



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

TITULO:

“Estudio de factibilidad para la Implementación de una Empresa Productora y Comercializadora de una bebida de avena con Naranjilla, en la ciudad de Loja”

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

Autora:

Rosa María Tucto Benítez.

Director:

Ing. Víctor Alberto Ríos Salinas.

Loja – Ecuador

2017



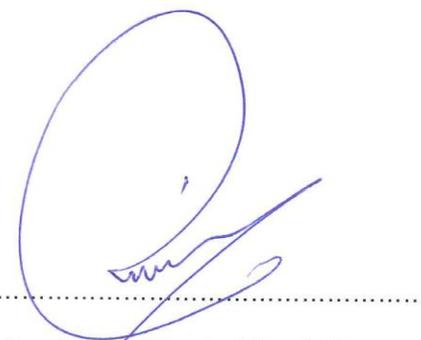
CERTIFICACIÓN

ING. VÍCTOR ALBERTO RÍOS SALINAS. DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación realizado por la señorita Rosa María Tucto Benítez con cédula 1105953408 mismo que se denomina **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE UNA BEBIDA DE AVENA CON NARANJILLA, EN LA CIUDAD DE LOJA”**, ha cumplido con los requisitos estipulados en el Reglamento General de la Universidad Nacional de Loja, mismo que ha sido coordinado y revisado durante todo el proceso de desarrollo dentro del cronograma establecido, desde su inicio hasta la culminación, por lo cual autorizo su culminación.

Loja, junio de 2017



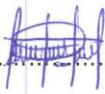
Ing. Víctor Alberto Ríos Salinas
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo **ROSA MARÍA TUCTO BENITEZ**, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

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

Autora: Rosa María Tucto Benítez.

Firma:

Cédula: 1105953408

Fecha: Loja, junio del 2017

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

Yo, Rosa María Tucto Benítez, declaro ser autora de la tesis titulada: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE UNA BEBIDA DE AVENA CON NARANJILLA, EN LA CIUDAD DE LOJA”**, como requisito para obtener el grado de INGENIERA EN ADMINISTRACION 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 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 6 días del mes de junio del 2017. Firma la autora:

Firma:

Autora: Rosa María Tucto Benítez.

Cédula: 1105953408

Dirección: Loja, Barrio Capulí Loma.

Correo electrónico: chikirosita@gmail.com

Celular: 0991513163

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Director de Tesis: Ing. Víctor Alberto Ríos Salinas

Tribunal de grado:

Presidente: Ing. Oscar Anibal Gómez Cabrera Mg. Sc.

Vocal: Ing. Juan Román Encalada Orozco MAE.

Vocal: Ing. Sergio Mauricio León Pineda MAE

DEDICATORIA

El siguiente trabajo de tesis dedico primeramente a mi Dios todo poderoso, por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida. Por cada uno de los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorarlo cada día más.

A mi madre por ser la persona que siempre me ha acompañado en todo momento durante mi vida estudiantil, formándome con buenos hábitos y valores lo cual me han ayudado para poder salir adelante, a mi padre a pesar de haberlo perdido siempre con sus consejos a sabido guiarme para poder culminar mi carrera profesional y sé que desde el cielo estará orgulloso de mi.

De igual forma a mis hermanos Jorge, Cristian, Jessika, Erika, Fabricio, Paul y María, a mis sobrinos, cuñados, tíos (as), y a toda mi familia, que me han brindado su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momentos.

A mis amigos (as), compañeros (as) quienes con su apoyo y sus consejos me ayudaron a cumplir esta meta.

¡...Gracias por formar parte de mi vida...!

Rosa María Tucto Benítez

AGRADECIMIENTO

Primeramente, doy gracias a Dios por todas las bendiciones derramadas hacia mí, para poder culminar mis estudios y por permitirme tener una buena experiencia dentro de la Universidad Nacional de Loja, Carrera de Administración de Empresas.

Agradezco a mi Madre (Esperanza Benítez) por su apoyo incondicional en todo momento, a mi padre (Jhonn Tucto) aunque ya no está conmigo siempre supo aconsejarme y guiarme por el camino del bien y sé que desde el cielo estará muy orgulloso de mi.

A mis hermanos, los cuales han sido un ejemplo a seguir ya que siempre me han apoyado en toda mi formación profesional.

A mi director de tesis Ing. Víctor Alberto Ríos Salinas, quien con su conocimiento me ha ayuda a culminar mi proyecto de tesis.

Además, mi agradecimiento a cada uno de mis docentes porque siempre conté con el apoyo de ellos.

Rosa María Tucto Benítez

a. TITULO

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE UNA BEBIDA DE AVENA CON NARANJILLA, EN LA CIUDAD DE LOJA”.

b. RESUMEN

El presente proyecto de tesis se lo realizó en la Ciudad de Loja, teniendo como objetivo presentar una propuesta para la implementación de una empresa productora y comercializadora de una bebida de avena con naranjilla. Por lo cual se han trazado objetivos específicos que permitieron ser utilizados como guía para el estudio en mención, teniendo como base 5 años de vida útil, dicho estudio servirá para proporcionar a la sociedad una alternativa complementaria en la alimentación de los hogares lojanos.

Los métodos que fueron utilizados para el cumplimiento del objetivo general fueron: deductivo que permitió la recopilación de la información sobre el proceso que se realizó en cada una de las fases del proyecto; inductivo se lo utilizó para el análisis minucioso y particular de los hechos y fenómenos relacionados con el proceso productivo de la bebida de avena con sabor a naranjilla, así como el establecimiento de conclusiones y recomendaciones. Las técnicas que se aplicaron fueron: encuestas planteadas tanto a oferentes como a demandantes.

Dentro de las etapas del proyecto se inició con el estudio de mercado en el cual se realizó la segmentación de mercado tomando como muestra la población de la ciudad de Loja que es de 170280 habitantes luego dividimos para el número de familias que es de 4 integrantes dando como resultado 49803 habitantes; lo cual permitió determinar el número de encuestas que son 397 las cuales fueron aplicadas a los consumidores de la bebida de avena con naranjilla.

En el Estudio Técnico en el cual se determinó la macro y micro localización de la empresa, además se detalla la capacidad instalada y utilizada, la mano de obra que

se necesita para la producción. En lo que respecta al Estudio Administrativo se indica que la empresa será de responsabilidad limitada, también se da a conocer los organigramas como: Estructurales, Funcionales y Posicionales, además se indica los manuales de funciones indicando las tareas para cada puesto y los requisitos que los empleados deberán cumplir para ejercer dichos cargos.

Finalmente se realizó la evaluación del proyecto para establecer la conveniencia del proyecto y de su ejecución para cual se analizó los siguientes indicadores como el Evaluación Financiera, el presente proyecto tiene los siguientes indicadores: Valor Actual Neto de \$ 7642,43 Tasa Interna de Retorno de 18,16%; Relación Beneficio Costo es de \$ 1,26 por cada dólar invertido la empresa gana 0,26 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de 3 años 8 meses y 29 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 11,90% dando un total del 0,96 % y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 9,55% dando un total del 0.98%, por lo cual el proyecto es factible, cuyas conclusiones y recomendaciones así lo determinan, adjuntándose la bibliografía consultada con sus respectivos anexos.

SUMMARY

The present thesis project was carried out in the City of Loja, aiming to present a proposal for the implementation of a company producing and marketing an oatmeal drink with naranjilla. As a result, specific objectives have been drawn up that could be used as a guide for the study in question, based on 5 years of useful life, this study will serve to provide society with a complementary alternative in food for local households.

The methods that were used to fulfill the general objective were: deductive that allowed the compilation of the information about the process that was carried out in each one of the phases of the project; Inductive was used for the meticulous and particular analysis of the facts and phenomena related to the productive process of the oat drink with flavor to naranjilla, as well as the establishment of conclusions and recommendations. The techniques that were applied were: surveys to both offerors and claimants.

Within the stages of the project began with the market study in which the segmentation of the market was made taking as sample the population of the city of Loja that is 170280 inhabitants then we divide for the number of families that is of 4 members giving As a result 49803 inhabitants; Which allowed to determine the number of surveys that are 397 which were applied to the consumers of the oat drink with naranjilla.

Next, the Technical Study was presented in which the macro and micro location of the company is manifested, as well as the installed and used capacity, the labor required for production. Regarding the Administrative Study, it is indicated that the

company will be of limited responsibility, also the organizational charts are presented as: Structural, Functional and Positional, in addition it indicates the manuals of functions indicating the tasks for each position and the requirements that the Employees must comply to exercise those charges.

Finally, the evaluation of the project was carried out to establish the suitability of the project and its execution, for which the following indicators were analyzed: Financial Assessment, the present project has the following indicators: Net Present Value of \$ 7642.43 Internal Rate of Return of 18.16%; Cost Benefit ratio is \$ 1.26 per dollar invested the company earns 0.26 cents; Period of Capital Recovery is 3 years 8 months and 29 days; Sensitivity Analysis indicates that the project supports an increase in costs of 11.90% giving a total of 0.96% and the analysis of sensitivity in the decrease in revenues of 9.55% giving a total of 0.98%, per Which the project is feasible, whose conclusions and recommendations so determine, attaching the bibliography consulted with their respective annexes.

c. INTRODUCCION

El proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de una bebida de avena con naranjilla, se lo realizó con la finalidad de contribuir al desarrollo socio económico de la Ciudad de Loja.

Considerando que es un producto sano, natural y nutritivo, lo cual es muy beneficioso para las personas ya que es un gran suplemento alimenticio puesto que contiene fibra y proteínas, lo cual brinda energía durante todo el día, es por ello que se realiza el presente proyecto.

Para el desarrollo de dicho proyecto de inversión se aplicó el presente proceso: Está conformado por un tema que es el título de dicha investigación, se continua con un resumen en el cual se detallan la exposición de resultados obtenidos. Una introducción que permite describir la estructura del trabajo investigativo como: el marco referencial, el marco conceptual con sus respectivas referencias bibliográficas, la metodología, y técnicas utilizadas dentro de la investigación.

Seguidamente se procedió a redactar los materiales y métodos utilizados para su desarrollo los cuales fueron: el método inductivo, el método deductivo, y el método analítico.

La Revisión de literatura en la cual incluye los antecedentes de toda la actividad de la avena, seguido de los conceptos generales acerca de los proyectos de inversión. Los resultados donde se describen las tabulaciones obtenidas de las encuestas realizadas en la ciudad de Loja, la cual permite identificar la oferta y demanda.

El estudio técnico determino la localización, tamaño y distribución de la planta, así como también el proceso productivo, diseño del producto, y el flujo grama de procesos.

La organización legal y administrativa de la empresa, se realizó aplicando los respectivos principios para constituir la empresa, organización legal, estructura organizativa, manual de funciones, además se determinó la razón social de la empresa.

El estudio financiero, se determinó el monto total de la inversión, su financiamiento y clasificación de los costos, además se estableció el precio, el punto de equilibrio, los estados financieros y el flujo de caja.

La evaluación financiera se la realizo para determinar la factibilidad y rentabilidad del proyecto, para lo cual se utilizó los siguientes indicadores económicos: el Valor Actual Neto (VAN), La Tasa Interna de Retorno (TIR), Relación Beneficio Costo (RBC), y por último el análisis de sensibilidad con el incremento en costos y disminución en costos.

Y finalmente se presenta las respectivas conclusiones y recomendaciones, anexos y bibliografía de la investigación.

d. REVISION DE LITERATURA

1. Industria Alimentaria

Según (Valenzuela, 2015) Menciona que hubo tres épocas esenciales en la industria de productos alimenticios comenzando por la década de los 70's que se marcó por una tendencia de consumir productos poco procesados o de origen natural como lo eran los jugos de frutas, yogurt, y panes de grano entero.

En la década de los 80's se manifiesta la segunda generación, en que aún se producen alimentos procesados, y modificados con contenido de grasas y azúcares. Es por eso que en el mercado surgen los alimentos prometedores talos como "light", "bajos en calorías", "bajos en grasa", "bajos en azúcar" y a su vez también resaltando productos "ricos en fibras".

Dicha época resultó ser muy importante para la industria alimentaria refiriéndose al desarrollo tecnológico y productivo, pues se tuvo que realizar estudios profundos para sustituir la grasa y azúcar, así como las consecuencias en la salud de los consumidores y su aceptabilidad a estos nuevos productos. Este fortalecimiento de alimentos modificados obligó a las empresas inmersas en esta industria a regirse por normativas y regulaciones, lo que generó un avance en el etiquetado nutricional de los productos procesados.

La tercera generación surge en la década de los 90's una tendencia que extiende hasta los últimos años. Esta generación se caracteriza por la demanda de alimentos con características especiales con componentes nutricionales o no nutricionales pero que sean protectora de la salud de los consumidores. A pesar de todos los

avances que la industria alimentaria ha experimentado, aún está en el constante desafío de satisfacer las expectativas y necesidades de los consumidores.

En la actualidad esta industria se maneja bajo el lema “listo para comer o beber, pero sano”, como un valor agregado a los productos que se ofertan ya que son de fácil consumo y con un aporte mayor de micronutrientes

1.1 La Industria De Avenas Preparadas En El Ecuador

Según (Valenzuela, 2015) indica que la avena en copos utilizada para las coladas cubre actualmente 94% del mercado de avenas sólidas de Guayaquil y Quito. La competencia indirecta de la avena preparada es la avena sólida. El interés por las empresas de lanzar al mercado avena preparada es el resultado del cambio en el ritmo de vida de las personas de hoy en día.

El empaque del producto es muy importante para un país como Ecuador ya que se necesita que el producto esté libre de contaminación, pero con costo bajo, resistente para que los niños puedan llevarlos en sus loncheras y no necesiten refrigeración.

En Ecuador, las empresas del sector alimenticio en su afán de expandir sus portafolios de productos, han lanzado al mercado una bebida refrescante y nutritiva como es el caso de la avena preparada sola o en distintas combinaciones usando envases de tetra pak. Entre las primeras empresas desarrolladoras de avenas en el mercado está Nestlé, Alpina y Toni, siendo Nestlé la empresa pionera en la implementación de avena con frutas desde el año 2002.

Entre las principales empresas que lideran el mercado de las avenas preparadas son Toni, Nestlé, Alpina, y Lácteos San Antonio por su gran capacidad de

innovación y tecnología disponible. En el caso de “Avena Polaca”, aunque es un producto de buen sabor, no le es posible superar a su competencia, ya que ésta cuenta con puntos de distribución muy estratégicos con buena afluencia de consumidores como son los Supermaxis y Comisariatos, entre otros supermercados, los cuales resultan ser puntos muy costosos; es por ello que “Avena Polaca” es vendido regularmente en tiendas o panaderías de barrio y de forma ambulante en los barrios populares al granel en carros-termos que conservan el frío.

1.2 La avena en el Ecuador

“Según (Rivera, 2016) menciona que, en el Ecuador el cultivo de avena, tiene buenas características geográficas, climáticas y de suelos, que le permiten una adecuada adaptación y desarrollo, sembrándose en todo el callejón interandino en especial en las provincias de: Azuay, Cotopaxi, Chimborazo, Loja, Tungurahua y el Oro (parte alta). El país, tiene un ciclo vegetativo según la variedad usada, entre la siembra y la cosecha de 6 a 7 meses.

La avena cultivada en el Ecuador es de la variedad sativa es cultivada en climas que tengan climas de 700 mm de precipitaciones a temperaturas de 22- 30 C una altitud de 2600 a 3300 msnm para el consumo humano y de 2800 a 3300 msnm para forraje del grano. La provincia que produce en mayor cantidad este cereal es la provincia de Tungurahua con la empresa Aromas del Tungurahua, empresa que exporta variedad de productos al mundo entre estos la avena.

1.3 PRODUCCIÓN NACIONAL

➤ Principales productos transitorios

Cuadro No. 1

Cultivo	Condición del cultivo	Superficie	Superficie	Cantidad	Cantidad	Rendimiento	
		Sembrada	Cosechada	Cosechada	Vendida		
		Has	Has	TM	TM		
Papa	Sólo	2.099	1.810	9.647	7.188	4,60	
Cebada	Sólo	1.594	1.354	717	494	0,45	
Maíz suave choclo	Sólo	943	762	1.642	1.523	1,74	
Cebolla colorada	Sólo	926	819	6.818	6.396	7,36	
Lechuga	Sólo	850	832	5.970	5.800	7,02	
Arveja tierna	Sólo	648	511	563	537	0,87	
Avena	Sólo	552	551	392	379	0,71	
Remolacha	Sólo	543	537	4.668	4.560	8,60	
Col	Sólo	500	429	5.762	5.707	11,51	
Papa	Asociado	480	296	415	277	0,87	

Fuente: III censo nacional Agropecuario

1.4 Origen de la avena

Grafico N° 1



“Según (José, 2005) Menciona que existen diferentes teorías sobre el origen de las avenas cultivadas, aunque casi todas son antiguas y no están suficientemente contrastadas. Se piensa que la avena puede haber tenido su origen en el Suroeste de Europa, en el Suroeste de Asia o incluso en el norte de África, aunque las teorías más extendidas se inclinan por su origen asiático y otras consideran un centro distinto en función del tipo de avena.

1.4.1 La avena

La avena es una planta de la familia de las poáceas, también conocidas como gramíneas. Es decir, es un cereal igual al trigo, arroz y maíz, siendo la avena uno de los cereales más ricos en proteínas y fibra, su alto valor nutricional ha convertido a la avena en un alimento reconstituyente para todo tipo de dietas.

1.4.2 Propiedades de la avena: vitaminas, minerales y proteínas.

La avena es una excelente fuente de las vitaminas del complejo B, vitamina A, vitamina E y vitamina D. Contiene minerales como calcio, el cual evita la osteoporosis, hierro, indispensable en el transporte de oxígeno a los tejidos del cuerpo, y zinc, fundamental en el desempeño de la insulina. Los granos de avena poseen hasta un 25% de proteína, ningún otro cereal contiene cantidades tan concentradas. Como referencia, la avena posee una concentración de proteínas tan alta como la carne, leche y los huevos. La avena contiene todo lo necesario para una dieta nutritiva.

1.4.3 Tipos de avena

“Según (Guillen, botánica y Jardines., 2013) Menciona que existen tres tipos de avena:

➤ **Avena Sativa**

Avena sativa, comúnmente llamada avena, es una especie fanerógama perteneciente a la familia Poáceas. La Avena sativa es un remedio homeopático obtenido a partir de la avena, una gramínea que se utiliza a menudo como forraje y como cereal. Luego de estudios realizados sobre esta planta, se ha descubierto que posee excelentes propiedades curativas. En efecto, sirve para el tratamiento de los trastornos de conducta porque estimula el sistema nervioso. Para la elaboración de Avena sativa se utilizan casi todas las partes de la planta: grano, salvado, paja y todas las partes aéreas. Generalmente, la avena está asociada a la cebada y al trigo como remedio homeopático.

➤ **Avena Byzantina**

Avena byzantina es el nombre botánico de esta especie perteneciente a la familia Poáceas y es conocida de forma común como: avena amarilla, avena roja y avena argelina. La especie Avena byzantina se desarrollará mejor en suelos con pH ácido, neutro, alcalino o muy alcalino, pudiendo llegar a soportar terrenos salinos. Su parte subterránea crecerá con vigor en soportes con textura arenosa, franca o arcillosa, éstos se pueden mantener generalmente secos o húmedos. Un aspecto interesante a comentar es que soporta bien la sequía y no tolera los encharcamientos, por lo que la zona de plantación debe estar muy bien drenada. En cuanto a sus necesidades lumínicas, podemos aseverar que es muy exigente, sólo puede situarse en un lugar con exposición directa al sol para no repercutir negativamente en su crecimiento de forma normal. Con respecto a su dureza contra condiciones adversas podemos decir que puede soportar heladas.

➤ **Avena nuda**

Avena nuda es el nombre botánico de esta especie perteneciente a la familia Poáceas y es conocida de forma común como: avena descascarillada y avena desnuda. La avena nuda es originaria de Europa del Sur puede llegar a alcanzar noventa centímetros de altura y diez centímetros de anchura. Avena nuda se vale de anemofilia para polinizar sus flores dotadas de unidades reproductivas hermafroditas.

La especie Avena nuda se desarrollará mejor en suelos con ácido, neutro o alcalino, pudiendo llegar a soportar terrenos pobres en nutrientes. Su parte subterránea crecerá con vigor en soportes con textura arenosa, franca, arcillosa o muy arcillosa, éstos se pueden mantener generalmente secos o húmedos. Es de suma importancia regar teniendo en cuenta la información anterior, pero también factores tales como: exposición al sol, temperatura, textura del suelo, época del año, etc. Todo ello para buscar un equilibrio más o menos constante en la humedad del soporte. Un aspecto interesante a comentar es que soporta bien la sequía y no tolera los encharcamientos, por lo que la zona de plantación debe estar muy bien drenada

2. El Cultivo de La Naranjilla en el Ecuador

Este cultivo se desarrolla desde los 1,600 a 2,400 m.s.n.m. siendo la altura óptima alrededor de los 1,800 m.s.n.m. en la zona ecuatorial y algo más bajo en zonas más alejadas del Ecuador.

Se considera que las alturas entre 1,600 a 2,000m son apropiados para la siembre de la naranjilla dulce y las alturas superiores a los 2,000m apropiadas para el cultivo

de la naranjilla acida. El rango de temperatura aceptado para el cultivo es de 16° a 24°C, teniendo como temperaturas óptimas 17 °- 18° C. La naranjilla requiere además de precipitaciones que oscilen entre 1,600 a 2,800 mm anuales siendo la precipitación óptima la de 2.500 mm.

2.1 ZONAS DE PRODUCCIÓN

En el 2015 en la región amazónica se encontraba el 93% de la producción nacional de naranjilla principalmente en las provincias de Napo, Pastaza, Morona Santiago y Sucumbíos. El 7 % restante se cultivaba en las estribaciones oriental y occidental de la sierra

Cuadro No. 2

Datos de superficie cosechada, producción y rendimiento de las principales provincias productoras de la naranjilla

Provincias	Superficie cosechada (ha)	Producción (tm)	Rendimiento (tm/ha)
Oriente	4111	18588	4,52
Napo	1310	4780	3,65
Pastaza	1278	6412	5,02
Sucumbios	842	3380	4,01
Morona Santiago	508	3186	6,27
Zamora Chinchipe	108	445	4,12
Orellana	65	385	5,92
Sierra	914	4008	4,39
Pichincha	502	2545	5,07
Imbabura	312	1083	3,47
Tungurahua	52	182	3,50
Cotopaxi	48	198	4,12
Nivel Nacional	5025	22596	4,50

Fuente: MAGAP/ Dirección de información geográfica y Agropecuaria

2.2 Origen de la naranjilla

Grafico N° 2



“Según **(Revelo, 2010)** manifiesta que el origen de esta solanácea fue designado por el valle de Pastaza, sin embargo, evidencias posteriores de su existencia en otras latitudes, la describen como una planta originaria de los bosques de la región subtropical húmeda, en las faldas hacia el oriente y aun al Occidente de la cordillera de los Andes de Ecuador, Colombia y Perú.” Esta fruta fue domesticada por los españoles cuando llegaron a América, en tiempo de la colonia fue descrita por varios cronistas como naranjilla o naranjita de Quito, en referencia a la Real Audiencia de Quito, en donde se desprende el nombre de quiteñoense dado por Lamarck a esta especie que presenta espinas en los tallos y hojas originarias del sur de Colombia.

Anteriormente, las variedades de *Solanum quiteñoense* se distribuyeron al largo de América, desde Chile hasta Estados Unidos, principalmente en universidades y centros de investigaciones para estudiar su comportamiento y el potencial como cultivo. En EEUU, la Universidad de Indiana, incluso ha generado híbridos comerciales.

2.3 La naranjilla

La naranjilla es una fruta que contiene vitamina C al igual que la naranja, el limón e incluso el kiwi. Siendo una vitamina que fortalece las defensas del cuerpo y evita que nos enfermemos fácilmente, además contiene fibra la cual ayuda a la digestión de los alimentos, también atrapa el exceso de grasa y evita el aumento de colesterol malo, mismo que suele acumularse en las arterias y en muchos casos provocar problemas cardiacos.

2.4 Beneficios de la naranjilla

- Este fruto posee propiedades diuréticas, lo que ayuda al organismo en cuanto al desecho de toxinas por vía urinaria; incrementa la calidad y cantidad en la formación del cabello y las uñas, además de fortalecer los huesos; también disminuye ligeramente los niveles de colesterol malo en el cuerpo por su contenido ácido.
- También facilita y aumenta la eliminación natural de ácido úrico y de las toxinas que se encuentren presentes en el organismo producto de las rutinas diarias; aumenta las defensas e intervine la digestión de los alimentos y su paso por el tracto digestivo, ayudando al organismo en este proceso de forma continua durante su consumo; y como si todo esto fuera poco, su consumo constante ayuda a luchar contra enfermedades nerviosas y mejora los niveles y calidad del sueño.
- El lulo es una fuente importante de hierro, fósforo, vitamina "A", vitamina "B", vitamina "C", calcio, potasio, fibra, azúcares no procesados, grasas y proteínas, lo cual unido a su exquisito sabor lo convierte en un fruto altamente beneficioso para el organismo, especialmente si es consumido de forma regular.

➤ Esta fruta posee propiedades no solo nutritivas, sino también curativas, ya que además de ser fuente de vitaminas, nutrientes y energía, puede curar enfermedades localizadas en las encías, el dolor de muelas, escorbuto y debilidad dental en general; se ha comprobado su influencia positiva en el proceso depurativo de la sangre; ayuda a combatir resfriados y enfermedades de los bronquios, mucosidades en la garganta, libera las vías respiratorias, y disminuye las fiebres.

2.5 Variedades

La literatura reporta los siguientes tipos de naranjilla:

- **Naranjilla Agria:** Fruto redondo, ligeramente achatado en los polos, de color amarillo; corteza delgada, resistente al transporte, pulpa de sabor ácido; se utiliza en refrescos, helados y alimentos preparados. La planta es vigorosa y resistente al ataque de insectos.
- **Naranjilla Dulce:** Fruto de forma redonda, color rojo a anaranjado, tamaño grande, comparado con la anterior, la corteza es más gruesa, pero de menos resistencia al transporte y almacenamiento. La planta es delicada y susceptible al ataque de insectos. Híbrido cocona por naranjilla: este es normalmente estéril y se parece más a la cocona, pero ha permitido que los rendimientos en algunos países como Ecuador, hayan vuelto a hacer rentable el cultivo subiendo 5 TM por hectárea al año, con este híbrido se ha subido a 18 TM.

2. MARCO TEORICO CONCEPTUAL

2.1 EMPRESA

“Según (León, 2012) Define a la empresa, como la unidad económico-Social que tiene como finalidad la obtención de un beneficio o utilidad, tanto para el empresario y su organización como para la sociedad en la que está inmersa, donde se coordinan el capital, recursos naturales, el trabajo y la dirección para satisfacer las necesidades del mercado.

2.2 CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS

➤ POR SU TAMAÑO

Pequeña

“Según (Lourdes, 2007) Nos dice que las pequeñas empresas están conformadas por una nómina de, 11- 50 empleados.

➤ POR SU FINALIDAD

Privada

“Según (Lourdes, 2007) Menciona que en la empresa privada el capital es propiedad de inversionistas y su finalidad es la obtención de utilidades.

➤ POR SU ACTIVIDAD ECONÓMICA

Industrial

“Según (Lourdes, 2007) Menciona que este tipo de empresa produce bienes mediante la

Transformación y extracción de materias primas.

2.3 PROYECTO DE INVERSION

“Según (Urbina, 2010) Menciona que el proyecto de inversión, se puede describir como un plan que, si se le asigna determinado monto de capital y se le proporciona insumos de varios tipos, podrá producir un bien o servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general. La evaluación de un proyecto de inversión, cualquiera que éste sea, tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable.

2.4 ESTUDIO DE MERCADO

2.4.1 Objetivo del estudio de mercado

“Según (Pimentel, 2008) Menciona que el objetivo fundamental de un estudio de mercado consiste en determinar la factibilidad de instalar una nueva unidad productora de bienes o servicios, mediante la cuantificación de las cantidades que de esos bienes o servicios una determinada comunidad estaría dispuesta a adquirir a un cierto precio. Adicionalmente, los resultados del estudio del mercado resultan útiles en las decisiones concernientes al tamaño y localización de dicha unidad productora.

2.4.2 DEMANDA

“Según (Urbina, 2010) La demanda se define como la respuesta al conjunto de mercancías o servicios, ofrecidos a un cierto precio en una plaza determinada y que los consumidores están dispuestos a adquirir, en esas circunstancias. A mayor volumen de compra se debe obtener un menor precio. Es bajo estas circunstancias

como se satisfacen las necesidades de los consumidores frente a la oferta de los vendedores.

- **Demanda Potencial**

Según el (Rubira, 2013) Es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio en unas condiciones y tiempo determinado, y se expresa en unidades físicas o monetarias. La Demanda Potencial del Mercado es la hipótesis respecto a cuantos individuos son posibles compradores del producto y se forma a partir de demandas individuales.

- **Demanda real**

Según el autor (Guerrero, 2005) la demanda real son las necesidades reales de nuestros clientes, también referidos al periodo de tiempo mencionado. Esta demanda puede conocerse mediante estudios y sondeos, y mediante estudios de mercado. La demanda real puede ser diferente a la efectiva en un periodo de tiempo más o menos largo, ya que esta última puede obedecer a decisiones especiales tomadas por los clientes. Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto, en el mercado.

- **Demanda Efectiva**

“Según (Urbina, 2010) la demanda efectiva es la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que puedan acceder al producto, aunque quisiera hacerlo.

2.4.3 OFERTA

“Según (Torres, 2013) nos dice que la oferta es el ofrecimiento de un bien que se

desea vender a un precio determinado. Es la cantidad de bienes o servicios a la venta que existe en el mercado por su oferente, muestra las distintas cantidades de un bien que el oferente está dispuesto a ofrecer por unidad de tiempo a los distintos precios alternativos.

2.4.4 SEGMENTACIÓN DE MERCADO

“Según (Nava Katiuska, 2015) Expresa que la segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores.

2.4.5 TIPOS DE SEGMENTACIÓN DE MERCADO

- **Segmentación Geográfica**

“Según (Moreno, 2014) Expresa que es la división del mercado en unidades geográficas diferentes como naciones, estados, regiones, contados, comunas, ciudades o vecindarios.

- **Segmentación Demográfica**

“Según (Keller, 2006) Menciona que la segmentación demográfica consiste en dividir el mercado en distintos grupos según variables como la edad, el tamaño del núcleo familiar, el ciclo de vida familiar, el sexo, los ingresos, la ocupación, el nivel educativo, la religión, la raza, la generación, la nacionalidad y la clase social. Existen muchas razones por las que este tipo de segmentación es tan reconocida como medio para identificar los diferentes grupos de consumidores. Una es que las necesidades, los deseos, el nivel de uso por parte de los consumidores y las preferencias de producto y marca suelen estar estrechamente ligados a variables

demográficas. Otra es que las variables demográficas son más fáciles de medir que el resto.

- **Segmentación Psicográfica**

“Según (Kotler, 2008) Menciona que la segmentación Psicográfica se divide a los compradores en diferentes grupos en base a su clase social, estilos de vida y características de personalidad. Las personas dentro de un mismo grupo demográfico pueden mostrar muy diferentes perfiles psicográficos.

2.4.5 MERCADOTECNIA

“Según (Lourdes, 2007) Menciona que la mercadotecnia puede definirse como el conjunto de actividades tendientes a crear, promover, distribuir y vender bienes y servicios en el momento y lugar más adecuados, y con la calidad requerida para satisfacer las necesidades del cliente.

- **Producto**

“Según (Corrales, 2010) Nos dice que el producto es el conjunto de atributos y cualidades tangibles, tales como: presentación, empaque, diseño, contenido; e intangibles, como: marca, imagen, ciclo de vida y prestigio, que el cliente acepta para satisfacer sus necesidades y expectativas.

- **Precio**

“Según (Dvoskin, 2006) Nos menciona que el precio es la asignación de un valor a un producto y/o servicio para que se puedan realizar los intercambios en una economía; en la sociedad de un país y por supuesto en la empresa necesitamos de asignar un valor monetario a los productos o servicios.

- **Plaza**

“Según (Lourdes, 2007) Menciona que la distribución o plaza consiste en la transferencia de los bienes del productor al consumidor, comprende el almacenamiento, transporte y posicionamiento del producto en el punto de venta idóneo.

- **Promoción**

“Según (Acuña, 2013) La promoción de ventas es el conjunto de actividades que estimulan la decisión de compra, su finalidad es dar a conocer el producto, acelerar, incrementar y garantizar las ventas.

2.5 ESTUDIO TECNICO

“Según (García Santillán, 2006) Indica que un estudio técnico tiene por objeto delimitar las condiciones operativas para la fabricación del producto y/o prestación del servicio, especificando las materias primas y la maquinaria a emplearse (tecnología disponible), el tamaño del proyecto, la localización de la planta, la estructura de la organización, así como la cuantificación de la inversión y de los costos asociados a ella.

2.5.1 Tamaño

“Según (Martinez, 2006) El tamaño de un proyecto se mide por su capacidad de producción de bienes o de prestación de servicios, definida en términos técnicos en relación con la unidad de tiempo de funcionamiento normal de la empresa.

2.5.2 Capacidad Instalada

Según (Armendáriz, 2014) Hace referencia al volumen de producción que puede obtener en un periodo determinado en una cierta rama de actividad. Se relaciona

estrechamente con las inversiones realizadas: la capacidad instalada depende del conjunto de bienes de capital que la industria posee, determinando por lo tanto un límite a la oferta que existe en un momento dado.

2.5.3 Capacidad Utilizada

“Según (Silva, 2010) La capacidad utilizada es el volumen máximo de producción que se genera efectivamente en cada uno de los años de la proyección.

2.5.4 LOCALIZACIÓN

“Según (Martínez, 2006) Se refiere a la macro localización y la micro localización de la nueva unidad de producción llegándose hasta la definición precisa de su ubicación en una ciudad o en una zona rural.

- **Distribución de la planta**

“según (Quezada, 2009) la distribución de la planta consiste en la ordenación física de los factores y elementos industriales que participan en el proceso productivo de la empresa, en la distribución del área, en la delimitación de las figuras, formas relativas y ubicación de los distintos departamentos. El principal objetivo es que la disposición de elementos sea eficiente y se realice de forma tal, que contribuya satisfactoriamente a la consecución de los fines fijados de la empresa.

- **Proceso de producción**

“Según (Billene, 2010) el proceso de producción es el conjunto de acciones realizadas deliberadamente sobre determinados recursos que denominamos “insumos” con el objeto de obtener nuevos productos o servicios (que impliquen un valor agregado en los insumos) .

2.6 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

“Según (Espinoza, 2007) Este estudio tiene que ver con la definición de la estructura organizativa que se hará responsable del proyecto tanto en la fase de ejecución como en la de operación. Para la fase de ejecución se hace necesario diseñar una estructura organizativa dentro de la empresa que le permita administrar el proceso de contratación, compras, adquisiciones, construcciones, etc. Para la fase de operaciones hace necesario definir una estructura organizativa completamente diferente de la de la fase de ejecución y cuyo objetivo principal es poner a funcionar el proyecto y alcanzar los objetivos trazados.

NIVELES JERARQUICOS

- **Nivel legislativo**

“Según (Susana Delgado González, 2011) Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operan, están conformados por dueños de la empresa.

- **Nivel Ejecutivo**

“Según (Susana Delgado González, 2011) Se integran los distintos jefes o mandos intermedios. En él se toman decisiones de tipo técnico, relativas al cumplimiento de los planes y programas diseñados para alcanzar los fines generales.

- **Nivel Asesor**

“Según (Susana Delgado González, 2011) Normalmente constituye el nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial.

- **Nivel de Apoyo**

“Según (Susana Delgado González, 2011) Se conforma con todos los puestos de trabajo que tiene relación directa con las actividades administrativas de la empresa.

- **Nivel Operativo**

“Según (Susana Delgado González, 2011) Está conformado por todos los puestos de trabajo que tiene relación directa con las plantas de producción

2.6.1 ORGANIGRAMAS

“Según (Rosa Gutiérrez, 2015) Los organigramas son la representación gráfica de la estructura formal de una empresa que refleja de forma esquemática sus distintos niveles, elementos, líneas de autoridad, jerarquía de puestos, funciones y relaciones entre las distintas partes, identificando el funcionamiento de la gestión desde la cima hasta la base de le empresa

- **Organigrama estructural**

“Según (Rosa Gutiérrez, 2015) Muestran los departamentos de la empresa y las relaciones entre ellos.

- **Organigrama funcional**

“Según (Sánchez, 2012) Contiene las funciones principales de una empresa, también sus unidades y la relación que existe entre ellas.

- **Organigrama de puestos**

“Según (Briceño, 2015) Indican la necesidad en cuanto a puestos y el número de plazas existentes o necesarias para cada unidad consignada.

- **Organigrama Vertical**

“Según (Sánchez, 2012) Viene distribuido de arriba hacia abajo, mostrando los

distintos niveles jerárquicos de manera escalonada, este tipo de organigrama vertical es uno de los más usados.

- **Organigrama Horizontal**

“Según (Rosa Gutiérrez, 2015) Representan la estructura organizativa de izquierda a derecha por orden de importancia.

2.6.2 MANUALES

“Según (América, 2015) Los manuales son documentos escritos que concentran en forma sistemática una serie de elementos administrativos con el fin de informar y orientar la conducta de los integrantes de la empresa.

- **Manual de Organización**

“Según (Ortiz, 2014) En este manual se especifican las diversas unidades orgánicas que componen la empresa.

- **Manual de procedimientos**

“Según (Ortiz, 2014) En este manual se establecen los principales procedimientos que ocurren al interior de la empresa, por ejemplo, contratación de personal.

- **Manual De Puestos**

Según el autor (Jiménez, 2007) Documenta información ordenada y específica sobre la ubicación, descripción de funciones, responsabilidades, condiciones de trabajo y características necesarias para que cada puesto dentro de la organización sea desempeño de la mejor forma.

- **Manual De Funciones**

“Según el autor (Jiménez, 2007) Es un documento que se prepara en una

organización con el fin de delimitar las responsabilidades y las funciones de sus funcionarios. En este manual se agrupan todas las actividades relacionadas con el funcionamiento y operación de la institución o de unidad organizativa específica. Este manual documenta los conocimientos, experiencia y tecnología de la institución, para hacer frente a sus retos y funciones, con el propósito de cumplir adecuadamente con su misión.

2.7 ESTUDIO FINANCIERO

“Según (Espinoza, 2007) menciona que el objetivo de este estudio es determinar, por medio de indicadores financieros, la rentabilidad del proyecto, para lo cual es necesario estimar en detalle los ingresos, así como los costos de inversión inicial y los costos de operación del proyecto.

2.7.1 Activos Fijos

(Ismael Granados, 2005) Los activos fijos son activos producidos que se utilizan repetida o continuamente en procesos de producción durante más de un año. La característica que distingue a un activo fijo no es que sea durable en algún sentido físico, sino que puede utilizarse repetida o continuamente en la producción por un tiempo largo.

2.7.2 Activo fijo tangible

(Ismael Granados, 2005) Son aquellos que tienen una configuración física Ej.: Terrenos, Edificios, Vehículos, Muebles y Enseres, Maquinaria y Equipos.

2.7.3 Activo Intangible

(Ismael Granados, 2005) Son los que no tienen configuración física, pero que confieren a su propietario cierto derecho exclusivo, ya sea sobre una patente, una

marca, un derecho de autor, etc.

2.7.4 Depreciación

(Ismael Granados, 2005) Es la pérdida de valor de un activo fijo, por su uso, desgaste natural. Ej. Edificios, vehículos, Muebles y Enseres, Equipo de Oficina.

2.7.5 Presupuesto de ingresos

“Según (Pimentel, 2008) La determinación de los ingresos de un proyecto depende fundamentalmente del tamaño de la unidad productora y del estudio del mercado por cuanto, mediante los resultados del mismo se podrán definir la cantidad de productos que pueden ser colocados en el mercado y a qué precios.

2.7.6 Presupuestos de Costos y Egresos.

“Según (Pimentel, 2008) Tiene como finalidad inmediata estimar con la mayor precisión posible los costos en que se incurrirá durante un periodo, en el cumplimiento de las actividades que dieron origen a la constitución de la compañía.

2.7.7 Costos de administración

“Según (Urbina, 2010) Como su nombre lo indica, los costos que provienen de realizar la función de administración en la empresa. Sin embargo, tomados en un sentido amplio, no sólo significan los sueldos del gerente o director general y de los contadores, auxiliares, secretarias, así como los gastos generales de oficina.

2.7.8 Costos financieros

“Según (Urbina, 2010) Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo. Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y de administración, pero lo correcto es registrarlos por separado, ya que

un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay por qué cargarlo a un área específica. La ley tributaria permite cargar estos intereses como gastos deducibles de impuestos. El detalle de cómo se calculan y se aplican aparece en “Financiamiento.

2.7.9 Capital de trabajo

“Según (Espinoza, 2007) se refiere a la cantidad de efectivo necesaria para la operación del proyecto. Normalmente este capital de trabajo va relacionado con el nivel de actividad del proyecto y se recupera una vez que el proyecto finalice su vida útil.

2.7.10 Punto de equilibrio

“Según (Horngren Charles, 2006) El punto de equilibrio es el nivel de ventas con el que los ingresos son iguales a los gastos y la utilidad neta es cero, En otras palabras, a este nivel de producción y ventas la utilidad operacional es cero, o sea, que los ingresos son iguales a la sumatoria de los costos y gastos operacionales. También el punto de equilibrio se considera como una herramienta útil para determinar el apalancamiento operativo que puede tener una empresa en un momento determinado.

2.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

“Según (Chain, 2005) Esta evaluación consiste en decidir si el proyecto es factible o no, combinando operaciones matemáticas a fin de obtener coeficientes de evaluación, lo cual se basa en los flujos de los ingresos y egresos formulados con precios de mercado sobre los que puede aplicarse factores de corrección para contrarrestar la inflación, se fundamenta en los criterios más utilizados como son:

Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Análisis de Sensibilidad, se determina además el Periodo de Recuperación de la Inversión y Beneficio Monetario.”

2.8.1 Flujo de caja

“Según (Rodríguez, 2013) Nos dice que se entiende por flujo de caja o flujo de fondos los flujos de entradas y salidas de caja o efectivo, en un periodo dado. El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de la empresa.

El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar.

- Problemas de liquidez. - El ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, un siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero.
- Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base del cálculo del valor actual neto y de la tasa interna de retorno
- Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se extiende por las normas contables no representan adecuadamente la realidad económica.

2.8.2 Valor Actual Neto

“Según (Franciso Jimenes, 2007) consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado de las inversiones y otros egresos de efectivo.

Si el valor actual neto (VAN) de un proyecto es positivo, la inversión deberá realizarse y si es negativo, deberá rechazarse. Las inversiones con valores actuales

netos positivos incrementan el valor de la empresa puesto que tienen un rendimiento mayor que el mínimo aceptable.

$$VAN = \sum VAN \text{ ACTUALIZADO} - INVERSION$$

2.8.3 Periodo de recuperación de capital

“según (Michael Ehrhardt, 2006) Es el numero previsto de años que se tardara en recobrar la inversión original; fue el primer método formal con que se evaluaron los proyectos de presupuestación del capital.

2.8.4 Tasa interna de retorno

“Según (Francisco Jiménez, 2007) La tasa interna de retorno de una inversión o proyecto es la tasa efectiva anual compuesto de retorno o tasa de descuento que hace que el valor actual neto de todos los flujos de efectivo (tanto positivos como negativos) de una determinada inversión igual a cero.

En términos más específicos, la TIR de la inversión es la tasa de interés a la que el valor actual neto de los costos (los flujos de caja negativos) de la inversión es igual al valor presente neto de los beneficios (flujos positivos de efectivo) de la inversión.

2.8.5 Análisis De Sensibilidad

“Según (Pimentel, 2008) Cualquier tipo de análisis requiere de estimaciones sobre las variables que intervienen en el proceso las mismas que están sujetas a cambios por fluctuaciones que puedan 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.

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Para el desarrollo de la investigación se utilizaron métodos y técnicas los mismos que ayudaron a recabar, analizar y ordenar de forma clara y precisa la información obtenida de las familias, ofertantes y proveedores de la ciudad de Loja.

1. Materiales

Para el desarrollo del proyecto se utilizaron los siguientes materiales:

Suministros de oficina

- ❖ Resmas de papel bond
- ❖ Esferográficos
- ❖ Carpetas
- ❖ Tinta para impresora
- ❖ Libros
- ❖ Grapadora
- ❖ Perforadora

Equipo de cómputo

- ❖ Computadora
- ❖ Impresora

Equipo de oficina

- ❖ Calculadora
- ❖ Grapadora
- ❖ Perforadora
- ❖ Flash Memory

2. Métodos

A continuación, se detallan los métodos que se utilizaron para el desarrollo del presente trabajo investigativo.

2.1 Método Inductivo

Este método permitió la recopilación de información sobre el proceso que se realiza en cada una de las fases del proyecto y además permitió definir el grado de

aceptación del segmento de la población encuestada y la percepción del usuario frente al consumo y adquisición de la avena en la ciudad de Loja.

2.2 Método Deductivo

Se lo utilizo para el análisis minucioso particular de los hechos y fenómenos relacionados con el proceso productivo de la bebida de avena con sabor a naranjilla, así como el establecimiento de conclusiones y recomendaciones.

3. Técnicas

3.1 Encuesta

Con esta técnica se recopiló información directa de las personas las cuales serán nuestros clientes potenciales. La encuesta se aplicó a todas las familias de la ciudad de Loja con la finalidad de conocer si el producto va a tener acogida en el mercado, para lo cual se aplicó 397 encuestas.

3.2 Observación

Permitió ponernos en contacto con los hechos y actos que permitieron registrar y valorar comportamientos observados, para obtener un conocimiento real acerca de la avena objeto del presente estudio investigativo.

3.3 Población

La población tomada para el desarrollo del proyecto se lo realizó a las diferentes familias de la ciudad de Loja, las cuales constituyeron la población o el conjunto de personas hacia quien estuvo dirigido el presente estudio de mercado; de acuerdo a los datos del censo del año 2010, la población urbana de la ciudad de Loja es de 170280 habitantes y una tasa de crecimiento de 2,65%, cuya proyección se describe a continuación.

Proyección de la población por familias Formula.

Fórmula:

$$Pf = Po(1 + i)^n$$

$$Pf = 170280(1 + 2.65\%)^6$$

$$Pf = 170280(1.0265)^6$$

$$Pf = 170280(1.1699)$$

$$Pf = 49803 \text{ Familias}$$

Donde

Pf= Población final

Po= Población inicial

i = Tasa de crecimiento Anual

n= Años transcurridos

Proyección de la población urbana de la ciudad de Loja

CUADRO N° 3		
Periodo	Año	# De familias (2,65%)
0	2016	49803
1	2017	51123
2	2018	52478
3	2019	53868
4	2020	55296
5	2021	56761

Fuente: INEC

Elaboración: La Autora

3.4 Muestra

Para la determinación del tamaño de la muestra se aplicó la siguiente formula:

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

$$n = \frac{49803}{1 + 49803(0.05)^2}$$

$$n = \frac{49803}{1 + 49803(0.05)}$$

$$n = \frac{49803}{125,51}$$

n= 397 Encuestas

Donde

n = Muestra

N = Población de estudio

e = Margen de error

Cuadro de distribución de las encuestas
Cuadro N° 4

PARROQUIAS URBANAS	POBLACIÓN POR FAMILIAS	%	ENCUESTAS
El Valle	9.445	17.88	71
Sucre	18.495	35.01	139
Sagrario	7.454	14.11	56
San Sebastián	17.433	33.00	131
TOTAL	52.827	100.00	397

Fuente: INEC censo población y vivienda del año 2010

Elaboración: La Autora

f. RESULTADOS

f.1 Resultados de la encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja.

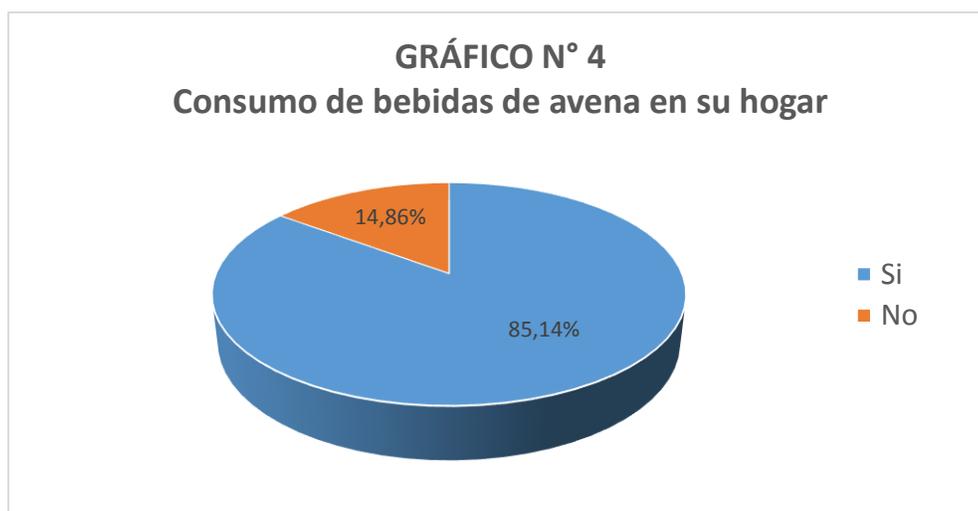
1. En su hogar consumen bebidas elaboradas a base de avena

Cuadro No.5
Consumo de bebidas de avena en su hogar

	Frecuencia	Porcentaje
Si	338	85,14%
No	59	14,86%
Total	397	100%

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora



Fuente: La encuesta

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos de las encuestas se determina: que el 85,14% de los encuestados consumen bebidas elaboradas a base de avena, mientras que el 14,86%; no consumen. Esta interrogante ayudó a determinar los Demandantes Potenciales. Así mismo se manifiesta que para el cálculo de las respectivas demandas se tomó en cuenta únicamente el 85,14%; es decir 338 encuestados los cuales sirvieron para continuar con el respectivo análisis.

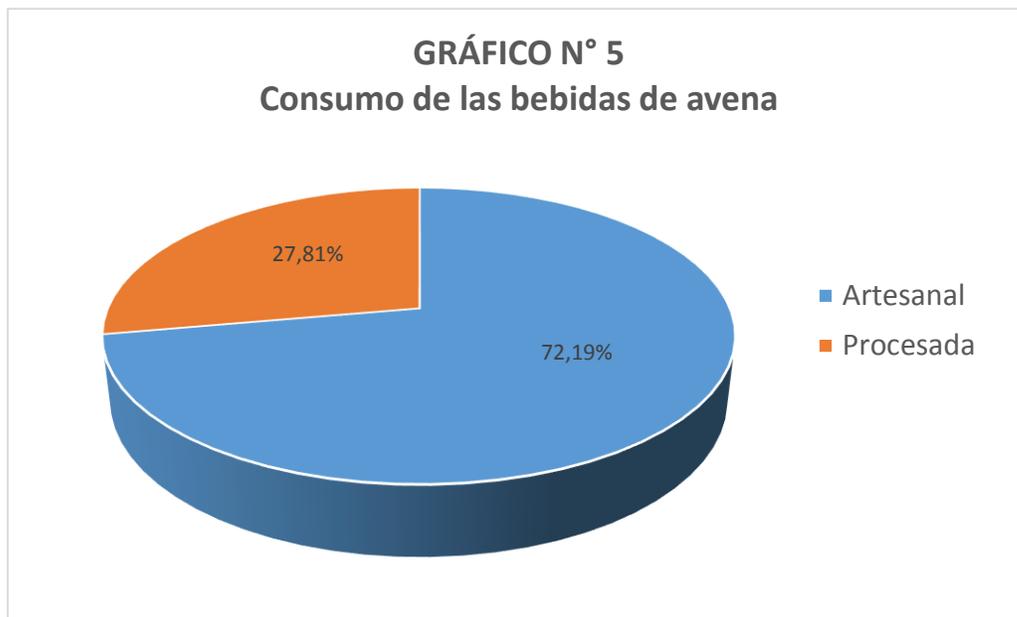
2. Actualmente consume las bebidas elaboradas de forma:

Cuadro No. 6
Consumo de las bebidas de avena

	Frecuencia	Porcentaje
Artesanal	244	72,19%
Procesada	94	27,81%
Total	338	100%

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación:

Según los resultados obtenidos de las encuestas se determina: que el 72,19% de los encuestados prefieren consumir bebidas elaboradas a base de avena, de forma artesanal, mientras que el 27,81%; prefieren consumir las bebidas elaboradas a base de avena de forma procesada.

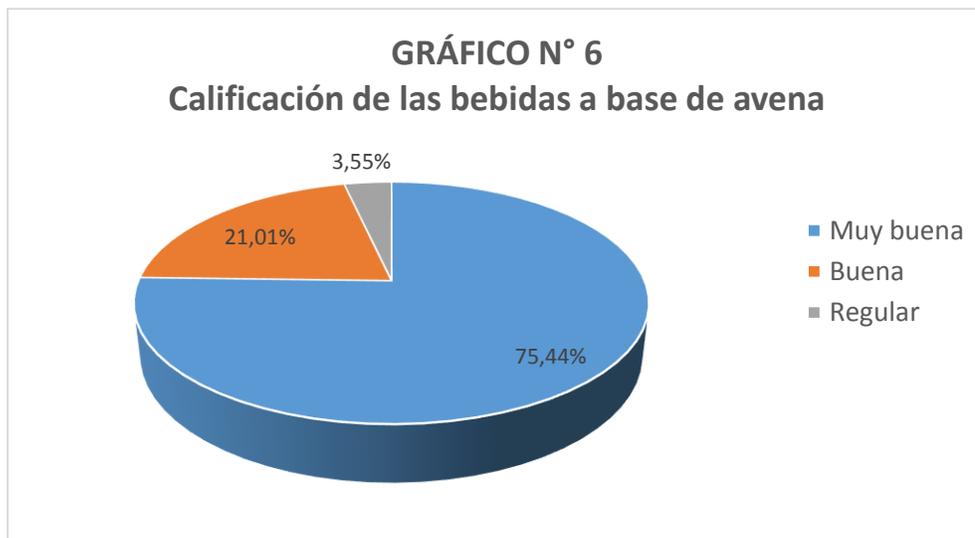
3. Como Califica usted la calidad de las bebidas elaboradas a base de avena.

Cuadro No.7
Calificación de las bebidas a base de avena

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	255	75,44%
Buena	71	21,01%
Regular	12	3,55%
Total	338	100%

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación:

Según los resultados obtenidos de las encuestas se determina: que el 75,44% de los encuestados nos dijeron que la calidad de las bebidas elaboradas a base de avena es muy buena, el 21,01% nos dijeron que la calidad de las bebidas es buena y finalmente el 3,55% nos dijeron que la calidad de las bebidas es regular.

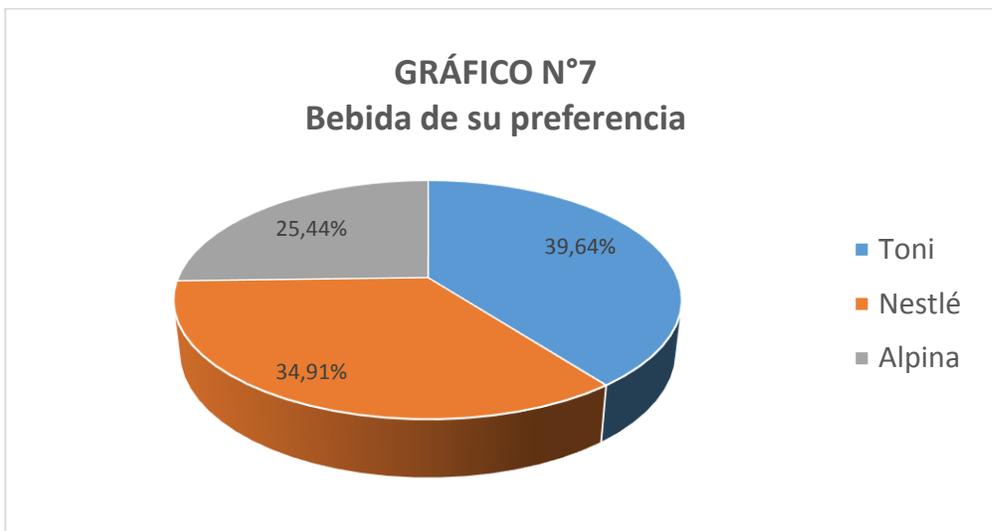
4. Que marca de bebida a base de avena es de su preferencia.

Cuadro No. 8
Bebida de su preferencia.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Toni	134	39,64%
Nestlé	118	34,91%
Alpina	86	25,44%
Total	338	100%

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación:

Las marcas de bebidas elaboradas a base de avena que se ofrecen en el mercado y que son de preferencia de los consumidores tenemos, que el 34,91% consumen la marca de Nestlé; el 39,91% de los encuestados adquieren el producto de Toni y finalmente el 25,44% de los encuestados adquieren el producto de Alpina.

5. Actualmente consume bebidas elaboradas a base de avena y naranjilla.

Cuadro No.9
Consumo de bebidas de avena y naranjilla

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	272	80,95%
No	64	19,05%
Total	336	100%

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación:

Según los resultados obtenidos de las encuestas se determina: que el 80,95% de los encuestados consumen bebidas elaboradas a base de avena y naranjilla, mientras que el 19,05%; no consumen. Esta interrogante ayudo a determinar los Demandantes Reales. Así mismo se manifiesta que para el cálculo de las respectivas demandas se tomó en cuenta únicamente el 80,95%; es decir 272 encuestados los cuales sirvieron para continuar con el respectivo análisis.

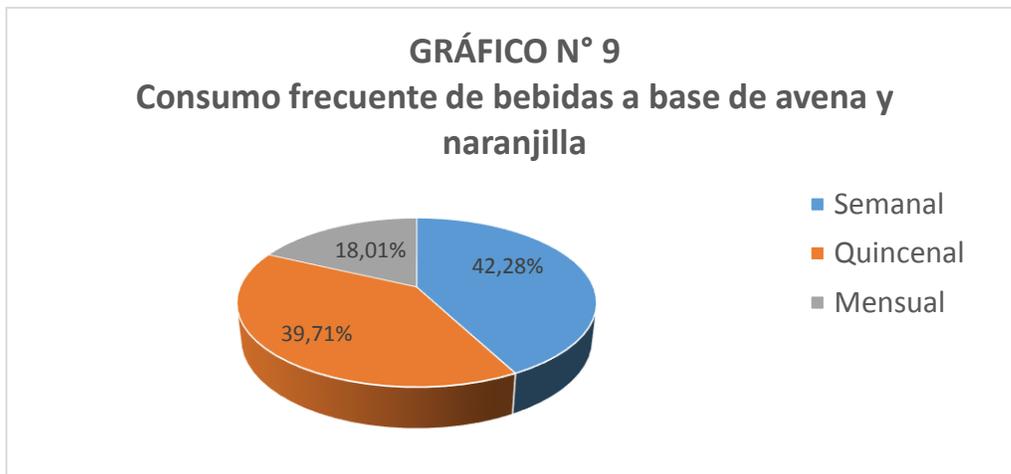
6. Con que frecuencia consume usted las bebidas elaboradas a base de avena y naranjilla.

Cuadro No. 10
Consumo frecuente de bebidas a base de avena y naranjilla

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	115	42,28%
Quincenal	108	39,71%
Mensual	49	18,01%
Total	272	100%

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

Según los resultados obtenidos de las encuestas se determina: que el 42,28% de los encuestados nos dijeron que consumen semanalmente las bebidas elaboradas a base de avena y naranjilla; el 39,71% nos dijeron que consumen quincenalmente las bebidas elaboradas a base de avena y naranjilla y finalmente el 18,01% nos dijeron que consumen mensualmente las bebidas elaboradas a base de avena y naranjilla.

Calculo promedio del consumo de bebidas elaboradas de avena. Análisis e

Cuadro N° 11

Semanal			
Detalle	Frecuencia	Semanal	Año
1	50	15	780
2	30	30	1560
3	35	38	1976
	115		4316

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora

Cuadro N° 12

Quincenal			
Detalle	Frecuencia	Quincenal	Año
1	46	20	480
2	35	30	720
3	27	40	960
	108		2160

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora

Cuadro N°13

Mensual			
Detalle	Frecuencia	Mensual	Año
1	20	20	240
2	10	20	240
3	19	40	480
	49		480

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La autora

Cuadro N. 14

PROMEDIO DE CONSUMO			
Total de Consumo	Frecuencia	Consumo Anual	Consumo Mensual
6956	272	26	2,13

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La autora

Interpretación:

El total de consumo es de 6956 bebidas de avena, de este total se divide para las 272 Familias que consumen bebidas a base de avena dando como resultado 26 que es el promedio de consumo anual.

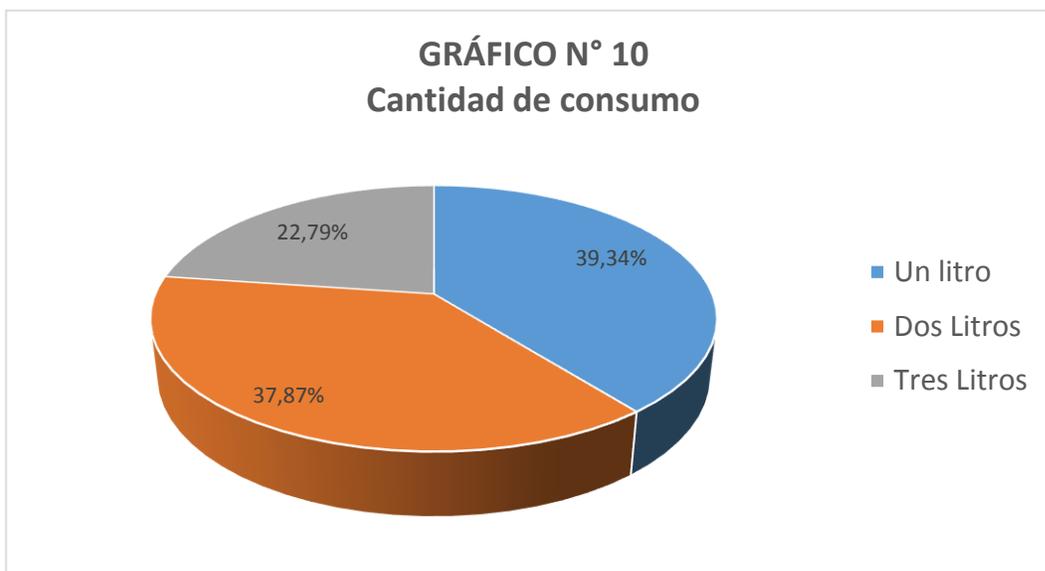
7. Que cantidad de bebidas elaboradas a base de avena y naranjilla consume.

Cuadro No. 15
Cantidad de consumo

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Un litro	107	39,34%
Dos Litros	103	37,87%
Tres Litros	62	22,79%
Total	272	100%

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación:

Según los resultados obtenidos de las encuestas se determina: que el 37,87% de los encuestados nos dijeron que consumen dos litros de bebidas elaboradas a base de avena y naranjilla; el 39,43% nos dijeron que consumen un litro de bebidas elaboradas a base de avena y naranjilla y finalmente el 27,79% nos dijeron que consumen tres litros de bebidas elaboradas a base de avena y naranjilla.

8. Cuánto paga por la bebida elaborada a base de avena y naranjilla.

Cuadro No. 16 Precio

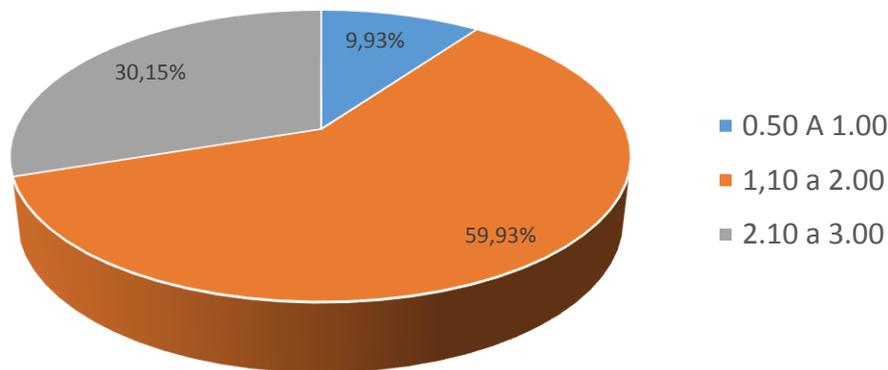
Detalle	Frecuencia	Porcentaje	XM	F(XM)
0,50 a 1,00	27	9,93%	0,75	20,25
1,10 a 2,00	163	59,93%	1,55	252,65
2,10 a 3,00	82	30,15%	2,55	209,1
Total	272	100%	4,85	482,00

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

$$\text{PRECIO PROMEDIO} = \sum f(xm) / N = 482 / 272 = \$ 2,00$$

GRÁFICO N° 11
Precio



Análisis e Interpretación:

Según los resultados obtenidos de las encuestas se determina: que el 59,93% de los encuestados nos dijeron que pagan de 1,00 a 2,00 dólares las bebidas elaboradas a base de avena y naranjilla; el 30,15% nos dijeron que pagan de 2,00 a 3,00 dólares por las bebidas elaboradas a base de avena y naranjilla y finalmente el 9.93% nos dijeron que pagan de 0,50 a 1,00 dólar por las bebidas elaboradas a base de avena y naranjilla.

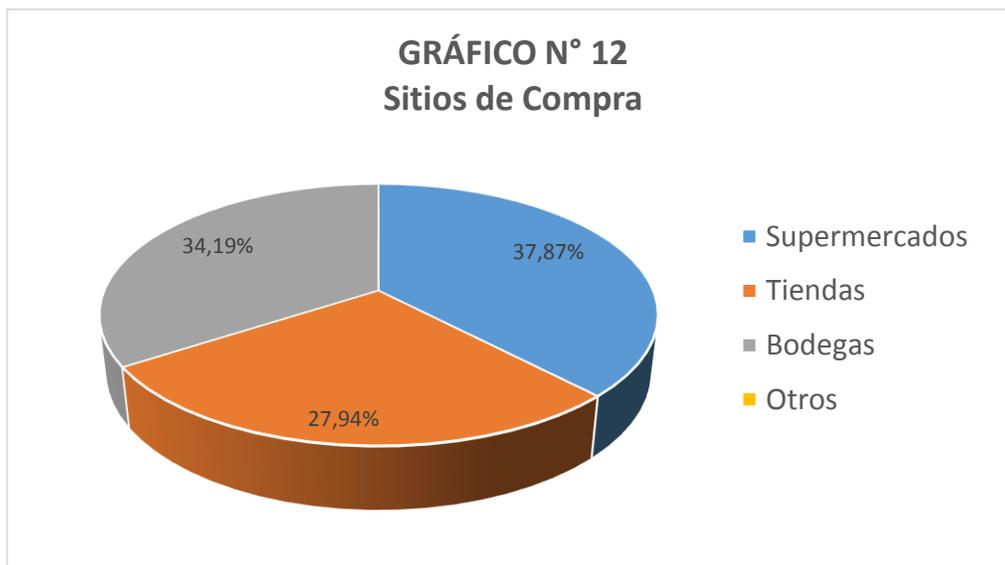
9. En qué lugar adquiere usted las bebidas elaboradas a base de avena y naranjilla.

Cuadro No. 17
Sitios de compra

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Supermercados	103	37,87%
Tiendas	76	27,94%
Bodegas	93	34,19%
Otros	0	0%
Total	272	100%

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación

Según los resultados obtenidos de las encuestas se determina: que los lugares en donde adquieren el producto los consumidores, el 37,87% por lo general lo hace en los supermercados, el 34,19% los adquieren al producto en bodegas y finalmente el 27,94% lo adquieren en tiendas.

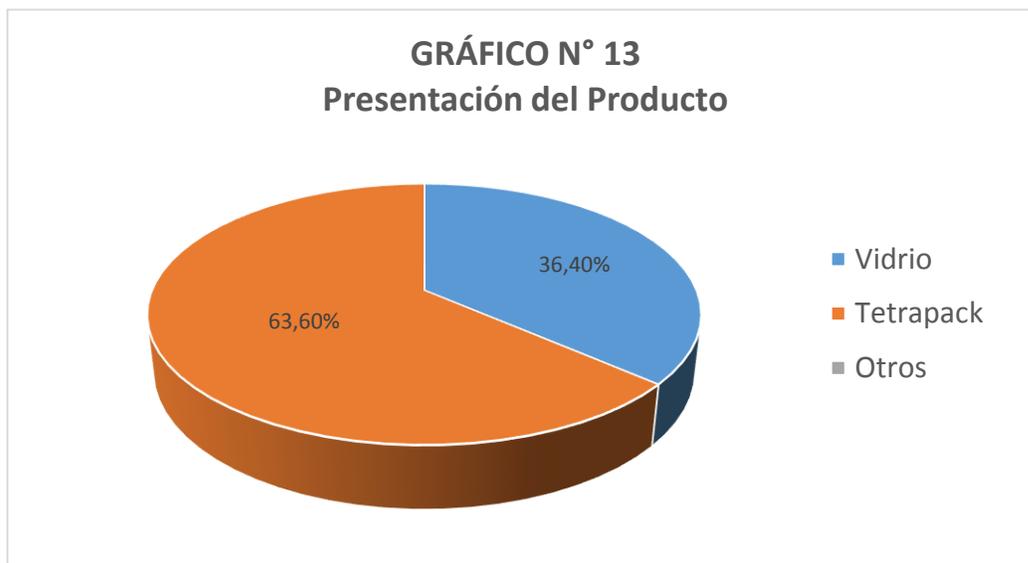
10. Indique en qué presentación le gustaría adquirir la bebida de avena con naranjilla.

Cuadro No. 18
Presentación del producto

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Vidrio	99	36,40%
Cartón Tetra pack	173	63,60%
Otros	0	0,00%
Total	272	100%

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación:

Según los resultados obtenidos de las encuestas se determina: que el 63,60% de los encuestados nos dijeron que les gustaría adquirir el producto en Tetrapak; el 36,40% nos dijeron que les gustaría adquirir el producto en vidrio.

11. Si se implementaría una empresa productora y comercializadora de una bebida con avena y naranjilla en la ciudad de Loja, usted adquiriría el producto.

Cuadro No. 19
Implementación de una empresa

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	199	72,89%
No	74	27,11%
Total	272	100%

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

Análisis e interpretación:

La aceptación que tiene la implantación de la nueva unidad productiva para las familias de la ciudad de Loja es el 72,89%, y tan solo un 27,11% no van a adquirir este producto. Lo que significa que la empresa al ejecutarse va a tener una buena acogida y de esa forma puede incursionarse en el mercado.

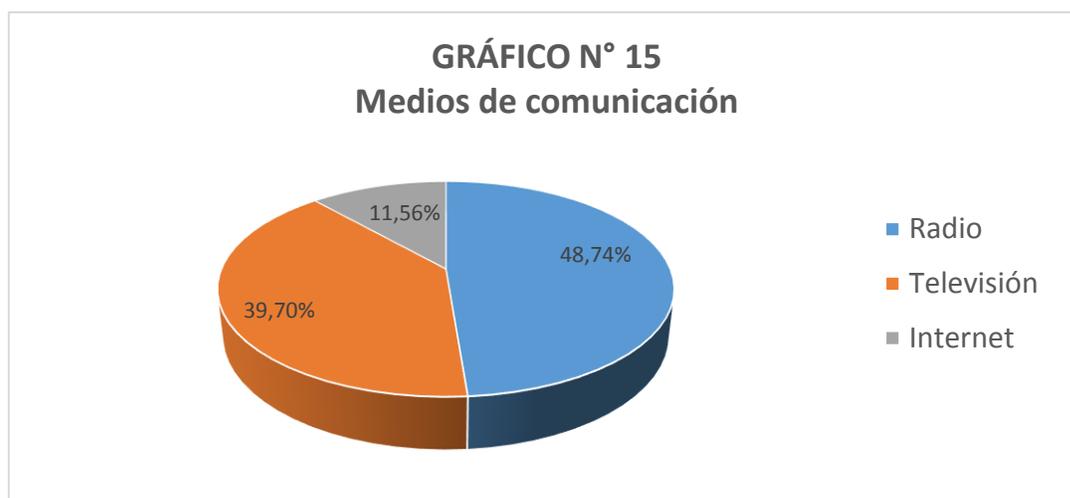
12. Porque medios de comunicación le gustaría que se dé a conocer sobre el producto.

Cuadro No. 20
Medios de Comunicación

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Radio	97	48,74%
Televisión	79	39,70%
Internet	23	11,56%
Total	199	100%

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación:

Las familias desean conocer la existencia de la nueva unidad productiva y el producto a ofrecerse, el 48,74% por la radio, el 39,70% por la televisión y finalmente el 11,56% por el internet. Esto nos da la pauta para analizar qué medios de comunicación se tienen que utilizar para hacer conocer la nueva empresa.

f.2 Análisis de las encuestas aplicadas a los distribuidores de diversos productos de la ciudad de Loja.

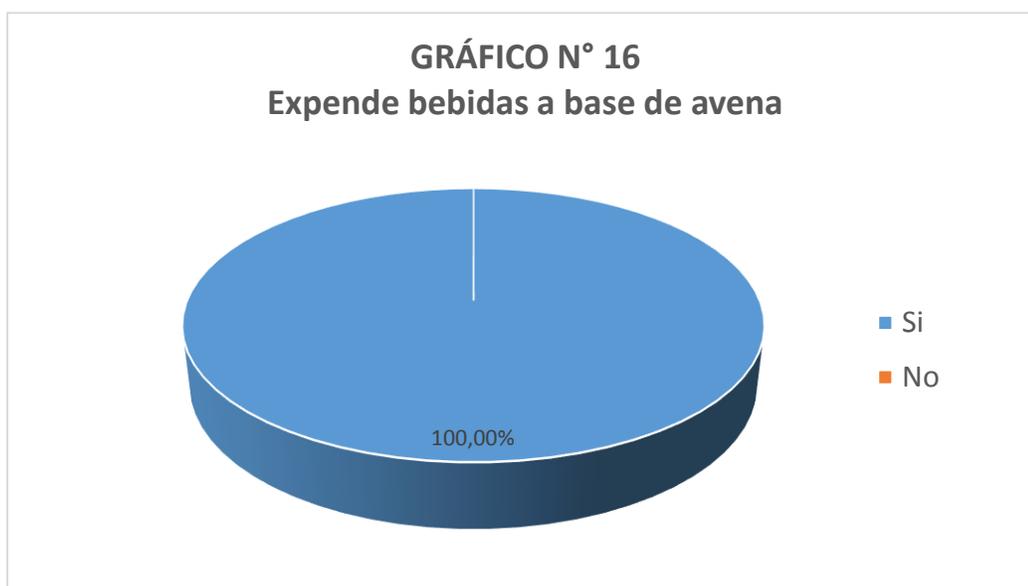
1. Expende en su negocio bebidas elaboradas a base de avena.

Cuadro No. 21
Expende bebidas a base de avena

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	100,00%
No	0	0,00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta a los oferentes

Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación:

Según el resultado de las encuestas aplicadas a las distribuidoras, el 100% manifiestan que si venden bebidas elaboradas a base de avena.

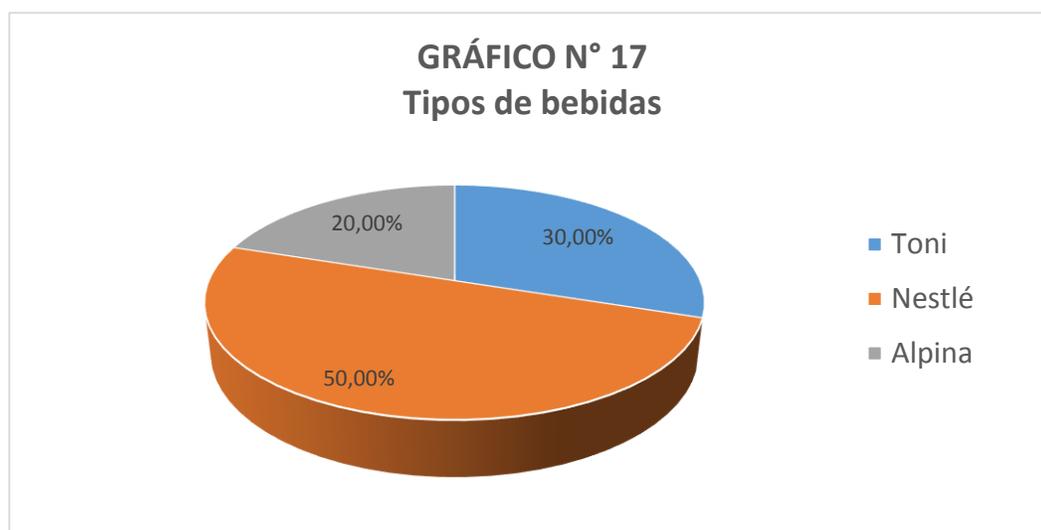
2. Qué tipo de bebidas elaboradas a base de avena prefieren los consumidores.

Cuadro No. 22
Tipos de bebidas

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Toni	3	30,00%
Nestlé	5	50,00%
Alpina	2	20,00%
Total	10	100%

Fuente: Encuesta a Oferentes

Elaboración: La Autora



Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación:

La distribución de los diferentes tipos de marca de avena en el mercado es alta, los que más se destacan son Nestlé con un 50,00; seguido por Tony con un 30%; y Finalmente Toni con un 20%.

3. Que cantidad de bebidas elaboradas a base de avena vende mensualmente.

Cuadro No. 23
Ventas Mensuales

Detalle	Frecuencia	Porcentaje	XM	Anual
400 a 500	4	40%	450	
501 a 600	5	50%	550,5	
601 a 700	1	10%	650,5	
Total	10	100%	1651	19812

Fuente: Encuestas a los Oferentes

Elaboración: La Autora

Venta Promedio Mensual = $\sum f(xm) / N = 1651 / 10 = 165,10 = 165$ bebidas

Venta Promedio Mensual = $165 * 12 = 19812$

Respecto a esta interrogante tenemos que un 40% de los encuestados vende entre 400 a 500 bebidas de avena, el 50% vende entre 501 a 600 bebidas de avena y un 10% vende entre 601 a 700 bebidas de avena.

Se observa el cálculo el promedio de la venta de las bebidas de avena, con estos resultados se calcula el valor promedio de la venta mensual que es de 165 bebidas de avena que multiplicado por 12 meses tenemos una venta 19812.

4. A qué precio usted vende las bebidas elaboradas a base de avena.

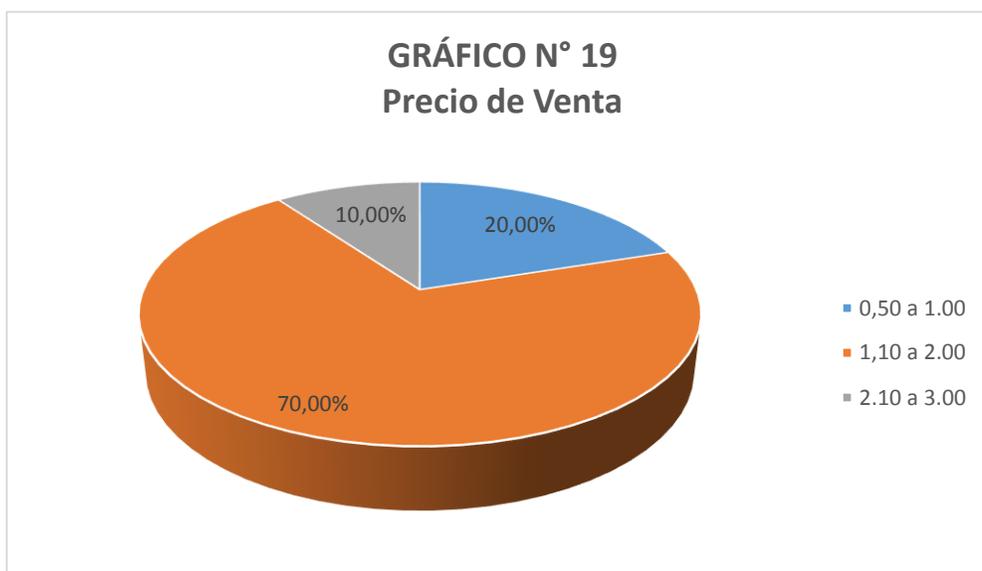
Cuadro No. 24
Precio de venta

Detalle	Frecuencia	Porcentaje	XM	XM (FR)	Anual
0,50 a 1.00	2	20%	0,75	2	18
1,10 a 2.00	7	70%	1,55	11	130
2.10 a 3.00	1	10%	2,55	3	31
Total	10	100%		15	179

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

$$\text{PRECIO PROMEDIO} = \sum f(xm) / N = 15 / 10 = \$1,49$$



Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

Análisis e Interpretación:

Con respecto a esta interrogante el precio de este producto que los oferentes ofrecen en el mercado el 70% nos dijeron que está entre \$1,10 a \$2,00; el 20% su precio de venta de este producto es \$0.50 a \$1,00 dólares; el 10% lo ofrecen entre \$2,10 a \$3,00.

g. Discusión

1. Estudio de Mercado

El estudio de mercado es la primera etapa del proyecto lo cual es de vital importancia porque se estudia los principales componentes del producto como son: el Precio, Plaza; Promoción, Canales de distribución, lo cual permitirá que nuestro producto tenga una buena aceptación en el mercado.

Análisis de la demanda

La demanda está determinada por el número de unidades de un bien, producto y/o servicio, que los consumidores están dispuestos a adquirir en un mercado y tiempo determinado, tomando en cuenta las condiciones de precio, calidad, gustos y preferencias. En el presente caso se ha realizado el análisis de la demanda de una bebida elaborada a base de avena y naranjilla en la ciudad de Loja.

Demanda Potencial

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un producto en el mercado. La demanda potencial es considerada por la totalidad de la población en estudio así tenemos:

Cuadro No. 25 Demanda Potencial

Años	Población	Demanda Potencial
0	49803	85,14%
1	51123	43525
2	52478	44679
3	53868	45863
4	55296	47078
5	56761	48326

Fuente: Proyección de la población, encuesta demandantes cuadro No. 4

Elaboración: La Autora

Demanda Real

Está constituida por la cantidad de bienes y servicios que se consumen o se utilizan de un producto. Para determinar la demanda real de la empresa dedicada a la producción y elaboración de una bebida de avena con naranjilla, utilizaremos los datos de la pregunta No. 7 cuyo porcentaje es de 80,95%.

Cuadro No. 26 Demanda Real

Años	Demanda Potencial	Demanda Real
0		80,95%
1	43525	35235
2	44679	36168
3	45863	37127
4	47078	38111
5	48326	39121

Fuente: Encuesta demanda cuadro No.8

Elaboración: La Autora

Demanda efectiva

Es la cantidad de productos o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado. Se determina tomando en consideración la pregunta No. 12 ¿Si se implementaría una empresa productora y comercializadora de una bebida con avena y naranjilla en la ciudad de Loja, usted adquiriría el producto?, dando como resultado el (72,89%) de los encuestados si están dispuestos a adquirir el producto.

**Cuadro No. 27
Demanda Efectiva**

Años	Demanda Real	Demanda Efectiva	Consumo Promedio	D. Futura
0	80,95%	73%	26	
1	35235	25684	26	656828
2	36168	26365	26	674234
3	37127	27063	26	692101
4	38111	27780	26	710441
5	39121	28517	26	729268

Fuente: Encuesta demanda Cuadro No.18

Elaboración: La Autora

Oferta

La oferta es la cantidad de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado a un precio determinado.

Para determinar el análisis de la oferta de las bebidas de avena con naranjilla fue necesario aplicar una encuesta dirigida a las 10 distribuidoras que se encuentran registradas en la base de datos del Servicio de Rentas Internas, lo cual permitió recolectar información necesaria para el desarrollo del proyecto.

Cuadro No. 28

PRINCIPALES OFERENTES DE BEBIDAS DE AVENA

Detalle	Marca	Procedencia	Envase	Presentación Litros	P.V.P	Ventas Mensuales	Total
Dist. Diser	Toni Avena	Loja	Tetra pack	1	1,5	400	400
Dist. Patricio	Nestlé Avena	Loja	Tetra pack	1	1,7	550	550
Dist. Del Sur	Avena Alpina	Loja	Tetra pack	1	1,75	400	400
Dist. Flor Cañar	Toni Avena	Loja	Tetra pack	1	1,5	550	550
Dist. Córdova Gutiérrez	Toni Avena	Loja	Tetra pack	1	1,25	500	500
Dist. Indaura Gutiérrez	Nestlé Avena	Loja	Tetra pack	1	1,5	550	550
Dist. Hermanos Albán	Avena Alpina	Loja	Tetra pack	1	1,75	500	500
Dist. Amazonas	Avena Alpina	Loja	Tetra pack	1	1,5	500	500
Dist. Córdova Gutiérrez Jr.	Nestlé Avena	Loja	Tetra pack	1	1,75	550	550
Dist. Fagui	Nestlé Avena	Loja	Tetra pack	1	1,8	650	650
Total venta en litros							5150
Total Anual							61800

Fuente: Base de datos SRI

Elaboración: La Autora

La información obtenida de la competencia muestra que se comercializa 61,800 litros de bebidas a base de avena en la ciudad de Loja.

PROYECCION DE LA OFERTA

Para la proyección de la oferta se tomó en consideración el crecimiento de locales

que ofrecen la comercialización de bebidas elaboradas a base de avena en la ciudad de Loja. Según los datos obtenidos de la base de datos del Servicio de Rentas Interna (SRI Loja), existen once oferentes de los cuales diez inician sus actividades entre los años 1999 y 2009, mientras que para el año 2016, lo realiza un solo local.

Para determinar la tasa de crecimiento por número de locales se aplicó la siguiente formula.

$$TC = \frac{T \text{ Actual} - T \text{ Anterior}}{T \text{ Anterior}}$$

$$TC = \frac{11 - 10}{10}$$

$$TC = 0,10$$

El cálculo de la proyección se determinó en base a la siguiente formula:

$$C_n = C_0 (1 + i)^n$$

<p>Donde C_n = Consumo del año C₀ = Consumo del año 0 i = Tasa de crecimiento n = Número de años</p>
--

La proyección de la oferta seria:

$$C_n = 61800(1 + 0,10)^1$$

$$C_n = 67980$$

Cuadro No.29
Proyección de la oferta

Años	Ventas al Año 10%
1	67980
2	74778
3	82256
4	90481
5	99530

Fuente: Encuesta a los oferentes
Elaboración: La Autora

Demanda Insatisfecha

Se determina tomando en consideración la proyección de la demanda futura y, la oferta; se proyectará para cinco años para determinar la demanda insatisfecha.

Cuadro No. 30
Demanda Insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	Demanda no Satisfecha
1	656828	67980	588848
2	674234	74778	599456
3	692101	82256	609845
4	710441	90481	619960
5	729268	99530	629739

Fuente: Cuadro No. 21 y cuadro No. 22
Elaboración: La Autora

PLAN DE COMERCIALIZACION

Para que el proyecto tenga éxito es necesario establecer un plan de comercialización, en el que se considere estrategias necesarias de mercadeo, las cuales son de vital importancia ya que están orientadas a

satisfacer de las necesidades del cliente siendo este el punto esencial de la empresa.

Descripción del producto – mercado

El producto que se ofrecerá en el mercado, tiene como finalidad ingresar al mercado de la ciudad de Loja como una alternativa de consumo y alimentación, ya que nuestra ciudad no cuenta con una fábrica que ofrezca un producto de calidad.

Producto

El producto que se ofrecerá al mercado será una bebida elaborada a base de avena con naranjilla ya que constituye un complemento para el desarrollo nutricional de las personas.

Características generales del producto

- ❖ Calidad e higiene del producto
- ❖ Presentación diferente al momento de adquirirlo
- ❖ Posee propiedades nutritivas
- ❖ Dispone de la cantidad necesaria para satisfacer las necesidades del cliente.

Presentación del producto

La presentación del producto a elaborarse es una bebida de avena con naranjilla la cual se la presentara en un cartón de tetrapak de un litro. Lo cual llevara una etiqueta con la marca del producto, logotipo de la empresa, etiqueta en la cual llevara información detallada acerca de: nombre del producto, beneficios nutricionales, fecha de elaboración y expedición, registro sanitario, un código de barras y el precio de venta al público.

CHIKI AVENA
Grafico N° 20



- ✚ **Eslogan.** - Consume Chiki avena, sabrosita y cremosita como hecha en casa 100 % natural.
- ✚ **Etiqueta.** - El producto tendrá dos etiquetas, una al anverso y otra al reverso del envase, que contendrán la información necesaria para el consumidor.

Grafico N° 21
Etiqueta



Grafico N° 22 Contraetiqueta

Información nutricional		
		% IDR
Calorías	17 Kcal = 71 kj	
L-Fenilalanina	249 mg	*
Vitamina C	90 mg	200
Taurina	40 mg	*
Vitamina B3 (Niacina)	16 mg	100
Cafeína	12 mg	*
Sodio	3,5 mg	*
Vitamina B6 (Piridoxina)	1,7 mg	130
Acido Fólico	0,4 mg	167
Vitamina B12 (Cianocobalamina)	2,4 mcg	100

Fecha Elaboración:
Fecha de Expedición:

INGREDIENTES: Avena, naranjilla, clavo de olor, canela

ADVERTENCIA:
Mantener en un
lugar fresco y sano



Precio

El precio de un producto es de vital importancia porque ayuda a cumplir los objetivos de la empresa, tomando en consideración cuando se intenta introducir un producto nuevo al mercado, además se debe establecer políticas de precio considerando los precios de la competencia para no crear desventajas de desarrollo.

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

- Precios de la materia prima
- Costos administrativos
- Competencia
- Poder adquisitivo de los clientes

Plaza

La plaza es un lugar donde se comercializará el producto en este caso la bebida de avena con naranjilla, lo cual es importante porque ayuda a que

el productor haga llegar dicho producto al consumidor, en las condiciones óptimas de lugar y tiempo.

Canal de comercialización

El canal de comercialización a utilizar para distribuir la bebida de avena y naranjilla será de forma directa (Productor – Consumidor Final), también se lo realizará de forma indirecta utilizando al intermediario, el cual se encargará de distribuir en producto al consumidor final, lo cual nos permitirá acaparar todas las zonas del mercado y así lograr tener el producto disponible en todo lugar.

✓ **Canal Directo**



✓ **Canal Indirecto**



Promoción y Publicidad

❖ **Promoción**

Para lograr captar más clientes y fidelizarlos es necesario plantear estrategias de promoción, con el fin de dar a conocer el producto e incentivar al consumo siendo un producto de origen natural, tomando en

cuenta sus beneficios ya que son muy importantes para la salud. Por lo cual se realizará las siguientes promociones:

- Por inicio de actividades se realizará degustaciones del producto
- Además, se ofrecerá el 5 % de descuento por la compra de cada caja de bebidas.

❖ **Publicidad**

La publicidad es una variable que nos permite dar a conocer el producto a los clientes, ya sea por los diferentes medios de comunicación como lo son: La radio, televisión y redes sociales además permite conocer donde se puede localizar la empresa, logrando obtener un posicionamiento en el mercado.

▪ **Anuncio publicitario del producto para la radio Luz y Vida**

CONSUME LO NUESTRO DISFRUTANDO

“CHIKI AVENA”

*Te ofrece un producto elaborado a base de
avena y naranjilla 100% natural*

Para mayor información: llamar al 0991513168 o visítanos
en nuestra planta de producción ubicada en la ciudad de
Loja en las calles Eugenio Espejo y Huancavilca.

LOJA – ECUADOR

**TAMBIEN LO PUEDE ADQUIRIR EN LAS DIFERENTES
LOCALIDADES DE LA CIUDAD**

- **Anuncio en redes sociales**



- **Presupuesto de promoción y Publicidad**

Cuadro N. 29

DETALLE	Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Degustaciones del producto	5	1,50	7,50	90,00
Descuento del 5% por la compra de 2 cajas de bebidas	2	9,00	18,00	216,00
Cuña publicitaria	3	10,00	30,00	360,00
TOTAL			26,50	666,00

Fuente: Radio Luz y Vida

Elaboración: La Autora

3. ESTUDIO TECNICO

El objetivo fundamental de esta etapa del proyecto es analizar aspectos importantes como el tamaño, la localización y la ingeniería del mismo, tomando en cuenta todo lo relacionado con la capacidad a instalar y a utilizar, además se tomará en cuenta la ubicación más óptima de la empresa, y las características del proceso de la tecnología.

3.1 TAMAÑO Y LOCALIZACION DEL PROYECTO

➤ Tamaño

La determinación del tamaño es un proceso importante porque depende de la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento, considerando la vida útil del proyecto de que se trate, se refiere a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año.

Dentro del tamaño de la planta se debe considerar aspectos fundamentales como: demanda existente, la capacidad a instalar, la capacidad a utilizar, el abastecimiento de la materia prima, la tecnología disponible, la necesidad de la mano de obra, etc. El tamaño óptimo elegido debe ser aceptado únicamente si la demanda es inmensamente superior a la capacidad de la producción ya que ello implicara menor riesgo de mercado para el proyecto.

➤ Capacidad teórica

Se refiere a la capacidad para el funcionamiento de la maquinaria, de esta manera se utilizará una batidora industrial de 3 velocidades, Acabado laminado con pintura de esmalte con cazo laminado o en Acero Inoxidable,

Accesorios en aluminio: globo, gancho y paleta, Motor monofásico, trifásico para 30 litros por hora. Adquirida en nuestro país en la empresa Importadora Alma. Es recomendable laborar hasta 10 horas seguidas, con la maquina encendida, luego de esto el fabricante recomienda que sea sometida a mantenimiento y limpieza.

➤ **Capacidad Instalada**

La capacidad instalada está determinada por el máximo rendimiento de los recursos materiales y talento humano, la misma que se tiene previsto producir tomando en cuenta algunas variables como la demanda insatisfecha y la capacidad productiva, días y horas de trabajo.

Se debe indicar que la batidora industrial tiene una capacidad de 20 litros por hora, lo que significa que estará en una capacidad de producir 175200 litros al año.

**Cuadro N° 31
Capacidad Instalada**

Producción	Capacidad Por día 24 Horas	Capacidad anual por litros	% de la capacidad instalada
20	480	175200	100%

Elaboración: La Autora

➤ **Capacidad Utilizada**

La capacidad utilizada constituye el nivel de rendimiento o producción con el que se hace trabajar la maquinaria y el recurso humano esta capacidad

está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir en un periodo de tiempo determinado.

Para la producción se trabajará con un obrero para operar la maquinaria considerando que la maquinaria produce 20 litros por hora y si se trabaja 8 horas al día se producirá 160 unidades, y por los 260 días laborables al año la maquinaria produciría 41.600 litro anuales.

Cuadro N° 32

Capacidad Utilizada

Producción	Capacidad por día 8 horas	Capacidad anula litros	% de la capacidad Instalada
20	160	41600	80%

Elaboración: La Autora

Proyección de la demanda utilizada

Cuadro N° 33

Años	Demanda existente	Capacidad Instalada	Producción
1	41600	80%	33280
2	41600	85%	35360
3	41600	90%	37440
4	41600	95%	39520
5	41600	100%	41600

Fuente: Cuadro N° 28

Elaboración: La Autora

3.2 LOCALIZACION

❖ Factores de localización

Son todos aquellos aspectos que permitirán el funcionamiento de la empresa, los cuales han sido considerados de importancia para su

ubicación geográfica y que a su vez están relacionados con el entorno empresarial y de mercado, se puede indicar los siguientes:

- **Materia prima.** - La materia prima con la que se contará para realizar la bebida de avena y naranjilla será adquirida directamente de los productores del cantón Loja.
- **Mercados.** - La empresa estará ubicada en un lugar estratégico y acogedor donde el producto será distribuido de una manera eficiente a los diferentes sitios de expendio.
- **Vías de comunicación.** - El lugar seleccionado cuenta con vías de primer orden que facilitan el normal acceso para transportar el producto; así como la materia prima.
- **Servicios básicos.** - Para el normal funcionamiento de la empresa, el lugar donde se encontrará ubicada cuenta con todos los servicios básicos como son: agua, luz, teléfono y alcantarillado.
- **Disponibilidad de mano de obra.** - En la localidad se puede conseguir sin ninguna dificultad, lo cual es muy importante y beneficioso para la empresa, tomando en cuenta las normas de higiene y calidad para realizar la producción.

3.3 MACRO LOCALIZACIÓN

Hace referencia a la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

La empresa estará ubicada en la provincia de Loja, cantón Loja.

MAPA POLITICO DEL ECUADOR

Grafico N° 23



Fuente: Google Maps

MAPA DE LA CIUDAD DE LOJA

Grafico N° 24



Fuente: GAD Loja

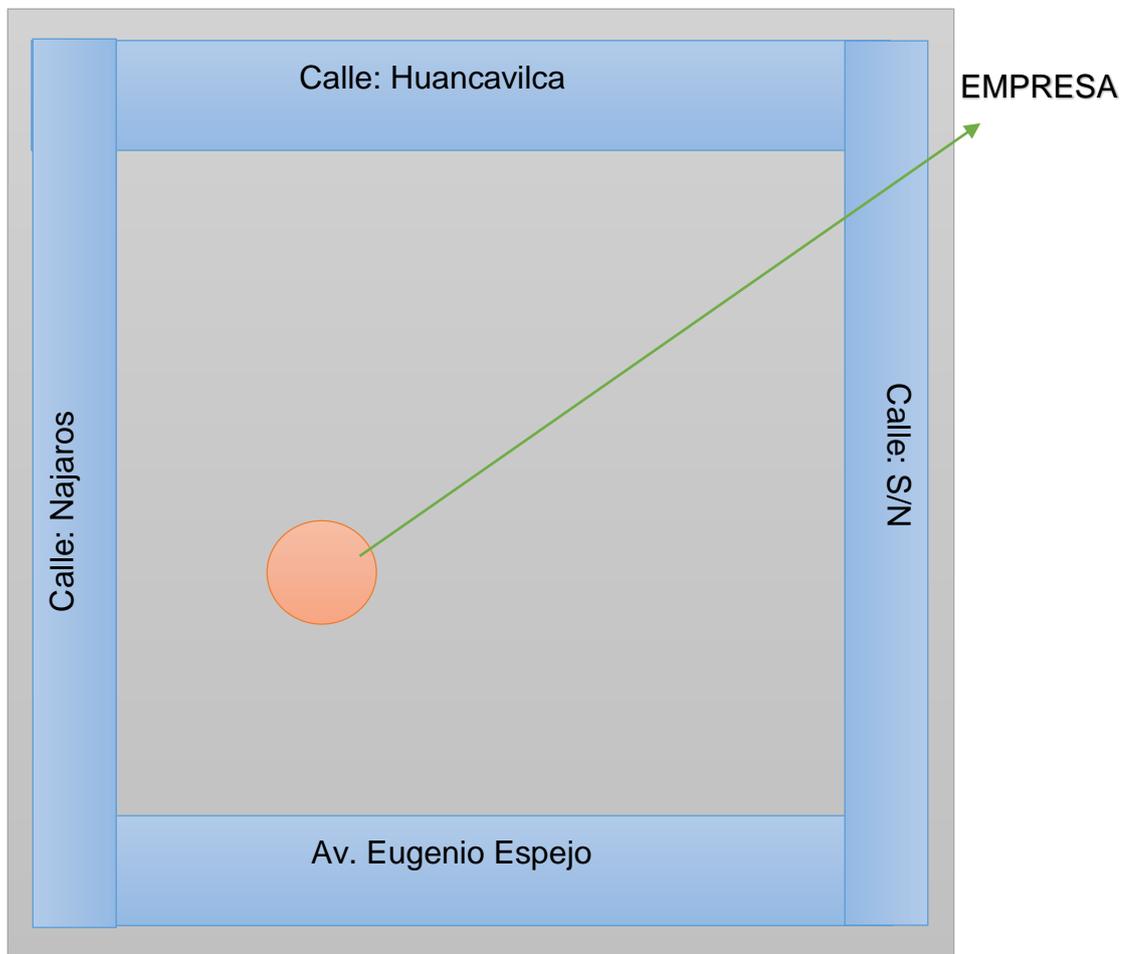
Elaboración: La Autora

3.4 MICRO LOCALZACION

Define específicamente la ubicación, mediante calles y lugares exactos del área donde se ofrecerá el producto.

La Empresa productora y comercializadora de bebidas elaboradas a base de avena y naranjilla se ubicará en la ciudad de Loja en la Av. Eugenio Espejo.

Grafico N° 25
Micro localización



Elaboración: La Autora

3.5 INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto tiene como finalidad conocer todos los recursos relacionados con la infraestructura física, la producción, la tecnología y la maquinaria a utilizar, para poder llevar a cabo un buen funcionamiento dentro de la empresa.

Componente tecnológico

Consiste en determinar la maquinaria que se utilizara para elaborar la bebida nutritiva a base de avena, su descripción a continuación.

Maquinaria para elaborar la bebida de avena con naranjilla.

➤ **Batidora Industrial** (Producción 20 litros)

Grafico N° 26



Características

- ❖ Batidora industrial 3 velocidades
- ❖ Los accesorios y el tazón son de acero inoxidable
- ❖ 1,100 watts de potencia.

➤ **Tanque Enfriador**

Grafico N° 27



Características

- ❖ Capacidad 1000 Litros
- ❖ Está diseñado con la estructura sencilla y operación simple.
- ❖ Gas Refrigerante R-22

➤ **Cocina Industrial**

Grafico N° 28



Características

- ❖ Cocina industrial con 3 quemadores.
- ❖ Construida en acero galvanizado
- ❖ Patas de tubo en acero inoxidable.

❖ Pintada con pintura electrostática, lo cual le da un acabado más resistente que la pintura convencional.

➤ **Envasadora y Selladora Automática**

Grafico N° 29



Características

- ❖ Modelo TJM B-1000
 - ❖ Capacidad 1000 cartones
 - ❖ Potencia, Motor eléctrico 1.5 kW, calentamiento del motor 10kw.
- **Refrigerador**

Grafico N° 30



Características

- ❖ Construcción interior y exterior en acero inoxidable AISI 304.
- ❖ Puertas con dispositivo automático de cierre.
- ❖ Capacidad 100 Litros.

3.6 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

➤ Infraestructura Física

Se relaciona 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 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.

Para que las actividades se desarrollen con normalidad y en un ambiente agradable, se requiere de un terreno de aproximadamente 300 metros cuadrados como mínimo, para que en el mismo se proceda a la edificación de las instalaciones físicas necesarias

3.7 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

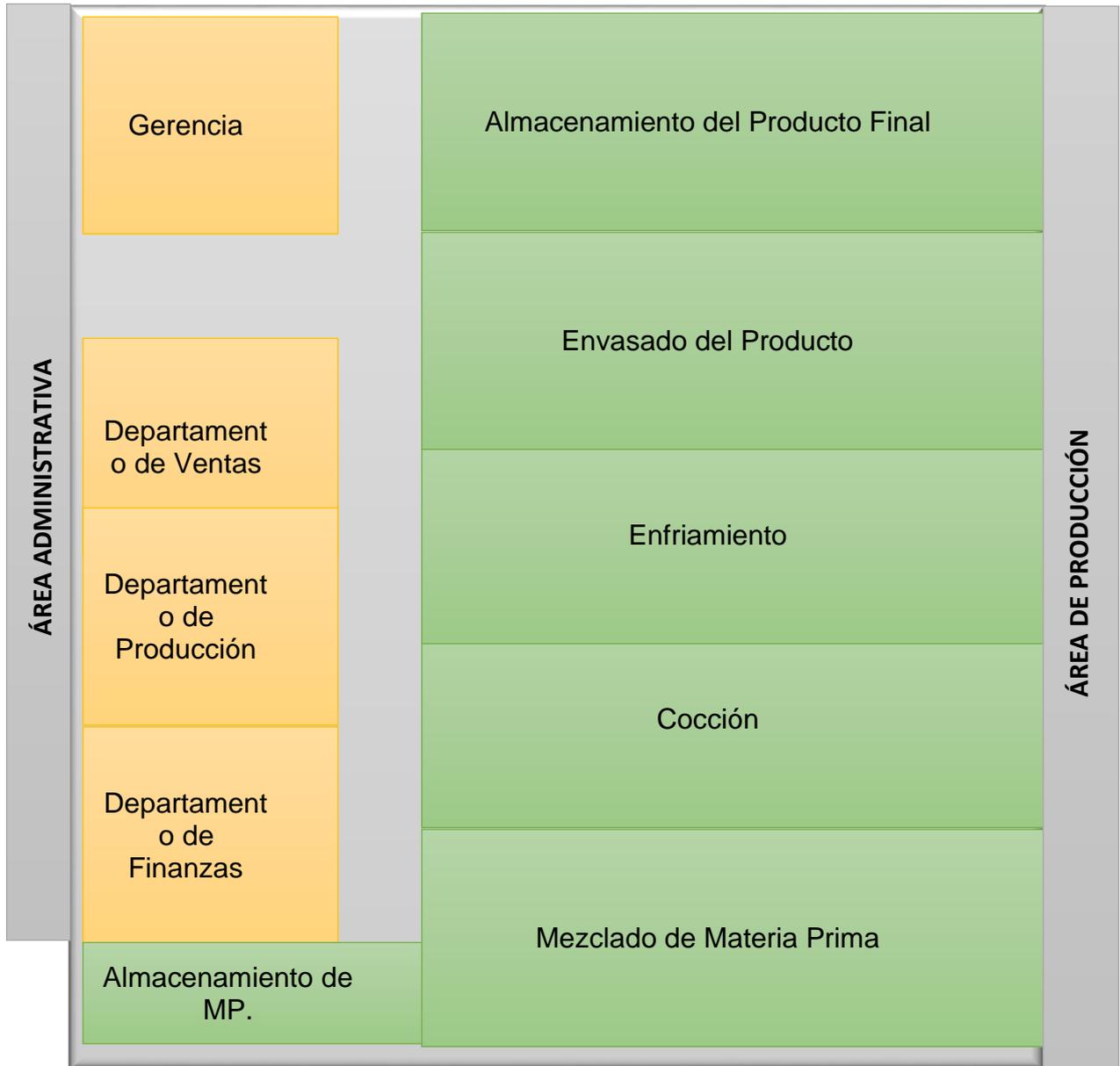
La planta de producción de la empresa de avena bebida láctea, estará dividida en 5 partes o secciones que son:

- ❖ **Sector administrativo:** dentro de este sector estarán ubicadas las oficinas donde prestarán sus servicios el personal administrativo, ubicando aquí las oficinas del gerente, secretaria contadora, jefe de producción y una sala de espera para clientes.

- ❖ **Bodega N° 1:** destinada como el área de almacenamiento de materias primas, este espacio será adecuado y destinado para apilar toda la materia prima adquirida por la empresa para la producción.
- ❖ **Planta de producción:** en este espacio se destinarán las maquinarias y herramientas. En este lugar se dará el proceso de transformación de la materia prima en un producto terminado.
- ❖ **Parqueadero:** este es un espacio destinado para que sirva de estacionamiento para vehículos de clientes y de la empresa
- ❖ **Bodega N° 2 de almacenamiento:** en este espacio se apilará el producto terminado, listo para su comercialización en la ciudad de Loja.

Grafico N° 31

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



Elaboración: La Autora

Etapas del proceso productivo

1. Recepción de Materia prima

En esta etapa se adquieren todos los materiales a los distintos distribuidores dentro del mercado, los cuales son transportados a la fábrica de producción.

2. Almacenamiento de Materia prima

En este paso se almacenará todos los materiales adquiridos con el debido cuidado, puesto que la calidad de estos depende de las condiciones en las que se logre mantener antes del procesamiento.

3. Mezcla de Materias Primas

En este paso se procede a mezclar los ingredientes en la batidora industrial, los cuales son: avena molida, el azúcar, la naranjilla, y el agua, los cuales pasaran a la siguiente fase.

4. Cocción

En esta etapa se realiza la cocción de todos los ingredientes en la cocina industrial ya que en este proceso se deberá estar en constante movimiento para no permitir que la mezcla se pegue en la olla.

5. Control

Se lo realizara para verificar el buen estado de la calidad.

6. Enfriamiento

Se procede a enfriar el producto en este caso la avena con sabor a naranjilla.

7. Envasado del producto

En este paso se procede a envasar y sellar la bebida de avena con naranjilla en cartones Tetrapack de un litro.

8. Almacenamiento

El producto terminado es colocado en un refrigerador, para que se conserve hasta ser comercializado en el mercado.

FLUJOGRAMA DE PROCESOS SIMBOLOGÍA

Operación 	Efectúa un cambio o transformación en algún componente, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos
Transporte 	Es el traslado de bienes de un lugar a otro
Almacenamiento 	Se refiere a almacenar los productos en un lugar adecuado para que el producto no sufra ningún daño
Inspección 	La inspección consiste en verificar la calidad de un producto o servicio para determinar su conformidad con los requisitos especificados.
Demora 	Es el proceso en donde hay que esperar un turno para efectuar la actividad correspondiente. En otras ocasiones el propio proceso exige una demora.
Actividad Combinada 	Ocurre cuando se efectúan simultáneamente dos de las acciones mencionadas.

Diagrama de Flujo de procesos

Cuadro N° 34

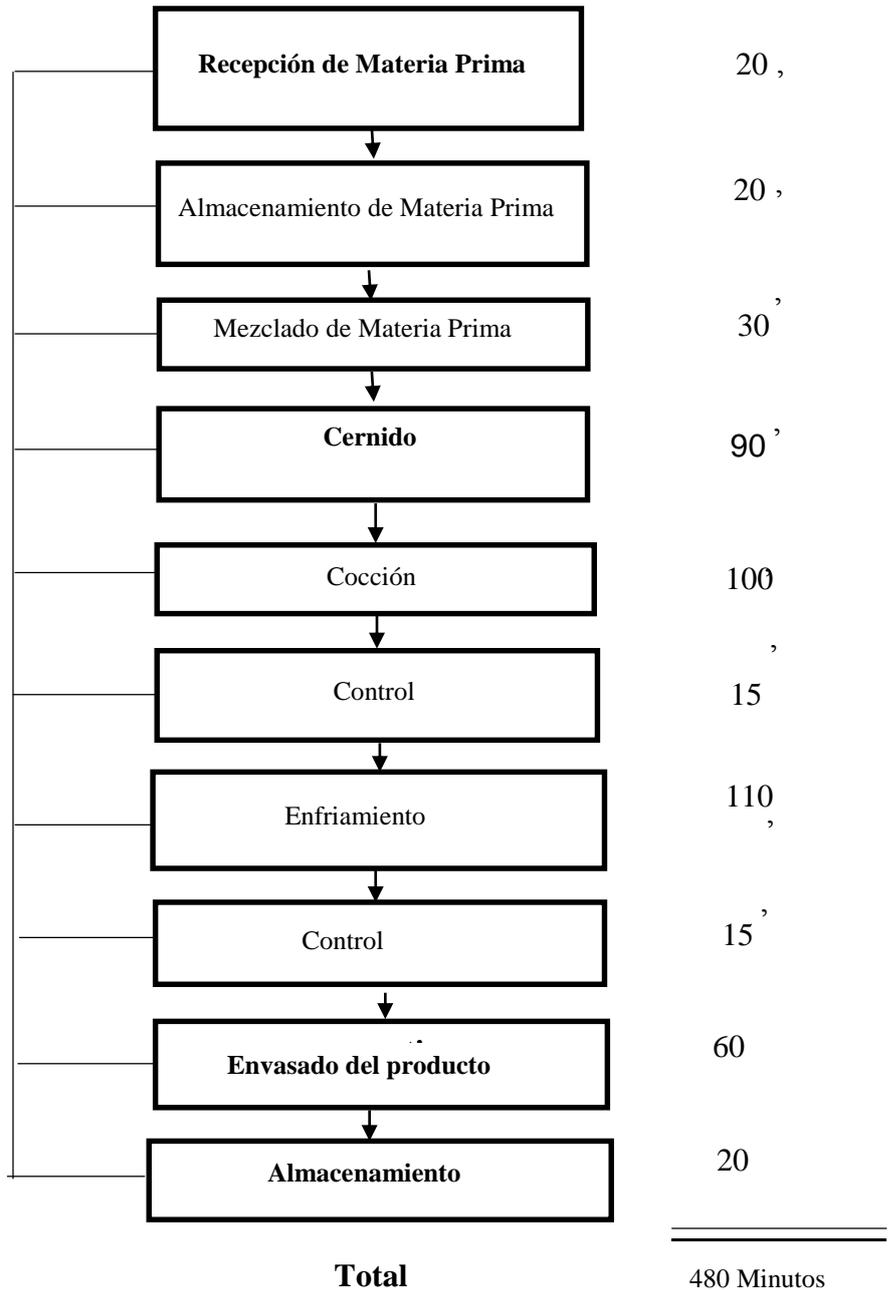
Fase	DESCRIPCIÓN	Operación	Inspección	Transporte	Operación / Control	Demora	Almacenado	Tiempo
1	Recepción de Materia Prima							20
2	Almacenado de Materia Prima							20
3	Mezcla de materias Primas							30
4	Cernido							90
5	Cocción							100
6	Control							15
7	Enfriamiento							110
8	Control							15
	Envasado del Producto							60
	Almacenado							20
TOTAL								480

Elaboración: LA Autora

Nota: El proceso productivo para la elaboración de la bebida de avena con naranjilla empacado en envase Tetra pack de un litro dura un tiempo de 480 minutos.

FLUJOGRAMA DE PROCESO PRODUCTIVO DE 128 LITROS DE AVENA CON NARANJILLA

Gráfico No. 33
(8 horas)



Elaboración: La autora

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

4.1 Organización legal de la empresa

La empresa productora y comercializadora de una bebida de avena con naranjilla "CHIKI AVENA" mediante un análisis respectivo, se constituirá como una empresa con personería jurídica con razón social de Compañía Limitada, se fundamenta en La Ley de Compañías vigente en el país, tomando en cuenta el Art. 92, el cual estipula lo siguiente:

4.2 Organización Legal:

Art. 92.- De acuerdo a este artículo la compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o un máximo de quince personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañados de una expresión peculiar.

Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulares, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada.

Art. 113.- La participación que tiene el socio en la compañía de responsabilidad limitada es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social.

Analizando la ley de compañías se concluye que inicialmente la empresa debe constituirse como Compañía limitada ya que es más fácil de manejarla y de igual manera las exigencias son menores, la empresa va a estar conformada por 3 socios que van a ser inversionistas.

4.3 REQUISITOS LEGALES PARA LA CONSTITUCION DE LA EMPRESA

Los requisitos para la constitución de la empresa “CHIKI AVENA” Cía.Ltda., son los siguientes:

- a) Número de socios. – La compañía estará constituida por tres socios como mínimo o con un máximo de quince personas, y si durante su existencia jurídica a exceder el numero deberá transformase en otra clase de compañía o disolverse.
- b) La razón social. – Para este tipo de compañía el nombre debe darse por los nombres de los socios en forma imperfecta o por el objetivo para la cual se forma, incluyendo el texto de Compañía Limitada o su abreviatura Cía. Ltda.
- c) Responsabilidades de los socios. - En una compañía de responsabilidad limitada, los socios corresponden solo hasta por el valor de sus participaciones sociales.

- d) Capital. - La empresa estará conformada por cuatro socios, los cuales, en base a la necesidad de la inversión del proyecto, establecerán el monto de sus aportaciones, y con ello, el capital social.
- e) Plazo de duración. - El tiempo por el cual se constituye la empresa es cinco años de vida empresarial que constara a partir de la fecha de inscripción del contrato en el registro mercantil y autorizado por la Superintendencia de Compañías.
- f) Domicilio. - La empresa estará ubicada en la ciudad de Loja, provincia de Loja en la parroquia Sucre.
- g) Derecho del socio. - Los derechos de los socios son los siguientes
 - Intervenir en las decisiones y deliberaciones de la compañía
 - Percibir los beneficios que le correspondan de acuerdo a su participación en el capital social pagado.
 - No entrometerse en los asuntos administrativos de la compañía.

El trámite para la constitución de la compañía de responsabilidad limitada es de aproximadamente 60 días calendario.

4.5 ESTRUCTURA EMPRESARIAL

Es la que permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma, dentro de esta estructura se toma en cuenta la organización ya que es un sistema que coordina todos los recursos humanos y materiales para cumplir con los objetivos y metas propuestas.

❖ **Niveles Jerárquicos de Autoridad**

Dentro de los niveles jerárquicos con los que contara la empresa tenemos los siguientes:

❖ **Nivel Legislativo – Directivo**

Es el máximo nivel de la empresa está conformado por la junta general de accionistas, son los que establecen las políticas, normas, ordenanzas, resoluciones y reglamentos, los cuales deberán cumplirse en la empresa, también son los encargados de tomar las decisiones de mayor relevancia dentro de la misma.

❖ **Nivel Ejecutivo**

Este nivel está conformado por el Gerente, el cual será el responsable de planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades dentro de la empresa, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel cumplimiento.

❖ **Nivel Asesor**

Este nivel está conformado por el Asesor Jurídico, el cual se encarga de manejar todos los aspectos legales de la empresa, así como problemas de demandas por ex trabajadores o problemas de mora.

❖ **Nivel de Apoyo**

Lo conforma la Secretaria-Contadora, este nivel apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.

❖ **Nivel Operativo**

Este nivel lo conforman los diferentes Jefes Departamentales los cuales tiene la responsabilidad de ejecutar cada una de las actividades de la empresa.

4.6 ORGANIGRAMAS

Es la representación gráfica de la estructura administrativa de cómo está constituida la empresa, la misma que permite determinar las interrelaciones y los niveles de autoridad de la empresa.

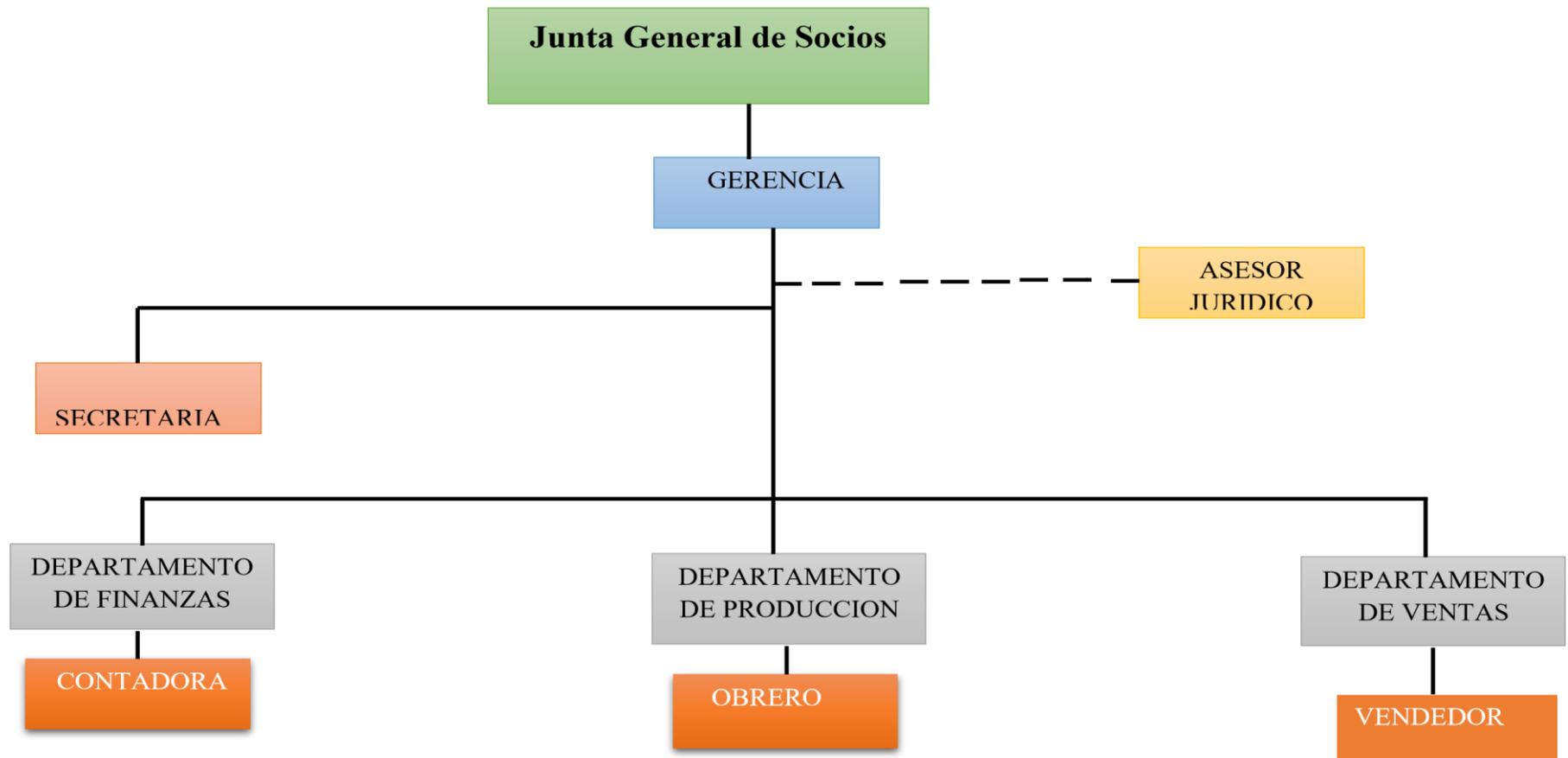
- ❖ **Organigrama Estructural.** - Presentan solamente la estructura administrativa de la organización.
- ❖ **Organigrama Funcional.** - Muestran, además de las unidades y sus relaciones, las principales funciones de cada departamento.
- ❖ **Organigrama de Posición.** - Resaltan dentro de cada unidad, los puestos actuales y también el número de plazas existentes y requeridas.

➤ **Manual de Funciones**

El manual de funciones constituye toda la información sobre las actividades que deben cumplir cada uno de los miembros en su puesto de trabajo dentro de la empresa, con el fin de obtener una mejor selección del personal para los diferentes cargos y funciones dentro de la misma.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL "CHIKI AVENA CIA LTD"

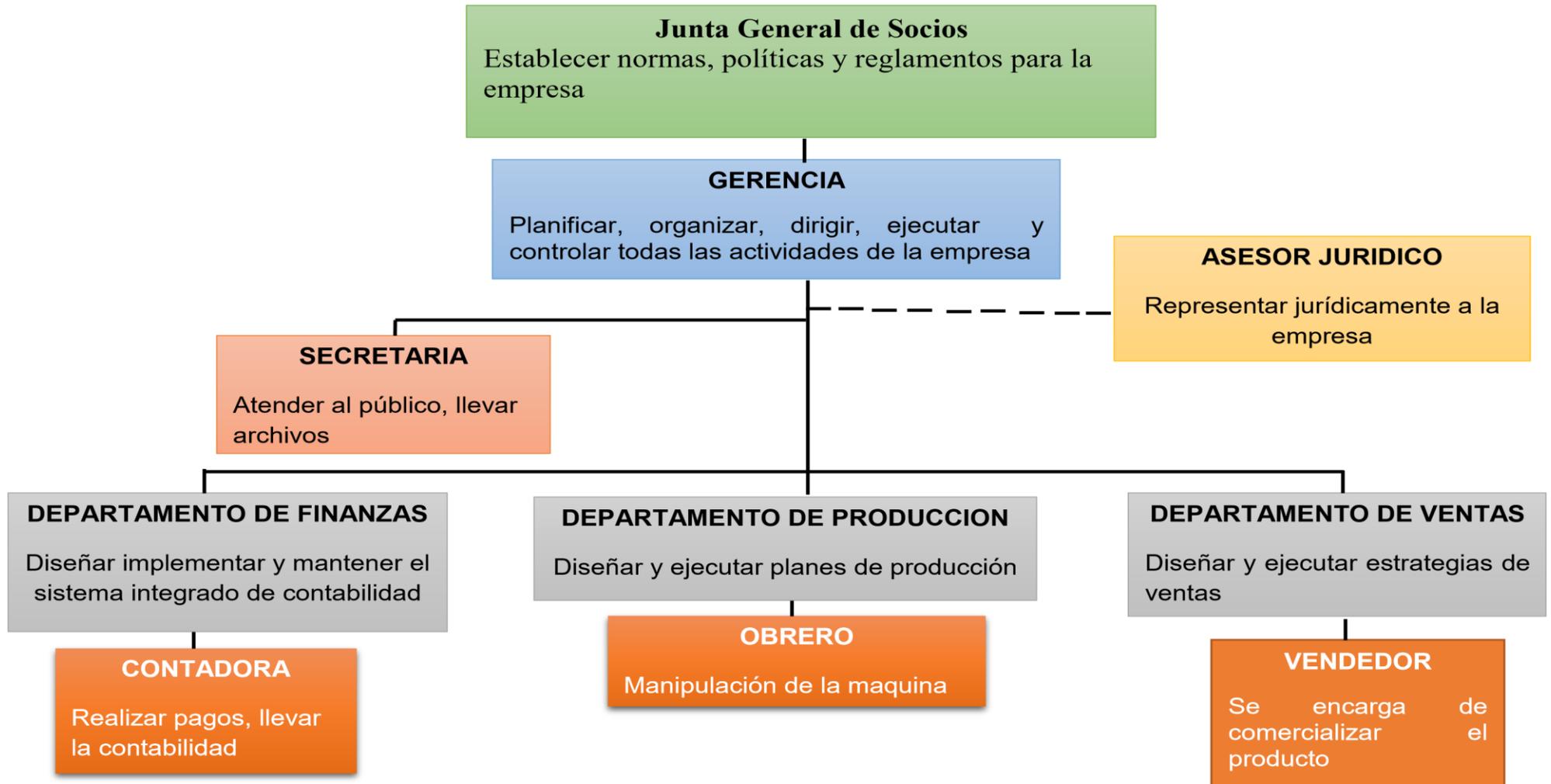
Grafico N° 34



Elaboración: La Autora

ORGANIGRAMA FUNCIONAL “CHIKI AVENA CIA LTD”

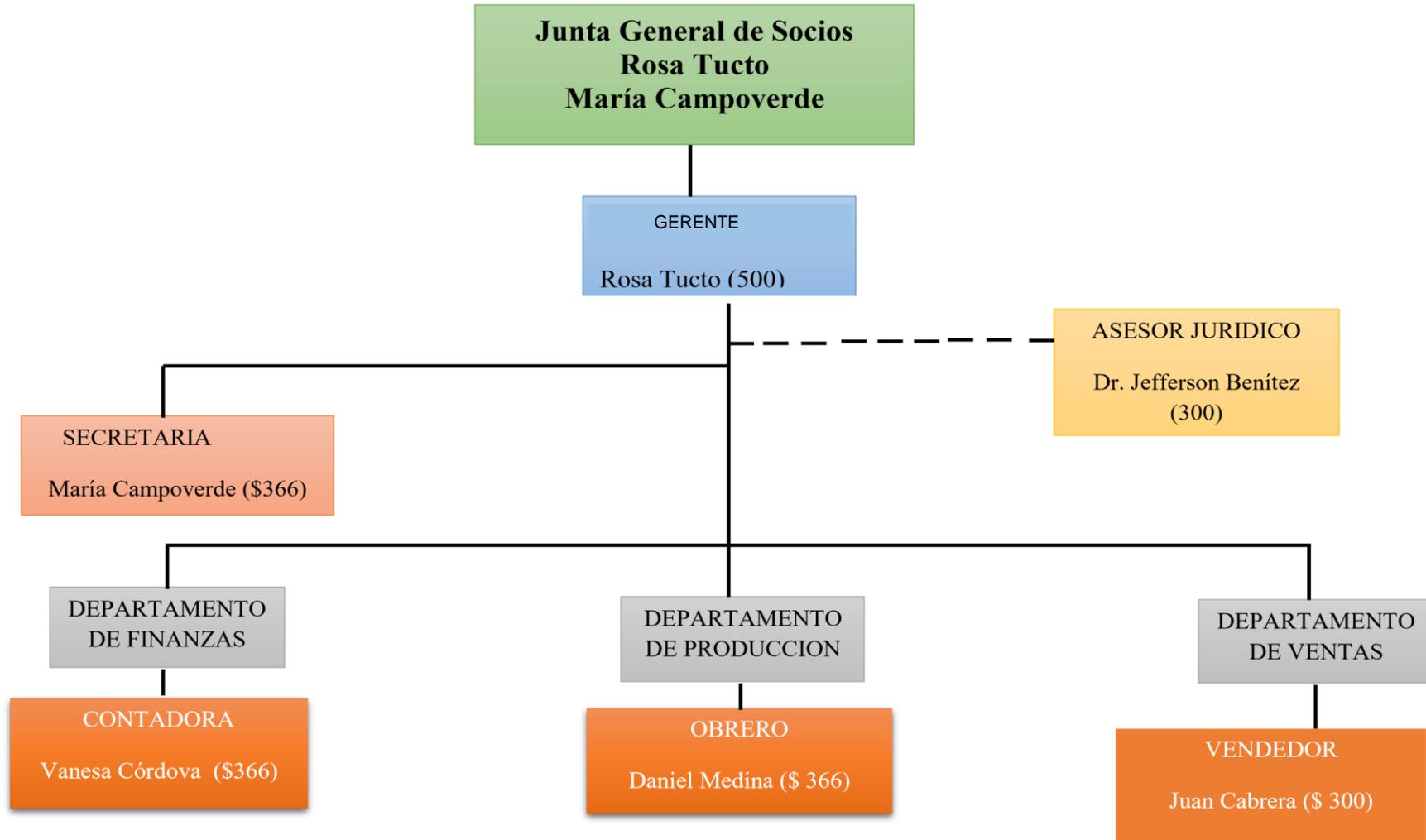
Grafico N° 35



Elaboración: La Autora

ORGANIGRAMA POSICIONAL “CHIKI AVENA CIA LTD”

Grafico N° 36



Elaboración: La Autora

MANUAL DE FUNCIONES

CHIKI AVENA CIA. LTDA
CÓDIGO: 001
TÍTULO DEL PUESTO: GERENTE
SUPERVISA A: Todo el personal
JEFE INMEDIATO SUPERIOR: Junta General de Socios
NIVEL: Ejecutivo
NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar, programar, organizar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la compañía.
FUNCIONES: <ul style="list-style-type: none">• Responde ante la Junta General de Accionistas por la correcta administración.• Diseñar e implementar procedimientos de producción, finanzas y de mercado.• Planificar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.• Nombrar y remover por causa justa al personal administrativo a su cargo.• Tramitar controles, órdenes, cheques y más documentos que el reglamento lo autorice, autorizando y firmando para lograr un correcto desenvolvimiento de la empresa.
CARACTERÍSTICAS DE CLASE: <ul style="list-style-type: none">• Actuar con independencia profesional usando su criterio para la solución de problemas inherentes en el cargo.• Supervisar, coordinar las actividades del personal bajo su mando, así como en la de la empresa en general.
REQUISITOS MÍNIMOS: EDUCACIÓN: Título de Ingeniero Comercial EXPERIENCIA: Mínimo 4 a 5 año en sus funciones similares

CHIKI AVENA CIA. LTDA

CÓDIGO: 002

TÍTULO DEL PUESTO: SECRETARIA

JEFE INMEDIATO SUPERIOR: Gerente

NIVEL: Apoyo

NATURALEZA DEL TRABAJO: Realiza labores de secretaria o de asistente directa del Gerente

FUNCIONES:

- Mantener en orden el archivo de la oficina □ Excelente redacción y ortografía.
- Atender al público que solicite información y concertar entrevistas con el gerente de la empresa.
- Elaborar actas de asamblea de la Junta de Accionistas
- Atender al público que solicite información y concertar entrevistas con el Gerente de la Empresa.
- Atender la correspondencia, manejando con diplomacia y eficiencia.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- El puesto requiere de la gran eficiencia, responsabilidad, discreción, en el desarrollo de sus funciones
- Establecer buenas relaciones interpersonales con el personal de la compañía y sus usuarios de la misma.

REQUISITOS MÍNIMOS:

EDUCACIÓN: Título de secretaria Ejecutiva

EXPERIENCIA: Mínima de 2 años en funciones similares

CHIKI AVENA CIA. LTDA

CÓDIGO: 003

TÍTULO DEL PUESTO: ASESOR JURÍDICO

JEFE INMEDIATO SUPERIOR: Gerente

NIVEL: Asesor

NATURALEZA DEL TRABAJO: Asesorar todos los niveles jerárquicos de la compañía, en asuntos relacionados a los problemas legales cuando se lo requiera.

FUNCIONES:

- Asesorar jurídicamente al nivel Directivo, Ejecutivo, Asesor, Apoyo y Operativo de la empresa.
- Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- Cumplir las funciones propias e inherentes en asuntos laborales, penales, civiles, administrativos y mercantiles de la Empresa.
- Autorizar las minutas y suscribirlas respecto a los contratos que realice la empresa.
- Participar en los Comités o grupos de trabajo que señalen las leyes, reglamentos o el nivel directivo o ejecutivo de la Institución.
- Emitir los informes y/o dictámenes de carácter jurídico que le sean o no solicitados por los directores departamentales, Gerencia, Directorio.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Se caracterizan por mantener autoridad funcional más no de mando en razón de que aconseja y recomienda, pero no toma decisiones y su participación es eventual.

REQUISITOS MÍNIMOS:

EDUCACIÓN: Título de Abogado, Doctor en jurisprudencia

EXPERIENCIA: Mínimo de 2 años en funciones similares.

CHIKI AVENA CIA. LTDA

CÓDIGO: 005

TITULO DEL PUESTO: DEPARTAMENTO FINANCIERO

NIVEL: Operativo

NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar las operaciones contables y financieras de la empresa.

FUNCIONES:

- **Gestión de los recursos.**
- Determinar el control previo sobre los gastos.
- Dar cuentas de los estados financieros debidamente comprobados.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Se encarga de conocer los recursos necesarios para realizar las funciones de la empresa y de optimizar su costo. En este caso, la liquidez es un factor importante en este apartado, pues se encarga de que la empresa tenga la suficiente liquidez para hacer frente a los pagos.

REQUISITOS MINIMOS:

EDUCACION: Titulo en Contabilidad y Auditoria

EXPERIENCIA: Mínimo 2 años

CHIKI AVENA CIA. LTDA

CÓDIGO: 005

TÍTULO DEL PUESTO: CONTADORA

JEFE INMEDIATO SUPERIOR: Jefe Financiero

NIVEL: Operativo

NATURALEZA DEL TRABAJO: Ejecutar las operaciones contables de la empresa y realizar el análisis financiero.

FUNCIONES:

- Llevar la contabilidad general de la empresa.
- Mantener un correcto manejo de los libros contables.
- Preparar los estados financieros de la empresa.
- Actualizar los sistemas contables de la empresa
- Organizar adecuadamente los registros contables.
- Elaborar los roles de pago de todo el personal.
- Mantener correctamente el manejo de los libros contables.
- Determinar el control previo sobre los gastos.
- Enviar a los directivos de la empresa los estados financieros debidamente comprobados.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Esta clase de puesto se caracteriza por la responsabilidad de supervisar y controlar las existencias de materias primas y el cuidado de las mismas para evitar paralizaciones de las actividades.

REQUISITOS MÍNIMOS:

EDUCACIÓN: Título de Contadora.

EXPERIENCIA: Experiencia mínima de dos años en funciones similares.

CHIKI AVENA CIA. LTDA

CÓDIGO: 005

TITULO DEL PUESTO: DEPARTAMENTO DE VENTAS

NIVEL: Operativo

NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar las operaciones de ventas del producto.

FUNCIONES:

- Desarrollar, ejecutar y controlar el Plan de Ventas de la Empresa.
- Generar informes y reportes al Gerente, de acuerdo a los requerimientos de la jefatura.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Se encarga de aumentar la imagen de la empresa en el mercado para poder lograr superar a la competencia.

REQUISITOS MINIMOS:

EDUCACION: Titulo Marketing y Ventas

EXPERIENCIA: Mínimo 2 años

CHIKI AVENA CIA. LTDA

CÓDIGO: 004

TÍTULO DEL PUESTO: VENDEDOR

JEFE INMEDIATO SUPERIOR: Director de Ventas

NIVEL: Asesor

NATURALEZA DEL TRABAJO: Conocimiento y promoción del producto en la ciudad.

FUNCIONES:

- Promoción y comercialización del producto.
- Facturar las ventas realizadas
- Promocionar el producto y las promociones a los clientes.
- Mantener un sistema adecuado de comercialización.
- Elaboración de informes y control del producto ofrecido.
- Distribución del personal para realizar la venta del producto.
- Establecer un nexo entre cliente-empresa
- Búsqueda de nuevos clientes.
- Atención al cliente.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Responsable por la ejecución de las labores de ofertar y transportar los productos.
- Generar confianza con los clientes.

REQUISITOS MÍNIMOS:

EDUCACIÓN: Bachiller

EXPERIENCIA: Experiencia mínima de 1 año en funciones similares.

CHIKI AVENA CIA. LTDA

CÓDIGO: 005

TÍTULO DEL PUESTO: DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN

NIVEL: Operativo

NATURALEZA DEL TRABAJO: Planificar las operaciones de producción y comercialización del producto.

FUNCIONES:

- Análisis y control del producto.
- Medición del trabajo.
- Formas de trabajar.
- Higiene y seguridad industrial.
- Control de la producción y de los inventarios.
- Control de Calidad.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

Se encarga de elaborar un producto de calidad con el menor costo posible, también debe controlar el material con el que se trabaja, planificar los pasos que se deben seguir, las inspecciones y los métodos, el control, las herramientas, asignación de tiempos de elaboración y la programación.

REQUISITOS MINIMOS:

EDUCACION: Titulo en Administración de Empresas

EXPERIENCIA: Mínimo 2 años

CHIKI AVENA CIA. LTDA

CÓDIGO: 006

TÍTULO DEL PUESTO: OBRERO

JEFE INMEDIATO SUPERIOR: Jefe de Producción

NIVEL: Operativo

NATURALEZA DEL TRABAJO: Realiza la elaboración del producto en la empresa para su posterior comercialización.

FUNCIONES:

- Es el responsable de los materiales y herramientas que se empleen en la ejecución de las actividades.
- Se encargan de la actividad productiva de la empresa, aplicando técnicas adecuadas y modernas para la realización del producto.
- Ejecutar el proceso de producción.
- Realizar la limpieza de la planta.
- Realizar todas las actividades inherentes a la producción.
- Informa de todas las actividades realizadas y de los inconvenientes encontrados a su inmediato superior.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Elaboración y control de la producción.
- Capacidad para liderar, motivar y evaluar los equipos de trabajo.
- Desarrollo de un pensamiento estratégico que le facilite manejar e integrar la última tecnología en los procesos de trabajo de la Planta

REQUISITOS MÍNIMOS:

EDUCACIÓN: Bachiller

EXPERIENCIA: Experiencia de un año en funciones similares.

4. ESTUDIO FINANCIERO

Con este estudio se pretende analizar la inversión total del mismo, tomando en cuenta que este estudio está constituido principalmente por las inversiones las cuales se han planificado para poner en marcha nuestro proyecto.

Inversiones

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

Activos Fijos

Son todos los bienes que la empresa utilizara constantemente para realizar sus operaciones, y serán indispensables para elaborar diariamente el producto. A continuación, se hace la descripción de todos los activos fijos.

Maquinaria y Equipo. - Son todos aquellos instrumentos que se emplearan para realizar el proceso de transformación del producto, en este caso la bebida de avena con naranjilla. El costo total es de 7700,00

Cuadro N. 35

Presupuesto de Maquinaria y Equipo			
Detalle	cantidad	Valor/ Unit.	Total
Batidora industrial	1	700,00	700,00
Tanque enfriador	1	1500,00	1500,00
Cocina Industrial	1	300,00	300,00
Envasadora y selladora automática	1	4500,00	4500,00
Refrigerador	1	700,00	700,00
TOTAL			7700,00

Fuente: Empresas Ecuatorianas Ecuapack y Adipack

Elaboración: La Autora

Herramientas. - Están constituidas por instrumentos manuales que se utilizaran par el proceso de producción de la bebida de avena con naranjilla, y por su naturaleza se integran a la maquinaria y equipo. El monto total asciende \$372,00.

Cuadro N. 35

Presupuesto Herramientas			
Detalle	Cantidad	Precio Unit.	Total
Paletas	1	30,00	30,00
Colador grande	1	50,00	50,00
Cilindro de gas Industrial	2	100,00	200,00
Manguera de gas	1	12,00	12,00
Ollas Unco	2	40,00	80,00
TOTAL			372,00

Fuente: Comercial Ocho hermanos

Elaboración: La Autora

Equipo de oficina. - Estos equipos de oficina servirán para desarrollar con mayor rapidez y eficiencia las actividades de la empresa. El monto total es de \$106,00.

Cuadro N.36

Presupuesto Equipo de oficina			
Detalle	Cantidad	Precio Unit.	Total
Teléfono Panasonic	1	30,00	30,00
Sumadora Marca Casio	1	50,00	50,00
Perforadora	1	14,00	14,00
Grapadora	1	12,00	12,00
TOTAL			106,00

Fuente: La Reforma

Elaboración: La Autora

Muebles y enseres. - Son los muebles que hacen posible la ejecución de actividades en el ámbito administrativo, los mismos que aportaran al desarrollo eficiente y ordenado de la empresa. El monto total es de \$615,00.

Cuadro N.37

Presupuesto Muebles y Enseres			
Detalle	Cantidad	precio Unit	Total
Escritorio gerente	1	110,00	110,00
Escritorio	1	90,00	90,00
Silla giratoria	2	60,00	120,00
Sillas de oficina	4	40,00	160,00
Archivador	1	135,00	135,00
TOTAL			615,00

Fuente: Moví Mueble

Elaboración: La Autora

Equipo de computación. - Son los elementos necesarios para la realización de las actividades de la empresa. El monto total es d 520,00

Cuadro N.38

Presupuesto Equipo de Computo año 1 y 3			
Detalle	Cantidad	precio Unit	total
Computadora	1	400,00	400,00
Impresora	1	120,00	120,00
TOTAL			520,00

Fuente: Mater Pc

Elaboración: La Autora

Vehículo. - Tomando en consideración que la empresa debe transportar materia prima y realizar la distribución del producto, tanto en el mercado local como provincial se ha previsto la adquisición de un vehículo. El costo del bien es de \$6500,00.

Cuadro N. 39

Vehículo			
Detalle	Cantidad	Precio Unit.	Total
Camioneta Datsun (Segunda)	1	6500,00	6500,00
TOTAL			6500,00

Fuente: Feria de carros de la ciudad de Loja.

Elaboración: La Autora

RESUMEN DE LOS ACTIVOS FIJOS

Cuadro N.40

Resumen de activos Fijos	Total
Maquinaria y Equipo	7700,00
Equipo de Computo	1140,00
Muebles y Enseres	615,00
Equipo de Oficina	106,00
Herramientas	372,00
Vehículo	6500,00
Total	16433,00

Elaboración: La Autora

Activos diferidos

Son todos aquellos rubros que se deben realizar para operar normalmente y garantizar la estabilidad de la empresa. A continuación, se describe esta inversión.

Cuadro N. 41

Activos Diferidos	
Detalle	Valor
Estudios preliminares	500,00
Gastos de constitución	400,00
Tramite de registro sanitario	370,00
Patente y Registro de Marca	250,00
Permiso de Funcionamiento	350,00
TOTAL	1870,00

Elaboración: La Autora

Cuadro N. 42

Amortización del Activo Diferido			
AÑOS	VALOR ACTIVO DIFERIDO	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	1870,00	187	1683,00
2	1683,00	187	1496,00
3	1496,00	187	1309,00
4	1309,00	187	1122,00
5	1122,00	187	935,00
6	935,00	187	748,00
7	748,00	187	561,00
8	561,00	187	374,00
9	374,00	187	187,00
10	187,00	187	0,00

Fuente: Cuadro N°39

Elaboración: La Autora

Cuadro No. 43

BALANCE DE MATERIA PRIMA DIRECTA REQUERIDA PARA LA PRODUCCION DE UNA BEBIDA DE AVENA CON NARANJILLA

Descripción	Cantidad	Rendimiento Anos Litros	Rendimiento en unidades Producidas
Avena	3328	41600	33280
Naranja	1664		
Canela	1664		
Clavo de Olor	1664		
azúcar	3328		
Agua	29952		

Cuadro No. 44

Materia prima directa requerida para 128 Litros			
Descripción	Cantidad	Rendimiento Anos Litros	Rendimiento en unidades Producidas
Avena	12,8	10400	8320
Naranjilla	6,4		
Canela	6,4		
Clavo de Olor	6,4		
azúcar	12,8		
Agua	115,2		

Fuente: Cuadro N°39

Elaboración: La Autora

La producción anual de bebidas es de 33280 unidades de un litro, y la producción mensual es de 8320 unidades de bebidas de un litro.

Inversión en activo corriente o capital de trabajo

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

Materia prima

Son todos los elementos que se utilizará para realizar la transformación del producto.

Cuadro N° 45

Descripción	unidad	cantidad	V/Unitario	V/ Anual	V/ Mensual
Avena	Libras	3328	0,50	1664	139
Naranjilla	Libras	1664	0,50	832	69
Canela	Libras	1664	1,50	2496	208
Clavo de Olor	Libras	1664	1,00	1664	139
Azúcar	libras	3328	0,50	1664	139
Agua	litros	29952	0,16	4,79	0,40
Total				8324,79	693,73

Fuente: Centro comercial de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Proyección de la materia prima directa: La proyección se la realizar con el 3,09% que es la tasa de inflación del año 2016.

Cuadro N° 46

año	valor
1	8324,79
2	8582,03
3	8847,21
4	9120,59
5	9402,42

Fuente: Tasa de inflación 2016 de 3,09

Elaboración: La Autora

Mano de obra directa

En este rubro se requiere un obrero, el mismo que interviene en el proceso productivo es decir es la persona que se encarga de transformar toda la materia prima en producto terminado, ya que se fijará su remuneración de acuerdo a las leyes vigentes.

Cuadro N. 47	
PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA	
DETALLE	Valor
Sueldo básico	375,00
Décimo tercero	31,25
Décimo Cuarto	31,25
Vacaciones	15,63
Fondos reserva (8,33%)	31,24
Secap / iece	3,75
aportes IESS	45,56
Subtotal	533,68
número de obreros	1
Total mes	533,68
total año	6404,10

Fuente: Ministerio de trabajo

Elaboración: La Autora

Proyección de la Mano de obra directa: La proyección se la realizara con el 3,09% que es la tasa de inflación del año 2016.

**Cuadro N° 48
Proyección MOD**

Año	valor
1	6404,10
2	6601,99
3	6805,99
4	7016,29
5	7233,10

Fuente: Tasa de inflación 2016 de 3,09

Elaboración: La Autora

Materia prima indirecta

Son todos los materiales secundarios que intervienen para la transformación del proceso productivo.

Cuadro N. 49

Presupuesto de Materia Prima Indirecta					
DETALLE	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Envases de tetrapack de un litro	Kilo	2	35,00	70,00	840,00
TOTAL				70,00	840,00

Fuente: Bodegas de la Ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Proyección de Materia prima indirecta: La proyección se la realizara con el 3,09% que es la tasa de inflación del año 2016

**Cuadro N° 50
Proyección de MPI**

Año	valor
1	840,00
2	865,96
3	892,71
4	920,30
5	948,74

Fuente: Tasa de inflación 2016 de 3,09

Elaboración: La Autora

Equipo de seguridad e higiene

En este rubro se ha tomado en consideración todos los equipos de seguridad e higiene, que servirán para el obrero durante la ejecución del proceso de producción.

Cuadro N. 51

Presupuesto de Equipo de Seguridad e Higiene				
Detalle	Cantidad	V/ Unit	V/ Mensual	V/ Anual
Mandiles	2	10	20,00	240,00
Gorras plásticas	2	1,5	3,00	36,00
Guantes	2	0,75	1,50	18,00
Mascarillas	2	1	2,00	24,00
TOTAL			26,50	318,00

Elaboración: La Autora

Proyección de Equipo de Seguridad e Higiene: La proyección se la realizara con el 3,09% que es la tasa de inflación del año 2016.

Cuadro N° 52

Proyección Equipo de Seguridad E Higiene	
Año	valor
1	318,00
2	327,83
3	337,96
4	348,40
5	359,16

Fuente: Tasa de inflación 2016 de 3,09

Elaboración: La Autora

Materiales y útiles de aseo

Estos gastos se ocasionan al adquirir implementos necesarios para el mantenimiento y aseo de la empresa.

Cuadro N.53

Presupuesto de Materiales y Útiles de Aseo				
Detalle	Cantidad	V/ Unit	V/ Mensual	V/ Anual
Escobas	2	2	4,00	48,00
Trapeadores	2	3	6,00	72,00
Basureros	2	2	4,00	48,00
Jabón Liquido	1	2,8	2,80	33,60
Desinfectante (Galón)	1	3,5	3,50	42,00
Recogedor de basura	2	1	2,00	24,00
Papel Higiénico (Tira)	2	2,8	5,60	67,20
TOTAL			27,90	334,80

Fuente: Almacenes dela ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Proyección de Materiales y Útiles de Aseo: La proyección se la realizara con el 3,09% que es la tasa de inflación del año 2016.

Cuadro N° 54

Proyección Materiales y Útiles de Aseo	
Año	valor
1	334,80
2	345,15
3	355,81
4	366,80
5	378,14

Fuente: Tasa de inflación 2016 de 3,09

Elaboración: La Autora

Servicios Básicos

Son todos los pagos que se realizaran por agua, energía eléctrica y teléfono para el funcionamiento de la empresa.

Cuadro N. 55

Presupuesto de Servicios Básicos					
DETALLE	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Total
Agua potable	m3	230,4	0,16	36,864	442,368
Energía eléctrica	kw/h	153,6	0,04	6,144	73,728
Teléfono	Minutos	960	0,25	240	2880
TOTAL				283,01	3396,096

Fuente: Municipio, EERSSA, Claro

Elaboración: La Autora

Proyección de Servicios Básicos: La proyección se la realizara con el 3,09% que es la tasa de inflación del año 2016.

Cuadro N° 56

Proyección de Servicios Básicos	
Año	valor
1	3396,10
2	3501,04
3	3609,22
4	3720,74
5	3835,71

Fuente: Tasa de inflación 2016 de 3,09

Elaboración: La Autora

Arriendo

Son aquellos desembolsos que se tiene que realizar por el alquiler del local en donde va a funcionar la empresa.

Cuadro N. 57

Presupuesto de Arriendo		
Detalle	V/ Mensual	V/ Anual
Arriendo Local	350,00	4200,00
TOTAL	350,00	4200,00

Fuente: Localidades de la ciudad de Loja

Elaboración: La Autora

Proyección de Arriendo: La proyección se la realizara con el 3,09% que es la tasa de inflación del año 2016.

Cuadro N° 58

Proyección de Arriendo	
año	valor
1	4200,00
2	4329,78
3	4463,57
4	4601,49
5	4743,68

Fuente: Tasa de inflación 2016 de 3,09

Elaboración: La Autora

Sueldos Administrativos

Es el pago salarial del personal que no intervienen directamente en el proceso de producción, pero que son necesarios para lograr el desarrollo óptimo de la empresa.

Cuadro N. 59		
Presupuesto de Sueldos Administrativos		
RUBROS	GERENTE	CONTADORA
		SECRETARIA
Sueldo Básico	500,00	375,00
Décimo Tercero	41,67	31,25
Décimo Cuarto	41,67	31,25
Vacaciones	20,83	15,63
Aporte IESS 12,15%	60,75	45,56
Fondo de Reserva	41,65	31,24
Secap / IECE	5,00	3,75
Total Mensual	711,57	533,68
TOTAL ANUAL	8538,80	6404,10
Total Rol	14942,90	

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: La Autora

Proyección de Sueldos Administrativos: La proyección se la realizara con el 3,09% que es la tasa de inflación del año 2016.

Cuadro N° 60	
Proyección Sueldos Administrativos	
año	valor
1	14942,90
2	15404,64
3	15880,64
4	16371,35
5	16877,23

Fuente: Tasa de inflación 2016 de 3,09

Elaboración: La Autora

Gas Industrial

Es aquel que servirá para hacer funcionar los diferentes equipos que permitirán el respectivo proceso de producción.

Cuadro N. 61

Gas				
Detalle	Cantidad	v/ Unit.	V/ Mensual	V/Anual
Cilindro de gas de 45kg	2	25,00	50,00	600,00
TOTAL		25,00	50,00	600,00

Fuente: Lojagas

Elaboración: La Autora

Proyección de Gas Industrial: La proyección se la realizara con el 3,09% que es la tasa de inflación del año 2016.

Cuadro N° 62

Proyección de gas	
Año	valor
1	600,00
2	618,54
3	637,65
4	657,36
5	677,67

Fuente: Tasa de inflación 2016 de 3,09

Elaboración: La Autora

Materiales y útiles de oficina

Son aquellos materiales necesarios que apoyan a la ejecución de las actividades administrativas de la empresa.

Cuadro N. 63

Presupuesto de Materiales y Útiles de Oficina					
DETALLE	Unidad de Medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Perforadora	Unidas	2	3,00	6,00	72,00
Esferográficos	Docena	1	3,60	3,60	43,20
Resmas de papel A-4	Resmas	3	3,00	9,00	108,00
Tinta de impresora	Cartuchos	4	7,50	30,00	360,00
Clips	Caja	2	3,00	6,00	72,00
Talonario de facturas	Unidad	1	10,00	10,00	120,00
Cuadernos	Unidades	2	1,25	2,50	30,00
TOTAL				67,10	805,20

Fuente: La Reforma

Elaboración: La Autora

Proyección de Materiales y útiles de oficina: La proyección se la realizara con el 3,09% que es la tasa de inflación del año 2016.

Cuadro N° 64

Proyección de Materiales y Útiles de oficina	
Año	valor
1	805,20
2	830,08
3	855,73
4	882,17
5	909,43

Fuente: Tasa de inflación 2016 de 3,09

Elaboración: La Autora

Publicidad

En este rubro se incluyen todos los gastos que efectúa la empresa para conseguir una publicidad efectiva en la comercialización de su producción; así como una buena distribución.

Cuadro N. 65

Presupuesto de Publicidad				
DETALLE	Cantidad	Costo Unitario	Costo Mensual	Costo Anual
Degustaciones del producto	5	1,50	7,50	90,00
Descuento del 5% por la compra de 2 cajas de bebidas	2	9,00	18,00	216,00
Cuña publicitaria	3	10,00	30,00	360,00
TOTAL			26,50	666,00

Fuente: Radio Luz y Vida

Elaboración: La Autora

Proyección de publicidad: La proyección se la realizara con el 3,09% que es la tasa de inflación del año 2016.

Cuadro N° 66	
Proyección Publicidad	
año	valor
1	666,00
2	686,58
3	707,79
4	729,67
5	752,21

Fuente: Tasa de inflación 2016 de 3,09

Elaboración: La Autora

Sueldo ventas

Representa la retribución que el empleador le paga por el esfuerzo físico y mental de los empleados de la empresa, demás incluye el pago de todos los beneficios de ley que les corresponde.

Cuadro No. 67

Presupuesto de Sueldo en Ventas	
DETALLE	VALOR
Sueldo Básico	375,00
Décimo Tercero	31,25
Décimo Cuarto	31,25
Vacaciones	15,63
Aporte IESS 12,15%	45,56
Fondo de Reserva	31,24
Secap / IECE	3,75
Total Remuneración	533,68
Vendedor	1
TOTAL MENSUAL	533,68
TOTAL ANUAL	6404,10

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales

Elaboración: La Autora

Proyección de Sueldo en ventas: La proyección se la realizara con el 3,09% que es la tasa de inflación del año 2016.

Cuadro N° 68

Proyección Sueldo en ventas	
año	valor
1	6404, 10
2	6601,99
3	6805,99
4	7016,29
5	7233,10

Fuente: Tasa de inflación 2016 de 3,09

Elaboración: La Autora

Mantenimiento de vehículo

Dentro de este rubro se estiman valores que corresponden a gastos producidos por el vehículo en combustibles y lubricantes.

Cuadro N. 69

Mantenimiento de Vehículo		
Detalle	Mes	Año
Limpieza Cambio de Lubricantes	35,00	420,00
Gasolina Súper	30,00	360,00
Total	65,00	780,00

Fuente: Casas Comerciales

Elaboración: La Autora

Proyección de Mantenimiento de vehículo: La proyección se la realizara con el 3,09% que es la tasa de inflación del año 2016.

Cuadro N° 70

Proyección Mantenimiento de vehículo	
Año	valor
1	780,00
2	804,10
3	828,95
4	854,56
5	880,97

Fuente: Tasa de inflación 2016 de 3,09

Elaboración: La Autora

Resumen del activo circulante o capital de trabajo

Cuadro N. 71

Resumen de activo Circulante	Total/ Mensual	Total/Anual
Materia prima directa	693,73	8324,79
Materia Prima Indirecta	70,00	840,00
Mano de Obra Directa	520,88	6250,61
Equipo de seguridad e higiene	26,50	318,00
Materiales y Útiles de Aseo	27,90	334,80
Servicios Básicos	283,01	3396,10
Arriendo	350,00	4200,00
Sueldos Administrativos	1.219,30	14631,55
Gas	50,00	600,00
Materiales y Útiles de Oficina	67,10	805,20
Publicidad	55,50	666,00
Sueldo del vendedor	431,45	5177,40
Mantenimiento de Vehículo	65	780,00
Total	3860,37	46324,44

Elaboración: La Autora

Inversión total de proyecto

Cuadro N. 72

TOTAL INVERSIÓN	
DETALLE	VALOR
Activo Fijo	16433,00
Activo Diferido	1870,00
Activo Circulante	3991,33
TOTAL	22294,33

Elaboración: La Autora

Financiamiento

Para la puesta en marcha de nuestra empresa se pondrá el 54,88% de capital propio que da un monto de \$12294,33 dólares y el otro 45,12% que da un total de 10000,00 dólares se obtendrá de un crédito para así poder tener el dinero necesario que nos da un total de \$ 22294,33 dólares para poner en marcha la empresa.

Cuadro N° 73

FINANCIAMIENTO		
DETALLE	VALOR	PORCENTAJE
Capital Interno	12294,33	54,88
Capital Externo	10000,00	45,12
TOTAL	22294,33	100,00

Elaboración: La Autora

Amortización de préstamo

Monto: 10.000

Interés: 11%

Amortización: 1000

Tiempo años: 5

Pagos anuales: 2

Cuadro N° 74
Amortización del préstamo

Dividendos Semestrales	Saldo Anterior	Dividendos	Interés	Amortización	Saldo Final
0	10000				10000
1	10000	1550,00	550,00	1000	9000
2	9000	1495,00	495,00	1000	8000
3	8000	1440,00	440,00	1000	7000
4	7000	1385,00	385,00	1000	6000
5	6000	1330,00	330,00	1000	5000
6	5000	1275,00	275,00	1000	4000
7	4000	1220,00	220,00	1000	3000
8	3000	1165,00	165,00	1000	2000
9	2000	1110,00	110,00	1000	1000
10	1000	1055,00	55,00	1000	0

Elaboración: La Autora

Determinación de los costos

Es necesario tomar como base la producción programada en relación con la capacidad utilizada del proyecto. Para la proyección de los costos se utiliza los promedios de la tasa de inflación del 5,41% del año 2011.

Cuadro No. 75

PRESUPUESTO DE COSTOS OPERATIVOS PARA LA VIDA UTIL DEL PROYECTO (5AÑOS)					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO DE PRODUCCION					
COSTO PRIMO					
Materia prima directa	8324,79	8582,03	8847,21	9120,59	9402,42
Mano de obra directa	6250,61	6443,75	6642,86	6848,13	7059,73
TOTAL DEL COSTO PRIMO	14575,40	15025,78	15490,08	15968,72	16462,15
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACION					
Materia prima indirecta	840,00	865,96	892,71	920,30	948,74
Depreciación de Maquinaria y equipo	616,00	616,00	616,00	616,00	616,00
Depreciación de Herramientas	29,76	29,76	29,76	29,76	29,76
ARRIENDO	4200,00	4329,78	4463,57	4601,49	4743,68
Servicios Básicos	3396,10	3501,04	3609,22	3720,74	3835,71
Gas	600,00	618,54	637,65	657,36	677,67
Total Gastos ind. Fabricación	9681,86	9961,07	10248,91	10545,65	10851,56
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	24257,25	24986,85	25738,99	26514,37	27313,71
COSTO DE OPERACIÓN					
GASTO ADMINISTRATIVO					
Sueldos Administrativos	14631,55	15083,66	15549,75	16030,24	16525,57
Depreciación equipo de oficina	8,48	8,48	8,48	8,48	8,48

Depreciación muebles y enseres	49,20	49,20	49,20	49,20	49,20
Depreciación Equipo de computo	41,60	41,60	41,60	49,60	49,60
Materiales y útiles de oficina	805,20	830,08	855,73	882,17	909,43
Materiales y útiles de aseo	334,80	345,15	355,81	366,80	378,14
TOTAL GASTO ADMINISTRATIVO	15870,83	16358,17	16860,57	17386,49	17920,42
GASTOS DE VENTAS					
Publicidad	666,00	686,58	707,79	729,67	752,21
Depreciación de vehículo	520,00	520,00	520,00	520,00	520,00
Mantenimiento de vehículo	780,00	804,10	828,95	854,56	880,97
Sueldo Ventas	5177,40	5337,38	5502,31	5672,33	5847,60
TOTAL GASTO DE VENTAS	7143,40	7348,06	7559,05	7776,56	8000,78
GASTOS FINANCIEROS					
Interés del préstamo	1045,00	825,00	605,00	385,00	165,00
Amortización de Activos diferidos	187,00	187,00	187,00	187,00	187,00
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	1232	1012	792	572	352
TOTAL DEL COSTO DE OPERACIÓN	24246,2	24718,2	25211,6	25735,0	26273,2
COSTO TOTAL	48503,48	49705,08	50950,61	52249,42	53586,91

INGRESOS TOTALES

Para determinar los ingresos totales de bebida de avena con naranjilla (Tetrapack de un litro), se procede a multiplicar el Precio de Venta al Público por las unidades producidas al año.

Cuadro N° 76

año	costo total	Unidades a producir	costo unitario	Margen de utilidad	P.V.P	Ventas totales
1	50075,03	33280	1,50	0,23	1,73	57586,28
2	51325,19	35360	1,45	0,29	1,74	61590,23
3	52620,78	37440	1,41	0,35	1,76	65775,97
4	53971,20	39520	1,37	0,41	1,78	70162,55
5	55361,89	41600	1,33	0,47	1,80	74738,56

Elaboración: La Autora

Distribución de los costos

COSTOS FIJOS

Son todos aquellos costos que se realizan independientemente de que si existe o no producción tienen que ser cancelados. Son aquellos costos que no se encuentran relacionados con el nivel de producción.

COSTOS VARIABLES

Son todos aquellos que están relacionados directamente al nivel de producción.

COSTOS TOTALES O DE PRDUCCION

Suma de los costos fijos y los costos variables.

Cuadro N° 77

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 3		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTO PRIMO						
Materia prima directa		8324,79		8847,21		9402,42
Mano de obra directa	6250,61		6642,86		7059,73	
GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACION						
Materia prima indirecta		840,00		892,71		948,74
Depreciación de Maquinaria y equipo	616,00		616,00		616,00	
Depreciación de Herramientas	29,76		29,76		29,76	
Arriendo	4200,00		4463,57		4743,68	
Servicios Básicos		3396,10		3609,22		3835,71
Gas		600,00		637,65		677,67
Total Gastos ind. Fabricación						
GASTO ADMINISTRATIVO						
Sueldos Administrativos	14631,55		15549,75		16525,57	
Depreciación equipo de oficina	8,48		8,48		8,48	
Depreciación muebles y enseres	49,20		49,20		49,20	
Depreciación Equipo de computo	42		41,60		49,60	
Materiales y útiles de oficina		805,20		855,73		909,43
Materiales y útiles de aseo		334,80		355,81		378,14

GASTOS DE VENTAS						
Publicidad	666,00		707,79		752,21	
Depreciación de vehículo	520,00		520,00		520,00	
Mantenimiento de vehículo		780,00		828,95		880,97
Sueldo Ventas	5177,40		5502,31		5847,60	
GASTOS FINANCIEROS						
Interés del préstamo	1045,00		605,00		165,00	
Amortización de Activos diferidos	187,00		187,00		187,00	
TOTAL DEL COSTO DE OPERACIÓN	33422,59	15080,89	34923,32	16027,29	36553,84	17033,08
COSTO TOTAL	48503,48		50950,61		53586,91	

Elaboración: La Otra

DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

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. Para elaborar el punto de equilibrio se analizará en función de la capacidad instalada, de los ingresos o ventas y de las unidades producidas.

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1

Capacidad Instalada

$$PE = \frac{CF}{Ingresos - CV} * 100\%$$
$$PE = \frac{33422,59}{58204,18 - 15080,8915} * 100\%$$
$$PE = \frac{33422,59}{43123,29} * 100\%$$
$$PE = 78\%$$

Significa que la empresa deberá trabajar al menos con el 77% de su capacidad productiva para que los ingresos provenientes de las ventas permitan cubrir los costos.

Ingresos o Ventas

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{Ingresos}}$$
$$PE = \frac{33422,59}{1 - \frac{15080,89}{58204,18}}$$
$$PE = \frac{33422,59}{1 - 0,26}$$

$$PE = 45111,00$$

UNIDADES PRODUCIDAS

$$PE = \frac{CF}{Puv - Cvu}$$

Puv = Precio de venta unitario **Cvu** = Costo variable unitario

$$Cvu = \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Unidades Producidas}}$$

$$Cvu = \frac{15080,89}{33280}$$

$$Cvu = 0,45$$

$$PE = \frac{15080,89}{1,75 - 0,45}$$

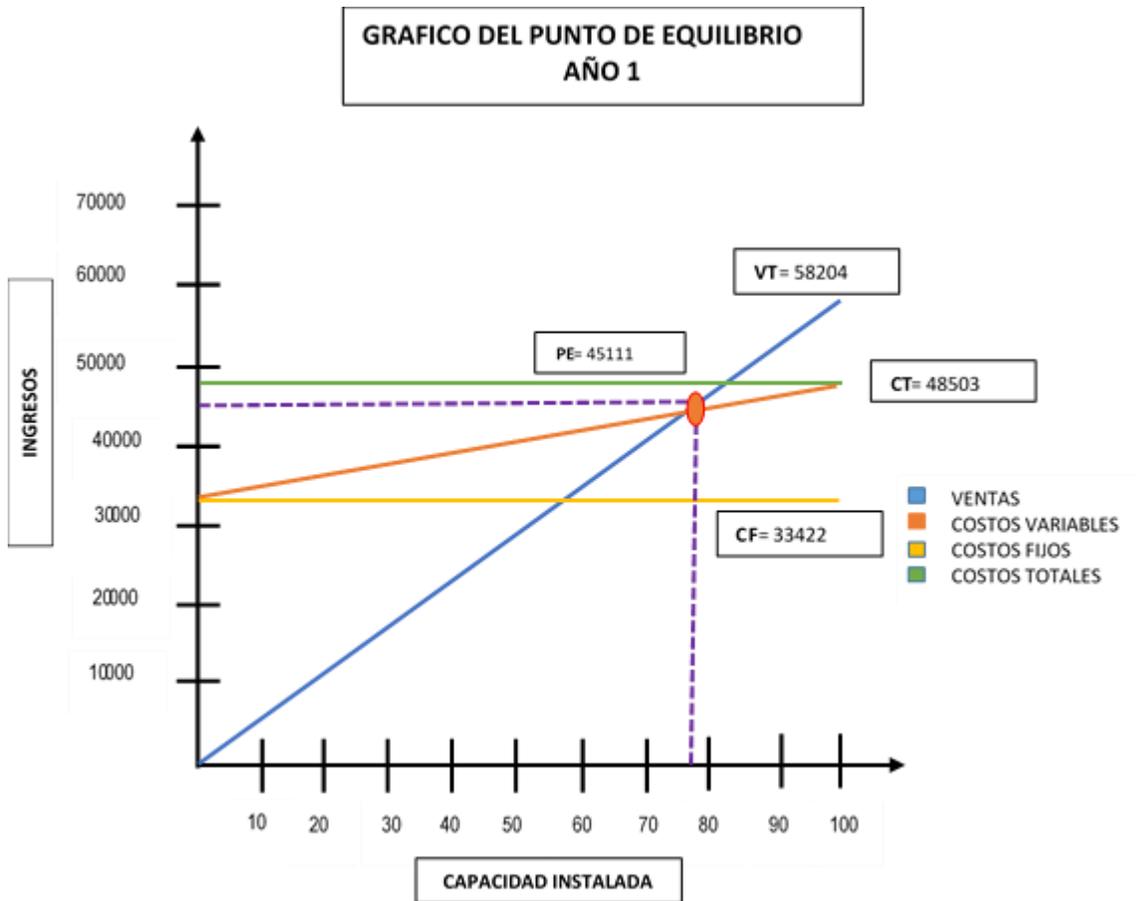
$$PE = \frac{15080,89}{1,30}$$

$$PE = 11600$$

Significa que la empresa trabajando al 78%, su capacidad de producción es de 33280 Bebidas, los cuales generan un ingreso de \$ 45111,00 con la cual la empresa cubre sus costos.

GRÁFICO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1

Cuadro # 78	
PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1	
DETALLE	VALORES
Ventas	58204
Costos Fijos	33442
Costos Variables	15080
Costos Totales	48503
Punto de equilibrio \$	45111
Punto de equilibrio %	78%



PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3

CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{CF}{Ingresos - CV} * 100\%$$

$$PE = \frac{34923,32}{66235,79 - 16027,29} * 100\%$$

$$PE = 70\%$$

INGRESOS O VENTAS

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

$$PE = \frac{34923,32}{1 - \frac{16027,29}{66235,79}}$$

$$PE = \frac{34923,32}{0,76}$$

$$PE = 47193,68$$

UNIDADES PRODUCIDAS

$$PE = \frac{CF}{Puv - Cvu}$$

$$Cvu = \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Unidades Producidas}}$$

$$Cvu = \frac{16027,29}{37440}$$

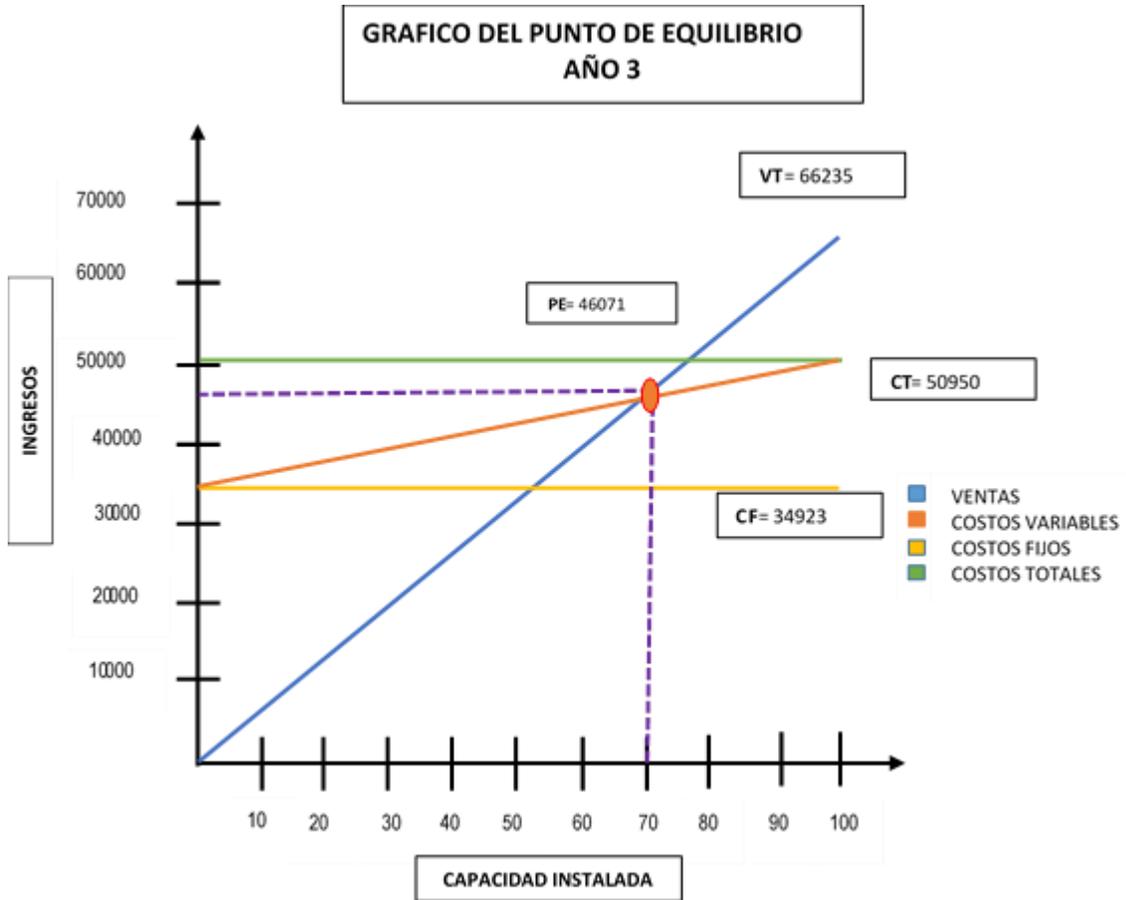
$$Cvu = 0,43$$

$$PE = \frac{34923,32}{1,77 - 0,43}$$

$$PE = 26025$$

GRÁFICO PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3

Cuadro # 79	
PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 3	
DETALLE	VALORES
Ventas	66235
Costos Fijos	34923
Costos Variables	16027
Costos Totales	50950
Punto de equilibrio \$	46071
Punto de equilibrio %	70%



PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5

CAPACIDAD INSTALADA

$$PE = \frac{CF}{Ingresos - CV} * 100\%$$

$$PE = \frac{36553,84}{75021,68 - 17033,08} * 100\%$$

$$PE = 63\%$$

INGRESOS O VENTAS

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

$$PE = \frac{36553,84}{1 - \frac{17033,08}{75021,68}}$$

$$PE = \frac{36553,84}{0,77}$$

$$PE = 47290,85$$

UNIDADES PRODUCIDAS

$$PE = \frac{CF}{Puv - Cvu}$$

$$Cvu = \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Unidades Producidas}}$$

$$Cvu = \frac{17033,84}{41600}$$

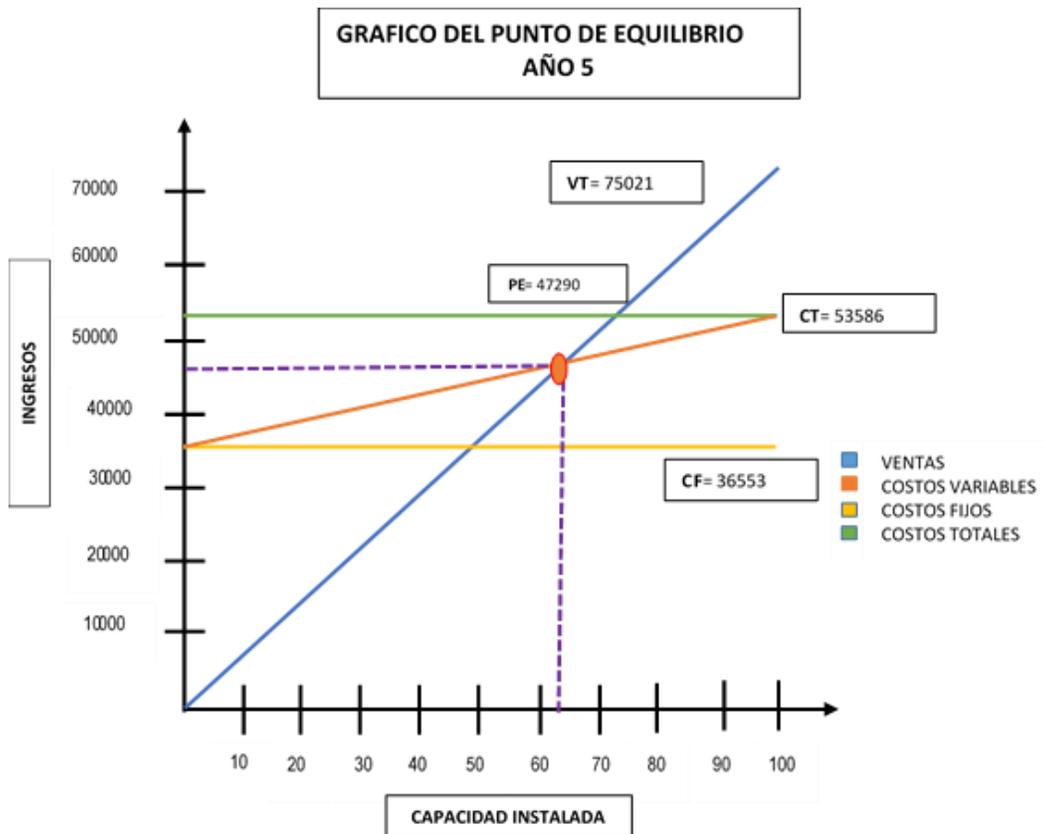
$$Cvu = 0,41$$

$$PE = \frac{36553,84}{1,80 - 0,41}$$

$$PE = 26298$$

GRÁFICO PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5

Cuadro # 80	
PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5	
DETALLE	VALORES
Ventas	75021
Costos Fijos	36553
Costos Variables	17033
Costos Totales	53586
Punto de equilibrio \$	47290
Punto de equilibrio %	63%



ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias es un estado financiero que presenta los resultados financieros, en un periodo de tiempo determinado, como producto de una actividad económica de la empresa.

Cuadro N° 81

ESTADO DE PERDIAS Y GANANCIAS					
DENOMINACIÓN	1	2	3	4	5
INGRESO POR VENTAS	57586,28	61590,23	65775,97	70162,55	74738,56
COSTO DE PRODUCCIÓN	24410,75	25145,09	25902,12	26682,54	27487,07
UTILIDAD BRUTA	33175,53	36445,14	39873,85	43480,02	47251,48
COSTOS OPERACIONALES	25664,28	26180,10	26718,66	27288,66	27874,82
UTILIDA NETA	7511,25	10265,04	13155,19	16191,36	19376,66
15% UTLIDAD PARA TRABAJADORES	1126,69	1539,76	1973,28	2428,70	2906,50
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	6384,57	8725,28	11181,91	13762,65	16470,16
25% DE IMPUETO A LA RENTA	1596,14	2181,32	2795,48	3440,66	4117,54
UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL	4788,42	6543,96	8386,44	10321,99	12352,62
10% DE RESERVA LEGAL	478,84	654,40	838,64	1032,20	1235,26
UTILIDAD LÍQUIDA	4309,58	5889,57	7547,79	9289,79	11117,36

Elaboración: La Autora

EVALUACION FINANCIERA

Es uno de los puntos más importantes, ya que del mismo dependerá su aceptación o rechazo del proyecto.

Flujo de Caja

El flujo de caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto, cubriendo así todos los requerimientos de efectivo del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos económicos para cubrir dichas necesidades.

Cuadro N° 82

CUADRO DE FLUJO DE CAJA						
DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
VENTAS		58204,18	62131,35	66235,79	70536,72	75021,68
CRÉDITO EN EL BANECUADOR	10000					
CAPITAL PROPIO	12163,37					
VALOR DE RESCATE				104,00		3182,60
TOTAL INGRESOS	22163,37	58204,18	62131,35	66339,79	70536,72	78204,28
EGRESOS						
ACTIVO FIJO	16433,00					
ACTIVO DIRERIDO	1870,00					
ACTIVO CIRCULANTE	3860,37					
PRESUPUESTO GENERAL		48503,48	49705,08	50950,61	52249,42	53586,91
DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN A.D		806,28	806,28	806,28	806,28	806,28
15% DE UTILIDADES A LOS TRABAJADORES		1455,10	1863,94	2292,78	2743,09	3215,21
25% DE IMPUESTO A LA RENTA		2061,40	2640,58	3248,10	3886,05	4554,89
AMORTIZACIÓN DE CAPITAL		2000,00	2000,00	2000,00	2000,00	2000,00
TOTAL EGRESOS	22163,37	53213,71	55403,32	57685,21	60072,28	62550,74
FLUJO DE CAJA	0	4990,47	6728,03	8654,58	10464,43	15653,54

Elaboración: La Autora

EVALUACION FINANCIERA

VALOR ACTUAL NETO

Gracias a este valor logramos calcular el valor presente de los flujos de caja futuros originados por una inversión, a este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

EVALUACIÓN FINANCIERA			
VALOR ACTUAL NETO			
AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR ACT	FLUJO ACTUALIZADO
		8,25%	
0			
1	3594,70	0,923803	3320,80
2	5350,24	0,853411	4565,96
3	7296,72	0,788383	5752,61
4	9128,27	0,728311	6648,22
5	14341,50	0,672815	9649,18
		TOTAL	29936,76
		VAN	7642,43

Elaboración: La Autora

➤ **Formula del factor de actualización**

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

➤ **Formula del Valor actual neto**

$$\text{VAN} = \sum \text{Flujo Actualizado} - \text{Inversión}$$

$$\text{VAN} = 29936,76 - 22163,37$$

$$\text{VAN} = 7642,43$$

El valor actual neto en el presente proyecto es de 58807,57 dólares; por lo tanto, se acepta el proyecto.

TASA INTERNA DE RETORNO

Expresa en forma porcentual la capacidad de ganancia de un proyecto, además se la conoce como la tasa de descuento que hace posible que la corriente de beneficios actualizados sea igual a la inversión inicial.

Cuadro No. 84

TASA INTERNA DE RETORNO					
AÑO	FLUJO DE CAJA	ACTUALIZACIÓN			
		FACT.ACTUA	VAN MENOR	FACTOR ACTUALIZ.	VAN MAYOR
0		18,00%	-22294,33	18,50%	-22294,33
1	3594,70	0,85	3046,3598	0,84	3033,51
2	5350,24	0,72	3842,4601	0,71	3810,10
3	7296,72	0,61	4441,0067	0,60	4385,03
4	9128,27	0,52	4708,2607	0,51	4629,30
5	14341,50	0,44	6268,8029	0,43	6137,66
TOTAL			12,56		-298,74
TIR	18,16				

Elaboración: La Autora

Para poder determinar la TIR se procede a aplicar la siguiente formula

$$TIR = Tm + Dt * \frac{VANmenor}{VANmenor - (VANmayor)}$$

$$TIR = 18,00 + 1,5 * \frac{12,56}{12,56 - (-298,74)}$$

$$TIR = 18,00 + 1,5 * \frac{12,56}{311,30}$$

$$TIR = 18,00 + 1,5 * \frac{12,56}{311,30}$$

$$TIR = 18,16$$

Con el presente resultado, el proyecto se acepta por cuanto la TIR es mayor (18,00%) que el costo de oportunidad del dinero, la misma que es del 11%, lo cual significa que es conveniente la realización del proyecto.

RELACION BENEFICIO COSTO

El indicador beneficio-costo, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente:

- B/C > 1 Se puede realizar el proyecto. □ B/C = 1 Es indiferente realizar el proyecto
- B/C < 1 Se debe rechazar el proyecto.

Cuadro N° 85

RELACIÓN BENEFICIO COSTO						
Años	Costo Original	Factor De Actualización	Costo Actualizado	Ingreso Original	Factor De Actualización	Ingreso Actualizado
0		8,25%			8,25%	
1	50075,03	0,92	46259,44	57586,28	0,92	53198,36
2	51325,19	0,85	43801,49	61590,23	0,85	52561,79
3	52620,78	0,79	41485,35	65879,97	0,79	51938,68
4	53971,20	0,73	39307,80	70162,55	0,73	51100,14
5	55361,89	0,67	37248,33	77921,16	0,67	52426,54
TOTAL			208102,40			261225,50
RBC	1,26					

Elaboración: La Autora

Fórmula para determinar el cálculo de Relación Beneficio Costo:

$$RBC = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos actualizados}}$$

$$RBC = \frac{261225,50}{208102,40}$$

$$RBC = 1,26$$

La relación beneficio-costo en el presente proyecto es, que por cada dólar que se invierte se obtendrá una rentabilidad de 0,26 centavos de dólar.

PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original.

Cuadro N° 86

PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL				
AÑO	INVERSIÓN	FLUJO.CA	PER.R.CAP	
0	22294,33		SUMATORIA	25369,93
1		3594,70	3	AÑOS
2		5350,24	8	MESES
3		7296,72	29	DÍAS
4		9128,27		
5		14341,50		

Elaboración: La Autora

Fórmula para determinar el Periodo de recuperación de capital.

**PRC = Año anterior a la inversión + (Inversión - Σ Primeros Flujos /
flujo de año que supera la inversión)**

$$\text{PRC} = 4 + ((22294,33 - 25369,93) / 9128,27)$$

$$\text{PRC} = 3,66 = 3 \text{ años, } 8 \text{ meses, } 29 \text{ días}$$

Esto nos indica que el periodo de recuperación de la inversión inicial, será de 3 años, 8 meses y 29 días.

ANALISIS DE SENSIBILIDAD

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

Cuadro N° 87

SENSIBILIDAD CON AUMENTO EN COSTOS								
Años	Costo Original	Costo Variación	ingreso original	Flujo	Factor	Van Menor	Factor	Van Mayor
0		11,90%			15,40%	-22294,33	15,90%	-22294,3324
1	50075,03	56033,96	57586,28	1552,33	0,87	1345,17	0,86	1339,37
2	51325,19	57432,89	61590,23	4157,34	0,75	3121,79	0,74	3094,91
3	52620,78	58882,65	65879,97	6997,32	0,65	4553,18	0,64	4494,50
4	53971,20	60393,77	70162,55	9768,79	0,56	5508,30	0,55	5413,86
5	55361,89	61949,96	77921,16	15971,20	0,49	7803,84	0,48	7636,96
						37,94		-314,74

Elaboración: La Autora

TIR 15,45

1) Diferencia de la Tir	2,71
2) % Variación	14,91
3) Sensibilidad	0,96

ANALISIS CON DISMINUCION EN LOS INGRESOS

Cuadro N° 88

SENSIBILIDAD CON DECRECIMIENTO EN LOS INGRESOS								
Años	Costo Original	Dism. Ingresos	Ingreso Original	Flujo	Factor	Van Menor	Factor	Van Mayor
0		9,55%			15,40%	-22294,33	15,90%	-22294,33
1	50075,03	52086,79	57586,28	2011,76	0,87	1743,30	0,86	1735,78
2	51325,19	55708,36	61590,23	4383,17	0,75	3291,37	0,74	3263,03
3	52620,78	59588,43	65879,97	6967,66	0,65	4533,87	0,64	4475,45
4	53971,20	63462,03	70162,55	9490,83	0,56	5351,57	0,55	5259,82
5	55361,89	70479,69	77921,16	15117,79	0,49	7386,85	0,48	7228,88
						12,63		-331,38

Elaboración: La Autora

TIR	15,42
1) DIFERENCIA DE LA TIR	2,74
2) % VARIACION	15,10
3) SENCIBILIDAD	0,98

h. Conclusiones

Después de haber realizado la investigación para el presente proyecto, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- La empresa “CHIKI AVENA” ha realizado el presente proyecto, con la finalidad de determinar su factibilidad y contribuir con el desarrollo económico de la ciudad de Loja.
- La producción y comercialización de la bebida de avena con naranjilla es una excelente oportunidad de negocio para los inversionistas ya que el estudio de mercado demuestra que tiene una aceptación del 85% de los encuestados.
- Los precios en el mercado de bebidas de avena de la ciudad de Loja son variados, ya que esto depende de algunos factores como: la marca, tipo de bebida, entre otros. Por lo que se realizó una fijación de precio basándose en los precios de la competencia, el costo de producción más un margen de utilidad teniendo así el precio de venta al público de \$1,73 para el primer año.
- Al analizar las capacidades se determina que la capacidad teórica está formada por las características de la maquinaria principal que es la batidora industrial la cual producirá 20 litros por hora, la Instalada es de 80% y Utilizada del 100%.
- El total de la inversión para que se ponga en marcha esta empresa es de \$ 22294,37 dólares.

➤ La evaluación financiera nos demuestra que el proyecto es factible por lo siguiente: el Valor Actual Neto (VAN) asciende a \$ 7642,43, siendo este valor una rentabilidad para la empresa, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 18, 16%, siendo esta tasa mayor al costo de oportunidad del capital, la Relación Beneficio Costo (RBC) da a conocer que por cada dólar invertido la empresa gana 0,26 ctvs. de utilidad, la inversión se recupera en 3 años, 8 meses, 29 días. Y finalmente el análisis de sensibilidad nos demuestra que el proyecto soporta un incremento de costo de hasta un 11,90 % y una disminución en ingresos de 9,55 %.

i. Recomendaciones

- Poner en práctica el proyecto de producción y comercialización de una bebida de avena con naranjilla, considerando que la rentabilidad es buena y la inversión requerida para el mismo es recuperable durante la vida útil del proyecto.
- Realizar una retroalimentación continua de los procedimientos que se deben realizar en la producción de la bebida de avena con naranjilla para optimizar el tiempo de elaboración del mismo y así lograr un producto de calidad.
- Potencializar la venta de la bebida de avena y naranjilla dando a conocer las propiedades y los beneficios que tiene el producto para la salud de las personas.
- A los inversionistas y los futuros emprendedores de la ciudad de Loja tomar en cuenta la siguiente idea de negocio ya que ha resultado muy alta la rentabilidad esto de acuerdo con el resultado obtenido.

j. BIBLIOGRAFÍA

Acuña, J. A. (17 de marzo de 2013). *Emprendimiento Globalizado en Competitividad*. Obtenido de *Emprendimiento Globalizado en Competitividad*: <http://acualonit.overblog.com/las-4-p-prec-productoplaza-y-promocion>

America, V. (2015). *Manuales. Manuales Administrativos y Organigramas*, 3-4 .

Armendariz, L. (24 de marzo de 2014). *Prezi*. Obtenido de Prezi: <https://prezi.com/bpyzxwlh-f1w/125-determinar-la-capacidad-instalada/>

Billene, R. (2010). *Analisis de Costos* . Argentina.

Briceño, M. (2015). *organigramas . Manual administrativos y Organigramas* 13-15.

Chain, N. S. (2005). *Preparación y evaluación de proyectos*.

Corrales, C. C. (2010). *Mercadotecnia*.

Dvoskin, R. (2006). *Fundamentos de marketing*. Argentina.

Espinoza, S. F. (2007). *Los Proyectos de Inversion*. Tecnologica de Costa Rica.

Franciso Jimenes, C. E. (2007). *Ingenierria Economica* . Costa Rica.

Garcia Santillan, A. H. (2006). *Proyectos de Inversion: evaluacion integral*.

Guerrero, F. P. (2005). *Gestion de stocks*. Madrid: Print book : Español (spa) : 3a ed.

Horngren Charles, G. S. (2006). *Contabilidad Administrativa*. Mexico.

Jiménez, D. P. (2007). *Manual de Recursos Humanos*. España: Pozuelo de Alarcon (Madrid).

- Keller, K. P. (2006). *Dirección de Marketing*. Mexico.
- Kotler, P. (2008). *Mercadotecnia (dirección de Marketing)*. Mexico.
- Leon, P. d. (2012). *Administración de Pequeñas empresas*.
- Lourdes, M. G. (2007). *Administración Escuelas, proceso administrativo, áreas funcionales y desarrollo emprendedor*.
- Martinez, M. L. (2006). *Guía para la presentación de Proyectos* .
- Moreno, M. (2014). Segmentación del mercadeo. *Gerencia y Liderazgo* , 7-8.
- Nava Katuska, R. Y. (2015). Que es la segmentación de mercado. *Mercado por segmentación*, 4-5.
- Ortiz, D. (2014). Manuales. *Manuales Administrativos y Organigramas* , 5-6.
- Pimentel, E. (2008). *Formulación Y Evaluación de Proyectos de Inversión* .
- Quezada, D. d. (2009). *Distribución en planta* .
- Rodriguez, C. (2013). Flujo de caja . *Economía y Evaluación de Proyectos*, 11-12.
- Rosa Guitierrez, A. G. (2015). *Administración y Gestión de las Comunicaciones de la Dirección* .
- Rubira, A. (9 de marzo de 2013). *Competitividad Turística*. Obtenido de Competitividad Turística: <http://competitividadturistica.com/la-demandapotencial-y-el-mercado-meta/>
- Sanchez, I. P. (2012). *Organización Empresarial y de Recursos Humanos*.

Silva, A. D. (2010). *geocities*. Recuperado el 8 de mayo de 2016, de geocities: http://www.geocities.ws/adsdosreis/efpi/foro1/foro1_parte2.html

Susana Delgado Gonzalez, B. E. (2011). *Recursos Humanos*. España .

Torres, M. G. (2013). Oferta. *Teoria de la oferta y demanda (Estructura de mercado)*, 5-6.

Urbina, G. B. (2010). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico.

Vasquez, A. G. (2005). *Contabilidad Financiera*. colombia.

k. ANEXOS

Anexo 1



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES

Se está realizando un estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de una bebida de avena con naranjilla en la ciudad de Loja.

Por lo cual le pido muy comedidamente que responda las siguientes preguntas:

1. **¿En su hogar consumen bebidas elaboradas a base de avena?**

Si () No ()

2. **¿Actualmente consume las bebidas elaboradas de forma?**

Artesanal () Procesada ()

3. **¿Cómo califica usted la calidad de las bebidas elaboradas a base de avena?**

Muy buena () Buena () Regular ()

4. **¿Con qué frecuencia consume usted las bebidas elaboradas a base de avena?**

Semanal ()

Quincenal ()

Mensual ()

5. **¿Qué marca de bebida de avena es de su preferencia**

Toni ()

Nestlé ()

Alpina ()

6. **Actualmente consume bebidas elaboradas a base de avena y naranjilla?**

SI () No ()

7. **Con que frecuencia consume usted las bebidas elaboradas a base de avena y naranjila**

Semanal ()

Quincenal ()

Mensual ()

8. **Que cantidad de bebidas elaboradas a base de avena y naranjilla consume**

Un Litro ()

Dos Litros ()

Tres Litros ()

9. **Cuánto paga por la bebida elaborada a base de avena y naranjilla.**

0,50 a 1,00 ()

1,10 a 2,00 ()

2,10 a 3,00 ()

10. **Indique en qué presentación le gustaría adquirir el producto**

Vidrio () Tetrapack ()

Otros.....

11. **¿Si se implantaría una empresa productora y comercializador de una bebida con avena y naranjilla en la ciudad de Loja, usted adquiriría este producto?**

Si () No ()

12. **¿Porque medios de comunicación le gustaría que se dé a conocer el producto a elaborarse.**

Radio ()

Televisión ()

Internet ()

Gracias por su colaboración

Anexo 2



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
FACULTAD JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS OFERTANTES

Se está realizando un estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de una bebida de avena con naranjilla en la ciudad de Loja.

Por lo cual le pido muy comedidamente que responda las siguientes preguntas:

1. ¿Expende en su negocio bebidas elaboradas a base de avena y naranjilla?

Si () No ()

2. ¿Qué tipo de bebidas elaboradas a base de avena prefieren los consumidores.

Toni ()

Nestlé ()

Alpina ()

3. ¿Qué cantidad de bebidas elaboradas a base de avena vende mensualmente?

400 a 500

501 a 600

601 a 700

4. ¿A qué precio usted vende las bebidas elaboradas a base de avena?

0,50 a 1,00 ()

1,10 a 2,00 ()

2,10 a 3,00 ()

Gracias por su colaboración

ANEXO 3

Depreciaciones

Cuadro N° 89					
Depreciación Maquinaria y Equipo					
10 AÑOS DE VIDA UTIL			10% DEPRECIACION		
Valor del activo	AÑOS	Valor Activo	Valor Residual	Depreciación	Valor Actual
7700		7700	1540		6160
	1	6160		616	5544
	2	5544		616	4928
	3	4928		616	4312
	4	4312		616	3696
	5	3696		616	3080
	6	3080		616	2464
	7	2464		616	1848
	8	1848		616	1232
	9	1232		616	616
	10	616		616	0

Elaboracion: La Aurora

Cuadro N° 90					
Depreciación Equipo de cómputo año 1 y 3					
10 AÑOS DE VIDA UTIL			33% DEPRECIACION		
Valor del Activo	Años	Valor Activo	Valor Residual	Depreciación	Valor Actual
520		520	104		416
	1	416		42	374
	2	374		42	333
	3	333		42	291
	4	291		42	250
	5	250		42	208
	6	208		42	166
	7	166		42	125
	8	125		42	83
	9	83		42	42
	10	42		42	0

Elaboracion: La Aurora

Cuadro N° 91					
Depreciación Muebles y Enseres					
10 AÑOS DE VIDA UTIL			20% DEPRECIACION		
Valor del Activo	Años	Valor Activo	Valor Residual	Depreciación	Valor Actual
615,00		615	123		492
	1	492		49	443
	2	443		49	394
	3	394		49	344
	4	344		49	295
	5	295		49	246
	6	246		49	197
	7	197		49	148
	8	148		49	98
	9	98		49	49
	10	49		49	0

Elaboracion: La Aurora

Cuadro N° 92					
Depreciación Equipo de Oficina					
Valor del Activo	Años	Valor Activo	Valor Residual	depreciación	Valor Actual
106,00		106	21,2		85
	1	85		8	76
	2	76		8	68
	3	68		8	59
	4	59		8	51
	5	51		8	42
	6	42		8	34
	7	34		8	25
	8	25		8	17
	9	17		8	8
	10	8		8	0

Elaboración: La Aurora

Cuadro N° 93					
Depreciación Equipo de Oficina					
Valor del Activo	Años	Valor Activo	Valor Residual	Depreciación	Valor Actual
372,00		372	74,4		298
	1	298		29,76	268
	2	268		30	238
	3	238		30	208
	4	208		30	179
	5	179		30	149
	6	149		30	119
	7	119		30	89
	8	89		30	60
	9	60		30	30
	10	30		30	0

Elaboración: La Aurora

Cuadro N° 94					
Depreciación Equipo de Oficina					
Valor del Activo	Años	Valor Activo	Valor Residual	Depreciación	Valor Actual
6500,00		6500	1300		5200
	1	5200		520,00	4680
	2	4680		520	4160
	3	4160		520	3640
	4	3640		520	3120
	5	3120		520	2600
	6	2600		520	2080
	7	2080		520	1560
	8	1560		520	1040
	9	1040		520	520
	10	520		520	0

Elaboración: La Aurora

ÍNDICE

CARÁTULA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORIA.....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
a) TÍTULO.....	1
b) RESUMEN.....	2
SUMMARY.....	4
c) INTRODUCCIÓN.....	6
d) REVISIÓN DE LITERATURA.....	8
e) MATERIALES Y MÉTODOS.....	34
f) RESULTADOS.....	38
g) DISCUSIÓN.....	55
g.1. ESTUDIO DE MERCADO.....	56
g.2. ESTUDIO TÉCNICO.....	67
g.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	83
g.4. ESTUDIO FINANCIERO.....	100
g.5. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	134
h) CONCLUSIONES.....	142
i) RECOMENDACIONES.....	144
j) BIBLIOGRAFIA.....	145
k) ANEXOS.....	148
INDICE.....	155