos sufran desgastes o pierdan vigencia y por lo mismo pierdan sus características de funcionalidad y operatividad; esto

hace que deba preverse el reemplazo de los mismos una vez que su utilización deje de ser económicamente conveniente para los intereses de la empresa.

En la formulación de proyectos debe tenerse en cuenta en forma clara que los activos son de diferente categoría y por lo mismo su pérdida de valor se debe a diferentes factores; en el caso de los activos como: máquinas y equipos, edificios, muebles y enseres, se deprecian por el uso y en función del tiempo; los activos como equipos de oficina, si bien pueden tener un periodo de vida extenso.

CUADRO N°94: DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS.

Activo	Valor del Activo	% Depreciación	Vida Útil	Depreciación Anual	Valor Residual
Maquinaria y Equipo	4.740,00	10%	10 años	474,00	2.370,00
Equipo de Oficina	200,00	10%	10 años	20,00	100,00
Equipo de cómputo 1er Año	1.340,00	33,33%	3 años	446,62	13,40
Muebles y Enseres Administración	685,00	10%	10 años	61,65	342,50
Muebles y Enseres Producción	300,00	10%	10 años	30,00	150,00

Elaboración: La Autora.

- **Reinversión**

La reinversión se lo realiza debido que el equipo de computación se lo da de baja en el tercer año, es decir, al finalizar su vida útil; razón por el cual para el cuarto año se deberá adquirir un nuevo equipo.

CUADRO N°95: REINVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

Activo	Valor del Activo	% Depreciación	Vida Útil	Depr. Anual	Valor Residual
Reinversión en Equipo de Cómputo (4to Año)	1.381,41	33,33%	3 años	460,42	460,62

Fuente: Servicio de Rentas Internas.

Elaboración: La Autora.

RESUMEN DE COSTOS

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

CUADRO N°96: RESUMEN COSTO DE PRODUCCIÓN

Costo Primo	Total Anual
Materia Prima Directa	6.870,00
Mano de Obra Directa	5.984,25
Total costo primo	12.854,25
COSTO DE FABRICACIÓN	
Material de Embalaje	8.020,00
Energía Eléctrica	494,40
Agua Potable	71,04
Implementos de Seguridad	38,00
Implementos de Producción	27,00
Mantenimiento Maquinaria y Equipo	47,40
Depreciación de Maquinaria y Equipo	474,00
Depreciación de Muebles y Enseres de Producción	30,00
Total costo de fabricación	9.201,84
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	22.056,09

Fuente: Presupuestos de Costos de Producción.

Elaboración: La Autora

RESUMEN DE COSTOS DE OPERACIÓN

CUADRO N°97: RESUMEN COSTO DE ADMINISTRACIÓN

Descripción	Costo Anual
Gastos Administrativos	
Sueldos Administrativos	14.960,10
Energía Eléctrica	242,88
Agua Potable	44,40
Teléfono	210,00
Internet	252,00
Útiles de oficina	200,80
Útiles de aseo	864,00
Arriendo	3.600,00
Depreciación de equipo de oficina	20,00
Depreciación de equipo de Computo	446,62
Depreciación de Muebles y Enseres	68,50
Total	20.909,30

Fuente: Presupuesto de gastos de administración
Elaboración: La Autora

CUADRO N°98: RESUMEN COSTO DE VENTAS

Descripción	Total Anual
Gastos de Venta	
Sueldos y Salarios	5.984,25
Publicidad	900,00
Transporte	720,00
Total Gastos de Venta	7.604,25

Fuente: Presupuesto de gastos de ventas
Elaboración: La Autora

OTROS GASTOS

En este rubro se registra la amortización de activos diferidos.

CUADRO N°99: AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS

Descripción	Vida Útil Años	Valor Del Activo	Valor Amortizado Anual
Activos Diferidos	5	7.250,00	1.450,00

Fuente: Servicio de Rentas Internas
Elaboración: La Autora

COSTO TOTAL DE PRODUCCION.

El costo total de producción es igual a:

CUADRO N°100: RESUMEN COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN

Descripción	Total Anual
Costo Primo	12.854,25
Gastos Indirectos de Fabricación	9.201,84
Gastos Administrativos	20.909,30
Gastos de Venta	7.604,25
Otros Gastos	1.450,00
Total	52.019,64

Fuente: Resumen de costos de producción y operación

Elaboración: La Autora

En el presente caso se tiene:

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

$$\text{CTP} = 22.056,09 + 29.963,55$$

$$\text{CTP} = 52.019,64$$

$$\text{CTP} = (\text{CP} + \text{GIF}) + (\text{G.ADM} + \text{G.FIN} + \text{G.V} + \text{O.G}),$$

$$\text{CTP} = 12.854,25 + 9.201,84 + 20.909,30 + 7.604,25 + 1.450,00$$

$$\text{CTP} = 52.019,64$$

donde:

CTP= Costo Total de Producción

C.PR= Costo de Producción

C.O= Costo de Operación

CP= Costo Primo

G.I.F= Gastos Indirectos de Fabricación

G. ADM= Gastos Administrativos

G.FIN= Gastos Financieros

G.V= Gastos de Ventas

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN:

Una vez determinado el costo total de producción anual es fundamental de terminar el costo de producción de cada unidad de producto, determinando el costo unitario se puede establecer el precio de venta con cual el producto saldrá al mercado.

Para obtener el costo unitario de producción que constituye la base para la fijación del precio, se divide el costo total de producción para el número de unidades producidas:

$$CUP = \frac{C.T.P}{\# UNIDADES PRODUCIDAS}$$

$$= \frac{52.019,64}{22.880} = 2,27$$

El costo por producir 1 libra del saborizante de haba es de 2,27 dólares.

DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

Para establecer el precio de venta, se debe considerar siempre como base el costo total de producción, sobre el cual se adiciona un gran margen de utilidad.

Para ello existen dos métodos:

- 1. Método Rígido:** Denominado también método del costo total ya que se basa en determinar el costo unitario total y agregar luego un margen de utilidad determinado.

$$PVP = CT + MU$$

2. Método Flexible: Toma en cuenta una serie de elementos determinantes del mercado tales como: sugerencias sobre precios, condiciones de la demanda, precios de competencia, regulación de precios, etc. Lo cual permitirá realizar una mejor cobertura del mercado.

Para establecer el precio se basó en el método rígido denominado; método del costo total ya que se basa en determinar el costo unitario de total y agregar luego un margen de utilidad determinado en este caso tenemos el 25%, así mismo se ajusta el precio para cada uno de los años

$$\text{PVP} = 2,27 \times 25\% = 0,57$$

$$\text{PVP} = 2,27 + 0,57 (25\%) = \$ 2,84.$$

$$\text{PVP AJUSTADO} = \$ 2,90.$$

CUADRO N°101: DETERMINACIÓN DE PRECIO DE VENTA

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
2,90	3,00	3,00	3,10	3,20

Fuente: Encuesta aplicada
Elaboración: La Autora

PRESUPUESTO PRO FORMADO.

Es un instrumento financiero clave para la para la evaluación financiera, este presupuesto contiene la información sobre los ingresos y egresos operados del proyecto durante su vida útil, por lo tanto, es necesario proyectar los valores del año 1 para todos los años del horizonte del proyecto. Es el instrumento clave para planear y controlar.

Presupuesto pro formado con producción constante.

Este presupuesto se origina cuando los niveles de producción no varían de un año a otro; cuando la capacidad de producción no se ha modificado a lo largo de la vida útil del proyecto.

Para la proyección de ingresos a partir del segundo año, los precios de venta al público son determinados en función del mercado y cuidando los intereses de los inversionistas.

Los valores de depreciaciones y amortizaciones no sufren incrementos durante la vida útil del proyecto.

CUADRO Nº 102: PROYECCIÓN DEL PRESUPUESTO 3,09%.

PRESUPUESTO GENERAL					
DESCRIPCIÓN	Año 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
COSTO PRIMO					
Materia Prima Directa	6.870,00	7.082,28	7.301,13	7.526,73	7.759,31
Mano de Obra Directa	5.984,25	6.169,16	6.359,79	6.556,31	6.758,90
Total Costo Primo	12.854,25	13.251,45	13.660,92	14.083,04	14.518,20
COSTO DE FABRICACIÓN					
Implementos de Producción	27,00	27,83	28,69	29,58	30,50
Material de Embalaje	8.020,00	8.267,82	8.523,29	8.786,66	9.058,17
Implementos de Seguridad	38,00	39,17	40,38	41,63	42,92
Energía Eléctrica	494,40	509,68	525,43	541,66	558,40
Agua Potable	71,04	73,24	75,50	77,83	80,24
Mantenimiento Maquinaria y Equipo	47,40	48,86	50,37	51,93	53,54
Depreciación de Maquinaria y Equipo	474,00	488,65	503,75	519,31	535,36
Depreciación de Muebles y Enseres de Producción	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Total Costos de Fabricación	9.201,84	9.485,25	9.777,42	10.078,61	10.389,11
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	22.056,09	22.736,70	23.438,33	24.161,65	24.907,32
COSTOS DE OPERACIÓN					
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos Administrativos	14.960,10	15.422,37	15.898,92	16.390,19	16.896,65
Útiles de Oficina	200,80	207,00	213,40	220,00	226,79
Útiles de Aseo	864,00	890,70	918,22	946,59	975,84
Energía Eléctrica	242,88	250,38	258,12	266,10	274,32
Agua Potable	44,40	45,77	47,19	48,64	50,15
Teléfono	210,00	216,49	223,18	230,07	237,18
Internet	252,00	259,79	267,81	276,09	284,62
Arriendo	3.600,00	3.711,24	3.825,92	3.944,14	4.066,01
Depreciación de Equipo de Oficina	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Depreciación de Equipo de Computo	446,62	446,62	446,62	460,42	460,42
Depreciación Muebles y Enseres	68,50	68,50	68,50	68,50	68,50
Total Gastos Administrativos	20.909,30	21.538,86	22.187,88	22.870,75	23.560,50
Gastos de Venta					
Sueldo a Vendedor	5.984,25	6.169,16	6.359,79	6.556,31	6.758,90
Publicidad	900,00	927,81	956,48	986,03	1.016,50
Transporte	720,00	742,25	765,18	788,83	813,20
Total Gasto en Ventas	7.604,25	7.839,22	8.081,45	8.331,17	8.588,60
Otros Gastos					
Amortización de activos diferidos	1.450,00	1.450,00	1.450,00	1.450,00	1.450,00
Total otros Gastos	1.450,00	1.450,00	1.450,00	1.450,00	1.450,00
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	29.963,55	30.828,09	31.719,33	32.651,92	33.599,10
COSTO TOTAL	52.019,64	53.564,78	55.157,67	56.813,57	58.506,42

Fuente: Resumen de Costos de Producción y Operación
Elaborado por: La Autora.

ESTABLECIMIENTO DE INGRESOS

CUADRO Nº 103: ESTABLECIMIENTO DE INGRESOS.

Año	Costo total de Producción	Unidades Producidas	Costo Unitario de Producción	Precio de Venta	Ingresos
1	52.019,64	22.880	2,27	2,90	66.352,00
2	53.564,78	22.880	2,34	3,00	68.640,00
3	55.157,67	22.880	2,41	3,00	68.640,00
4	56.813,57	22.880	2,48	3,10	70.928,00
5	58.506,42	22.880	2,56	3,20	73.216,00

Elaboración: La Autora

Clasificación de costos

- **Costos Fijos:** Son aquellos rubros que se mantiene constante durante el periodo de producción, estos costos permanecen constantes y no sufren ninguna variación por cambios en el volumen de producción.
- **Costos Variables:** Son gastos que se realizan y que se hallan en relación proporcional con respecto al aumento o disminución de los volúmenes de la producción o de sus ventas.

CUADRO Nº 104: CLASIFICACIÓN DE COSTOS.

Descripción	Año 1		Año 5	
	C.F	C.V	C.F.	C.V
Costos De Producción				
Costo Primo				
Materia Prima Directa		6.870,00		7.759,31
Mano de Obra Directa	5.984,25		6.758,90	
Total Costo Primo	5.984,25	6.870,00	6.758,90	7.759,31
COSTO DE FABRICACIÓN				
Materiales de Embalaje		8.020,00		9.058,17
Implementos de Producción		27,00		30,50
Implementos de Seguridad		38,00		42,92
Energía Eléctrica	494,40		558,40	
Agua Potable	71,04		80,24	
Mant. Maquinaria y Equipo	47,40		53,54	
Dep. de Maquinaria y Equipo	474,00		535,36	
Dep. muebles y enseres de prod.	30,00		30,00	
Total Costos de Fabricación	1.116,84	8.085,00	1.257,53	9.131,59
COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	7.101,09	14.955,00	8.016,43	16.890,89
COSTOS DE OPERACIÓN				
GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Sueldos Administrativos	14.960,10		16.896,65	
Útiles de Oficina	200,80		226,79	
Útiles de Aseo	864,00		975,84	
Energía Eléctrica	242,88		274,32	
Agua Potable	44,40		50,15	
Teléfono	210,00		237,18	
Internet	252,00		284,62	
Arriendo	3.600,00		4.066,01	
Depreciación de Equipo de Oficina	20,00		20,00	
Depreciación de Equipo de Computo	446,62		460,42	
Depreciación Muebles y Enseres	68,50		68,50	
Total Gastos Administrativos	20.909,30		23.560,50	
Gastos de Venta				
Sueldo a vendedor	5.984,25		6.758,90	
Publicidad	900,00		1.016,50	
Transporte	720,00		813,20	
Total G. ventas	7.604,25		8.588,60	
Otros Gastos				
Amortización de activos diferidos	1.450,00		1.450,00	
Total otros Gastos	1.450,00		1.450,00	
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	29.963,55		33.599,10	
TOTAL DE COSTOS	37.064,64	14.955,00	41.615,53	16.890,89
COSTO TOTAL	52.019,64		58.506,42	

Elaborado por: La Autora

Estado de pérdidas y ganancias.

Este método permite medir las utilidades o rendimientos que el proyecto ofrece a los inversionistas; su insumo básico lo constituye el presupuesto general.

A la utilidad bruta es necesario descontar aquellos valores que constituyen cargas impositivas de acuerdo a la ley, estas cargas son:

- Utilidad a los trabajadores
- Impuesto a la renta
- Reserva legal

Permite medir el rendimiento esperado con el proyecto frente al rendimiento en otra oportunidad de inversión.

El esquema para su presentación es el siguiente:

CUADRO Nº 105: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.

DENOMINACIÓN	Año 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingreso por ventas	66.352,00	68.640,00	68.640,00	70.928,00	73.216,00
Costos de Producción	22.056,09	22.736,70	23.438,33	24.161,65	24.907,32
Utilidad Bruta	44.295,91	45.903,30	45.201,67	46.766,35	48.308,68
Costos de Operación	29.963,55	30.828,09	31.719,33	32.651,92	33.599,10
Utilidad Neta	14.332,36	15.075,22	13.482,33	14.114,43	14.709,58
15% utilidad a trabajadores	2.149,85	2.261,28	2.022,35	2.117,16	2.206,44
Utilidad antes de Imp. a la renta	12.182,50	12.813,94	11.459,98	11.997,26	12.503,15
22% Impuesto a la renta	2.680,15	2.819,07	2.521,20	2.639,40	2.750,69
Utilidad antes de reserva legal	9.502,35	9.994,87	8.938,79	9.357,87	9.752,45
10% reserva Legal	950,24	999,49	893,88	935,79	975,25
Utilidad líquida del ejercicio	8.552,12	8.995,38	8.044,91	8.422,08	8.777,21

Elaboración: La Autora

Punto de equilibrio.

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

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

Al punto de equilibrio se lo puede calcular de forma matemática y gráfica:

Para la determinación del punto de equilibrio se utilizaron los siguientes datos:

- Costos Fijos: 37.064,64
- Costos Variables: 14.955,00
- Ventas Totales: 66.352,00

Estos valores fueron obtenidos del estado de resultados y del presupuesto de costos de la empresa.

AÑO 1

- ✓ **En función de las ventas:**

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

$$PE = \frac{37.064,64}{1 - \frac{14.955,00}{66.352,00}} = \frac{37.064,64}{1 - 0,23} = \frac{37.064,64}{0,77} = \$ 48.135,90$$

Análisis: La empresa cuenta con un punto de equilibrio de \$ 48.135,90 en función de sus ventas no obtiene ni ganancia ni pérdidas.

✓ **En función de la capacidad instalada.**

$$PE = \frac{CF}{VT - CVT} X 100$$

$$PE = \frac{37.064,64}{66.352,00 - 14.955,00} X 100 = \frac{37.064,64}{51.397,00} X 100 = PE$$

$$= 0,7211 * 100 = 72,11 \%$$

Análisis: La empresa cuenta con un punto de equilibrio de 72,11 % en función de la capacidad instalada.

✓ **En función de la producción**

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

PVU = Precio de Venta Unitario

CVU = Costo Variable Unitario

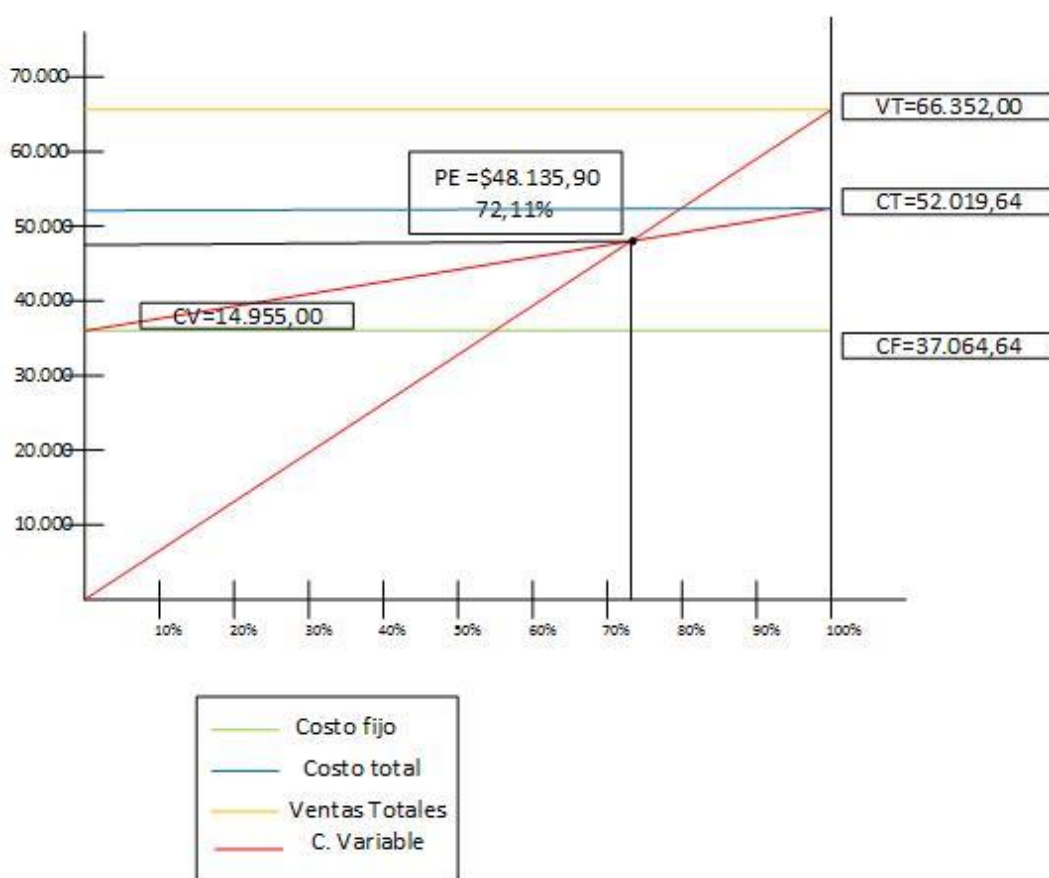
$$CVU = \frac{CVT}{n^{\circ} UNID PROD}$$

$$CVU = \frac{14.955,00}{22.880} = 0,65$$

$$PE = \frac{36.243,98}{2,90 - 0,65} = \frac{37.064,64}{2,25} = 16.473,17 \text{ libras}$$

Análisis: La empresa cuenta con un punto de equilibrio de 16.473 libras de saborizante de haba en función de su producción no obtiene ni ganancia ni pérdidas.

Punto de equilibrio representación gráfica año Función de las ventas y capacidad instalada



Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Como se observa en el gráfico del punto de equilibrio en el primer año la empresa deberá tener un ingreso en ventas de \$ 48.135,90 utilizando el 72,11% de su capacidad instalada para obtener ni pérdida ni ganancia.

Año 5

✓ En función de las ventas

Costos Fijos: 41.615,53

Costos Variables: 16.890,89

Ventas Totales: 73.216,00

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

$$PE = \frac{41.615,53}{1 - \frac{16.890,89}{73.216,00}} = \frac{41.615,53}{1 - 0,23} = \frac{41.615,53}{0,77} = \$ 54.095,28$$

Análisis: La empresa cuenta con un punto de equilibrio de \$ 54.095,28 función de sus ventas no obtiene ni ganancia ni pérdidas.

✓ En función de la capacidad instalada

$$PE = \frac{CF}{VT - CVT} \times 100$$

$$PE = \frac{41.615,53}{73.216,00 - 16.890,89} \times 100 = \frac{41.615,53}{56.325,11} \times 100 = PE$$
$$= 0,7388 * 100 = 73,88\%$$

Análisis: La empresa cuenta con un punto de equilibrio de 73,88% en función de la capacidad instalada.

✓ **En función de la producción**

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

PVU = Precio de Venta Unitario

CVU = Costo Variable Unitario

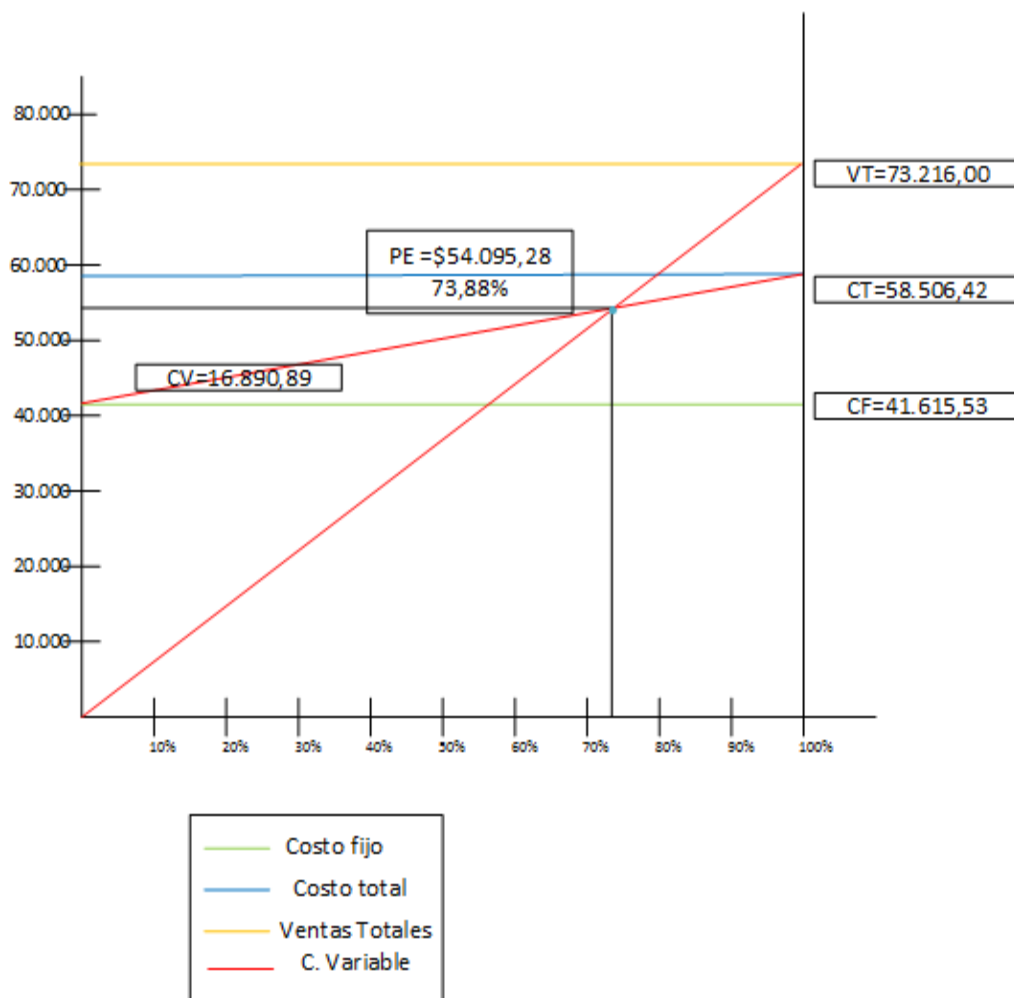
$$CVU = \frac{CVT}{n^{\circ} UNID PROD}$$

$$CVU = \frac{16.890,89}{22.880} = 0,74$$

$$PE = \frac{41.615,53}{3,20 - 0,74} = \frac{41.615,53}{2,46} = 16.904,78 \text{ libras}$$

Análisis: La empresa cuenta con un punto de equilibrio de 16.904 libras de saborizante de haba en función de su producción no obtiene ni ganancia ni pérdidas.

Punto de equilibrio representación gráfica Año 5:



Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Como se observa en el gráfico del punto de equilibrio en el año 2021 la empresa debe vender \$ = \$ 54.095,28 utilizando el 73,88% de su capacidad instalada para obtener ni pérdida ni ganancia.

g.5 EVALUACIÓN FINANCIERA

Esta evaluación que como se indicó busca analizar el retorno financiero o rentabilidad que puede generar para cada uno de los inversionistas del proyecto.

Esta evaluación consiste en decir si el proyecto es factible o no, combinando operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación, como son: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Análisis de Sensibilidad (AS), se determina además el periodo de recuperación de la inversión (PRC) y beneficio monetario. Para realizar la evaluación Financiera, además del presupuesto pro-formado y del estado de pérdidas y ganancias se requiere del flujo de caja:

FLUJO DE CAJA

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

La proyección del flujo de caja es la base fundamental para la evaluación del proyecto.- la información clave para esta proyección está en el cálculo de los beneficios esperados, los estudios de mercado, y técnico, en los cuales se realiza la asignación de los recursos necesarios para el funcionamiento eficiente de cada área así como se cuantifica los costos que ello demanda.

CUADRO N° 106: FLUJO DE CAJA

DENOMINACIÓN	AÑO 0	Año 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas		\$6.352,00	\$8.640,00	\$8.640,00	\$70.928,00	\$73.216,00
Capital propio	\$18.642,54					
Valor de rescate (Residual)				\$13,40		\$3.423,12
Total de ingresos	\$18.642,54	\$78.540,00	\$1.681,60	\$3.265,80	\$86.394,00	\$92.958,72
EGRESOS						
Activo Fijo	\$7.265,00					
Activo Diferido	\$7.250,00					
Costos de Producción	\$1.796,01	\$22.056,09	\$22.736,70	\$23.438,33	\$24.161,65	\$24.907,32
Costos de Operación	\$2.331,54	\$29.963,55	\$30.828,09	\$1.719,33	\$32.651,92	\$33.599,10
TOTAL EGRESOS	\$8.642,54	\$52.019,64	\$53.564,78	\$5.157,67	\$56.813,57	\$58.506,42
UTILI ANTES 15% PART. TRAB.	\$0,00	\$26.520,36	\$28.116,82	\$28.108,13	\$29.580,43	\$34.452,30
(-)15% Utilidad a los trab		\$2.149,85	\$2.261,28	\$2.022,35	\$2.117,16	\$2.206,44
(=) UTILIDAD ANTES DE I.R.		\$24.370,50	\$25.855,54	\$26.085,78	\$27.463,26	\$32.245,87
(-)22% Impuesto a la renta		\$2.680,15	\$2.819,07	\$2.521,20	\$2.639,40	\$2.750,69
UTILIDAD GRAVABLE		\$1.690,35	\$23.036,47	\$23.564,59	\$24.823,87	\$29.495,17
(+) Depreciación		\$820,07	\$820,07	\$820,07	\$820,07	\$820,07
(+) Amortizaciones Activos diferidos		\$1.450,00	\$1.450,00	\$1.450,00	\$1.450,00	\$1.450,00
(=) Utilidad bruta		\$3.960,42	\$5.306,54	\$25.834,66	\$27.093,94	\$1.765,24
(-) reinversión Equipos de computo					\$1.381,41	
FLUJO DE CAJA	\$0,00	\$3.960,42	\$25.306,54	\$25.834,66	\$25.712,53	\$1.765,24

Elaboración: La Autora

VALOR ACTUAL NETO:

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

El VAN se define como la sumatoria de los flujos netos multiplicados por el factor de descuento, significa que se traslada al año cero los gastos del proyecto para asumir el riesgo de la inversión.

Los criterios de decisión basados en el VAN son:

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

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

SI EL VAN es igual a cero, la inversión queda a criterio del inversionista ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de las inversiones en términos de poder adquisitivo.

Para realizar el cálculo del Valor Actual Neto se utiliza la siguiente fórmula:

$$\mathbf{VANP = \sum VA(1 \text{ a } 5) - INVERSIÓN}$$

CUADRO Nº 107: VALOR ACTUAL NETO

VALOR ACTUAL NETO			
AÑO	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE DESCUENTO	VALOR ACTUALIZADO
0	18.642,54		
1	23.960,42	0,93327	22.361,57
2	25.306,54	0,87099	22.041,87
3	25.834,66	0,81287	21.000,33
4	25.712,53	0,75863	19.506,35
5	31.765,24	0,70801	22.490,10
SUMATORIA			107.400,22
INVERSION			18.642,54
VAN			88.757,68

Elaboración: La Autora

$$\mathbf{VANP = \sum VA(1 \text{ a } 5) - INVERSIÓN}$$

$$\mathbf{VANP = 107.400,22 - 18.642,54}$$

$$\mathbf{VANP = 88.757,68}$$

Al tener un VAN positivo significa que el valor de la empresa aumentará durante su etapa de operación.

Para determinar la tasa de interés para el presente proyecto se tomó en consideración la tasa de interés que están pagando en el Banco que es de 4.75%, y la empresa que considera un 50% de margen de riesgo, para lo cual tenemos lo siguiente:

TASA DE INTERES

Pago de Póliza	4,75%	4,75
Margen riesgo	50%	2,375

TASA DE INTERES 7,13

TASA INTERNA DE RETORNO:

Constituye la tasa de interés, a la cual debemos los flujos de efectivos generados por el proyecto, a través de su vida económica para que estos se igualen con la inversión (Gitman Lawrence).

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

SI LA TIR es > que el costo oportunidad o de capital, se acepta el proyecto.

SI LA TIR es = que el costo de oportunidad o de capital, la realización de la inversión es criterio del inversionista.

SI LA TIR es < que el costo de oportunidad o de capital se rechaza el proyecto.

Para calcular la **TASA INTERNA DE RETORNO**, se aplica la siguiente fórmula:

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

En donde:

TIR = TASA INTERNA DE RETORNO.

Tm = TASA MENOR DE DESCUENTO PARA ACTUALIZACIÓN.

DT = DIFERENCIA DE TASA DE DESCUENTO PARA ACTUALIZACIÓN.

VAN Tm = VALOR ACTUAL DE LA TASA MENOR.

VAN TM = VALOR ACTUAL DE LA TASA MAYOR.

CUADRO Nº 108 TASA INTERNA DE RETORNO

Año	Flujo de Caja	Factor de Descuento Tm	Valor Actualizado	Factor de Descuento TM	Valor Actualizado
0	18.642,54				
1	23.960,42	0,43478	10417,58	0,43290	10372,48
2	25.306,54	0,18904	4783,84	0,18740	4742,52
3	25.834,66	0,08219	2123,34	0,08113	2095,88
4	25.712,53	0,03573	918,83	0,03512	903,02
5	31.765,24	0,01554	493,53	0,01520	482,94
		Valor actual	18737,11	Valor actual	18596,83
		Inversion	18642,54	Inversion	18642,54
		Van	94,57	Van	-45,71

$$TIR = 130 + 1 \left(\frac{94,57}{126,79 + 45,71} \right)$$

TIR = 130,67%

La TIR para el presente proyecto es de 130,67%, la misma que es mayor a la tasa de oportunidad en el mercado (7,13%), siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto.

RELACIÓN BENEFICIO - COSTO

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

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

Si la relación ingresos / egresos es > 1 el proyecto es rentable.

Si la relación ingresos / egresos es < 1 el proyecto no es rentable.

Para encontrar la relación beneficio costo utilizamos la siguiente fórmula.

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

INGRESOS ACTUALIZADOS				COSTOS ACTUALIZADOS		
AÑO	INGRESOS	FACTOR ACTU.	VALOR ACTUALIZADO	COSTOS	FACTOR ACTU.	VALOR ACTUALIZADO
1	66.352,00	0,92764	61.551,02	52.019,64	0,92764	48.255,70
2	68.640,00	0,86052	59.066,30	53.564,78	0,86052	46.093,73
3	68.640,00	0,79826	54.792,48	55.157,67	0,79826	44.030,09
4	70.928,00	0,74050	52.522,17	56.813,57	0,74050	42.070,44
5	73.216,00	0,68692	50.293,54	58.506,42	0,68692	40.189,23
SUMATORIA			278.225,51			220.639,19

Elaboración: La Autora

Formula Relación Beneficio-Costo

$$RBC = \left(\frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Costos Actualizados}} \right) - 1$$

$$RBC = \left(\frac{\$278.225,51}{\$220.639,19} \right) - 1 = 0,26$$

La relación beneficio costo del proyecto es mayor que uno (1,26) indicador que sostiene la ejecución del proyecto, esto quiere decir que, por cada dólar invertido, se recibirá 26 centavos de dólar.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE 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. Es importante actualizar los valores por cuanto ellos serán recuperados a futuro.

Para calcular el periodo de recuperación utilizamos la siguiente fórmula.

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} - \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{de primeros flujos}}{\text{Flujo año que supera la inversión}} \right)$$

CUADRO Nº 110: PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

AÑO	INVERSIÓN	FLUJO DE CAJA	FLUJO ACUMULADO
0	18.642,54		
1		23.960,42	23.960,42
2		25.306,54	
3		25.834,66	
4		25.712,53	
5		31.765,24	
SUMATORIA		132.579,39	

Elaboración: La Autora

Formula PRC

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} - \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{de primeros flujos}}{\text{Flujo año que supera la inversión}} \right)$$

$$PRC = 1 + \left(\frac{\$18.642,54 - \$23.960,42}{\$23.960,42} \right)$$

$$PRC = 0,78$$

Esto significa que la inversión se recupera en **0 año, 9 meses y 10 días**.

1. El entero representa el número de años 0,78= 0 año.
2. Se resta el valor entero 0,78 -0= 0,78 se multiplica el resultante por 12 y se obtiene el número de meses 0,78*12=9,34 es este caso el entero representa el número de meses, 9 meses.
3. Se resta el entero 9,34-9=0,34 y el resultante se multiplica por 30 y se obtiene el número de días 0,34*30= 10,20 = 10 días

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD:

Cualquier tipo de análisis, requiere de estimaciones sobre las variables que intervienen en el proceso, las mismas que están sujetas a cambio por fluctuaciones que pueden producirse a lo largo de la vida útil del proyecto, siendo los ingresos y los costos las variaciones más sensibles a un incremento o disminución de los precios.

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

Si el coeficiente es > 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.

Si el coeficiente es < 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.

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

Cuadro Nº 111 . Análisis de Sensibilidad con el incremento del 4,7% en los Costos

INGRESO	66.352,00	68.640,00	68.640,00	70.928,00	73.216,00
COSTOS	52.019,64	53.564,78	55.157,67	56.813,57	58.506,42
COSTO INCREMENTADO	54.464,57	56.082,33	57.750,08	59.483,81	61.256,22
FLUJO DE CAJA	11.887,43	12.557,67	10.889,92	11.444,19	11.959,78

Elaboración: La Autora

NUEVA TIR

Año	Flujo de caja	factor des.	valor actual.	factor descuento	valor actual.
0	18.642,54	56,00		57,00	
1	11.887,43	0,64103	7.620,15	0,63694	7.571,61
2	12.557,67	0,41091	5.160,12	0,40570	5.094,60
3	10.889,92	0,26341	2.868,47	0,25841	2.814,01
4	11.444,19	0,16885	1.932,35	0,16459	1.883,59
5	11.959,78	0,10824	1.294,49	0,10483	1.253,79
SUMATORIA			18.875,60		18.617,60
INVERSION			18.642,54		18.642,54
TOTAL			233,05		- 24,94

Elaboración: La Autora

$$TIR = T_m + DT \left(\frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN T_M} \right)$$

$$N. TIR = 56 + 1(233,05 / 233,05 + 24,94)$$

$$N. TIR = 56,90\%$$

TIR RESULTANTE	
FORMULA	TIR R= TIR O. - N. TIR
TIR ORIGINAL	130,67
NUEVA TIR	56,90
TIR RESULTANTE	73,77

% DE VARIACION	
FORMULA	$\%V=(TIR\ R./TIR\ O.)\cdot 100$
TIR RESULTANTE	73,77
TIR ORIGINAL	130,67
%V	56,45

SENSIBILIDAD	
FORMULA	$S=\%V/N.\ TIR$
% V.	56,45
N. TIR	56,90
SENSIBILIDAD	0,99

ANALISIS:

Dentro del análisis de sensibilidad se determinó que la empresa soporta un incremento de los costos un máximo de 4,70% obteniendo una sensibilidad de 0,99. Es decir que si la empresa sufriera un incremento en los costos de 4,70% esta seguiría funcionando sin ningún inconveniente.

Cuadro N° 112. Análisis de Sensibilidad con la disminución 3,67% en los Ingresos

INGRESOS	66.352,00	68.640,00	68.640,00	70.928,00	73.216,00
INGRESO DISMINUIDO	63.916,88	66.120,91	66.120,91	68.324,94	70.528,97
COSTO ORIGINAL	52.019,64	53.564,78	55.157,67	56.813,57	58.506,42
FLUJO DE CAJA	11.897,24	12.556,13	10.963,25	11.511,37	12.022,56

Elaboración: La Autora

Años	Flujo de caja	factor descuento	valor actual.	factor descuento	valor actual.
0	18.642,54	57,00		58,00	
1	11.897,24	0,63694	7.577,86	0,63291	7.529,90
2	12.556,13	0,40570	5.093,97	0,40058	5.029,69
3	10.963,25	0,25841	2.832,96	0,25353	2.779,51
4	11.511,37	0,16459	1.894,65	0,16046	1.847,14
5	12.022,56	0,10483	1.260,37	0,10156	1.220,99
SUMATORIA			18.659,81		18.407,22
INVERSION			18.642,54		18.642,54
TOTAL			17,27		- 235,32

NUEVA TIR

$$TIR = Tm + DT \left(\frac{VANTm}{VANTm - VANTM} \right)$$

$$N. Tir = 57 + 1(17,27 + 235,32)$$

$$N. Tir = 57,07$$

TIR RESULTANTE	
FORMULA	TIR R= TIR O. - N. TIR
TIR ORIGINAL	130,67
NUEVA TIR	57,07
TIR RESULTANTE	73,61

% DE VARIACION	
FORMULA	%V=(TIR R./TIR O.)*100
TIR RESULTANTE	73,61
TIR ORIGINAL	130,67
%V	56,33

SENSIBILIDAD	
FORMULA	S=%V/N. TIR
% V.	56,33
N. TIR	57,07
SENSIBILIDAD	0,99

ANALISIS:

Dentro del análisis de sensibilidad se determinó que la empresa soporta una disminución de ingresos de máximo de 3,67% obteniendo una sensibilidad de 0,99.

h. CONCLUSIONES

Al finalizar el siguiente estudio de investigación, se llegó a las siguientes conclusiones:

- ❖ Una vez que se llegó a la culminación del presente estudio se puede decir que la empresa productora y comercializadora de un saborizante de haba será factible y de beneficio para la Ciudad de Catacocha, ya que se incrementara las fuentes de trabajo y se ofrecerá un producto saludable 100 % natural.
- ❖ Dentro del Estudio de Mercado se pudo determinar, que el proyecto puede ser ejecutado, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, la oferta y niveles de comercialización.
- ❖ En el estudio técnico se determina que la empresa tendrá una capacidad utilizada en el primer año de 42% con un total de 22.880 envases de libra.
- ❖ En lo que respecta al estudio financiero se determina la respectiva inversión necesaria para inversión en dicho proyecto, el cual será financiado por fuentes internas es decir por aportaciones directas de los 4 socios.
- ❖ Al terminar el estudio tenemos el análisis financiero en el cual, los indicadores financieros nos indican los siguientes resultados: EL Valor Actual Neto nos da un valor positivo de \$ 88.757,68 lo que significa que el valor de la empresa aumentará durante su etapa de operación; La Tasa Interna de Retorno, nos da un resultado del

130,67%; El análisis de sensibilidad de acuerdo a los resultados es menor que 1 lo que significa que estos valores no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos; La Relación Beneficio/costo, nos arroja un resultado mayor que uno, lo que significa que por cada dólar invertido se obtendrá **26 centavos de dólar**; La inversión se recuperará en **9 meses, 10 días**; El análisis de sensibilidad soporta un aumento en costos de 4,70% y una disminución de ingresos de hasta 3,67% obteniendo una sensibilidad de 0,99.

i. RECOMENDACIONES

- ❖ Se recomienda la ejecución de este proyecto, debido a que es recomendable económicamente de acuerdo a los resultados obtenidos, para que los inversionistas inviertan su capital de una forma segura.
- ❖ Que se realice una buena campaña publicitaria, y hacer una adecuada promoción del mismo, con la finalidad de que el cliente pueda conocer el producto con sus características y valores nutritivos y de esa manera poder irse posesionando en el mercado.
- ❖ Que las instituciones financieras puedan brindar el apoyo necesario para diferentes proyectos de inversión y así conseguir aportar con la economía de la ciudad de Catacocha
- ❖ Vigilar y evaluar continuamente los procesos de producción con el fin de realizar un control de calidad y verificar que todo se esté realizando según la planificación establecida.
- ❖ A los inversionistas y futuros emprendedores que deseen formar parte de esta iniciativa empresarial, tomar en consideración el presente proyecto ya que es factible.

j. BIBLIOGRAFIA

Adolfo, B. (2010). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. Ediciones Torán.

Alberto, A. (1991). *Curso Básico De Administracion de Empresas de Mercado*. Norma S.A.

Alberto, R. Z. (s.f.). *Profesores Fi*. Obtenido de <http://profesores.fi-b.unam.mx/carlos/aydoo/uml.html>

ALVAREZ TORRES, M. G. (2006). *Manual para elaborar manuales de politicas y procedimientos* (Décima cuarta reimpresión ed.). México: Panorama.

ARATA ADOLFO, M. (2005). *ORGANIZACION LIVIANA Y GESTION PARTICIPATIVA*. Chile: Ril.

Arqhys. (2003). *arqhys.com*. Obtenido de <http://www.arqhys.com/contenidos/registro-pacientes.html>

AULA FACÍL, S.L. (2009). *cursos online gratuitos*. Obtenido de <http://www.aulafacil.com/cursos/119672/empresa/administracion/administracion-de-empresas/los->

aulaClic S.L. (1999). *AulaClic*. Obtenido de http://www.aulacltic.es/sqlserver/b_1_1_4.htm

BACA GABRIEL, U. (2001). *Evaluación de proyectos de inversión*. cuarta edición.

BACA GABRIEL, U. (2006). *Evaluación de proyectos*. quinta edición.

BACA GABRIEL, U. (2010). *EVALUACION DE PROYECTOS*. MEXICO:
6ta EDICION MC, GRAW, HILL.

BACA Urbina, G. (2003). *Evaluación de Proyectos*. España.

BLANCO ADOLFO, M. (2010). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*.
Ediciones Torán.

CERVANTES AYALA, C. (2003). *Guia de Elaboración y Evaluación de
proyectos de inversión*.

CHANAIN, N. S. (2007). *Proyectos de Inversion: Formulación y Evaluación*.
Mexico: Pearson.

CÓRDOBA MARCIAL, P. (2011). *FORMULACION Y EVALUACION DE
PROYECTOS* (SEGUNDA EDICION ed.).

DIAZ SERGIO, A. (2013). *EVALUACION ECONOMICA DE PROYECTOS
DE INVERSION*. Obtenido de
[http://www.monografias.com/trabajos79/evaluacion-economica-
proyectos-inversion/evaluacion-economica-proyectos-
inversion2.shtml#ixzz2hfsWTCan](http://www.monografias.com/trabajos79/evaluacion-economica-proyectos-inversion/evaluacion-economica-proyectos-inversion2.shtml#ixzz2hfsWTCan)

DÍEZ FREIJEIRO, S. (2006). *Técnicas de comuniccación* (primera ed.).
España: Ideaspropias.

Enciclopedia Financiera. (2010). *Tipos de Software*. Obtenido de
<http://www.tiposdesoftware.com/historia-del-software.htm>

ENCICLOPEDIA LIBRE. (26 de AGOSTO de 2010). *WIKIPEDIA.COM*.

Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Organigrama>

Integral, C. d. (1995). *Elaboracion y Evaluación de Proyectos de Inversión*.

Centro de Capacitacion Ocupacional Integral.

LEÓN SANCHEZ, M. y. (2013). *Recursos Humanos y dirección de equipos*

en restauración (Primera ed.). España: Ediciones Paraninfo S.A.

MERCHAN, G. M. (2009). *PROYECTO DE INVERSION PARA LA*

ELABORACION Y COMERCIALIZACION EN LA CIUDAD DE

GUAYAQUIL DE CAFÉ HECHO A BASES DE HABAS . CUENCA,

ECUADOR .

Nassir, S. (2003). *Preparacion y Evaluacion de Proyectos*. España:

McGraw-Hill Interamericana.

PASACA MORA, M. (2004). *FORMULACION Y EVALUACION DE*

PROYECTOS DE INVERSION. LOJA.

PASACA, M. (2004). *Formulacion y Evaluacion de proyectos de Inversion*.

loja.

Philip, K. (2012). *Dirección de Marketing*. Edición del Milenio.

REINALDO, S. C. (1991). *Preparación y evaluación de Proyectos de*

inversión.

REYES JUAN, C. (2011). Obtenido de Universidad Autonoma del Estado

de

Hidalgo:

http://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tepeji/administracion/documentos/tema/Proyectos_de_Inversion.pdf

RISolutions. (2013). *Rissolutions.com*. Obtenido de <http://rissolutions.com/importancia-de-los-manuales-de-procedimientos-en-la-gestion-administrativa/>

sanchez, M. G. (2006). *Curso Básico de Administracion de Empresas Mercadeo*. journal Education.

Tinoco, R. D. (Mayo de 2011). *Monografias*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos87/sistemas-general/sistemas-general.shtml>

k. Anexos

Anexo 1.

TEMA

“FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE UN SABORIZANTE DE HABA EN LA CIUDAD DE CATACUCHA CANTÓN PALTAS PROVINCIA DE LOJA”.

PROBLEMÁTICA

Es importante conocer los problemas que existen al momento de emprender un negocio, datos estadísticos nos muestran que los altos índices de competencia son la principal causa, para que una empresa tenga inconvenientes en adaptarse dentro de un mercado globalizado.

Al momento de ofrecer un servicio o producto, se trata de enfocarse directamente en el proceso de fabricación, la calidad y sus características, el marketing mix, sugerencias por parte del cliente y sobre todo satisfacer las necesidades de un público.

El mundo actual se caracteriza por lo que se conoce por globalización, es decir, la creciente ponderosidad de los procesos económicos, políticos, sociales, culturales y turísticos de carácter mundial en los ámbitos nacional y regional.

La creciente competencia que afrontan las empresas, los adelantos tecnológicos que permitan establecer enlaces en tiempo real en gran distancia y el desbloqueo de las políticas de comercio exterior han impulsado una mayor dispersión geográfica de todas las funciones empresariales.

A nivel local no se invierten y ni se realizan cambios en las empresas por temor al fracaso, por ende no cuentan con recursos humanos y maquinaria adecuada, la no planeación anticipada y la mala utilización de estrategias hace que su rendimiento sea poco productivo y limitado, en muchas ocasiones no se toma en cuenta las opiniones que aportan los integrantes

sin impórtales los significados que puedan resultar estas sugerencias y recomendaciones.

Las empresas no cuentan con el apoyo del gobierno para su desarrollo, existiendo así la falta de políticas en beneficio de las mismas para incentivar y obtener resultados esperados con los procesos de producción y ventas. El desarrollo ineficiente de las empresas se debe también a la falta de programas computarizados y tecnología de punta, lo que impide apagarse a la realidad actual.

Según (MERCHAN, 2009) en su tema de investigación menciona que. Las habas, al ser un alimento con un alto contenido en potasio mejoran nuestro sistema circulatorio, regula la presión arterial, siendo recomendado para aquellas personas que sufren hipertensión, previene enfermedades reumáticas, artritis, y calambres musculares. Para aquellos que tienen enfermedades reumáticas, artritis deben consumirlo dentro de una dieta equilibrada ya que contiene mayor cantidad de albúmina que cualquier otra legumbre.

Las habas ayudan a combatir los efectos perjudiciales de algunos medicamentos que absorben la vitamina B9 y ayuda a personas alcohólicas y fumadoras ya que estos hábitos producen una pésima absorción de esta vitamina.

Dada su alta cantidad de proteínas de las habas hacen de esta legumbre un alimento recomendado dentro de una dieta equilibrada en niños,

adolescentes, personas que realicen un gran esfuerzo físico y para las mujeres embarazadas.

Las habas secas, al ser un alimento rico en fósforo, ayudan a mantener nuestros huesos y dientes sanos así como una piel equilibrada ya que ayuda a mantener su PH natural. Por su alto contenido en fósforo este alimento ayuda a tener una mayor resistencia física. Este mineral, contribuye también a mejorar las funciones biológicas del cerebro.

Por su alto contenido en vitamina B1, el consumo de las habas secas, ayuda a superar el estrés y la depresión. Los alimentos ricos en vitamina B1 o tiamina, como este alimento son muy recomendables en periodos de embarazo o lactancia y también después de operaciones o durante periodos de convalecencia, debido a que en estos periodos hay un mayor desgaste de esta vitamina.

Los saborizantes son preparados de sustancias que contienen los principios sávido-aromáticos, extraídos de la naturaleza o sustancias artificiales, de uso permitido en términos legales, capaces de actuar sobre los sentidos del gusto y del olfato, pero no exclusivamente, ya sea para reforzar el propio o transmitiéndole un sabor y/o aroma determinado, con el fin de hacerlo más apetitoso pero no necesariamente con este fin. Suelen ser productos en estado líquido, en polvo o pasta, que pueden definirse, en otros términos a los ya mencionados, como concentrados de sustancias.

En el mercado paltense se comercializan y se consumen diferentes tipos de saborizantes como naturales, sintéticos, artificiales los colorantes,

saborizantes y azúcares son aditivos químicos que usa la industria alimenticia para que el color, el olor e incluso el sabor de los alimentos sea más rico o intenso de lo que serían naturalmente; se agregan intencionalmente a los alimentos, sin el propósito de nutrir en la mayoría de los casos y con el objetivo de modificar las características físicas, químicas, biológicas o sensoriales durante el proceso de manufactura.

Con estas consideraciones se ha delimitado el problema de la siguiente manera:

“Desconocimiento de dar un valor agregado al producto de el haba (saborizante) por parte de las familias de la Ciudad de Catacocha”

Con estos antecedentes la ejecución de este proyecto busca dar respuesta a una nueva idea de inversión, que se refiere a la Creación de una Empresa Productora y Comercializadora de un Saborizante de Haba, destinada a satisfacer las necesidades de la población de la ciudad de Catacocha, Cantón Paltas Provincia de Loja, ofreciendo un producto más saludable, nutricional, por otro lado aprovechar la sobre producción existente, elaborado un producto con buenos estándares de calidad, ocupando mano de obra local directa e indirecta.

Con este tipo de proyectos se pretende dar una nueva alternativa para una alimentación sana y mejorar la calidad de vida de algunas familias, así mismo contribuir al desarrollo económico y empresarial de la región y del país.

En visto de ello se plantea como parte de la solución del problema determinado la **“factibilidad de una Empresa Productora y Comercializadora de un Saborizante de Haba en la Ciudad de Catacocha Cantón Paltas Provincia de Loja”**. La cual permitirá brindar a la Ciudadanía paltense un producto 100% natural y 100% saludable, y así contribuir con fuentes de trabajo para la Ciudadanía.

JUSTIFICACIÓN

Justificación Académica

El presente proyecto investigativo, es de gran importancia ya que permite poner en práctica, los conocimientos adquiridos a lo largo de la formación en la carrera de Administración de empresas, se propone elevar el nivel académico, transformando al estudiante para que sea más creativo y sobre todo crítico, como también ayudarlo a vincularse con los problemas de la sociedad de una manera más efectiva a través del cumplimiento de sus funciones más importantes como lo son: la docencia, la investigación, y la extensión universitaria, así mismo permite dejar un aporte para futuras generaciones, a fin de incentivar y generar un espíritu de emprendimiento empresarial.

Justificación Social

La elaboración y evaluación del proyecto responde a la necesidad de implementar una empresa saborizante de haba debido a que en la ciudad no existen empresas que se dediquen a la producción de este producto.

La ejecución del mismo contribuirá al desarrollo de nuestra sociedad generando nuevas fuentes de empleo para los habitantes del sector contribuyendo a mejorar la calidad de vida de los mismos.

Justificación Económica

Ecuador es un país que ha enfrentado una de las peores crisis económicas durante su vida republicana, provocando graves problemas al sector micro

empresarial, tales como inestabilidad económica, fuga de capitales hacia otros lugares del mundo, fuga de mano de obra, entre otros. Como estudiante de la carrera de Administración de empresas, consciente de la dura realidad a la que se enfrenta el país me he visto en la necesidad en desarrollar el presente estudio. Su ejecución y puesta en marcha estaría propiciando el desarrollo empresarial que es la base para mejorar la economía de la región.

Así mismo permitirá mejorar los ingresos de los inversionistas, mejorar la calidad de vida de las familias de la mano de que intervendrán en la ejecución de este proyecto, finalmente generará divisas que contribuirá al desarrollo económico en la ciudad y la Provincia en general.

OBJETIVOS

Objetivo General

- ❖ Determinar la factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de un saborizante de haba en la Ciudad de Catacocha Cantón Paltas Provincia de Loja.

Objetivos Específicos

- ❖ Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda y oferta del producto y su comercialización en la ciudad de Catacocha.

- ❖ Ejecutar un estudio técnico para determinar el tamaño de la planta, capacidad instalada, ingeniería del proyecto, y elaborar una estructura legal y orgánica administrativa de la empresa.
- ❖ Realizar un estudio económico y financiero, para establecer la inversión total del proyecto, costos de producción, precios de venta y presupuestos proyectados.
- ❖ Realizar la evaluación económica financiera para determinar la viabilidad del proyecto, mediante el cálculo de indicadores financieros como el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación del Capital.

ANEXO 2.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Estimados ciudadanos dígnese responder la presente encuesta, con la finalidad de conocer sus hábitos alimenticios; que nos permitirá detectar una oportunidad de negocio como es la implementación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de un saborizante de haba en la Ciudad de Catacocha Cantón Paltas Provincia de Loja.

Le agradeceremos brindarnos un minuto de su tiempo y responder las siguientes preguntas:

1. ¿Consumen Haba en su hogar?

Si	
No	

2. ¿En su familia Conocen los beneficios nutricionales que contiene la haba?

Si	
No	

3. ¿De qué manera consume usted el Haba?

Comida	
Bebida	
Ambas	

4. ¿Qué tipo de haba consumen?

Fresca	
--------	--

Seca	
------	--

5. **¿Si consumen haba seca, en qué condiciones lo hace?**

En Grano	
En Polvo	
Ambos	

6. **¿Qué cantidad de haba en polvo (harina), consumen al mes?**

1 – 5 Libras	
6 – 10 Libras	
11 – 15 Libras	

7. **¿Cuál es el precio que paga por la libra del producto que adquiere?**

\$ 1,00 - \$3,00	
\$4,00 - \$6,00	

8. **¿Estarían dispuestos a adquirir un saborizante hecho a base de habas 100% natural, para acompañar sus comidas?**

Si	
No	

9. **¿Qué cantidad adquiriría al mes?**

1 – 5 Libras	
6 – 10 Libras	
11 – 15 Libras	

10. **¿Qué tipo de envase prefieren?**

Vidrio	
--------	--

Plástico	
Tetra pack	

11. ¿Que consideraría al momento de adquirir el saborizante de haba

Sabor	
Calidad	
Precio	

12. ¿Porque medio le gustaría conocer este producto?

Radio	
Prensa	
Televisión	
Redes Sociales	
Hojas Volantes	

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 3.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ENCUESTA A VENEDORES

Objetivo: Determinar la oferta existente de café en el mercado paltense. En calidad de estudiante de modulo x de la carrera de administración de empresa se le pide de la manera más comedida se digna a contestar las siguientes preguntas.

1. ¿Vende algún tipo de saborizante para bebidas, en su local?

Si	
No	

2. ¿Qué tipo de saborizante vende en su local?

Chocolate	
Refrescos	

3. ¿Qué tipo de saborizante vende con mayor frecuencia?

Chocolate	
Refrescos	

4. ¿Qué cantidad de chocolate vende aproximadamente al mes?

1 – 5 Libras	
6 – 10 Libras	
11 – 15 Libras	

5. ¿Qué precio paga por libra al proveedor?

\$2,00 - \$4,00	
\$5,00 - \$7,00	
\$8,00 - \$10,00	

6. Si se implementara una empresa que se dedique a la producción y comercialización de Saborizante de haba ¿Estaría dispuesto a vender dicho producto en su negocio?

Si	
No	

7. ¿Cuántas libras de saborizante de haba estaría dispuesto a adquirir mensualmente?

1 -5 Libras	
6 -10 Libras	
11 -15 Libras	

8. Por qué medio de comunicación le gustaría conocer el producto y promociones que la empresa ofrezca

Radio	
Prensa	
Redes Sociales	
Hojas Volantes	

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

INDICE

CARATULA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORIA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
a. TITULO	1
b. RESUMEN	2
SUMMARY	3
c. INTRODUCCIÓN	6
d. REVISIÓN DE LITERATURA	10
e. MATERIALES Y MÉTODOS	53
f. RESULTADOS	59
g. DISCUSIÓN	79
h. CONCLUSIONES	168
i. RECOMENDACIONES	170
j. BIBLIOGRAFÍA	171
k. ANEXOS	175
INDICE	189