



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**UNIDAD DE EDUCACION A DISTANCIA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TÍTULO:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SACHET DE ALBAHACA EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, CANTON LAGO AGRIO DE LA PROVINCIA DE SUCUMBIOS PARA EL AÑO 2017”**

*TESIS, PREVIO A LA OBTENCION DEL GRADO DE INGENIERA COMERCIAL.*

**AUTORA:**

Daisy Karina Silva Aguilar

**DIRECTOR:**

Ing. Carlos Alfredo Rodríguez Armijos Mg.

**LOJA – ECUADOR**  
**2017**

## CERTIFICACIÓN

Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg.

**DIRECTOR DE TESIS.**

### **C E R T I F I C A:**

Haber dirigido la investigación realizada por la Señorita: **Daisy Karina Silva Aguilar**, en la ejecución del presente trabajo: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SACHET DE ALBAHACA EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, CANTON LAGO AGRIO DE LA PROVINCIA DE SUCUMBIOS PARA EL AÑO 2017”**, de la Carrera de Administración de Empresas de la Unidad de Educación a Distancia, el mismo que cumple con la reglamentación sobre el sistema de graduación vigente en la Universidad Nacional de Loja, autorizando su presentación.

Loja, Octubre del 2017

Atentamente



Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg.  
**DIRECTOR DE TESIS**

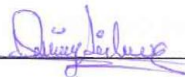
## AUTORÍA

Yo, Daisy Karina Silva Aguilar, 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.

**Autor:** Daisy Karina Silva Aguilar

**Firma** \_\_\_\_\_



**Cédula:** 2100578331

**Fecha:** Loja, Octubre del 2017


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

Yo, **Daisy Karina Silva Aguilar**, declaro ser autora de la tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SACHET DE ALBAHACA EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, CANTON LAGO AGRIO DE LA PROVINCIA DE SUCUMBIOS PARA EL AÑO 2017”**, como requisito para optar al título de **INGENIERA COMERCIAL**; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios puedan 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 13 días del mes de Octubre del dos mil diecisiete, firma la autora.

**Firma:**   
**Autor:** Daisy Karina Silva Aguilar  
**Cédula:** 2100578331  
**Dirección:** Sucumbíos, Lago Agrio, Nueva Loja.  
**Correo electrónico:** silva\_karina87@hotmail.com  
**Teléfono:** 0985539852

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**DIRECTOR DE TESIS:** Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg.

**TRIBUNAL DE TESIS:**

Ing. Galo Eduardo Salcedo López. Mg.

Ing. Edwin Bladimir Grandes Quezada Mg.

Ing. Víctor Nivaldo Anguisaca Guerrero Mg.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a la Universidad Nacional de Loja, a los docentes de la carrera de Administración de Empresas, de la modalidad de estudios a distancia, quienes con su profesionalismo académico entregaron sus valiosos conocimientos y sus sabias experiencias brindándome su apoyo en todos los momentos de mi formación profesional.

De manera especial quiero expresar mi agradecimiento al Ing. Carlos Rodríguez Armijos Mg. Quien supo guiar el presente trabajo para culminar con éxito el mismo.

Daisy Karina Silva Aguilar

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a Dios y la Virgen porque ha estado conmigo en cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar adelante.

A mis padres, hermanas quienes a lo largo de mi carrera están brindándome el apoyo incondicional en todo momento, depositando su entera confianza en cada reto que se me ha presentado.

Daisy Karina Silva Aguilar

**a. TÍTULO**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SACHET DE ALBAHACA EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, CANTON LAGO AGRIO DE LA PROVINCIA DE SUCUMBIOS PARA EL AÑO 2017”**

## **b. RESUMEN**

La presente trabajo de investigación previo a la obtención de tesis está enfocada en realizar un “proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de sachet de albahaca en la ciudad de Nueva Loja, Cantón Lago Agrio de la provincia de Sucumbíos”; con la finalidad de satisfacer las necesidades y expectativas que exigen los consumidores con un producto natural creado a base de las hojas de una planta de la Amazonia, como es la albahaca.

Para la puesta en marcha del proyecto y cumplimiento de los objetivos planteados se utilizaron los métodos Inductivo, deductivo, estadístico, descriptivo, científico y la técnica de la encuesta, que permitieron obtener la información necesaria para el desarrollo del mismo, la técnica que se utilizó fue la encuesta, con una muestra de 377 encuestas para los demandantes, y 25 encuestas para los oferentes de sachet de hierbas aromáticas entre comisariatos y supermercados.

El desarrollo de este proyecto también se basó en los siguientes seis estudios: Estudio de mercado, técnico, administrativo, económico, evaluación financiera y ambiental, mismos que a continuación se detalla.

Para el estudio de mercado se utilizó , según el INEC del 2010 cuenta con una población de 57.727, la cual para efectos de cálculo de población se tomó como base el número de miembros por familia que son 4, con lo que se obtuvo 14.432 familias, con un crecimiento poblacional de un



4.10% que sería hasta ahora un total de 19.120 familias, según el INEC del 2010, dato que se proyectó para diez años, luego de la tabulación de las encuestas se determinó las diferentes demandas, como la efectiva que se obtuvo 1.278.789 cajas de té de albahaca, siendo los usuarios que comprarán el producto a la nueva empresa, como demanda insatisfecha anual tenemos 1.206.039 cajas de té de albahaca de 25 unidades.

En el caso de la oferta no existen empresas que produzcan y comercialicen sachet de albahaca en la ciudad de Nueva Loja, los datos para el estudio de mercado se obtuvieron de productos de similares características como es el de hierbas aromáticas.

En cuanto al estudio técnico la empresa tendrá una capacidad instalada de 152.064 cajas de té de albahaca y trabajará con una capacidad del 70% en el primer año, a partir del cuarto año se incrementa un 5% hasta finalizar la vida útil del proyecto con el 95%. La localización de la empresa se fijó mediante la macro localización, por lo tanto, estará ubicada en el barrio el Jardín de la ciudad de Nueva Loja, cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos, debido a que cuenta con todos los requerimientos necesarios para su funcionamiento.

En cuanto al estudio administrativo y legal, la razón social de la empresa será Aromáticas Nueva Loja, su constitución es de Sociedad Anónima, también se elaboró los organigramas y manual de funciones para el desarrollo de las actividades por parte de cada uno de los trabajadores.

El estudio financiero da a conocer la inversión total del proyecto que es de USD \$ 82.675,68 dólares de Estados Unidos de América, contará con el 51,62 % de capital propio y el 48,38% capital ajeno, financiado mediante el Ban Ecuador, con una tasa de interés del 11,00% anual.

Dentro de la evaluación financiera se determinó que el proyecto sí es factible de acuerdo a los índices económicos como son: El valor actual neto USD \$ 65.355,42 dólares de Estados Unidos de América, la tasa interna de retorno 27,63%, relación beneficio costo, por cada dólar invertido se obtendrá un beneficio de USD \$ 1,19 centavos de dólar de Estados Unidos de América, período de recuperación del capital, 3 años, 3 meses, 14 días, por lo tanto si es aceptable el proyecto, y el análisis de sensibilidad con un incremento en los costos del 3,20% y disminución en los ingresos del 2.68% da como resultado 0.99, lo cual significa que es lo máximo que soportaría el proyecto.

En el estudio ambiental se tomará en consideración las medidas pertinentes para evitar daños a nuestro medio ambiente, también se analizó el ámbito social donde impulsará el desarrollo socioeconómico de la ciudad a través de la generación de fuentes de empleo.

## ***ABSTRACT***

The present research work prior to obtaining a thesis is focused on carrying out a “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICRO EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCILIZADORA DE SACHET DE ALBAHACA EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, CANTON LAGO AGRIO DE LA PROVINCIA DE SUCUMBIOS” with the purpose of satisfying the needs and the expectations that the consumers demand with a natural product created a base of the leaves of a plant of the Amazon, as is the basil.

For the implementation of the project and the fulfillment of the proposed objectives, methods and techniques are used to obtain the necessary information for the development of the project, within the techniques the survey is used, with a sample of 377 surveys for the applicants, And 25 surveys for the suppliers of aromatic herbal tea between commissariats and supermarkets.

The development of this project was also based on the following studies: Market, technical, administrative, economic, financial and environmental assessment, which is detailed below.

For the market study was used, according to the INEC of 2010 the account with a population of 57,727, which for purposes of calculation of the population for the base as the number of members per family as the child 4, with which we obtained 14,432 families, with a population growth of

4.10% that is possible until now a total of 19,120 families, according to the INEC of 2010, data that was projected for ten years, after the tabulation of the surveys determined the various demands, such as Cash that had 1.278.789 basil tea boxes of 25 units in the first year, being the users who will buy the product to the new company, as unmet annual demand 1.206.039 basil tea boxes of 25 units.

In the case of the supply there are no companies that produce and market basil tea in the city of Nueva Loja, data for the market study were obtained products with similar characteristics as aromatic herbal tea.

As for the technical study the company has an installed capacity of 152,064 basil tea trays and will work with a capacity of 70% in the first year, from the second year in a 95% until the end of the useful life of the project, the location Of the company was determined by the macro localization and micro localization, therefore, was located in the neighborhood the Garden of the city of Nueva Loja, canton Lago Agrio , Province of Sucumbíos, because it has all the necessary requirements for its operation.

As for the administrative and legal study, the corporate name of the company will be Aromáticas Nueva Loja, its constitution is a corporation, the organization charts and manual of functions for the development of the activities by each of the workers.

The financial study of the total investment of the project is USD \$ 82.675,68 from the United States of America, will have 51,62% of equity

and 48,38% of foreign capital, financed with the Ban Ecuador, with an interest rate of 11.00% per year.

Within the financial evaluation it was determined that the project is feasible according to the economic indexes as child: Net present value USD \$ 65.355,42 United States dollars, internal rate of return 27,63%, cost benefit ratio, For every dollar invested I will get a profit of USD \$ 1.19 US cents, capital recovery period, 3 years, 3 months, 14 days, therefore if the project is acceptable, And a decrease in revenues of 3,20% gives us 0.99, which is less than, therefore, the project is not sensitive to the changes that are generated.

The environmental study will take into consideration the pertinent measures to avoid damages to our environment; we also analyzed the social area where to promote the socio-economic development of the city through the generation of employment sources.

### **c. INTRODUCCIÓN**

Las plantas medicinales, aromáticas y especias se producen en todo el territorio ecuatoriano, esto gracias a la diversidad de microclimas. Sin embargo, el sector dedicado a la producción y comercialización de estas plantas como té, no termina por establecerse en el consumo local. La mayoría de esta producción se oferta a mercados internacionales, pues la demanda en dichos mercados es más precisa en cuanto a necesidades y beneficios que obtienen.

La industrialización de una materia prima en la ciudad de Nueva Loja, como es la albahaca, servirá para aprovechar la producción de esta en la localidad. La identidad de una oportunidad de inversión en cuanto a la albahaca incentivará a sus productores a mejorar las condiciones de siembra y cosecha, de modo que puedan obtener un producto de calidad para la comercialización y su posterior procesamiento hasta obtener productos terminados que satisfagan las necesidades de los consumidores, como lo es el té de albahaca. Por las razones antes expuestas, es decir, la falta de alternativas de estudios para la identificación de sectores de inversión en la ciudad de Nueva Loja, se propuso el estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de sachet de té de albahaca en la ciudad de Nueva Loja, provincia de Sucumbíos, para el año 2017.

La implementación de una empresa productora y comercializadora de sachet de té de albahaca busca proporcionar un producto de calidad, innovador a un precio accesible, satisfaciendo las necesidades de los consumidores.

En primera instancia se evaluó la demanda local de té de albahaca en la ciudad de Nueva Loja, a través del desarrollo de un estudio de mercado.

En el estudio técnico, se determinó la capacidad instalada, la capacidad utilizada, equipos, maquinarias, herramientas, muebles, la localización de la empresa, estableciendo así la probabilidad técnica de la propuesta.

Después se definió el diseño de la estructura organizacional de la empresa y el manual de funciones, a través de la propuesta del estudio administrativo y legal del proyecto.

En el estudio financiero se determinó las inversiones y el financiamiento deseado para la ejecución o puesta en marcha del proyecto; como también la evaluación financiera mediante los siguientes indicadores: El valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), relación beneficio costo (RB/C), el periodo de recuperación de capital (PR/C), y el análisis de sensibilidad, con estos datos se verificó la factibilidad del proyecto.

Además, se realizó el análisis de impacto ambiental y social que generará la implementación de la empresa productora y comercializadora de sachet de té de albahaca, en la ciudad de Nueva Loja.

Cabe destacar la estructura de la presente tesis: primeramente tenemos el TÍTULO, donde se presenta el tema; el RESUMEN, en inglés y en español; INTRODUCCIÓN, donde se ofrece una visión panorámica de toda la investigación; REVISIÓN DE LA LITERATURA, donde se desglosa el marco referencial y el marco conceptual; MATERIALES Y MÉTODOS, que se destacan los métodos, técnicas e instrumentos que se utilizaron en la investigación, la población considerada y la muestra; los RESULTADOS, donde se describe la encuesta a los demandantes y oferentes con la tabulación, interpretación, gráficos estadísticos y análisis e interpretación; en la DISCUSIÓN, se analizaron la demanda potencial, real, efectiva, y la demanda efectiva en unidades que tiene la empresa, además se analizó la oferta y posteriormente se determinó la demanda insatisfecha. Luego se tiene el PLAN DE COMERCIALIZACION, donde se analiza las 4 P de mercadeo; que son producto, precio, plaza y promoción. Luego se definen los estudios respectivos, técnico, organizacional, financiero, y finalmente la evaluación financiera, la misma que permitió a través de la aplicación de diferentes criterios de evaluación determinar la factibilidad y la respectiva rentabilidad del proyecto. Finalmente esbozaron las CONCLUSIONES, y RECOMENDACIONES, respectivas, la BIBLIOGRAFÍA y los ANEXOS, los mismos que complementaron todo el trabajo investigativo en todas sus etapas y permitieron confirmar la factibilidad del proyecto en estudio.



## d. REVISIÓN DE LITERATURA

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **La albahaca**

Su origen es de la India y como dato se dice que alrededor de la tumba de Cristo después de su resurrección crecieron cantidades de esta hierba, por ende en algunas iglesias ortodoxas griegas la usan para preparar agua sagrada y adornar los altares, como otro dato también se dice que la albahaca fue utilizada por los indígenas como perfume, se colocaban ramitas en el cuello o en las muñecas para oler rico. (Moreno, 2004, pág. 1).

La albahaca pertenece a la familia Lamiaceae y se conoce principalmente con este nombre en los países de habla hispana. Recibe otros nombres vulgares como basílica, basilisco.

Es una de las principales hierbas aromáticas de uso culinario para exportación, debido a su liderazgo en participación y preferencia por los países de destino tales como Estados Unidos, Canadá y Reino Unido, siendo la especie de mayor consumo en el ámbito internacional. (Moreno, 2004, pág. 1).

Es muy utilizada en la cocina Vietnamita y Tailandesa. La albahaca tiene un sabor picante a clavo y huele un poco a menta y regaliz. En la cocina se usa con muchos tipos de alimentos: en las ensaladas, con los tomates tanto crudos como cocinados, casa muy bien con el ajo, con el limón, con el aceite de oliva, con las pastas, con las berenjenas, con las patatas, con las alubias y con el arroz (arroz y paellas). También se utiliza para aromatizar pescado. Se puede preparar aceite aromático a la albahaca. (Moreno, 2004, pág. 1).

Es un cultivo que asegura una abundante cosecha es aquel que tenga una amplia y regular precipitación durante el periodo de crecimiento y

poca lluvia durante el periodo de cosecha, bastante luz solar y que se adapte a una amplia variedad de suelo, este es el caso de la albahaca.

“La albahaca es una planta que se cultiva en la amazónica del género del acebo. Es uno de las plantas que contienen cafeína; las hojas de la planta de albahaca se secan y se elabora con ellas un té con propiedades estimulantes” (Moreno, 2004, pág. 1).



**Gráfico N° 1:** La planta de albahaca  
**Fuente:** (Moreno, 2004)  
**Elaborado por:** La Autora

## Descripción de la planta de albahaca

La albahaca es una planta aromática y medicinal, planta Herbácea, anual de tallos erectos y ramificados, frondosa, que alcanza de 30 a 50 cm. de altura. Las hojas de 2 a 5 cm., con hojas suaves, oblongas, opuestas, pecioladas, aovadas, lanceoladas y ligeramente dentadas. Las flores son blancas dispuestas en espigas alargadas, asilares, en la parte superior del tallo o en los extremos de las ramas, lampiñas de color verde intenso con pequeñas flores blanco azuladas dispuestas en forma de largos ramilletes terminales. (Moreno, 2004, pág. 1).

Es un cultivo que asegura una abundante cosecha es aquel que tenga una amplia y regular precipitación durante el periodo de crecimiento y poca lluvia durante el periodo de cosecha, bastante luz solar y que se adapte a una amplia variedad de suelo, este es el caso de la albahaca. En las condiciones de Cuba esta planta se desarrolla bien sobre suelo ferralítico rojos de La Habana y Matanzas y en suelos con contenido de sales solubles totales hasta 3000 ppm, florece y fructifica. (Moreno, 2004, pág. 2)

## Usos Medicinales de la albahaca

- Fiebre y resfriado común
- Dolor de cabeza
- Dolor de garganta
- Estrés
- Trastorno de corazón:
- Trastornos oculares

## Producción de albahaca en Ecuador

En Ecuador existen alrededor de 2.000 agricultores campesinos de las provincias de, Sucumbíos y Orellana, quienes desde el 2010 hasta hoy han sembrado 500 mil plantas de albahaca en 2 años, más de 100 mil plantas por año. La albahaca tiene mucha demanda en los mercados internacionales, ya que es utilizado para hacer té ya que es una bebida natural con contenido de cafeína. Su agradable sabor y suave aroma ha dado lugar a esta preferencia. El 95% de la producción total de albahaca es exportada a los mercados de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido. (Moreno, 2004, pág. 1).

La producción de albahaca es de gran importancia cultural y económica para las comunidades y para pequeños productores nacionales; en la actualidad las hojas de albahaca deshidratadas se exportan al mercado internacional, pero el consumo en Ecuador se ve relegado para los consumidores darle valor agregado o uso en la industria nacional. (Moreno, 2004, pág. 5)

## Producción agrícola de albahaca

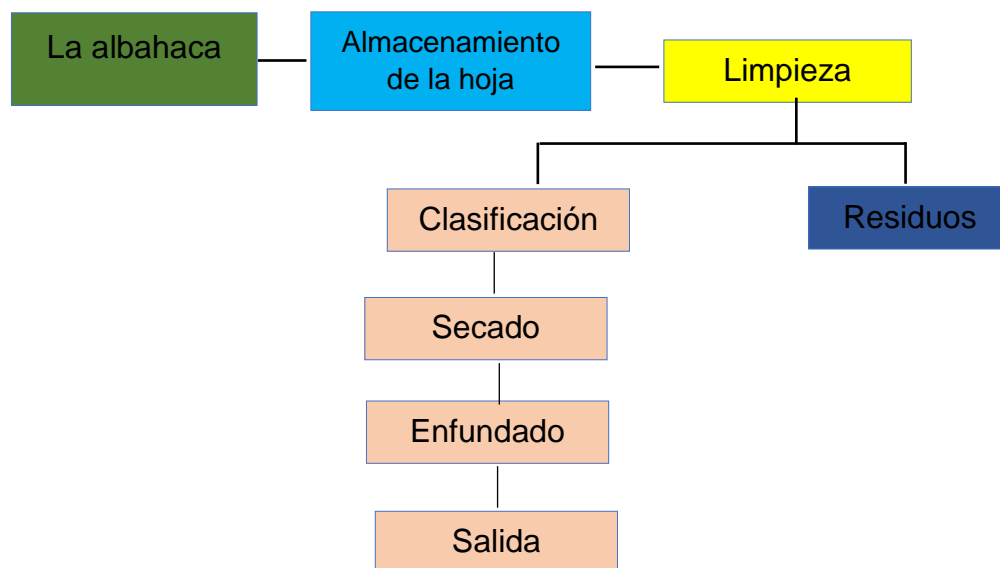
La albahaca es una especie que en estado silvestre tiene una población baja, por lo que se debe considerar la siembra de plantas que a futuro serán las proveedoras de hojas.

La producción de plantas de albahaca como de otras plantas importantes (maderables, frutales, medicinales, etc.), es una actividad que, a más de brindar la oportunidad de tener disponible el material en la comunidad o finca para realizar siembras en sistemas agroforestales, silvopastoriles enriquecimiento de bosque, puede convertirse en un negocio que, a través de la venta de las

plantas, genere ingresos adicionales a la organización o al productor. (Alvarez, 2013, pág. 12)

La producción de plantas de albahaca, debido a la dificultad de obtener semillas de buena calidad, se lo realiza por el método de enraizamiento de estacas o por acodos, siendo el primero de estos el de mayor facilidad y que permite producir la mayor cantidad de plantas, considerando que se debe tener cuidados especiales para lograr un mayor éxito en el prendimiento. (Alvarez, 2013, pág. 12)

Él se te obtiene de la materia prima de la albahaca el proceso de producción se muestra en el siguiente cuadro.



**Gráfico N° 2:** Proceso de producción de la albahaca  
(Elaborado por: La autora)

### Recolección de las hojas

La cosecha de las hojas de albahaca se realiza mediante la expulsión de las ramillas. Esto es una labor intensa y requiere contar con la ayuda de familiares, vecinos o jornaleros, la cosecha se realiza dos veces al año. (Alvarez, 2013)

### **El cosechador debe tomar en cuenta las siguientes prácticas:**

- Las plantas de albahaca deben ser abonadas un mes antes o un mes después de la cosecha, con el fin de conservar la misma plantación.
- Podar las ramillas sin hojas luego de realizado la expulsión y la venta de las hojas.
- Administrar y proteger la cosecha de la lluvia ya que la humedad causa que las hojas se descompongan (se vuelve quemada) más rápidamente.
- Es recomendable dejar el 20% de las hojas en la planta y poder recuperar para la siguiente cosecha.
- Las hojas cosechadas se acopian sobre una gangocha.
- Estos materiales se deben lavar antes y después de cada cosecha.

### **Post-cosecha, comercialización y transporte**

Una vez cosechadas, las hojas de Albahaca deben permanecer el menor tiempo posible en el campo (máximo un día). Si es necesario reposarlas, se lo debe hacer sobre una gangocha limpia, que mantenga la cosecha aislada del suelo. La cosecha debe estar en un lugar cubierto que prevenga la exposición directa al sol y a la lluvia. Durante el tiempo de reposo, las hojas de Albahaca deben estar bien ventiladas y el montón no debe exceder los 10 centímetros de alto y las 100 libras en peso. (Alvarez, 2013, pág. 12)

Las hojas deben ser maduras y estar libres de manchas, hongos, líquenes, orugas y otros insectos.

### **Elaboración del sachet de albahaca**

#### ***Limpieza***

Para eliminar basuras e impurezas en el Centro de Acopio se colocan las hojas (aproximadamente 20-30 lb) en bandejas con una solución de agua y cloro al

1,5%, se las deja reposar de 2 a 5 min y se enjuagan, el procedimiento del enjuague se realizara por dos ocasiones para que queden completamente limpias las hojas. (Alvarez, 2013, pág. 12)

### ***Secado***

Una vez escurridas las hojas se las coloca en las bandejas de secado, entrando en cada una, 2 a 4 libras. Las hojas son colocadas en el cuarto de secado a una temperatura constante de 30°C por 16 a 20 horas. (Alvarez, 2013, pág. 12)

### ***Control de Calidad***

El control de calidad se lo realiza tomando muestras al azar de las hojas limpias y secadas, las cuales serán enviadas a un laboratorio para un análisis microbiológico. (Alvarez, 2013, pág. 12)

### ***Producción de sachet***

Las hojas secas de albahaca son molidas y luego puestas en sobres de sachet de (1.5 g.) Para luego ser comercializadas. (Alvarez, 2013, pág. 12)

## **MARCO CONCEPTUAL**

### **Concepto de proyecto**

La palabra proyecto indica la planificación de algo en el futuro inmediato o mediano con la finalidad de lograr un objetivo, se podrá definir a un proyecto como la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema que tiende a resolver entre tantas una necesidad humana. (Padilla, 2011)

### **Definición de proyecto de factibilidad**

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso y si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales. (Padilla, 2011)

### **Etapas del proyecto de factibilidad**

Las Etapas del proyecto de factibilidad es un proceso en el cual intervienen cuatro grandes etapas:

- Idea
- Pre inversión
  - Perfil
  - Perfectibilidad
  - Factibilidad
- Inversión
- Operación.

### **Estudio de mercado**

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. (Chain, 2008)

Con esto denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio, consta básicamente de la determinación y cuantificación de la

demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. (Chain, 2008)

Sin embargo la cuantificación de la oferta y la demanda pueden obtenerse fácilmente de las fuentes secundarias en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias, pues proporciona información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otro tipo de fuente de datos. (Chain, 2008)

Si el mercado disponible es positivo, su magnitud debe ser comparada con las escalas de producción mínimas aceptables. Si es menor a la mínima producción técnicamente aceptable, el proyecto es tecnológicamente inviable y si es mayor, se concluye en la viabilidad del proyecto desde el punto de vista del mercado disponible. (Chain, 2008)

El mercado disponible también debe ser comparado con el tamaño mínimo económico de las unidades productivas y las reglas de decisión son similares a la de la escala mínima técnicamente viable. (Pimentel, Foemulacion y evaluacion de proyectos de inversion, 2008, pág. 29)

### ***Componentes del Estudio de Mercado***

Los componentes del objetivo son: Análisis del sector económico al cual se va a entrar, análisis del mercado propiamente dicho, estrategia de mercadeo.

Existen principales funciones dentro de la empresa y son:

- ❖ Características del bien o servicio.
- ❖ El uso para el que fue concebido.
- ❖ Los similares sustitutos o complementarios.
- ❖ Productos competidores.
- ❖ Factores que lo diferencia con relación a los competidores.



### ❖ Cuidados especiales.

Con el análisis del resultado del sector económico en el que se pretende entrar, se debe conocer: La estructura actual y perspectivas de crecimiento del sector; tendencias socioeconómicas, culturales o políticas que tienen incidencia en el sector; estabilidad económica del país y ciudad, ¿hay inversiones?, ¿está creciendo el sector?; existen barreras para el ingreso de empresas en el sector; se hallan los suficientes clientes y proveedores de modo que hagan atractivo al sector; se motiva la inversión, etc. (Padilla M. C., Formulación y evaluación de proyectos, 2011, pág. 63)

### ***Demanda***

La demanda es la promoción de elemento de la mezcla de marketing que sirve para informar, persuadir, y recordarles al mercado la existencia de un producto y su venta, con la esperanza de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario.

El parámetro de la demanda, o sea, de la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere para satisfacer una necesidad o deseo específico a un precio determinado, no es fácil cuando no existe información estadística disponible para conocer los gustos y las preferencias del consumidor. (Chain N. S., Preparación Y Evaluación de proyectos, 2008, pág. 82)

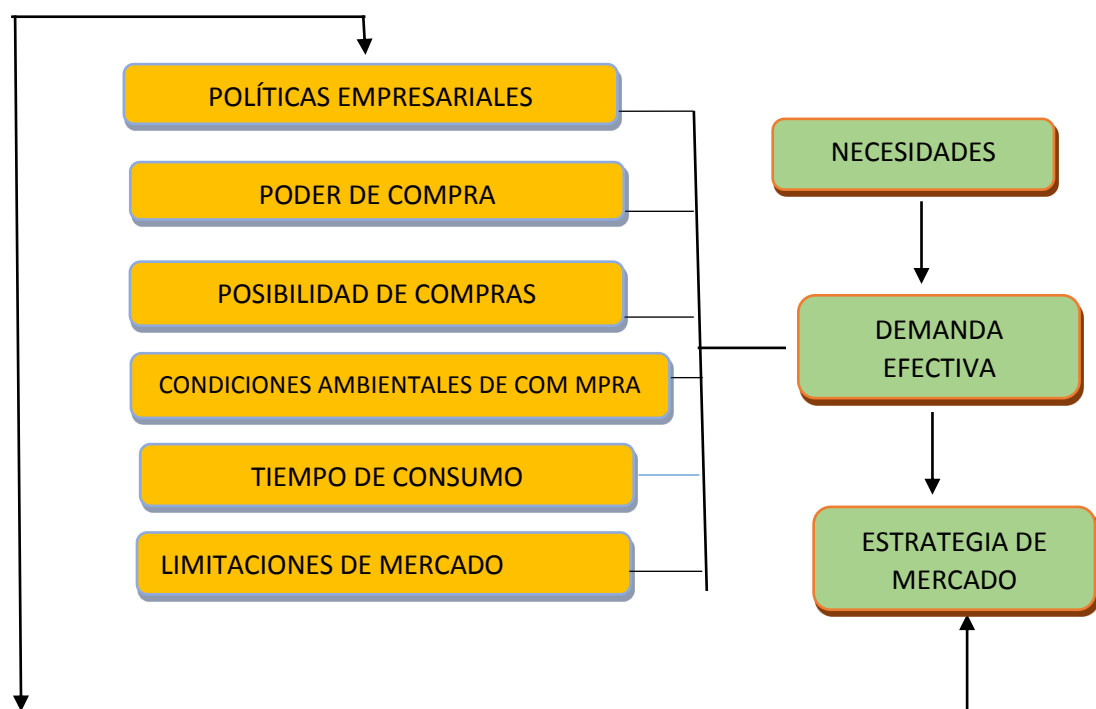
### ***Análisis de la demanda***

El análisis de la demanda depende del tipo del bien o servicio que se estudia; si es de consumo masivo, será necesario el uso de los coeficientes de elasticidad ya que la cantidad demandada dependerá de los ingresos, del tamaño de la población consumidora, de los precios del producto en estudio y de otros bienes relacionados, etc. Si el producto que se estudia es intermedio o de capital, su cantidad demandada dependerá de los cambios estructurales de la economía (políticas económicas, planes de la nación, etc.). (Chain, 2008)

El principal propósito que se persigue con la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

En el caso que la información disponible no sea suficiente para cuantificar la demanda, o que se requiera un mayor grado de precisión en su cálculo, se debe recurrir al muestreo a fin de obtener la información deseada de parte de los consumidores directamente.

En el análisis de la demanda de un bien de consumo final (alimentos, calzados, electrodomésticos, etc.) se deben considerar un conjunto de factores que simultáneamente afectan las cantidades demandadas de dicho bien, por parte de una colectividad específica. (Pimentel, Formulación y evaluación de proyectos de inversión, 2008, pág. 38)



**Gráfico N°3:** Demanda de un producto.

**Fuente:** (Padilla M. C., Formulación y evaluación de proyectos, 2011)

**Elaborado:** La autora

## **Tipos de demanda en el mercado**

### ***Demanda potencial***

La demanda potencial es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio en un horizonte temporal establecido. (Padilla, 2011)

La demanda potencial de mercado se calcula a partir de la estimación del número de compradores potenciales a los que se determina una tasa de consumo individual. (Padilla, 2011)

### ***Demanda real***

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. (Padilla M. C., Formulación y evaluación de proyectos, 2011, pág. 64)

### ***Demanda efectiva***

Conjunto de mercancías y servicios que los consumidores realmente adquieren en el mercado en un tiempo determinado y a un precio dado. La Demanda efectiva es el deseo de adquirir un Bien o servicio, más la capacidad que se tiene para hacerlo. En términos generales, la efectivamente realizada, que no tiene por qué coincidir con la planeada. (Padilla M. C., Formulación y evaluación de proyectos, 2011, pág. 64)

### ***Demanda insatisfecha***

Se llama Demanda Insatisfecha a aquella Demanda que no ha sido cubierta en el Mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por

el Proyecto; dicho de otro modo, existe Demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la Oferta

La demanda insatisfecha engloba los términos:

**Demanda no atendida:** Es aquella en donde parte de una población o un conjunto de instituciones no reciben el servicio y/o producto que requieren, por lo tanto, la demanda es mayor que la oferta. El proyecto cubrirá una porción o la totalidad de la brecha identificada.

**Demanda atendida:** Es aquella donde se brinda el servicio y/o producto a casi la totalidad del mercado, pero se satisface en forma parcial la necesidad identificada, por lo que también representa una demanda insatisfecha. Aquí el proyecto debe brindar un nuevo servicio que incorpore esos requerimientos, por lo tanto, la oferta actual del nuevo servicio sería nula. Entonces, la «demanda insatisfecha» es aquella que incluye una de las demandas antes mencionadas o su combinación; en este caso, el proyecto cubrirá la demanda no atendida y/o la demanda atendida pero no satisfecha. (Padilla M. C., Formulación y evaluación de proyectos, 2011, pág. 65)

### ***Consumo per cápita***

El concepto conocido de per cápita es un término que proviene del idioma latín y que significa en otras palabras 'por cada cabeza'. Este término es utilizado normalmente en el ámbito de las estadísticas, ya sean estas sociales, económicas o de cualquier tipo y también es común usarlo para hacer referencia a diferentes tipos de divisiones o distribuciones entre grupos o comunidades de personas ya que siempre da a entender cuánto recibe o percibe cada una de esas personas (Padilla M. C., Formulación y evaluación de proyectos, 2011, pág. 66)

### ***Oferta***

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado. (Urbina, Evaluación de proyectos, 2010, pág. 41)

### ***Análisis de la oferta***

La oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios.

Obviamente, el comportamiento de los oferentes es distinto al de los compradores; un alto precio les significa un incentivo para producir y vender más de ese bien. A mayor incremento en el precio, mayor será la cantidad ofrecida.

El término oferta se aplica tanto a la curva como a la tabla de oferta. Lo mismo ocurre en la demanda. La conjunción de ambas curvas determina el precio de equilibrio y la cantidad de equilibrio. De esta manera, el punto de conjunción o punto de equilibrio es aquel en el que, a un precio determinado, se igualan las cantidades ofrecidas y demandadas (todos los que quieren comprar o vender lo pueden hacer a ese precio). Ante un aumento en el precio, la cantidad ofrecida aumenta y la cantidad demandada disminuye. De mismo modo, ante una baja en el precio, la cantidad ofrecida disminuye y la cantidad demandada se incrementa por la presión de los compradores, lo que hace posible un aumento en el precio hasta llegar a un nuevo equilibrio. (Padilla, 2011)

### ***Ley de la oferta***

La cantidad ofrecida de un bien varía directamente con su precio; es decir, a mayor precio menor cantidad, a menor precio mayor cantidad ofrecida.

### ***Cambios de la cantidad ofrecida***

Son los movimientos a lo largo de una curva de oferta dada generadas por la relación entre la cantidad ofrecida de un bien y su precio.

### ***Cambios en la oferta***

Son las variaciones en las cantidades ofrecidas resultantes no se cambios en los precios sino de alteraciones en otros factores como son:

- El cambio en la tecnología
- Las expectativas de los productores
- El precio de los factores productivos. (Chain N. S., Preparacion Y Evaluacion de proyectos, 2008, pág. 55)

### ***Estrategias de comercialización***

Se especifican en el mercado meta y una mezcla comercial, en el mercado meta se crean un grupo homogéneo de clientes a los que se deben atraer. En la mezcla comercial son variables controladas en la empresa para satisfacer a los consumidores. En la comercialización por metas es una mezcla comercial para poder satisfacer las necesidades de los consumidores, estas estrategias pueden satisfacer a grandes mercados y ganancias. (Govea, 2012, pág. 2)

### ***Canales de comercialización***

Los canales de comercialización es la ruta que se usa en la comercialización de ellos, determinar la magnitud de la demanda que podría esperarse y conocer la composición, las características y la ubicación de los potenciales consumidores.

- ❖ Productor – Consumidor,
- ❖ Productor – Minorista – Consumidor,
- ❖ Productor – Mayorista - Minorista – Consumidor,
- ❖ Productor – Agente - Mayorista - Minorista – Consumidor.

El productor siempre tratara de elegir el canal más ventajoso desde todos los puntos de vista. (Chain N. S., Preparacion Y Evaluacion de proyectos, 2008, pág. 63)

### **Estudio técnico**

Es la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal.

### ***Definición de tamaño***

“El tamaño es la capacidad de producción que tienen el proyecto durante todo periodo de funcionamiento” (Rojas, 2007, pág. 107). La capacidad de producción se define como el volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando.

El tamaño tiene incidencia en el nivel de inversiones y costos, por un lado, y por otro, el nivel de operación que determinará los ingresos. Por lo tanto, el tamaño tiene incidencia en la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación. (Urbina, Evaluacion de proyectos, 2010, pág. 7)

### ***Factores que determinan el tamaño de un proyecto***

El dimensionamiento del tamaño de un proyecto se relaciona factores técnicos y económicos; éstos condicionan su capacidad instalada, que se expresa en unidades de producción por año, se considera recomendable cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica. (Urbina, Evaluación de proyectos, 2010, pág. 75)

### ***Definición de localización***

La localización de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo. Criterio social) (Baca, 2001, pág. 119)

### ***Localización del proyecto***

Es el análisis de variables (factores) que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general las decisiones de localización podría catalogarse de infrecuente; de hecho algunas empresas solo la toman una vez en la historia. Las decisiones de localización no solo afecta a empresas de una creación, sino también a las que están funcionando. (Baca, 2001)

Un mercado en expansión requería añadir nueva capacidad, la cual habrá que localizar, bien aplicando las instalaciones ya existentes en un emplazamiento determinado, bien creando una nueva en algún lugar otro sitio. La introducción de nuevos productos o servicios con lleva una problemática analógica. (Baca, 2001)

Una contratación de la demanda puede requerir el cierre de instalaciones y / o la reubicación de las operadoras; otros tanto sucede cuando se produce cambios en la localización de la demanda.



### ***Factores que incluyen en la localización***

Los factores que un incluir a la localización son las siguientes:

- ✓ Medios y costos de transporte.
- ✓ Disponibilidad y costos de mano de obra.
- ✓ Cercanía de las fuentes de abastecimiento.
- ✓ Factores ambientales.
- ✓ Cercanía del mercado.
- ✓ Costo y disponibilidad de terreno.
- ✓ Topografía de suelo
- ✓ Disponibilidad d agua, energía y otros suministros.
- ✓ Comunicaciones.
- ✓ Posibilidad de desprenderse de desechos.

Están son alternativas de instalación de la planta que deber darse en un proyecto. (Padilla M. C., Formulacion y evaluacion de proyectos, 2011, pág. 112)

### ***Macro localización***

La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establece un determinado proyecto. Esta tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente. Además compara las alternativas propuestas para determinar las regiones o terrenos más apropiados para el proyecto. (Baca, 2001)

Las regiones básicas de una región son:

- ❖ Distancia y acceso a la infraestructura
- ❖ Mercados de ventas amplios.

- ❖ Disponibilidad de insumos.
- ❖ Abastecimiento de energía.
- ❖ Industrias conexas y servicios auxiliares.
- ❖ Disponibilidad de mano de obra.

Las condiciones obedecen a políticas gubernamentales de desarrollo regional. Se debe considerar su rentabilidad y factibilidad (propuesta más favorable).

- Las preferencias personales están relacionadas con:
- Razón familiar en el lugar específico.
- Interés en la gente, paisaje y tradiciones de cierta región.
- Interés personal a favor de la región para la localización del proyecto.

La macro localización debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del proyecto. (Padilla M. C., Formulación y evaluación de proyectos, 2011, pág. 119)

### ***Micro localización***

La micro localización indica cual es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro elegida. La macro localización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operara. (Baca, 2001)

Esta localización integra los siguientes elementos:

- Suma de costos de fletes de insumos a la planta y el producto al mercado.

- La disponibilidad y costos relativos de los insumos.
- La disponibilidad y costos relativos de los insumos.
- Estimulo fiscales, leyes, reglamento condiciones generales de vida, clima, factibilidad administrativa, factores externos preferencias personales y ventajas sociales.

El micro análisis estudia los detalles mediante un cálculo comparativo de los costos para definir la localización óptima. Este elabora los datos finales de la elección y se aclaran las dudas que no se resolvieron con el macro análisis. (Padilla, 2011)

Para la decisión final de la localización se recomienda el criterio del costo mínimo por la unidad y el de la recuperación neta máxima, así como considera todos. (Padilla, 2011)

Los costos de fabricación en la ubicación. El aspecto de precio en la localización es más importante para el inversionista privado que para el público. El análisis está estrechamente relacionado con los estudios de costos y los análisis de rentabilidad. (Padilla M. C., Formulación y evaluación de proyectos, 2011, pág. 121)

## ***Ingeniería del proyecto***

El objetivo general de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. (Urbina, Evaluacion de proyectos, 2010, pág. 89)

## ***Proceso de productivo***

El proceso productivo se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en producto mediante la participación de una determinada tecnología en este caso es la combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procesos de operación. Para que el proceso productivo se desarrolle y el producto obtenido sea el mejor es importante que se cuente con una buena materia prima, una excelente maquinaria y una mano de obra eficiente. (Urbina, 2010)

Para entender este proceso es necesario dividirlo en tres partes:

- Estado inicial: aquí se ubican los insumos que son aquellos sobre los cuales se efectuara el proceso de transformación para obtener el producto final.
- Proceso transformador: es el conjunto de operaciones que realiza el personal y la maquinaria para elaborar el producto final.
- El proceso final: se ubica el producto o bienes finales resultado del proceso de transformación. (Urbina, Evaluacion de proyectos, 2010, pág. 89)

## **Estudio Organizacional**

Este estudio tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial con base en sus necesidades funcionales y presupuesto. En este se involucra el análisis del marco jurídico con el que va a funcionar la empresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto y la descripción de los procedimientos y reglamentos que regularan las actividades durante el periodo de operación. Mediante este estudio se deben concretar todos los aspectos que conciernen a nomina personal y a la remuneración prevista para cada uno de los cargos. (Urbina, 2010)

Se deberá realizar un análisis minucioso de las ventajas y desventajas que ofrecen los diferentes tipos de empresas de acuerdo a su constitución jurídica.

Para la ejecución y operación del proyecto las actividades deben ser programadas, coordinadas, realizadas y controladas. Para esto toda empresa deberá seleccionar una estructura organizacional, cuya implementación tendrá efectos financieros tanto en el monto de la inversión inicial como en los costos operacionales. (Urbina, 2010)

La organización es el proceso de determinar qué es lo que se debe hacer para lograr una finalidad dada, así como dividir las actividades necesarias en segmentación suficientemente pequeñas para que puedan ser desempeñadas por una persona de modo que no se desperdicien esfuerzos y los integrantes de la organización no interfieran unos con otros. Esto se logra mediante de la elaboración de un organigrama. (Orosco, 2011, pág. 28)

### ***Objetivos del Estudio Organizacional***

El estudio organizacional tiene por objetivo determinar la Estructura Organizacional Administrativa óptima y los planes de trabajo administrativos con la cual operara el proyecto una vez este se ponga en funcionamiento.

### ***Proceso Para El Estudio Organizacional***

Para el diseño de la Estructura Organizacional se siguen los siguientes pasos:

Defina los objetivos generales de la empresa; debe existir concordancia entre la estructura organizacional y los objetivos.

- ❖ Elabore un listado de actividades administrativas necesarias para el logro de los objetivos.

- ❖ Defina cuál de estas actividades se subcontratará y cuáles se harán de manera directa.
- ❖ Para las actividades que se atenderán directamente, agrupe las tareas y actividades relacionadas o afines en subsistemas.
- ❖ Identificar las funciones específicas que debe cumplir cada subsistema.
- ❖ Identificar las necesidades de Recurso Humano de cada subsistema.
- ❖ Expresar los subsistemas en unidades administrativas o grupos de trabajo.
- ❖ Asignar funciones y definir cargos para cada unidad administrativa o grupo de trabajo.
- ❖ Elaboración del Organigrama.
- ❖ Descripción de las funciones de cada cargo.
- ❖ El diseño de la estructura organizacional depende de criterios y principios administrativos los cuales no son generalizables a todos los proyectos.

La Estructura Administrativa se refiere a la forma como se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización en cuanto a las

relaciones entre los gerentes y los empleados, entre los gerentes entre si y así mismo entre los empleados. (Orosco, 2011)

Dependiendo del negocio, tamaño y otros factores particulares de cada proyecto la solución organizacional existen diferentes formas de agrupar empleados, jefes, medios y tareas.

A continuación relacionamos tres de uso recurrente; aunque hay que observar que cada proyecto (empresa) deberá definir su propia organización de acuerdo a los requerimientos. (Orosco, 2011, pág. 29)

### ***Organigrama funcional***

La organización por funciones reúne, en un departamento, a todos los que se dedican a una actividad o a varias relacionadas, que se denominan funciones.

Características de la organización funcional:

- ❖ **Autoridad funcional o dividida.** Es una autoridad que se sustenta en el conocimiento. Ningún superior tiene autoridad total sobre los subordinados, sino autoridad parcial y relativa.
- ❖ **Línea directa de comunicación.** Directa y sin intermediarios, busca la mayor rapidez posible en las comunicaciones entre los diferentes niveles.
- ❖ **Descentralización de las decisiones.** Las decisiones se delegan a los órganos o cargos especializados.

- ❖ **Énfasis en la especialización.** Especialización de todos los órganos a cargo.

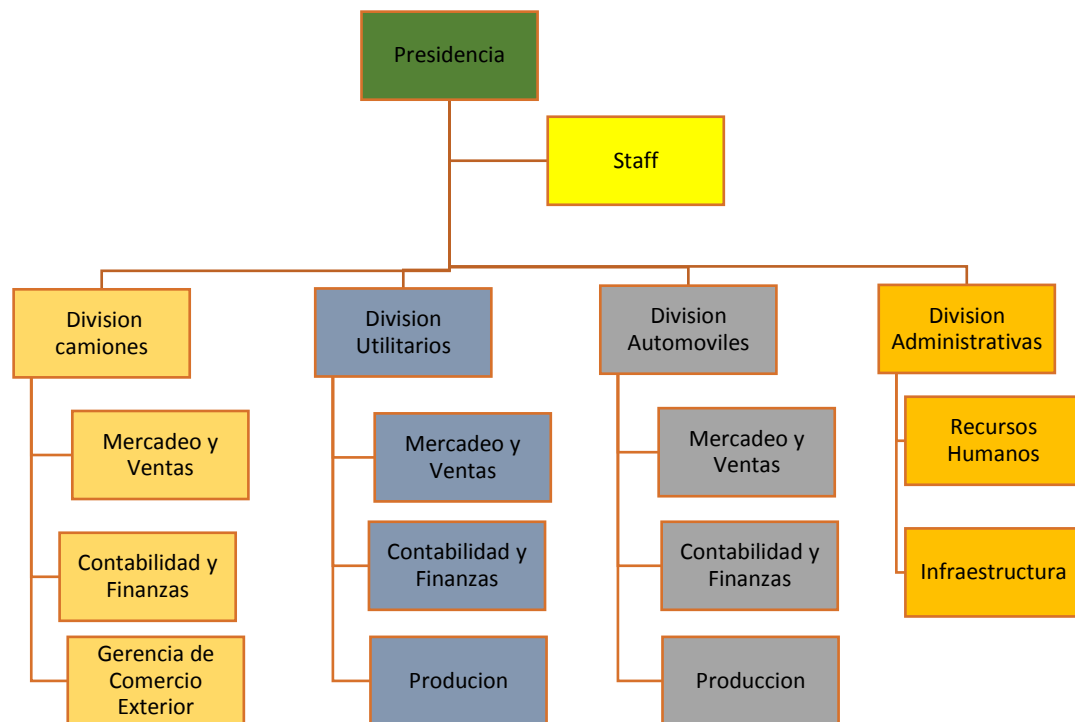


**Gráfico N°4:** Organigrama funcional  
**Fuente:** (Perez, 2007)  
**Elaborado:** La autora.



### ***Estructura divisional***

En este diseño está compuesto por divisiones autónomas, partiendo de la departamentalización por productos. Cada división suele ser autónoma y tiene un gerente de división responsable del desempeño con total autoridad.



**Gráfico N°5:** Organigrama divisional.

**Fuente:** (Perez, 2007)

**Elaborado:** La autora.

### ***Estudio legal***

El estudio legal es el cómo constituir y formalizar una empresa, pues se refiere al estudio de las normas y regulaciones existentes relacionadas a la naturaleza del proyecto y de la actividad económica que desarrollará,

las cuales pueden determinar que el marco legal no hace viable el proyecto. (Orosco, 2011)

El estudio legal comprende el análisis de las normas, reglamentos vigentes que afectan la constitución y posterior funcionamiento de la empresa.

### ***Estudio administrativo***

El estudio administrativo consiste en determinar los aspectos organizativos que deberá considerar una nueva empresa para su establecimiento tales como su planeación estratégica, su estructura organizacional, sus aspectos legales, fiscales, laborales, el establecimiento de las fuentes y métodos de reclutamiento, el proceso de selección y la inducción que se dará a los nuevos empleados necesarios para su habilitación. (Rodríguez J. V., 2011, pág. 19)

### **Estudio económico y financiero.**

El análisis financiero es una herramienta o técnica que aplica el administrador financiero para la evaluación histórica de un organismo social público o privado. El método de análisis como la técnica aplicable a la interpretación, muestra el orden que sigue para separar y conocer los elementos descriptivos y numéricos que integran el contenido de los estados financieros. (Rodríguez, 2008)

No basta analizar desempeño operativo, el análisis financiero debe considerar las tendencias estratégicas y económicas que la empresa debe conocer para lograr éxito a largo plazo. (Rodríguez, 2008)

Cada frente o cada analista emplean distintas listas o combinaciones de razones para el análisis. No existe un conjunto de razones que pueda utilizarse siempre, tan solo aquellas razones que se sugieren para la decisión inmediata. (Rodríguez, 2008)

El análisis de los Estados Financieros consiste en el estudio de las relaciones entre los diversos elementos financieros de una entidad o un

negocio, tal como los muestra una sola serie de Estados de fechas sucesivas. (Rodríguez, 2008)

Analizar es separar un conjunto en sus partes, con el objeto de llegar a conocer cada elemento componente y sus relaciones. El análisis es un proceso crucial ya que para poder explicar la apariencia mostrada por un fenómeno, es necesario determinar su esencia, o sea lo que determina y produce esa apariencia, lo que sólo se logra conociendo las características de cada uno de los elementos que componen el fenómeno. (Rodríguez, 2008)

Desde el punto práctico en nuestro país el análisis económico financiero se utiliza para aplicar las técnicas y herramientas existentes, evaluar los resultados e influencias y para tomar de decisiones inteligentes que conlleven a elevar la eficiencia y eficacia de la entidad. (Rodríguez M. , 2008, pág. 19)

### ***Objetivos Estudio económico y financiero.***

Objetivamente, se analizan con la finalidad de encontrar respuestas a gran variedad de preguntas importantes y de orden práctico, que pueden ser:

Cuál es la capacidad de pago a corto plazo y largo plazo que tiene la empresa, es excesiva la inversión en los inventarios, están los gastos sujetos a control, está la empresa suficientemente capitalizada, es excesivo el nivel de endeudamiento, será la empresa capaz de generar flujos de efectivos positivos, por qué se incrementó el capital de trabajo y cómo podemos considerar que la empresa está en expansión. (Rodríguez M. , 2008, pág. 19)

### ***El Análisis Económico – Financiero.***

El análisis económico – financiero constituye un conjunto de técnicas aplicadas a diferentes estados que se confeccionan a partir de la información contable para diagnosticar la situación económica- financiera de la empresa y a partir de esa investigación, encaminadas a resolver los puntos débiles detectados, mantener aspectos positivos y proyectar la marcha de la empresa. (Rodríguez M. , 2008, pág. 20)

## ***Inversiones***

Las inversiones se definen como la aplicación de fondos a un fin con la esperanza de obtener una recompensa o rendimiento en el futuro.

Existen inversiones simples como puede ser adquirir un bono u obligación en que se aporta (si está a la par) su valor nominal, para recibir en el futuro unos pagos anuales o semestrales de una cantidad fija y asimismo recibir de vuelta el principal en la fecha de vencimiento del título. (Rodríguez, 2008)

También existen inversiones más complejas como las que pueden plantearse una empresa a la hora de expandir su actividad, todo proyecto de inversión a realizar en una empresa, tanto de creación de una nueva empresa como la aplicación de actividad de cualquier tipo, requiere la elaboración de un análisis cuidadoso que determinan si tal proyecto es o no viable. (Benedicto, 2010, pág. 3)

## ***Costo***

Es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado (costos hundidos), en el presente (inversión), en el futuro (costos futuros) o en forma virtual (costo de oportunidad)

## ***Clasificación de los costos***

Los costos de producción; no son más que un reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico. Un error en el coste o de producción generalmente es atribuible a errores de cálculo en el estudio técnico.

Costos directos: Se dividen en:

- Materiales directos: costos de materia prima y partes comerciales integradas al producto.
- Mano de obra directa costo del personal que interviene directamente en la elaboración del producto.
- Costos indirectos: Son los que participan en el proceso de transformación, con la excepción de materiales directos y mano de obra directa. (Baca, 2001, pág. 43)

### ***Ingresos***

Es la cantidad de dinero que recibe la empresa por suministrar bienes o servicios los ingresos se originan, principalmente, de la interacción entre la cantidad de venta de bienes o servicios por el precio de venta de cada unidad, durante un período de tiempo determinado. (Urbina, Evaluacion de proyectos, 2010, pág. 45)

### **Evaluación financiera**

#### ***Flujo de caja***

El flujo de caja se entiende por el valor neto que arroja la suma de las entradas y salidas de caja genera el proyecto a lo largo de un periodo de tiempo determinado.

Es decir, para valorar un proyecto se utiliza el concepto de flujo de tesorería en lugar del concepto contable de beneficio o pérdida, ya que se considera contable que no refleja necesariamente la verdadera situación patrimonial de la empresa derivada del proyecto, en este caso bajo el prisma de futuro y de planificación. Por ejemplo en el beneficio contable asumimos una cifra como gasto derivado de amortizaciones, pero dependiendo el método elegido para amortizar, el beneficio contable podría ser muy diferente, siendo esta una exclusivamente una decisión de tipo metodológico y que no refleja un mejor o peor rendimiento del negocio o proyecto. (Cavada, 2011)

Por lo general, los flujos de caja de un proyecto se calculan de forma anual, aunque para proyecto más cortos se pueden calcular de mensual

o trimestral. El flujo de caja se calcula para todo el periodo de tiempo durante el cual el proyecto generara renta. (Cavada, 2011)

En el caso de inversiones sencillas como una inversión de carácter financiero, obtener el flujo de caja es tan fácil como describir las entradas y salidas de caja esperadas.

El flujo de caja de un proyecto es, para cada año en el proyecto va a estar vigente, el valor neto que registran las entradas y salidas de fondo que ese proyecto va a generar a la empresa.

### ***Valor actual neto (VAN)***

Es la sumar de los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o tiempo cero. (Cavada, 2011)

Criterios de decisión basados en el VAN son:

- ✓ **Si el Van** es positivo se puede aceptar el proyecto, ya que ellos significa que el valor de la empresa aumentara.
- ✓ **Si el Van** es negativo se rechaza la inversión ya que ellos indica que la inversión perderá su valor en el tiempo.
- ✓ **Si el Van** es igual a cero, la inversión queda a criterio del inversionista ya que la empresa durante su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos de poder adquisitivo.

Fórmula Neto del Valor Actual es:

**VAN=** Sumatoria de Flujos Netos – Inversión. (Urbina, Evaluacion de proyectos, 2010, pág. 182)

### **Tasa interna de retorno (TIR)**

Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial, se le llama tasa interna de retorno también porque que el dinero que se gana año con año se reinvierte en su totalidad. (Cavada, 2011)

Se utiliza para decir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizada para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de crecimiento del proyecto – expresada por la TIR – supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario se rechaza. (Cavada, 2011)

- **Si TIR es >** que el costo oportunidad o de capital, se acepta el proyecto.
- **Si TIR es =** que el costo de oportunidad o de capital, la realización de la inversión es criterio del inversionista.
- **Si TIR es <** que el costo de oportunidad o de capital se rechaza el proyecto.

La ecuación que permite calcular la TIR es la siguiente:

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

**TIR=** tasa interna de retorno.

**T<sub>m</sub>**= tasa menor de descuento para actualización.

**DT**= diferencia de tasas de descuento para actualización.

**VAN T<sub>m</sub>**= valor actual a la tasa menor.

**VAN T<sub>M</sub>**= valor actual a la tasa mayor. (Urbina, Evaluacion de proyectos, 2010, pág. 184)

### ***Relación beneficio-costo***

Es la aplicación que requiere la misma información y cálculos elaborados para estimar el VAN Social, estableciendo un coeficiente entre beneficios sociales actualizados y costos sociales actualizados. Si el coeficiente resultante es mayor que la unidad significará que el VAN Social correspondiente es positivo y si el coeficiente es menor que la unidad el VAN Social será negativo. En consecuencia la regla de decisión, consistente con el criterio del VAN Social, es que un proyecto será recomendable (socialmente rentable) si el coeficiente o Razón. (Cavada, 2011)

Beneficio-Costo es mayor que la unidad, en caso contrario el proyecto no será recomendable porque no tiene rentabilidad social positiva.

Este indicador no debe ser utilizado para comparar y establecer prioridades entre proyectos, pues solo permite excluir proyectos no convenientes para la sociedad en su conjunto. (Cavada, 2011, pág. 45)

- ✓ Si la relación ingresos / egresos es=1 el proyecto es indiferente
- ✓ Si la relación es >1 el proyecto es rentable
- ✓ Si la relación es <1 el proyecto no es rentable

Para el cálculo de este tenemos:

$$\mathbf{RBC} = \frac{\Sigma \text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\Sigma \text{EGRESOS ACTUALIZADOS}}$$



### **Periodo de recuperación**

Es más frecuente la utilización en la evaluación de inversiones privadas, mide la rapidez con que el inversionista recupera la inversión realizada en un proyecto determinado. Para algunos inversionistas privados puede ser una información de mucha importancia en función de las condiciones específicas del mercado y las oportunidades y restricciones que se le presentan al tomar la decisión de inversión. (Cavada, 2011, pág. 47)

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

### **Análisis de sensibilidad**

Se denomina análisis de sensibilidad (AS) al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta (cuán sensible es) la TIR ante cambios en determinadas variables del proyecto. El proyecto tiene una gran cantidad de variables, como son los costos totales, divididos como se muestra en un estado de resultados, ingresos, volumen de producción, tasa y cantidad de financiamiento. (Cavada, 2011)

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

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

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

Evaluación de proyectos, 2010, pág. 191)

### **Importancia del análisis de sensibilidad**

La importancia del análisis de sensibilidad es de gran importancia tanto para decidir sobre la conveniencia de ejecutar un proyecto específico como para priorizar entre proyectos diferentes. Puede ocurrir que un proyecto con un VAN Social positivo sea muy vulnerable frente a un cambio significativo y de probable ocurrencia de una variable y que, por otra parte, exista un proyecto alternativo con un VAN Social menor pero menos vulnerable a cambios probables en variables significativas. (Cavada, 2011, pág. 53)

## **Evaluación de impacto social.**

La evaluación de impacto social (EIS) actualmente se concibe como el proceso de identificación y gestión de los temas sociales de los proyectos de desarrollo, incluyendo el involucramiento de las comunidades afectadas a través de procesos participativos de identificación, evaluación y gestión de los impactos sociales.

Si bien aún se la emplea como mecanismo para predecir el impacto y como instrumento para que se consideren esos impactos sociales antes de que las entidades regulatorias decidan expedir permisos o licencias, es igualmente importante su función como parte de la gestión continua de los impactos sociales durante todo el ciclo del desarrollo del proyecto, desde su concepción hasta la etapa posterior al cierre. (Cavada, 2011)

Como en toda disciplina, la EIS constituye una comunidad de práctica con su propio paradigma de teorías, métodos, antecedentes, entendimientos y expectativas. Más que cualquier interpretación de diccionario de las palabras “evaluación”, “impacto” y “social”, la “evaluación de impacto social” debe entenderse dentro del paradigma implícito de la EIS. Dicho paradigma se plasma y se articula en los Principios internacionales para la evaluación del impacto social y en el presente documento. (Vanday, Evaluación de impacto social , 2015)

## **Evaluación ambiental**

La evaluación ambiental es un proceso formal empleado para presidir las consecuencias ambientales de una propuesta o decisión legislativa, la implementación de políticas de programas y la propuesta en marcha de proyectos de desarrollo, es un proceso sistemático de evacuación de las potencias consecuencias ambientales de las iniciativas de propuesta de proyectos para que los responsables de la toma de decisiones puedan considerar lo más temprano posible del diseño, conjuntamente con las consideraciones socioeconómicas, con el fin de garantizar la sostenibilidad ambiental. (BID- ERM, 2016)

El propósito de la evaluación ambiental es asegurar, al planificador, que las opciones de desarrollo bajo consideración sean ambientalmente adecuadas y sustentables, y que toda consecuencia ambiental sea reconocida pronto en el ciclo del proyecto y tomada en cuenta para el diseño. (BID- ERM, 2016)

Tiene por objetivo identificar, cuantificar y valorar los impactos de un proyecto sobre el entorno y los posibles efectos del entorno sobre el proyecto, aspecto importante para incorporar en la formulación del mismo. (BID- ERM, 2016)

El impacto ambiental del proyecto constituye un aspecto específico de primer orden e incluye.

Alcance (cuencas, ciudades, aéreas, etc.), Con denominación de la localización específica.

Durante en tiempo y alcance espacial de la influencia del proyecto.

Recursos que se consideran.

Naturaleza del efecto, es decir, si es “recuperable”, “difícil de recuperar” o no recuperable”.

Forma de mitigar sus impactos. En la evaluación ambiental de un proyecto se abarca los siguientes temas: Evaluación Ambiental (EA): proceso sistemático de evaluación y documentación de la información sobre el potencial, las capacidades y las funciones de recursos u sistemas naturales. (BID- ERM, 2016)

Evaluación del Impacto Ambiental (EAE): es un procedimiento administrativo destinado a crear, descubrir y evaluar de forma apropiada, en función de cada caso particular y de conformidad con lo actual normativa de aplicación, los efectos directos e indirectos de un proyecto sobre los siguientes factores:

- El ser humano, la fauna y flora.
- El suelo, el agua, el aire, el clima y el paisaje.

- Los bienes materiales y el patrimonio cultural.

La interacción entre los factores mencionados anteriormente.

Evaluación del Ambiental Estratégica (EAE): proceso de exanimación y análisis anticipos de políticas, procesos, planes, y programas y otras cuestiones importantes que se deban considerar antes el inicio de los proyectos. (BID- ERM, 2016)

## e. MATERIALES Y MÉTODOS

Para el desarrollo del presente proyecto se utilizaron varios materiales y métodos, mismos que se detallan a continuación:

### Materiales

Los materiales necesarios para la presente investigación son los siguientes:

Materiales	
<i>Materiales bibliográficos o de consulta</i>	<i>Materiales de escritorio</i>
<b>Libros</b>	Computadoras
<b>CDs</b>	Impresoras
<b>Folletos</b>	Hojas papel bond
<b>Internet</b>	Esferográficos
<b>Monografías</b>	Calculadora
<b>Tesis</b>	Empastados y anillados Memorias rápidas (pendrive)

**Cuadro N°: 1** Nomina de materiales para el proyecto.  
Elaborado por: La Autora

### Métodos

Para los resultados óptimos que permita determinar la factibilidad para la creación de una empresa, se tomaron en cuenta los siguientes métodos investigativos:

#### Método Inductivo

Este método es aquél que parte de lo general a lo particular para llegar a las particularidades de un objeto de estudio. Fue utilizado de base para la

aplicación de las encuestas las cuales proporcionaron información precisa para poder determinar los gustos y preferencias de los consumidores y de esta forma llevar a cabo el estudio de mercado; seguidamente fueron aplicadas de acuerdo a la muestra del segmento poblacional.

### **Método Deductivo**

El método deductivo es aquel que parte de lo particular a lo general y sirve para llegar a las reglas, leyes o conclusiones generales. Este método sirvió para el análisis de conceptos, conocimientos generales, datos de encuestas acerca de factores que favorecen a la creación de la empresa.

### **Método Estadístico**

Este método es la base de recopilación de información de campo en todo componente investigativo. En esta investigación se lo utilizó para la tabulación, presentación de resultados en los cuadros y gráficos, así como para la interpretación de los resultados logrados en la investigación propuesta.

### ***Método descriptivo***

El método descriptivo consiste en la descripción detallada de elementos que constituyen un todo. Permitted describir los datos y características de la población adquiriendo datos objetivos, precisos y sistemáticos que pudieron utilizar en promedios, frecuencias y cálculos estadísticos.

## **Técnicas de recolección de información**

### **Observación directa**

La observación directa es la interpretación de la realizada a base de la observación planificada. Se realizó la observación de forma directa a los locales comerciales de la ciudad de Nueva Loja con objetivo de conocer quienes venden té y sus variedades.

### **Encuesta**

La encuesta es una técnica de recopilación de información que se trata de aplicar un cuestionario escrito o virtual con el fin de recopilar información. La encuesta fue aplicada a los demandantes. Para la determinación de número de encuestas aplicadas se escogió la población en general de la ciudad de Nueva Loja, dividido para el número de miembros por familia tomando como base cuatro.

### **Población y Muestra**

Según información del INEC en el último censo 2010 la población de la ciudad de Nueva Loja es de 57.727, la cual para efectos de cálculo de población se tomó como base el número de miembros por familia que son 4, con lo que obtuvimos 14.432 familias, con un crecimiento poblacional de un 4.10 % tales datos se representan en la siguiente fórmula para la proyección de crecimiento poblacional 2017.

La fórmula se la realiza tomando en cuenta el número de familias de la ciudad de Nueva Loja.

**Muestra**

$$Pf = Pi(1 + r)^n$$

$$Pf = 14.432(1 + 0,0410)^7$$

$$Pf = 14.432 (1,0410)^7$$

$$Pf = 14.432 (1,3248)$$

$$Pf = 19.120$$

**FÓRMULA:** 
$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N-1) + Z^2 * p * q}$$

**Distribución de la muestra**

Para la aplicación de las encuestas a los demandantes la muestra se distribuyó de la siguiente manera:

**Dónde:**

**n**= Tamaño de la muestra.

**Z**= Nivel de confianza (95% = 1,96 tabla de distribución normal)

**p**= 0,5 de probabilidad de que el evento ocurra.

**q**= 0,5 de probabilidad de que el evento no ocurra.

**N**= Población.

**e<sup>2</sup>**= 5% margen de error.

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 19.120}{0,05^2(19.120 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$



$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5 * 19.120}{0,0025(19.120) + 3,8416 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{18.363}{47,80 + 0,9604}$$

$$n = \frac{18.363}{48,76}$$

$$n = 374$$

**R:** Se deben realizar 374 encuestas para poder obtener información de los demandantes.

### **Aplicación de la oferta**

La determinación del número de oferentes se realizó en base a la información proporcionada por el departamento de recaudaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado de Cantón Lago Agrio. Para los cuales se realizó un sondeo a una parte de los 676 tiendas, comisariatos y supermercados, de lo cual se determinó que en la ciudad de Nueva Loja no existen empresas que produzcan y comercialicen té de albahaca en sachet.

## **f. RESULTADOS**

El presente estudio se basa en la recopilación de información de datos estadísticos basados en producción y comercialización del té de albahaca. Para lo cual se tomaron en consideración ciertas fuentes de información como son:

### **Antecedentes Generales**

#### **Ilustración de Alternativas de Inversión**

La fabricación de té de hierbas aromáticas va en crecimiento, a través de la deshidratación de las hojas, extractos de aceites esenciales, entre otras, utilizando diversas plantas aromáticas y medicinales, más de 150 especies se cultivan alrededor de nuestro país, entre ellas tenemos: el cedrón, la hierbaluisa, menta, toronjil, manzanilla, boldo, tila, romero, este vía, melisa, sábila, albahaca y muchas más, las empresas dedicadas a esta actividad buscan competir nacional e internacionalmente.

Entre ellos la deshidratación de plantas aromáticas, aportando así al desarrollo socioeconómico del país, generando plazas de trabajo para sus habitantes y convirtiéndose en ejemplo para quienes desean impulsar un emprendimiento, llevando al mercado productos innovadores y a precios cómodos que satisfagan las necesidades de los consumidores.

## Tabulación de datos

### Encuesta a consumidores (Clientes)

#### Pregunta N°1

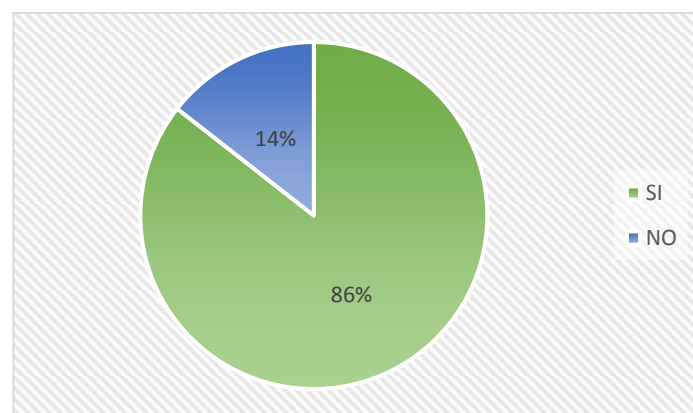
¿En su Familia consumen aguas de hierbas aromáticas?

**Cuadro Nro. 2**  
**Familias que consumen te**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	320	86%
No	54	14%
TOTAL	374	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los consumidores  
Elaborado por: La Autora

#### Grafico N°6: Familias que consumen aguas aromáticas



Fuente: Cuadro N°3  
Elaborado por: La Autora

**Análisis e interpretación.-** Según los resultados de las encuestas, el 86% de las personas encuestadas consumen te, y el 14% manifiestan que no consumen este producto, con este dato podemos saber cuántas personas consumen te.

## Pregunta N° 2

Usted conoce albahaca en sachet

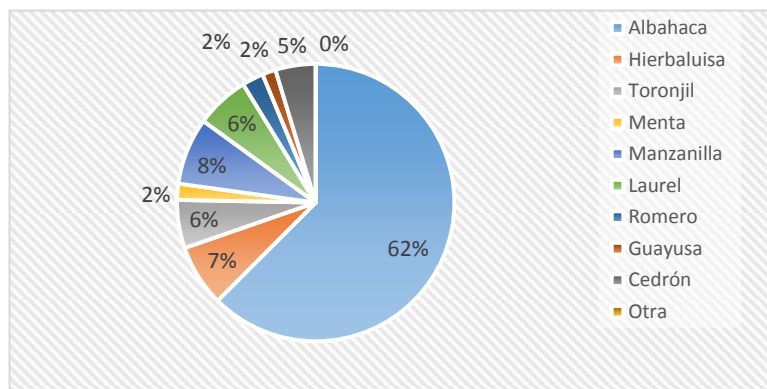
De los siguientes test de hierbas aromáticas, ¿cuál consume preferentemente?

**Cuadro Nro. 3**  
**Preferencia de hierbas aromáticas**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Albahaca	200	62%
Hierbaluisa	23	7%
Toronjil	18	6%
Menta	6	2%
Manzanilla	25	8%
Laurel	20	6%
Romero	8	2%
Guayusa	5	2%
Cedrón	15	5%
Otra	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>320</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los consumidores  
Elaborado por: La Autora

**Gráfico N° 7: Preferencias de hierbas aromáticas**



Fuente: Cuadro N°4  
Elaborado por: La Autora

**Análisis e interpretación.-** Según los resultados de las encuestas, el 62% de las personas encuestadas consumen preferentemente la albahaca como hierba aromática, un 8% la manzanilla, el 7% hierbaluisa, el 6% laurel, toronjil, 5% cedrón y de romero Guayusa y menta un 2% cada una, con este dato podemos saber nuestro mercado objetivo de consumo de albahaca.

### Pregunta N° 3

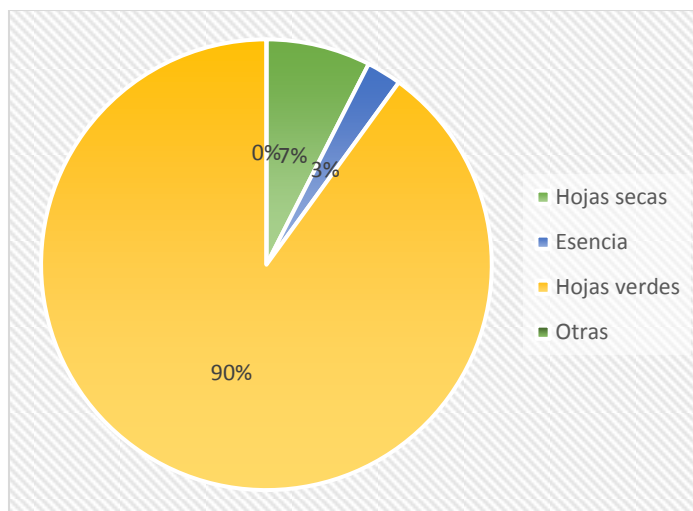
¿En qué forma usted consume albahaca?

**Cuadro Nro. 4**  
**Forma de consumo de albahaca**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Hojas verdes	180	90%
Hojas secas	15	7%
Esencia	5	3%
Otras	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los consumidores  
Elaborado por: La Autora

**Grafico N° 8: forma de consumo.**



Fuente: Cuadro 6  
Elaborado por: La Autora

**Análisis e interpretación.-** Según los resultados de las encuestas, el 90% de las personas encuestadas siempre consumen en hojas verdes la albahaca como hierba aromática, 7% lo hacen en hojas secas y tan solo el 3% en esencia.

## Pregunta N° 4

¿Porque razón consume sachet de albahaca?

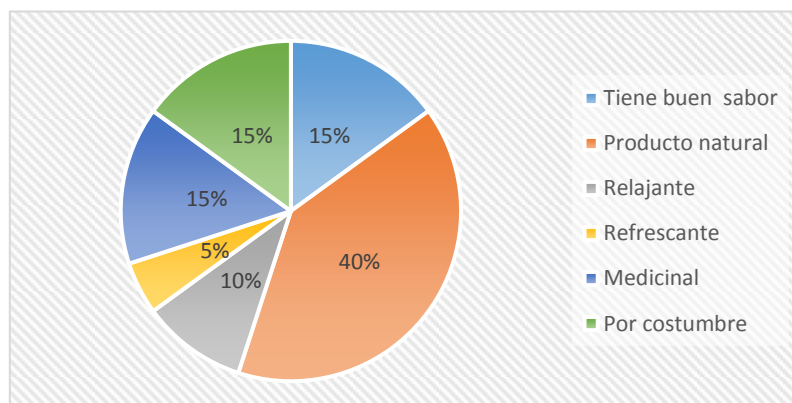
**Cuadro Nro. 5**  
**Razón de consumo de albahaca**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Tiene buen sabor	30	15%
Producto natural	80	40%
Relajante	20	10%
Refrescante	10	5%
Medicinal	30	15%
Por costumbre	30	15%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los consumidores

Elaborado por: La Autora

**Grafico N°9: Razón de consumo.**



Fuente: Cuadro 7

Elaborado por: La Autora

## Análisis e interpretación

Según los resultados de las encuestas, el 40% de las personas encuestadas consumen la albahaca por ser un producto natural, un 15% por su buen sabor, medicinal y por costumbre, el 10% por relajante y el 5% por ser refrescante.

## Pregunta N° 5

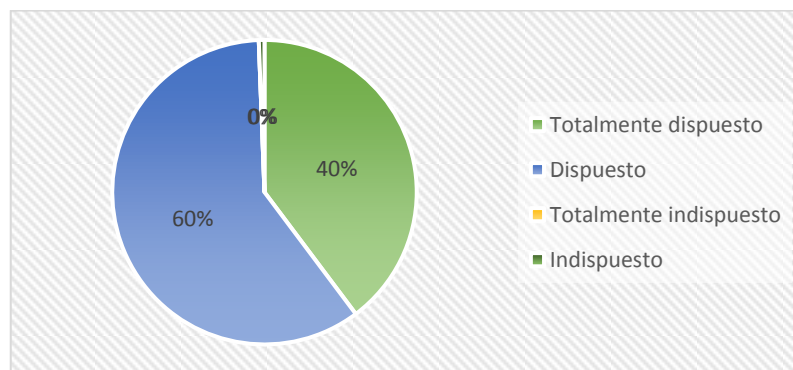
¿Estaría dispuesto usted a consumir la albahaca en sachet?

**Cuadro Nro. 6**  
**Disponibilidad de Consumo de sachet de albahaca**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente dispuesto	80	40%
Dispuesto	120	60%
Totalmente indispueto	0	0%
Indispuesto	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los consumidores  
Elaborado por: La Autora

**Gráfico N°10: Disponibilidad de Consumo de sachet de albahaca**



Fuente: Cuadro 8  
Elaborado por: La Autora

## Análisis e interpretación

Según los resultados de las encuestas, el 60% de las personas encuestadas están dispuestos a consumir el té, el 40% de las personas encuestadas indican que están totalmente dispuestos a consumir la cajita de 25 unidades.

### Pregunta N° 6

De entre las siguientes opciones indique ¿Cuántas cajas de sachet de albahaca de 25 unidades c/u, estaría dispuesto a adquirir mensualmente para el consumo de usted y su familia?

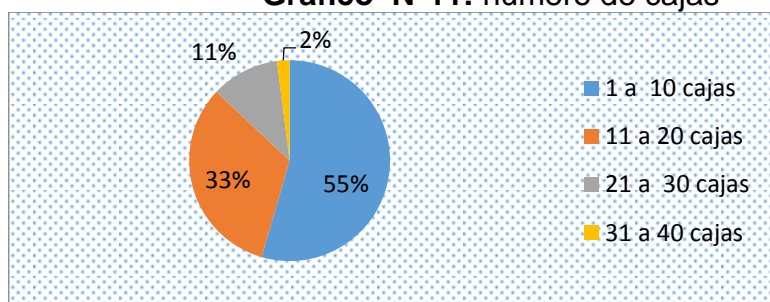
**Cuadro Nro. 7**

<b>Numero de caja que adquiere de sachet de albahaca</b>		
<b>Variable</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>1 a 10 cajas</b>	<b>109</b>	<b>55%</b>
<b>11 a 20 cajas</b>	<b>65</b>	<b>33%</b>
<b>21 a 30 cajas</b>	<b>22</b>	<b>11%</b>
<b>31 a 40 cajas</b>	<b>4</b>	<b>2%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los consumidores

Elaborado por: La Autora

**Grafico N°11: número de cajas**



Fuente: Cuadro 9

Elaborado por: La Autora

### Análisis e interpretación

Según los resultados de las encuestas, el 55% de las personas encuestadas estaría dispuesto a adquirir de uno a 10 cajas mensuales de este producto mensualmente, el 33% manifiesta que obtendría de once a veinte cajas en forma mensual, el 11% estaría dispuesto a adquirir de veinte y uno a treinta cajas mensuales, y el tan solo el 2% obtendría de treinta y uno a cuarenta cajas de este producto.



### Pregunta N° 7

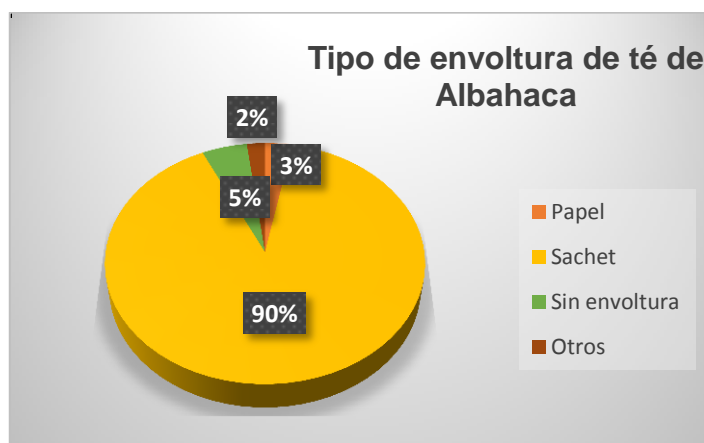
¿En qué tipo de material preferiría encontrar la envoltura o empaque individual de cada bolsita de sachet de albahaca?

**Cuadro Nro. 8**  
**Tipo de envoltura de sachet de albahaca**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Papel	10	0%
Sachet	190	95%
Sin envoltura	0	5%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los consumidores  
Elaborado por: La Autora

**Grafico N°12: tipo de envoltura**



Fuente: Cuadro 10  
Elaborado por: La Autora

**Análisis e interpretación.-** Según los resultados de las encuestas, el 95% de las personas encuestadas manifiestan que prefieren la envoltura en sachet y el 5% prefieren el té sin envoltura.

### Pregunta N° 8

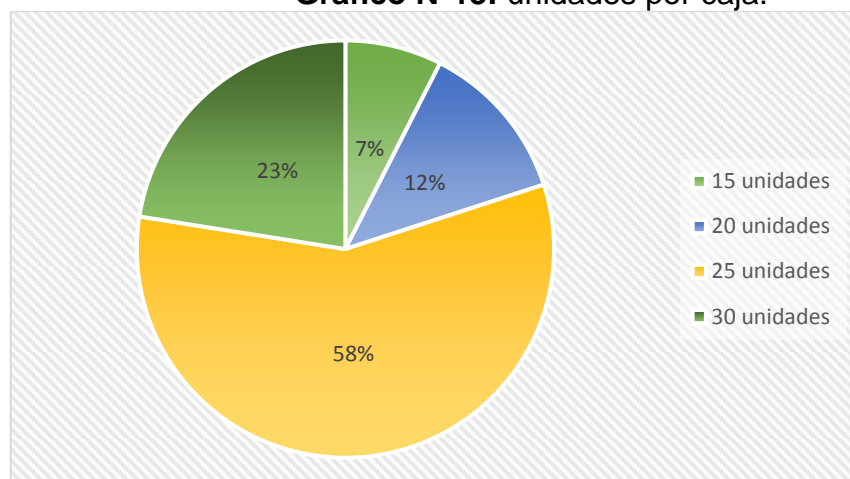
¿Cuántas unidades le gustaría que contenga la caja de sachet de albahaca?

**Cuadro Nro. 9**  
**Unidades por caja**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
15 unidades	15	7%
20 unidades	25	12%
25 unidades	115	58%
30 unidades	45	23%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los consumidores  
Elaborado por: La Autora

**Grafico N°13:** unidades por caja.



Fuente: Cuadro 11  
Elaborado por: La Autora

**Análisis e interpretación.-** Según los resultados de las encuestas, el 58 % de las personas encuestadas manifiestan que les gustaría la caja de té de 25 unidades, el 23% prefieren que caja contenga 30 unidades, 12% optan por 20 unidades por caja y el 7% prefieren de 15 unidades cada caja.

### Pregunta N° 9

¿Cuánto paga por una caja de 25 unidades de sachet de albahaca?

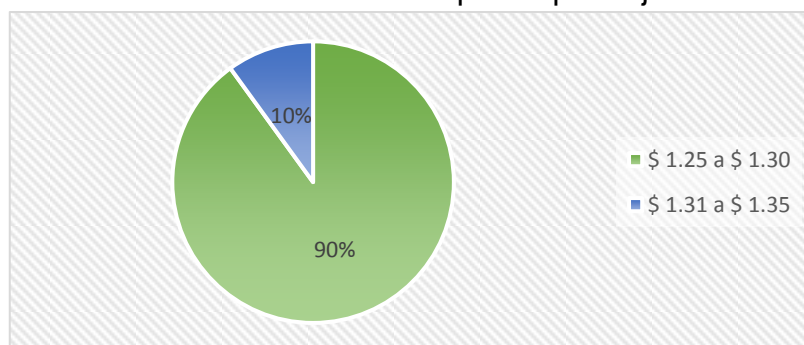
**Cuadro Nro. 10**  
**Precio por caja por sachet de albahaca**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
\$ 1.25 a \$ 1.30	180	90%
\$1.31 a \$ 1.35	20	10%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los consumidores

Elaborado por: La Autora

**Grafico N°14: precio por caja.**



Fuente: Cuadro 12

Elaborado por: La Autora

**Análisis e interpretación.-** Según los resultados de las encuestas, el 90 % de las personas encuestadas manifiestan que estarían dispuestos a pagar entre \$ 1.25 a \$1.30 por cada caja de 25 unidades y el 10% manifiesta que pagarían entre \$1.31 a 1.35 por caja.

### Pregunta N° 10

¿En caso de implementarse una empresa dedicada a la producción y comercialización de sachet de albahaca en el cantón Iago agrio, estaría usted dispuesto a adquirir el producto?

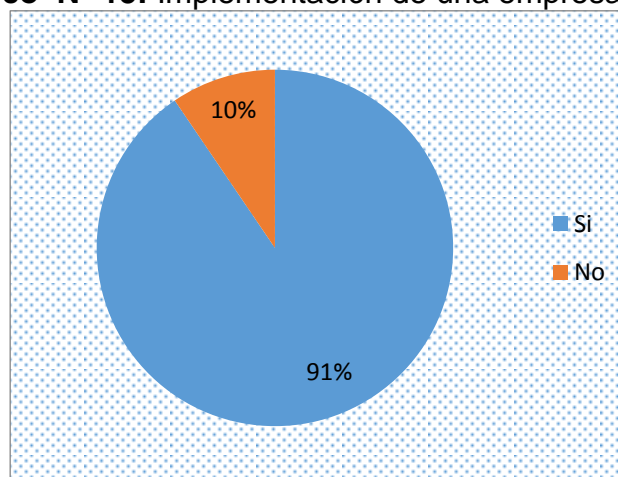
**Cuadro Nro. 11**

#### Implementación de la empresa

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	181	90%
No	19	10%
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los consumidores  
Elaborado por: La Autora

**Grafico N° 15: Implementación de una empresa**



Fuente: Cuadro 13  
Elaborado por: La Autora

**Análisis e interpretación.-** Según los resultados el 91% de las personas encuestadas manifiestan que estarían dispuestos a adquirir el producto en caso de implementarse la empresa.

## Encuesta a Oferentes (comercializadores)

### Pregunta N° 1

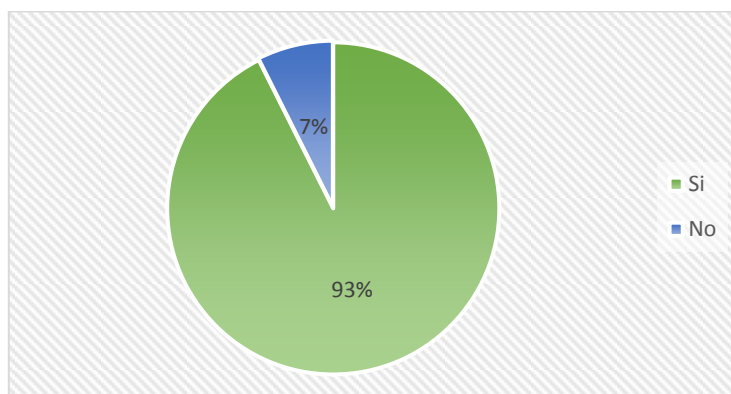
¿Vende en su negocio té de hierba aromáticas?

**Cuadro Nro. 12**  
**Venta del té de hierbas aromáticas**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	25	7%
No	651	93%
TOTAL	676	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los oferente  
Elaborado por: La Autora

**Grafico N° 16:** venta del té de hierbas aromáticas



Fuente: Cuadro 14  
Elaborado por: La Autora

### Análisis e interpretación

Según los resultados el 7% de los locales comerciales encuestados manifiestan que si vendes este producto y el 93% dicen que no venden.

## Pregunta N°2

¿Qué tiempo de funcionamiento tiene su negocio en la localidad?

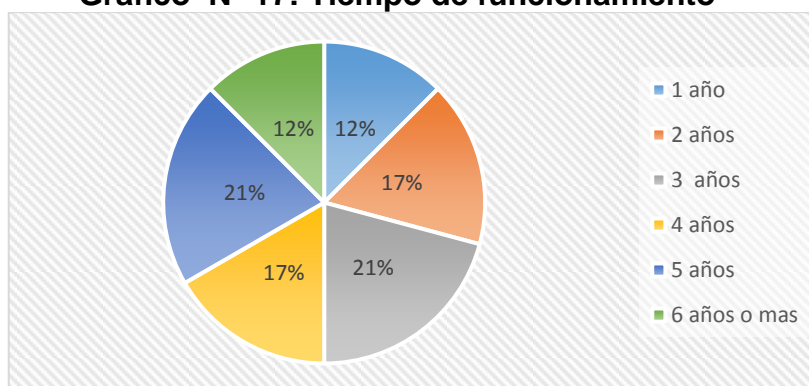
**Cuadro Nro. 13**  
**Tiempo de funcionamiento de los negocio**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
1 año	3	12%
2 años	4	17%
3 años	5	21%
4 años	4	17%
5 años	5	21%
6 años o mas	4	12%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los oferentes

Elaborado por: La Autora

**Gráfico N° 17: Tiempo de funcionamiento**



Fuente: Cuadro 15

Elaborado por: La Autora

**Análisis e interpretación.**-Según los resultados el 21% de los locales comerciales tienen 3 a 5 años en el mercado, el 17% tiene un tiempo de 2 años en la actividad comercial, el 12% dicen que son nuevos en el mercado.

### Pregunta N°3

¿Qué cantidad de cajas del té de hierbas aromáticas de 25 unidades c/u, vende en su negocio mensualmente?

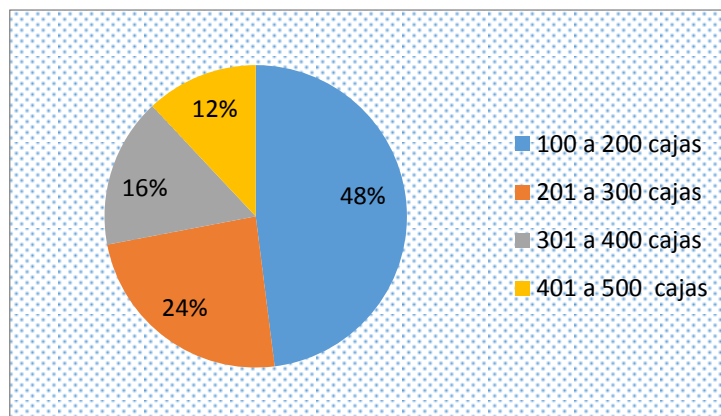
**Cuadro Nro. 14**  
**Cantidad de cajas de té que venden mensualmente**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
100 a 200 cajas	12	48%
201 a 300 cajas	6	24%
301 a 400 cajas	4	16%
401 a 500 cajas	3	12%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los oferentes

Elaborado por: La Autora

**Grafico N ° 18: venta de mensuales.**



Fuente: Cuadro 16

Elaborado por: La Autora

**Análisis e interpretación.**-Según los resultados el 48% de los locales comerciales manifiestan que venden más de 100 a 200 cajas de té de 25 unidades cada una de forma mensual; el 24% dicen que venden de 201 a 300 cajas mensuales, el 16 % indican que venden 301 a 400 cajas y el 12 % señalan que venden de 401 a 500 cajas mensuales.

#### Pregunta N°4

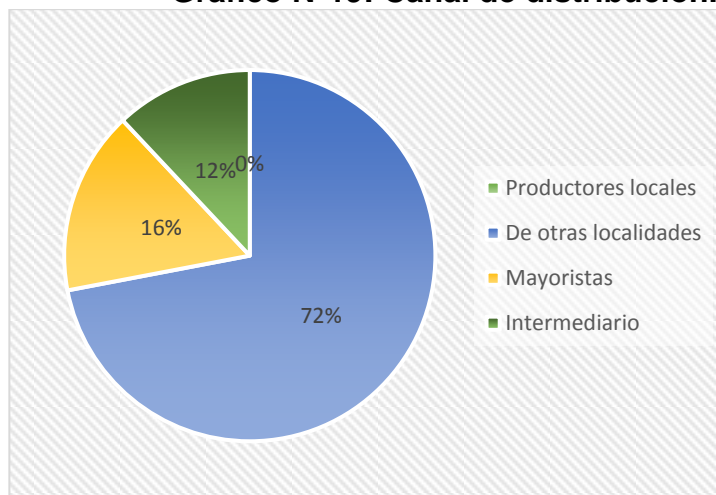
¿Cuál es el canal de distribución por el medio del cual adquiere las cajas de té de hierbas aromáticas que comercializa en su negocio?

**Cuadro Nro. 15**  
**Canal de distribución**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Productores locales	0	0%
De otras localidades	18	72%
Mayoristas	4	16%
Intermediarios	3	12%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los oferentes  
Elaborado por: La Autora

**Gráfico N°19: Canal de distribución.**



Fuente: Cuadro 17  
Elaborado por: La Autora

**Análisis e interpretación.-** Según los resultados el 72% de los locales comerciales señalan que adquieren el producto de otras localidades (Quito, Guayaquil y Cuenca), 16% de los mayoristas y el 12% a través de agentes vendedores de empresas intermediarias.



### Pregunta N°5

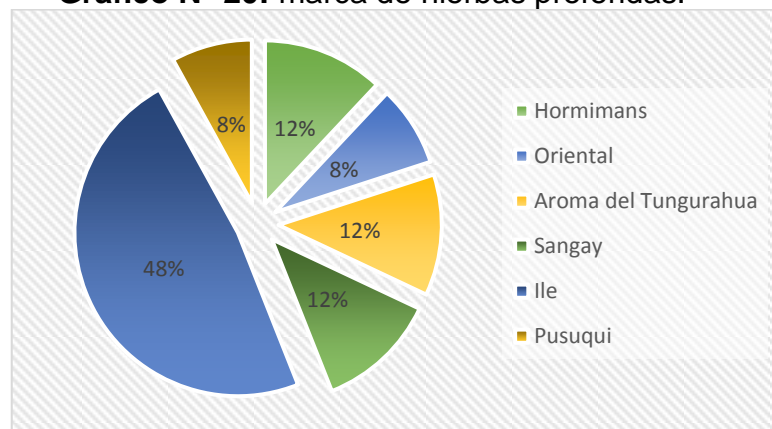
¿Cuál es la marca de té de hierbas preferidas por los consumidores?

**Cuadro Nro. 16**  
**Marca de hierbas preferidas por los consumidores**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Hormimans	3	12%
Oriental	2	8%
Aroma del Tungurahua	3	12%
Sangay	3	12%
Ile	12	48%
Pusuqui	2	8%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a los oferentes  
**Elaborado por:** La Autora

**Grafico N° 20:** marca de hierbas preferidas.



**Fuente:** Cuadro 18  
**Elaborado por:** La Autora

**Análisis e interpretación.-** Según los resultados el 48% de los locales comerciales señalan que la marca ile es la preferida por los consumidores, el 12% manifiestan que las marcas aromas del Tungurahua, Sangay y Hormimansson las preferidas por los consumidores, el 8% afirman que la marca Pusuqui, Oriental es preferida por los consumidores.

### Pregunta N°6

¿Cuál de las siguientes alternativas es importante para los clientes al momento de comprar te de hierbas aromáticas?

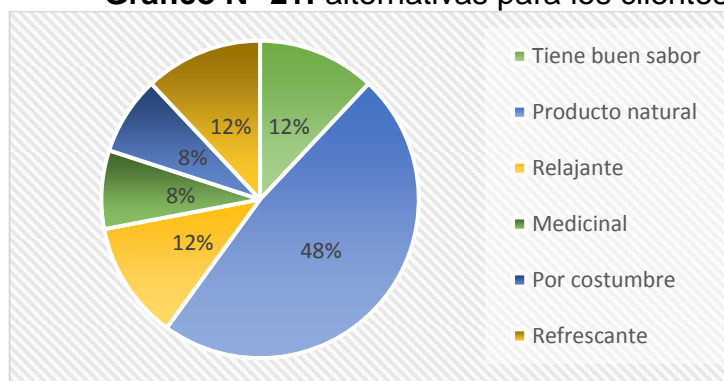
**Cuadro Nro. 17**

#### Alternativas importantes para los clientes

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Tiene buen sabor	3	12%
Producto natural	12	48%
Relajante	3	12%
Refrescante	3	12%
Medicinal	2	8%
Por costumbre	2	8%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los oferentes  
Elaborado por: La Autora

**Gráfico N° 21: alternativas para los clientes**



Fuente: Cuadro 19  
Elaborado por: La Autora

**Análisis e interpretación.-** Según los resultados el 48% de los locales comerciales señalan que los consumidores adquieren este producto por ser natural, el 12% indican que obtiene por ser relajante, refrescante y por su buen sabor, el 8% dicen que los consumidores prefieren el producto por aspectos medicinales y por costumbre.

### Pregunta N°7

¿Cuántas unidades contienen las cajas de té de hierbas aromáticas que usted ofrece?

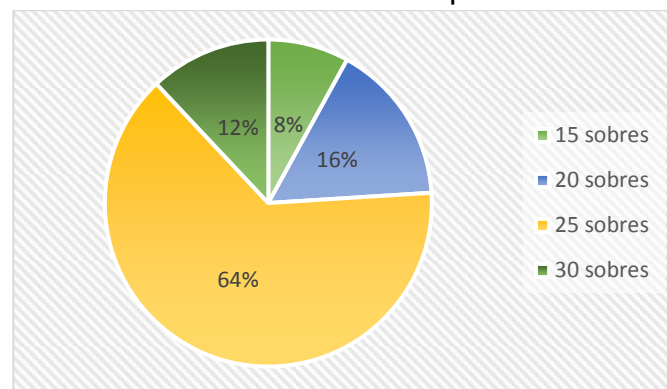
**Cuadro Nro. 18**

**Unidades que contienen las cajas de té de hierbas aromáticas**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
15 sobres	2	8%
20 sobres	4	16%
25 sobres	16	64%
30 sobres	3	12%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los oferentes  
Elaborado por: La Autora

**Gráfico N° 22: unidades que contiene la caja.**



Fuente: Cuadro 20  
Elaborado por: La Autora

**Análisis e interpretación.-** Según los resultados el 64% de los locales comerciales señalan que los consumidores adquieren este producto de 25 sobres, el 16% indican que obtiene la caja de 20 sobres, el 12% dicen que los consumidores adquiere las 30 sobres y el 8% las que llevan 15 sobres por caja.

### Pregunta N°8

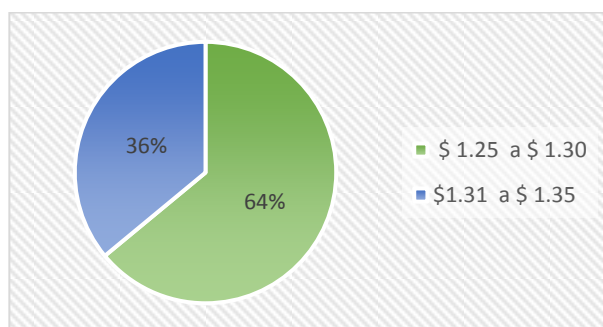
¿Cuál es el precio al cual vende las cajas de té de hierbas aromáticas de 25 unidades?

**Cuadro Nro. 19**  
**Precio de venta de las cajas de té**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
\$ 1.25 a \$ 1.30	16	64%
\$1.31 a \$ 1.35	9	36%
TOTAL	25	100%

Fuente: Encuestas aplicadas a los oferentes  
Elaborado por: La Autora

**Gráfico N° 23 PRECIO DE VENTA**



Fuente: Cuadro 21  
Elaborado por: La Autora

### Análisis e interpretación

Según los resultados el 64% de los locales comerciales señalan que venden más las cajas a \$ 1.25 a \$ 1.30 y el 36% indican que venden a \$1.31 a \$ 1.35 cada caja.

### Pregunta N°9

¿Por qué medio de publicación da a conocer su empresa?

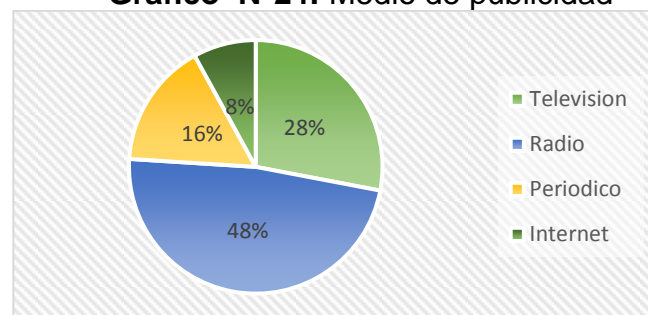
**Cuadro Nro. 20**

#### Medio de publicidad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Televisión	7	28%
Radio	12	48%
Periódico	4	16%
Internet	2	8%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los oferentes  
Elaborado por: La Autora

**Grafico N°24: Medio de publicidad**



Fuente: Cuadro 22  
Elaborado por: La Autora

### Análisis e interpretación

Según los resultados de los locales comerciales indican que el 48% hacen su publicidad a través de la radio, el 28% lo hacen por televisión, el 16% por el periódico y tan solo el 8% por el internet.

## Pregunta N°10

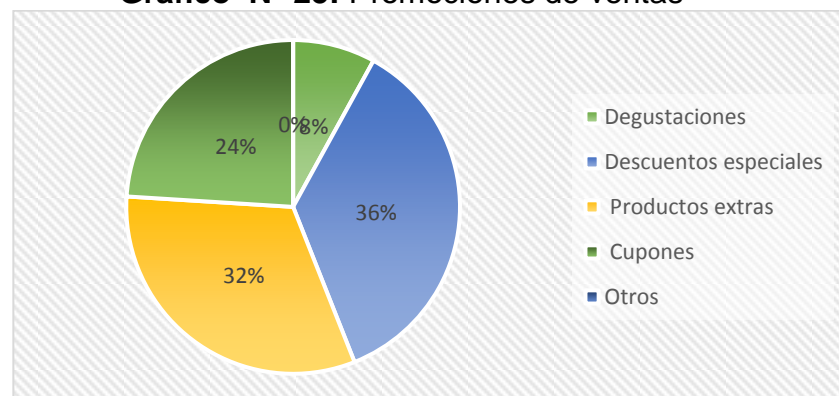
¿Qué promociones utiliza usted para elevar los niveles de venta?

**Cuadro Nro. 21**  
**Promociones que utiliza para elevar las ventas**

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Degustaciones	2	8%
Descuentos especiales	9	36%
Productos extras	8	32%
Cupones	6	24%
Otros	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los oferentes  
Elaborado por: La Autora

**Grafico N° 25: Promociones de ventas**



Fuente: Cuadro 23  
Elaborado por: La Autora

## Análisis e interpretación

Según los resultados de los locales comerciales indican que el 36% lo hacen en descuentos especiales, el 32% lo realizan con productos extras, el 24% indican que hacen en cupones y tan solo el 8% crean en degustaciones.

### Pregunta N°11

¿En caso de implementarse una micro empresa dedicada a la producción de sachet de albahaca en el cantón Lago Agrio estaría usted dispuesto adquirir el producto para comercializarlo?

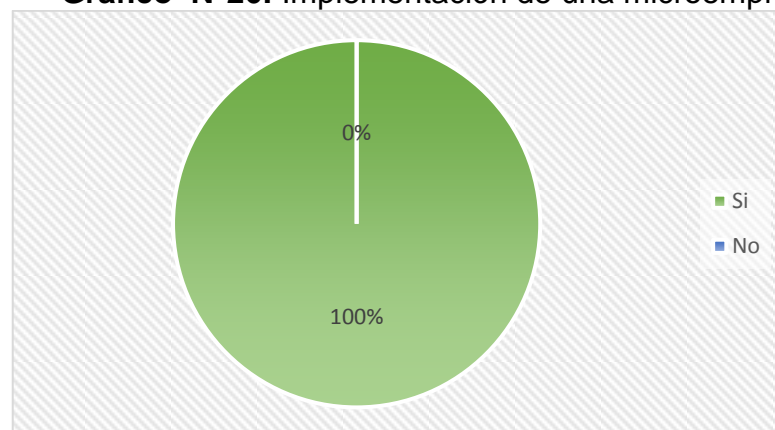
**Cuadro Nro. 22**

#### Distribuidores de sachet de albahaca

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	25	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a los oferente  
Elaborado por: La Autora

**Gráfico N°26: Implementación de una microempresa.**



Fuente: Cuadro 24  
Elaborado por: La Autora

**Análisis e interpretación.-** Según los resultados de los locales comerciales indican que el 100% estaría dispuesto a adquirir este producto en caso de implementarse la empresa productora y comercializadora del té de albahaca.

## **g. DISCUSIÓN**

### **Estudio de mercado**

En la actualidad, la globalización de la economía, caracterizada por la apertura comercial, la ampliación de las inversiones e innovaciones tecnológicas promueven la competitividad de todos los sectores económicos, a fin de que los productos puedan ser ubicados en mejores condiciones de precios y calidad en el mercado. Una de las estrategias de la industria de las hierbas aromáticas ha sido la de considerar a esta actividad como un complejo agroindustrial, que involucra varias fases productivas con enfoque de cadena de valor, partiendo desde la producción de las materias primas, su transformación, el abastecimiento, y comercialización de productos terminados.

### ***Análisis de la demanda***

En el proyecto es la cantidad de té de albahaca en sachet que requieran los consumidores del mercado y que están dispuestos a adquirir a un precio, en un lugar y tiempo determinado. Mediante una fórmula tomando como base el número de familias de la ciudad de Nueva Loja, se obtuvo una muestra de 377 encuestas, se aplicaron previa distribución de la muestra en la ciudad de Nueva Loja, una vez que se obtuvieron los resultados se tabularon y elaboraron los gráficos correspondientes, para una mejor visualización luego se procedió a analizar e interpretar. La ciudad de Nueva Loja en estos últimos años ha crecido notablemente considerando que es una provincia de donde se encuentran las



compañías de extracción petrolera, según el INEC del 2010 contó con una población de 57.727 habitantes; la cual, para efectos de cálculo de población se tomó como base el número de miembros por familia de 4, con lo cual se obtuvo 14.432 familias con un crecimiento poblacional de un 4.10%. Proyectando el valor se obtuvo un total de 19.120 familias.

### ***Demanda potencial***

La demanda potencial es la cantidad de posibles consumidores del producto en la ciudad de Nueva Loja, para obtener esta demanda en la encuesta se aplicó la pregunta número 1.

**Cuadro No. 23 Demanda Potencial**

<b>Indicador</b>	<b>Nueva Loja</b>
<b>Familias de la ciudad de Nueva Loja</b>	19.120
<b>Porcentaje que consume té</b>	86%
<b>Familias que consumen té en Nueva Loja</b>	16.443

Fuente: cuadro N° 2  
Elaborado por. La autora

### ***Demanda real***

Para evaluar la demanda real del proyecto que se investigó se multiplica demanda potencial por el porcentaje de población que consume hierbas aromáticas como la albahaca, con los datos obtenidos en la pregunta N° 2 de la encuesta realizada a los demandantes.

**Cuadro No 24 Demanda real**

Indicador	Nueva Loja
<b>Demanda Potencial.</b>	16.443
<b>Porcentaje de población que consume te de hierbas</b>	62%
<b>Familias que consumen te de hierbas</b>	10.195

Fuente: Cuadro 23 y 3.

Elaborado por: La Autora

**Consumo Per cápita**

Para determinar el consumo per cápita del producto es necesario utilizar los resultados de la pregunta número 7 de la encuesta a las familias con lo cual se determinará la cantidad promedio de compra en el año por familia.

**Cuadro No 25 Consumo Per cápita**

Variable	Frecuencia	Promedio	Total
<b>1 a 10 cajas</b>	<b>109</b>	<b>5,5</b>	<b>599,5</b>
<b>11 a 20 cajas</b>	<b>65</b>	<b>15,5</b>	<b>1007,5</b>
<b>21 a 30 cajas</b>	<b>22</b>	<b>25,5</b>	<b>561</b>
<b>31 a 40 cajas</b>	<b>4</b>	<b>35,5</b>	<b>142</b>
<b>TOTAL</b>	<b>200</b>		<b>2310</b>

Fuente: Cuadro N° 7

Promedio:  $\sum xm * F/n$ 

Promedio: 2310 / 200

Promedio: 11.55 cajas mensual por familia

N° de cajas en el año: 11.55 \*12= 138.6

**Demanda efectiva**

Para estimar la población que efectivamente está dispuesta a comprar te se ha seguido el siguiente procedimiento: a la demanda real se le multiplica por el porcentaje de personas encuestas sobre si estaría dispuesto a adquirir el producto (90 %) cuadro No.11, lo que nos da la población que compra sachet de albahaca.

**Cuadro No. 26 Demanda efectiva**

<b>Indicador</b>	<b>Nueva Loja</b>
<b>Demanda real de té de albahaca</b>	10.195
<b>Porcentaje de Población dispuesta a comprar te a la nueva Empresa.</b>	100%
<b>Población dispuesta a comprar te a la nueva Empresa.</b>	10.195
<b>Promedio de compra anual.</b>	138.6
<b>Demanda Anual de sachet</b>	1278.789

Fuente: cuadro N° 24 y 11  
Elaborado por. La autora

### ***Proyección de la demanda***

Para proyectar la demanda del te albahaca se determinó utilizando los datos obtenidos del cuadro N° 24, en el cual se determinó que el 90% está dispuesto a adquirir el producto, dando como resultado una demanda en unidades de, con la tasa de crecimiento obtenida del último censo del 2010 que es del 4,10%.

**Cuadro N° 27**  
**Demanda Efectiva proyectada para 10 años (vida útil)**

<b>AÑO</b>	<b>TASA DE CRECIMIENTO</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA</b>
<b>2016</b>	<b>AÑO BASE</b>	1.278.789
<b>2017</b>	4,10%	1.331.220
<b>2018</b>	4,10%	1.385.800
<b>2019</b>	4,10%	1.442.618
<b>2020</b>	4,10%	1.501.765
<b>2021</b>	4,10%	1.563.337
<b>2022</b>	4,10%	1.627.434
<b>2023</b>	4,10%	1.694.159
<b>2024</b>	4,10%	1.763.619
<b>2025</b>	4,10%	1.835.928
<b>2026</b>	4,10%	1.911.201

Fuente: cuadro N° 26  
Elaborado por. La autora

### **Análisis de la oferta**

La oferta permite definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio, en este caso el sachet de albahaca. Para determinar el comportamiento de la oferta se realizó una encuesta a veinte oferentes entre supermercados y comisariatos, considerando que en la ciudad de Nueva Loja no existen empresas que produzcan y comercialicen sachet de albahaca, se realizó las encuestas a empresas que vendan productos de similares características como es el té de hierbas aromáticas o medicinales.

### **Estimación de la oferta**

**Cuadro N° 28 Estimación De La Oferta**

<b>Detalle</b>	<b>xm</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Xm * f</b>
<b>100 a 200 cajas</b>	150,5	12	1806
<b>201 a 300 cajas</b>	250,5	6	1503
<b>301 a 400 cajas</b>	350,5	4	1402
<b>401 a 500 cajas</b>	450,5	3	1351,5
<b>Total</b>		25	6063

Fuente: cuadro N° 14  
Elaborado por. La autora

Para estimar la oferta se toman los datos de la encuesta realizada a los oferentes específicamente en la pregunta 3 simplemente se multiplica por 12 meses por cuanto dicho valor es extraído del total de oferentes.

N° de cajas en el mes promedio: 6063

N° de cajas en el año:  $6063 * 12 = 72.750$

### ***Proyección de la oferta***

Para determinar la oferta se tomó en consideración la cantidad de cajas de té que venden los 25 oferentes de la ciudad de Nueva Loja, la misma que es de 39 cajas por cada oferente, obteniendo un total general al año 11.844 cajas.

**Cuadro N° 29 Proyección de la Oferta**

<b>AÑO</b>	<b>TASA DE CRECIMIENTO</b>	<b>OFERTA</b>
2016	AÑO BASE	72.750
2017	3,20%	75.078
2018	3,20%	77.480
2019	3,20%	79.960
2020	3,20%	82.519
2021	3,20%	85.159
2022	3,20%	87.884
2023	3,20%	90.697
2024	3,20%	93.599
2025	3,20%	96.594
2026	3,20%	99.685

Fuente: cuadro N° 29

Elaborado por. La autora

### ***Demanda insatisfecha***

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad. Para determinar la demanda insatisfecha se hace una diferencia entre la demanda efectiva y la oferta proyectada.

**Demanda Insatisfecha = Demanda–Oferta**

**Cuadro N° 30 Demanda Insatisfecha**

<b>Año</b>	<b>Demanda Efectiva</b>	<b>Oferta Actual</b>	<b>Demanda insatisfecha</b>
2016	1.278.789	72.750	1.206.039
2017	1.331.220	75.078	1.256.142
2018	1.385.800	77.480	1.308.319
2019	1.442.618	79.960	1.362.658
2020	1.501.765	82.519	1.419.246
2021	1.563.337	85.159	1.478.178
2022	1.627.434	87.884	1.539.550
2023	1.694.159	90.697	1.603.462
2024	1.763.619	93.599	1.670.021
2025	1.835.928	96.594	1.739.334
2026	1.911.201	99.685	1.811.516

**Fuente:** cuadro N° 29 y 30  
**Elaborado por.** La autora

### ***Plan de comercialización***

Se considera a las estrategias que nos permiten ingresar y mantener al producto en el mercado para lo cual se tomará en cuenta las 4 P del marketing como son: producto, precio, plaza, y promoción.

El producto es el té de albahaca en sachet en caja de 25 unidades c/u, y está dirigido a los habitantes de la ciudad de Nueva Loja. La albahaca crece en la Amazonía, es un árbol histórico de treinta a cincuenta centímetros de altura aproximadamente, es una planta considerada por los pueblos como fuente de salud y energía, de ahí que el agua de albahaca es imprescindible en los hogares de los pueblos amazónicos, como lo es Nueva Loja. Su origen es de la India y como dato se dice que alrededor de la tumba de Cristo después de su resurrección crecieron cantidades de esta hierba, por ende en algunas iglesias ortodoxas griegas la usan para preparar agua sagrada y adornar los altares, como otro dato también se dice que la albahaca fue utilizada por los indígenas como perfume, se colocaban ramitas en el cuello o en las muñecas para oler rico. También dicha planta es utilizada para calmar la fiebre, resfriados comunes, dolor de cabeza, dolor de garganta, estrés trastorno de corazón, trastornos oculares. En el Ecuador se ha registrado en las provincias de Sucumbíos, Napo, Orellana, Pastaza, Morona Santiago, Zamora Chinchipe.

Las hojas de albahaca luego de seguir un proceso de producción se las ubica en funditas en sachet de un peso aproximado de 1.5 g cada uno,

para luego cerrarlas con una máquina selladora a cada lado del sobrecito filtrante.

Según las encuestas que se realizó a los habitantes de la ciudad de Nueva Loja, prefieren el té en sachet, por lo tanto, se realizará en esta presentación.

### Gráfico Nro. 28

#### Logo de la empresa



Elaborado por: La Autora

#### **Producto:**

<b>Nombre del Producto:</b>	Sachet albahaca
<b>Nombre Científico del Producto:</b>	Ocimum basilicum
<b>Familia:</b>	Lamiaceae
<b>Parte Utilizada:</b>	Hojas

**Características:** La albahaca es una hierba anual, cultivada como perenne en climas tropicales, de crecimiento bajo (entre 30 y



130 cm), con hojas opuestas de un verde lustroso, ovales u ovadas, dentadas y de textura sedosa, que miden de 3 a 11 cm de longitud por 1 a 6 cm de anchura.

### **PROPIEDADES Y APLICACIONES DE LA ALBAHACA**

Combate la depresión, el agotamiento, el insomnio y la jaqueca. Es digestiva, antiespasmódica, contra la inapetencia, dispepsias nerviosas, es carminativa, puede aumentar la secreción de leche en las madres. Es diurética y disminuye estados febriles.

Se la utiliza como digestiva, contra espasmos gastrointestinales, es diurética, contra parásitos intestinales y en dispepsias nerviosas. También como vulneraria y para calmar irritaciones cutáneas. En antitusiva y es muy propicia contra la faringitis y laringitis. Se emplea en jaquecas de origen nervioso o digestivo, como sedante, desinflamante de aftas y pezones irritados. Activa el sistema inmunológico y aumenta los anticuerpos. Combate el acné. Se le atribuyen propiedades afrodisíacas. Se la aplica en infusiones, cocimientos, cataplasmas, pomadas, tinturas, bálsamos, lociones, compresas jarabes, jabones, cremas, fresca y seca, en polvo.

**Nombre o Razón Social:** "AROMATICA NUEVA LOJA S.A."

**Peso:** 1.5 g cada sobrecito

**Unidades:** 25 bolsitas con envoltura en sachet, peso de 37.5 g la caja

**Fecha de fabricación y expiración:** un año

A continuación, se expone la imagen del sachet con la cual estará cubierto el producto,

**Gráfico Nro. 29 Sachet**



**Fuente:** Investigación de campo  
**Elaborado por:** La Autora

Se expone a continuación el sobre con el cual se cubrirá las hojas de albahaca, está elaborado con polipropileno y también está el diseño de la etiqueta.

**Gráfico N° 30 Caja contenedora de sachet de albahaca**



**Elaborado por:** La Autora

### **Precio**

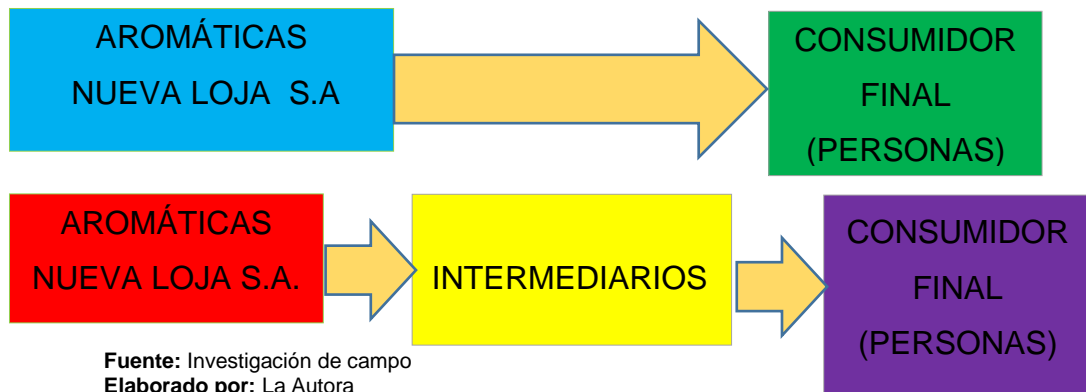
Para fijar esta variable se consideró los precios referenciales en el mercado, además es un producto que tiene un valor agregado importante e higiénicamente procesado.

El precio del sachet de albahaca se establece considerando el precio en el que actualmente se comercializa en el mercado los té de hierbas aromáticas según las encuestas a los oferentes y el precio que estarían dispuestos a pagar por este producto los demandantes, varía de USD \$ 1,25 dólares de Estados Unidos de América a USD \$ 1,30 dólares de Estados Unidos de América en cajitas de 25 unidades cada una, por lo tanto, el precio a establecer será de acuerdo a los costos y gastos que demande el proyecto y el precio de mercado, no se puede establecer precios muy altos ya que no permitiría el ingreso del producto al mercado.

### ***Plaza y/o comercialización***

La ciudad de Nueva Loja en estos últimos años ha crecido notablemente considerando que es una provincia de donde nace el petrolero, según el INEC del 2010 cuenta con una población de 57.727, la cual para efectos de cálculo de población se tomó como base el número de miembros por familia que son 4, con lo que obtuvimos 14.432 familias, con un crecimiento poblacional de un 4.10% que sería hasta ahora un total de 19.120 familias.

El sistema de comercialización es fundamental para garantizar que el producto este en el lugar adecuado y en las cantidades suficientes, se debe buscar los canales más propicios para llegar al mayor número de clientes, por lo tanto, la venta se la realizará a los distribuidores mayoristas, minoristas, o directamente al consumidor final, lo importante el satisfacer la demanda que existe en la ciudad de Nueva Loja.

Gráfico No 31 **Canales de Comercialización**

### ***Promoción***

La promoción del producto del té de albahaca se realizará mediante compañías de publicidad, hojas de información y en forma verbal a través de consumidores satisfechos, por ello se realizará las siguientes actividades:

#### **a) Publicidad**

Esta publicidad será pagada por la productora y comercializadora del sachet de albahaca y se utilizará un medio de comunicación de la localidad como radio Sucumbíos, periódico el independiente, televisión (Lago Sistema), estimulando la compra del producto.

RADIO SUCUMBIOS, costo \$15,00, cuña de 30 segundos 2 veces a la semana, 1200 anual.

#### **b) Propaganda**

Esta será lo más efectivo posible, en la que se utilizará hojas volantes, afiches, trípticos, vallas, rótulos de información en sitios visibles.

### Gráfico N° 32 Propaganda



Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: La Autora

### Gráfico N° 33 Valla publicitaria



Fuente: investigación de campo.

Elaborado por: La Autora

## Estudio técnico

En esta etapa del proyecto se analizan aspectos como el tamaño, la localización y la ingeniería del mismo, representado así todo lo relacionado con la capacidad y utilizar y la ubicación más óptima de la empresa.

### *Tamaño del proyecto*

Hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia de un proyecto.

Una vez realizado el análisis de la demanda de albahaca en cajas de 25 unidades en envoltura de sachet, sobre los datos obtenidos en la

investigación de mercado y en función del consumo, se determina que existe una demanda insatisfecha de 1206.039 cajas de sachet de albahaca, en el primer año lo que incentiva a la implementación de la empresa, en la ciudad de Nueva Loja. El tamaño del proyecto está en función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto, sin embargo, se debe considerar aquellas situaciones de carácter exógeno a la planificación del proyecto tales como: cambios bruscos de temperatura, que ponen en serio riesgo la inversión, los desastres naturales, se debe citar también las políticas macroeconómicas de los gobiernos de turno, lo cual elevaría los costos de las materias primas restando al producto la capacidad de competir.

A continuación, se determina la capacidad instalada y utilizada que tiene el proyecto:

### **Capacidad Instalada**

Está determinada por el nivel máximo de producción que se puede obtener con la utilización de una determinada maquinaria, por lo general se establece las unidades producidas anualmente.

Para el proceso de producción del sachet de albahaca se utilizan tres equipos una deshidratadora, moledora y envasadora - selladora, por lo tanto, a continuación se determina la capacidad de producción de cada una.

La deshidratadora de hojas tiene una capacidad de producción de 60.000 gramos, cada 2 horas, se trabajará con un descanso de 15 minutos para

cargar y descargar la materia prima, trabajará 8 horas al día, en el día realizará 4 turnos. En el caso del molino tiene una capacidad de producción de 100.000 gr, por hora, trabajará de manera continua las 8 horas diarias, 22 días al mes, 12 meses al año.

En el caso de la envasadora y selladora elabora 30 envolturas de sachet en un minuto de 1,5 gramos, trabajará de manera consecutiva, las 8 horas del día, 22 días al mes.

**Cuadro N° 31 Capacidad de producción de la maquinaria**

<b>Maquinaria</b>	<b>Capacidad</b>	<b>Capacidad en Gramos (gr=kg X 1.000)</b>	<b>Por Día</b>	<b>Por Mes</b>	<b>Por Año</b>
<b>Deshidratadora con 30 bandejas</b>	60 kg. / 2 hora	60.000	240.000	5.280.000	63.360.000
<b>Molino martillo para hojas secas</b>	100 kg / hora	100.000	800.000	17.600.000	211.200.000
<b>Envasadora y empacadora</b>	30 bolsas/ minuto (1.5 gr/cada bolsita)	2.700	21.600	475.200	5.702.400

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: La autora

En el caso del proyecto la capacidad se determinó por medio de las unidades producidas por la envasadora, ya que esta cumple con tres funciones envasar, sellar el sobre, además tiene mayor capacidad de producción a diferencia de la deshidratadora y el molino.

Anualmente se obtienen 5.702.400 gramos de albahaca envasados y empacados, cada caja de 25 unidades pesa 37.5 gramos, por lo tanto, obtendría 152.064 cajas de 25 unidades envasadas y empacadas al año.

La máquina envasadora y empacadora elabora 30 bolsitas de sachet por minuto por lo que en el año se tendrían:

30 sobres x 60 minutos = 1.800 la hora

1.800 sobres x 8 horas = 14.400 en el día

14.400 sobres x 22 días = 316.800 en el mes

316.800 sobres x 12 meses = 3.801.600 en el año

3.801.600 sobres /25 sobres por caja = 152.064 cajas de 25 sobres de sachet cada una al año que viene a ser la capacidad instalada.

**Cuadro N°32 Capacidad de la maquina envasadora y empacadora de te**

Maquinaria	Capacidad en gramos	Anual	Cajas de unidades Gramos	de 25 en	Cajas de unidades anual	de 25
Envasadora y empacadora de sachet de té 40 bolsitas/ minuto (1.5 gramos c/u)	5.702.400		37.5		152.064	

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: La autora

**Cuadro N°33 Determinación de la capacidad instalada**

Demanda Insatisfecha	Capacidad Instalada (Cajas de 25 unidades anual)	% aprovechamiento de la Demanda	de
1.206.039	152.064	13%	

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: La autora



### **Capacidad utilizada**

Es aquella que demuestra la capacidad real de producción con la cual trabajará la maquinaria, en un periodo de tiempo determinado.

La capacidad de producción se determinó con la máquina envasadora y empacadora, por lo tanto, el primer año de producción de sachet de albahaca será en un 70%, a partir del cuarto año se incrementará un 5% hasta en el año llegar a producir el 95% de su capacidad hasta finalizar la vida útil del proyecto.

Cuadro N°34 Determinación de la capacidad utilizada

<b>Año</b>	<b>Capacidad Instalada</b>	<b>%</b>	<b>Capacidad Utilizada (cajas)</b>
<b>1</b>	152.064	70%	106.445
<b>2</b>	152.064	70%	106.445
<b>3</b>	152.064	70%	106.445
<b>4</b>	152.064	75%	114.048
<b>5</b>	152.064	80%	121.651
<b>6</b>	152.064	85%	129.254
<b>7</b>	152.064	90%	136.858
<b>8</b>	152.064	95%	144.461
<b>9</b>	152.064	95%	144.461
<b>10</b>	152.064	95%	144.461

Fuente: Cuadro N° 32  
Elaborado por: La autora

### **Localización de la empresa**

El estudio de la localización contribuye a definir el lugar más idóneo para ubicar la empresa Productora y Comercializadora del sachet de albahaca "AROMATICA NUEVA LOJA S.A., La localización óptima es aquella que

ayudará a obtener la máxima rentabilidad, logrando así maximizar los beneficios y reducir en lo posible los costos.

La Empresa Productora y Comercializadora del sachet de Albahaca “AROMÁTICA NUEVA LOJA” S.A., estará ubicada en la Provincia de Sucumbíos, Cantón Lago Agrio, Ciudad de Nueva Loja, barrió el Jardín con el objetivo de realizar la producción y comercialización de su producto, además cuenta con los principales servicios básicos como: luz, agua y teléfono.

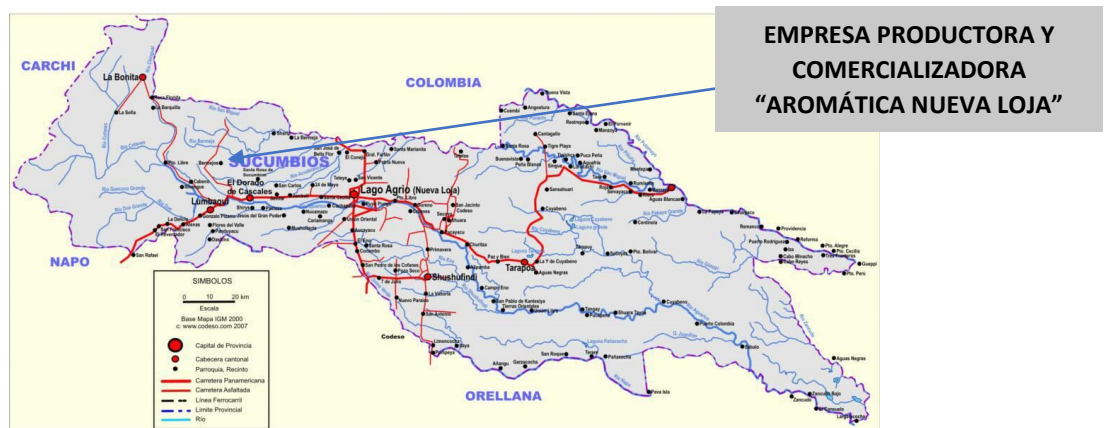
### **Macro localización**

La macro localización tiene como objetivo determinar la ubicación geográfica del proyecto.

La empresa Productora y Comercializadora del sachet de té de Albahaca “AROMÁTICA NUEVA LOJA” S.A., estará ubicada en la provincia de Sucumbíos, Cantón Lago Agrio, Ciudad de Nueva Loja barrió el Jardín.

Gráfico N° 34

### **Mapa de Sucumbíos**



(Fuente : [ww.sucumbios.gob.ec](http://ww.sucumbios.gob.ec))  
(Elaborado por: La Autora)

**Datos Generales:****MSNM:** 300 metros**Clima:** Tropical Húmedo**Temperatura Promedio:** entre 25°C**Superficie:** 313.88 Km<sup>2</sup>***Micro localización***

La empresa Productora y Comercializadora del sachet de Albahaca AROMÁTICA NUEVA LOJA S.A., funcionará en la ciudad de Nueva Loja Bario el Jardín, margen Izquierdo, este lugar cuenta con todos los servicios básicos para la implantación de la empresa, además es un lugar estratégico.

Gráfico N° 35

Mapa Ubicación de la empresa

**Provincia:** Sucumbíos**Cantón:** Lago Agrio**Cuidad de:** Nueva Loja**Barrio:** El Jardín

(Elaborado por: La Autora)

***Ingeniería del proyecto***

La ingeniería de la producción del proyecto, tiene como finalidad analizar los aspectos técnico y de infraestructura para la producción y comercialización del sachet de albahaca.

Por otro lado, los aspectos a ser analizados son los correspondientes al área de la producción y comercialización, es por eso que dentro de este punto se determina los recursos que serán necesarios para el desarrollo de la empresa “AROMATICA NUEVA LOJA S.A” .Y la cantidad necesaria de productos para el abastecimiento de la demanda.

Así también se buscará la distribución de la planta de producción del sachet, también se realizará un análisis de los requerimientos de materia prima e insumos, equipos tecnológicos y de infraestructura, con sus respectivos costos de mercados, la información será recolectada por medio de un estudio de campo.

### ***Descripción del procesos productivo***

Es necesario describir sistemáticamente la secuencia de las operaciones a que se someten los insumos en su estado inicial para llegar a obtener los productos en su estado final, esto se detallara a continuación.

#### ***✓ Recepción***

La recepción de las hojas se la realizará de acuerdo a las normas técnicas para evitar una mala manipulación y por ende que las hojas se marchiten o dañen, luego se procederá a pesar las hojas en la balanza.

#### ***✓ Limpieza***

Cuando las hojas son receptadas se procede con la revisión para evitar cualquier impureza que tengan como insectos o basura que estén adheridas a ellas, esto considerando que la albahaca crece entre la plantas de diferentes tipos.

✓ **Secado**

Una vez que las hojas han sido seleccionadas y limpiadas se procede con el secado, para esto se introduce las hojas de manera uniforme en las 30 bandejas de la secadora a una temperatura de 20°C, por un lapso de una hora, luego se retiran de la secadora para el enfriamiento

✓ **Molido**

Las hojas secas se las coloca en el molino martillo donde se trituran hasta obtener la materia prima para el envasado.

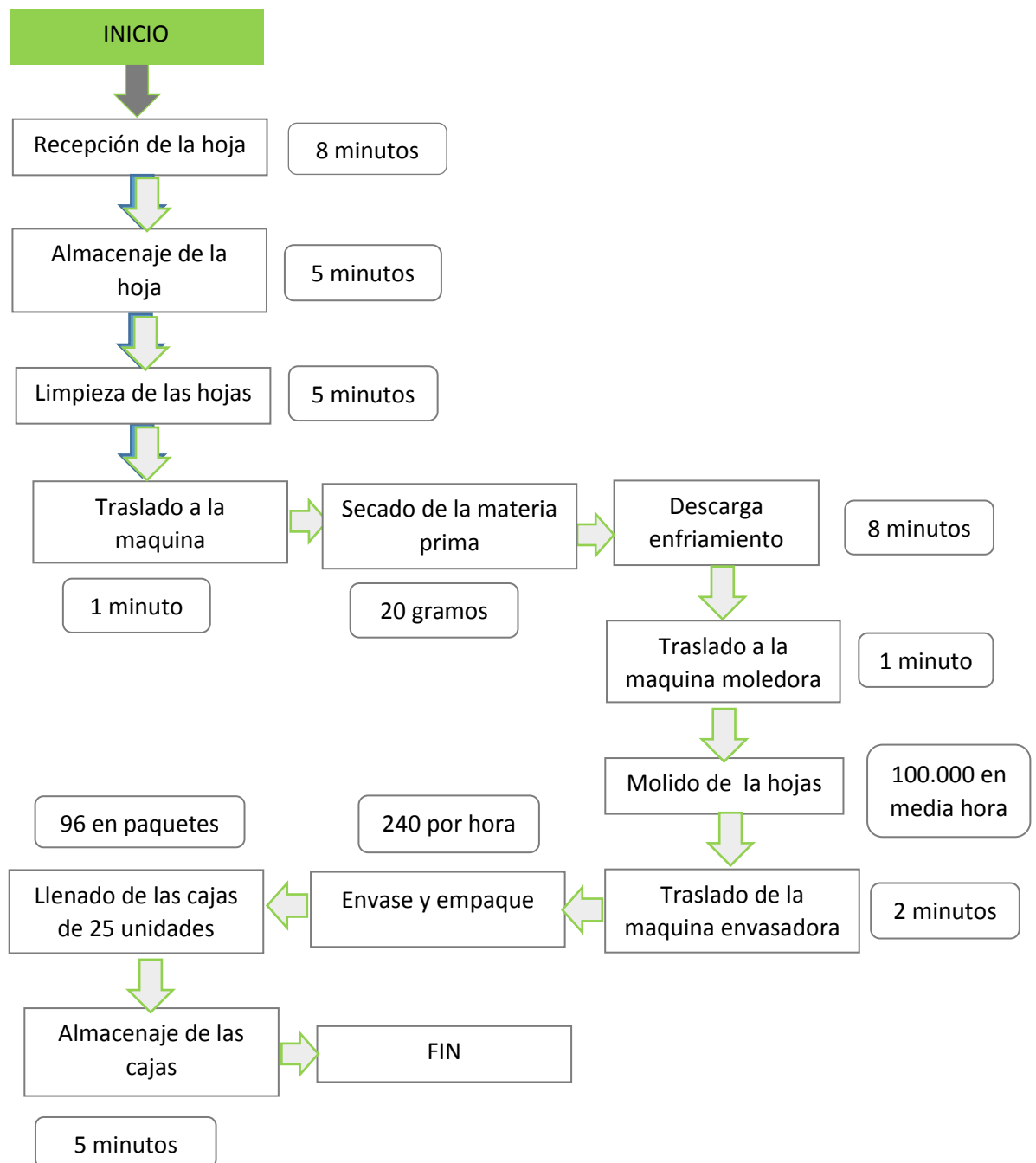
✓ **Llenado de las bolsitas y envasado**

Molida la materia prima se traslada hasta la máquina envasadora y selladora, esta máquina pesa cada porción que va a introducir en el sachet con 1.5 g de hoja triturada y sella.

✓ **Llenado de las cajas**

Una vez que los sachet de albahaca están listos son colocados en las cajitas con 25 unidades en cada una para ser distribuidos

Gráfico N° 36 Descripción del proceso productivo.



Elaborado por: La autora

### ***Diseño de la planta***

El diseño y distribución de la planta se realizó de manera que presente las condiciones necesarias para un buen ambiente de trabajo y seguridad, optimizando de forma eficiente cada una de las áreas, esto permitirá cumplir con los objetivos planteados en la empresa.

Por lo tanto, para el aprovisionamiento de la hoja de albahaca, se negociaría directamente con pequeños productores del sector rural de la ciudad de Nueva Loja.

La distribución de la planta de la empresa es la siguiente:

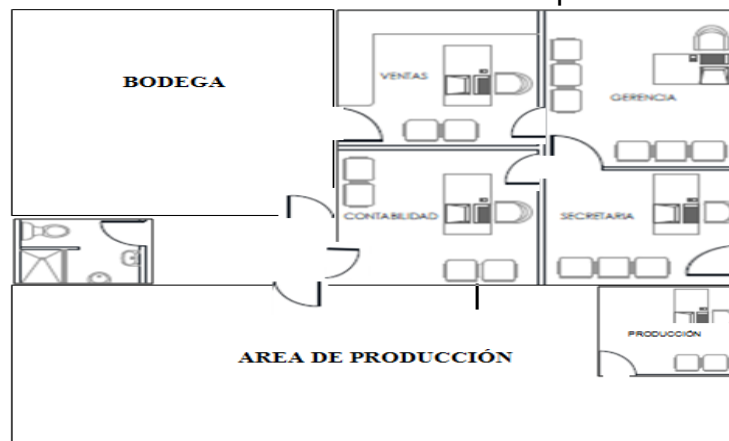
**Cuadro N°35 Valor del Terreno**

Dimensiones	Área	Valor m <sup>2</sup>	Costo Total
15*20	<b>300m</b>	<b>300m<sup>2</sup></b>	<b>6.600,00</b>

**Fuente:** Propietario del terreno)  
(Elaborado por: La Autora)

A continuación, se detalla el diseño físico de la planta de la empresa productora y comercializadora de sachet de albahaca.

Gráfico N° 37 Diseño de la planta

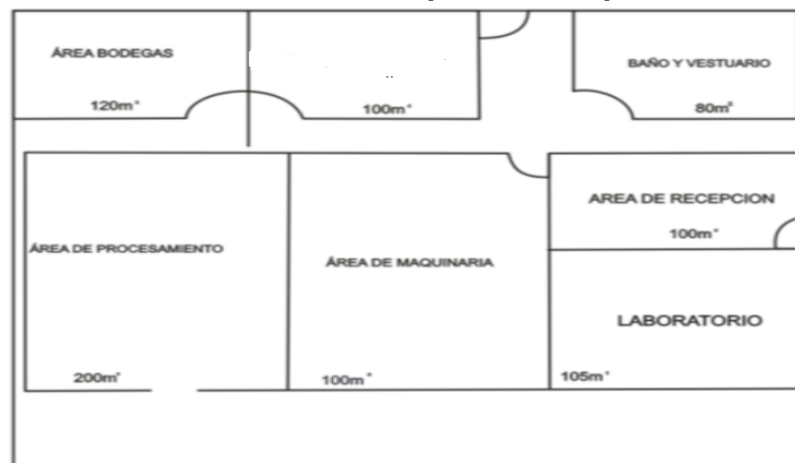


Fuente: Investigación de campo)  
(Elaborado por: La Autora)

### ***Descripción de la planta***

Para el edificio de la planta procesadora del té de albahaca se ha considerado una área de 300 m<sup>2</sup>, las distribuciones se las detalla en el siguiente gráfico.

Gráfico N° 38 Descripción de la planta



Fuente: investigación de campo  
Elaborado por: La Autora

### ***Equipos y materiales de producción***

En el siguiente cuadro se detalla la lista de equipos y materiales que se utilizará en la planta procesadora.



Cuadro N° 36 Equipos y Materiales

Materiales	Grafico	Características
<p><b>Deshidratadora con bandejas</b></p> <p>Maquinaria necesaria para la producción del té de albahaca.</p>		<p><b>Dimensión:</b>  <b>Largo:</b> 71 centímetros  <b>Ancho:</b> 118 centímetros  <b>Alto:</b> 210 centímetros  <b>Material:</b> Acero Inoxidable Mate 304  <b>Aislante térmico:</b> Poliuretano (2 cm)  <b>Capacidad:</b> 30 bandejas de 2 kg c/u  <b>Tipo de energía:</b> Eléctrica 220 vol.</p>
<p><b>Molino de martillo</b></p> <p>Fabricado en Acero Inoxidable AISI 304L 2B para molienda de hojas secas</p>		<p>Rallo o malla de molienda Mesh 18. Accionamiento mediante motor de 2 HP 220V 60Hz.</p>
<p><b>Envasadora y empacadora de bolsas de té.</b> Es una máquina que se utiliza para el envasado de té, semillas, medicina y salud de productos en forma granular.</p>		<p><b>Tamaño Max bolsa:</b> Interior L50—75mm / A50—75mm  Exterior L85—120mm / A75—95mm  <b>Capacidad:</b> 10-40 bolsas / minuto)  <b>Rango de llenado:</b> 1-5gr /bolsa  <b>Medida etiqueta:</b> 20X20L *A)  <b>Espesor del film:</b> ≤ 8s</p>
<p><b>Mesa:</b> mesa sanitaria construida en acero inoxidable 304L,</p>		<p><b>Ref.</b> Z32-100 L  <b>Marca:</b> Tecnolab</p>
<p>Guantes</p>		<p><b>Marca:</b> Látex Wash  Numero: único</p>

Fuente: investigación de campo 2017  
(Elaborado por: La Autora)

**Estudio administrativo**

Para poder crear la empresa Aromática Nueva Loja S.A existen procedimientos y normas a seguir, por lo tanto, con el estudio administrativo se definió la estructura orgánica de la empresa para que pueda operar, se determinó las jerarquías y responsabilidades organizacionales, el tipo de sociedad y la normativa que debe cumplir.

***Estudio legal***

Según la Ley de Compañías, art. 94 y art. 95 establece que la compañía de responsabilidad limitada está conformada por no menos de dos personas y un máximo de quince personas que hacen el comercio bajo una razón social o una denominación objetiva, en caso de excederse tendrá que transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

De acuerdo con la siguiente compañía estará integrada por cuatro socios las mismas que designaran un administrador para que mediante la Notaria Pública del Cantón sea suscrito el contrato social el cual comprenderá las normas y estatutos correspondientes, los cuales posteriormente serán aprobados por la Superintendencia de Compañías y su inscripción en el Registro Mercantil. Se llama Responsabilidad Limitada por cuanto nace de la necesidad de dirigir una determinada organización jurídica adecuada a la pequeña y mediana empresa.

***Nombre o razón social de la empresa***

El nombre bajo el cual operara la empresa se denomina “Productora Y Comercializadora Aromática Nueva Loja S.A”.

### **Acta constitutiva**

En la Ciudad de Nueva Loja a los catorce (14) días del mes de Diciembre del 2017 siendo las 10:00 horas am, se reúnen los socios Nelly Yolanda Chuquian Ramos, Víctor Alcívar Bravo Lozano, Daysi Karina Silva Aguilar, Erika Jessenia Flores Silva en la ciudad de Nueva Loja, con fin de constituir una compañía de Sociedad Anónima, resolviendo:

1. Designar como parte de la directiva a las siguientes personas:

**Cuadro N° 36 Directiva**

CARGOS	NOMBRES	FIRMA
<b>PRESIDENTE</b>	Víctor Acívar Bravo Lozano	
<b>VICEPRESIDENTE</b>	Erika Jessenia Flores Silva	
<b>SECRETARIO</b>	Nelly Yolanda Chuquian Ramos	
<b>TESORERO</b>	Daysi Karina Silva Aguilar	

Fuente: Investigación de campo, 2017  
Elaborado por: La Autora

Las designadas aceptan el desempeño de los cargos que respectivamente les han sido conferidos:

2°) Los socios reunidos y dando cumplimiento con lo prescrito en el Art. 4 del Código de Comercio, dejan constituida la compañía con la denominación de “Productora y comercializadora de sachet de albahaca, AROMÁTICA NUEVA LOJA S.A”.

3°) La empresa estará ubicada con sede en el Barrio el Jardín margen derecho, de la ciudad de Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos.

Se autoriza al Presidente y Secretario de la compañía a realizar las tramitaciones correspondientes para la obtención de la escritura pública y demás permisos de Ley, previa lectura y ratificación firman la presente en el lugar y fecha indicada arriba.

**PRESIDENTE**

**SECRETARIO**

### ***Estudio organizacional***

Es la estructura organizativa que la empresa cuente, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma.

### ***Niveles jerárquicos***

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

#### **❖ Nivel Legislativo**

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operara, está conformado por los dueños de la empresa los cuales toman el nombre de Junta General de socios o Junta General de accionistas, la función será de: legislar sobre las políticas que seguirá la empresa y programa los planes futuros de la organización.

### ❖ **Nivel Ejecutivo**

Es el segundo nivel al mando de la organización, está conformado por el Gerente, elegido por la Junta General de Socios, su función es planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa.

### ❖ **Nivel Asesor**

Representado por el asesor jurídico, en esta empresa tendrá la calidad ocasional, cuya función es la de resolver problemas de orden legal.

### ❖ **Nivel de Apoyo**

Son todos los puestos de trabajo, de apoyo a los otros niveles administrativos como una secretaria y guardia.

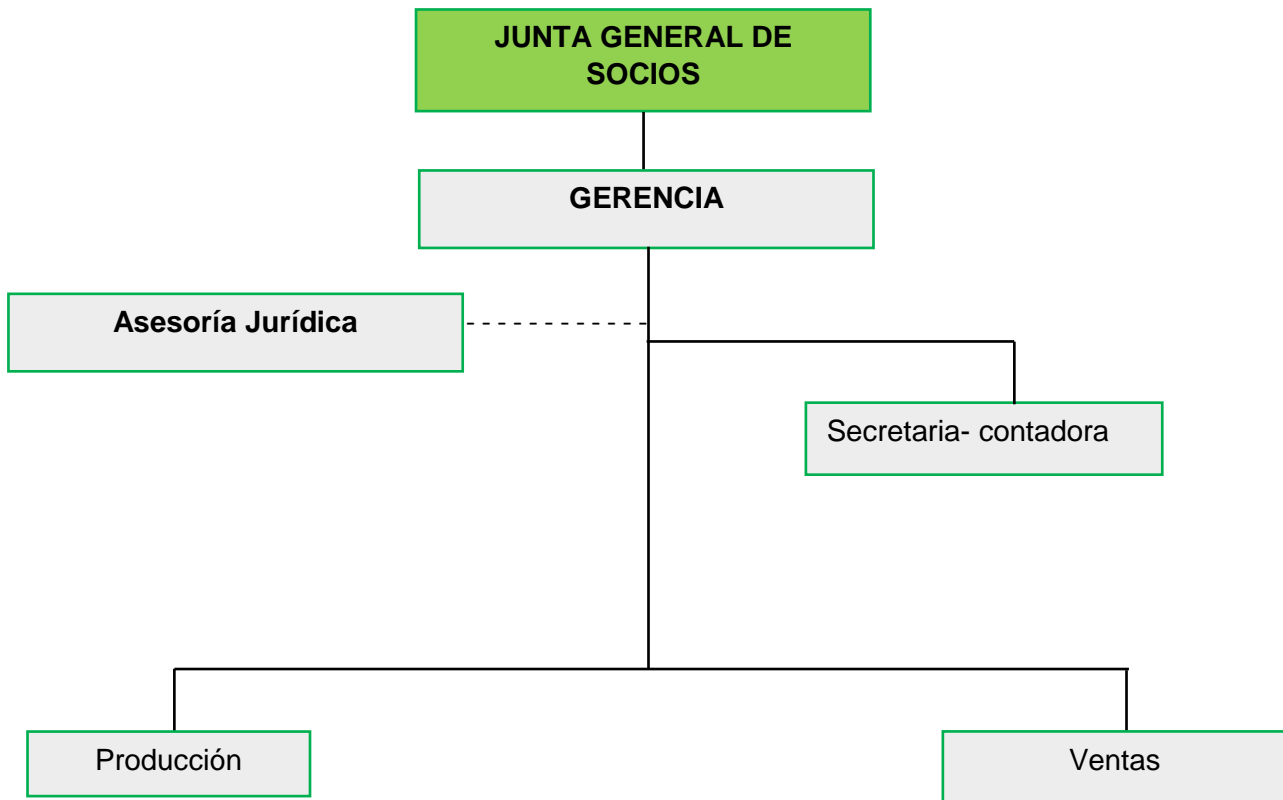
### ***Estructura organizacional***

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

### **Organigrama Estructural**

Empresa “Productora Y Comercializadora de sachet de albahaca, aromática Nueva Loja S.A”. Esta representa el esquema básico de la empresa, permitiendo conocer en forma objetiva sus partes y sobre todo su organización.

Gráfico N° 39 Organigrama estructural de la empresa



(Fuente: Investigación de campo)  
(Elaborado por: La Autora)

\* Nivel legislativo

\*\* Nivel Ejecutivo

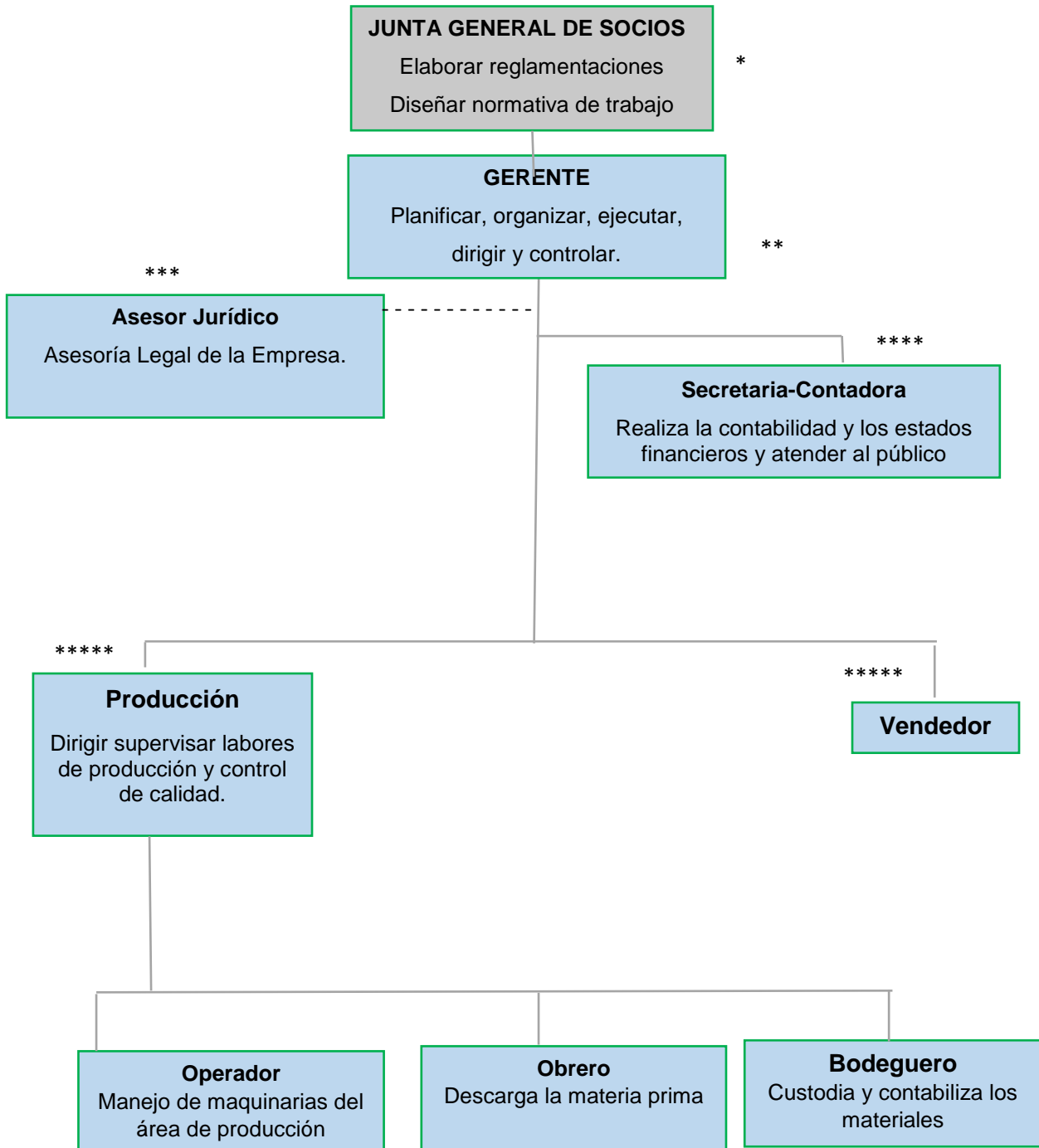
\*\*\* Nivel Asesor

\*\*\*\* Nivel auxiliar

\*\*\*\*\* Nivel Operativo

## Organigrama funcional

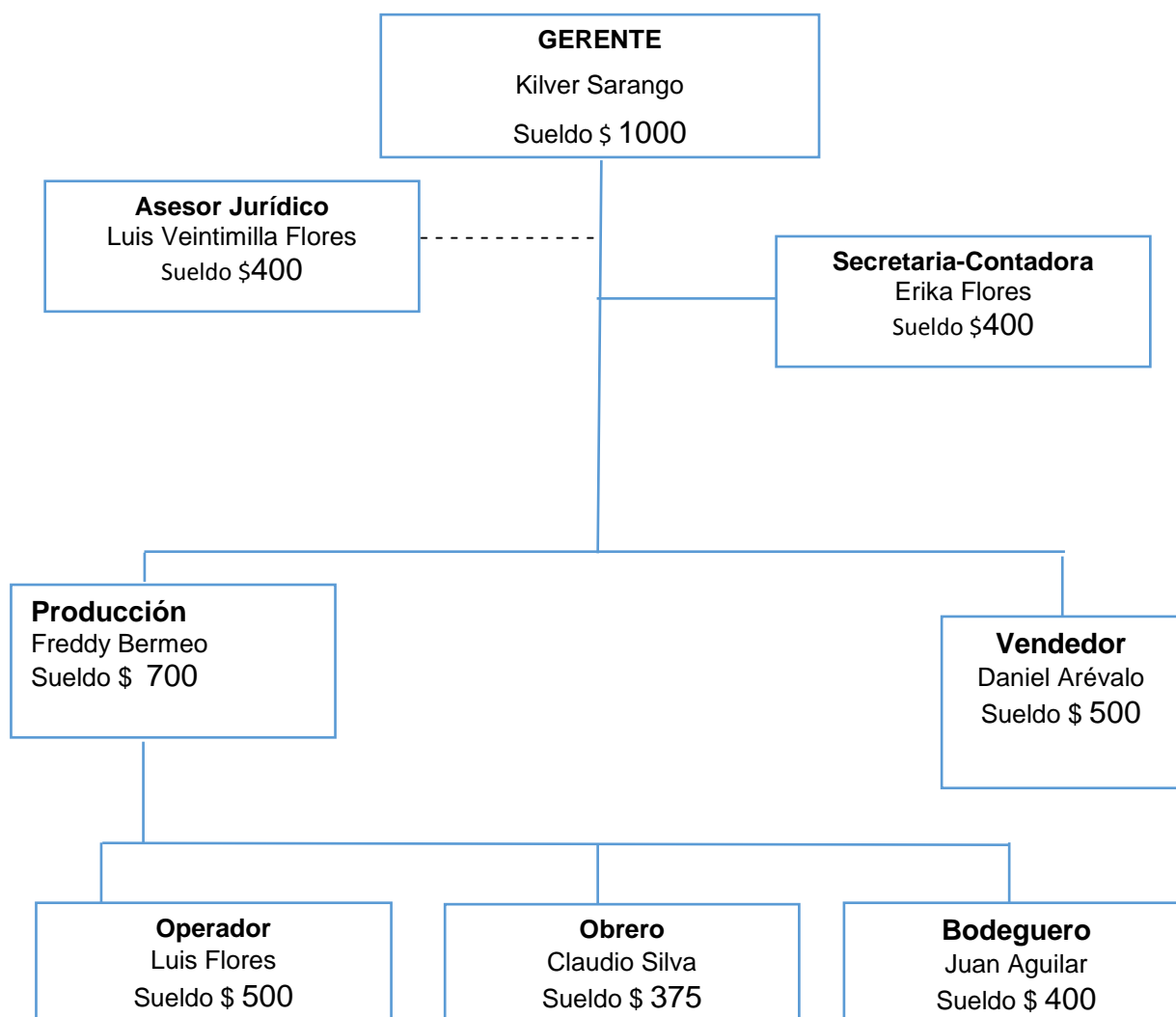
Gráfico N° 40 Organigrama funcional de la empresa



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: La Autora

## Organigrama posicional

Gráfico N° 41 Organigrama posicional de la empresa



Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: La Autora

## Descripción de los puestos

### *Manual de Funciones*

A través de esta herramienta se detalla los puestos y las funciones que desempeñará cada uno de los trabajadores dentro de la empresa "Aromáticas Nueva Loja S.A".



Cuadro N° 37 Manual de funciones

	<b>AROMÁTICAS</b> <b>NUEVA LOJA S.A</b>	<b>Código</b>	001
		<b>FECHA DE PROBABACIÓN</b>	
		Agosto 2017	
<b>I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>			
<b>DENOMINACIÓN DEL CARGO:</b>		Gerente	
<b>INMEDIATO SUPERIOR:</b>		Junta General de Socios	
<b>NIVEL JERÁRQUICO:</b>		Ejecutivo	
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>			
<p>Su labor se centra en la toma de decisiones y en la planeación empresarial, es el puesto de mayor poder dentro de la organización; se encarga de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades administrativas y operacionales.</p>			
<b>III. FUNCIONES PRINCIPALES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Ejercer la representación legal judicial y extrajudicial de la empresa.</li> <li>❖ Ejercer un liderazgo dinámico para ejecutar los planes y estrategias determinados,</li> <li>❖ Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.</li> <li>❖ Mantener contacto continuo con proveedores.</li> <li>❖ Seleccionar al personal idóneo para que trabaje en la empresa.</li> <li>❖ Conocer y aprobar el Balance General, el Estado de Pérdidas y Ganancias, Hace cumplir con las políticas y reglamentos internos.</li> </ul>			
<b>IV. REQUISITOS MINIMOS</b>			
<b>EDUCACIÓN:</b>		Título de Ingeniero Comercial o carreras afines	
<b>EXPERIENCIA:</b>		Mínima 2 años	
<b>TIEMPO:</b>		Disponibilidad de tiempo	
<b>ACTITUD:</b>		Responsabilidad, eficiencia, creatividad, iniciativa y liderazgo	


Elaborado por: La Autora

Cuadro N°. 38 **Manual de funciones**

	<b>AROMÁTICAS</b> <b>NUEVA LOJA S.A</b>	<b>Código</b>	002
		<b>FECHA DE PROBACIÓN</b>	
		Agosto 2017	
<b>I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>			
<b>DENOMINACIÓN DEL CARGO:</b>		Secretaria-Contador	
<b>INMEDIATO SUPERIOR:</b>		Gerencia	
<b>NIVEL JERÁRQUICO:</b>		Operativo	
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>			
Lleva el registro contable e informes financieros de la empresa.			
<b>III. FUNCIONES PRINCIPALES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Realizar la atención al público que visita la empresa por distintas actividades.</li> <li>❖ Preparar y redactar la documentación oficial, para fines correspondientes.</li> <li>❖ Cumplir con las obligaciones tributarias de la empresa.</li> <li>❖ Actuar con responsabilidad, honestidad y reserva en cuanto a la información financiera.</li> <li>❖ Elaborar informes financieros para conocimiento y toma de decisiones por parte de la gerencia y Junta General de Socios.</li> <li>❖ Realizar análisis financieros.</li> <li>❖ Mantener toda la información contable al día.</li> </ul>			
<b>IV. REQUISITOS MINIMOS</b>			
<b>EDUCACIÓN:</b>		Contador Público Auditor	
<b>EXPERIENCIA:</b>		Mínima 2 años	
<b>TIEMPO:</b>		Disponibilidad de tiempo	
<b>ACTITUD:</b>		Responsabilidad, eficiencia, supervisión y control en los temas financieros y compromiso de trabajo	

Elaborado por: La Autora

Cuadro N° 39 Manual de funciones

	<b>AROMÁTICAS NUEVA LOJA S.A</b>	<b>Código</b>	003
		<b>FECHA DE APROBACIÓN</b>	
		Febrero 2017	
<b>I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>			
<b>DENOMINACIÓN DEL CARGO:</b>		Guardia	
<b>INMEDIATO SUPERIOR:</b>		Gerencia	
<b>NIVEL JERÁRQUICO:</b>		Auxiliar	
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>			
Dar seguridad a las instalaciones, herramientas y equipos de la planta, también vigilar el ingreso y salida de personal interno y externo a la planta.			
<b>III. FUNCIONES PRINCIPALES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Cuidar las instalaciones, maquinarias, herramientas y equipos de la planta.</li> <li>❖ Vigilar el ingreso y salida del personal interno de la planta.</li> <li>❖ Vigilar el ingreso y salida de socios y personas no autorizadas a cada una de las áreas de la planta.</li> <li>❖ Informar a secretaria de cualquier visita de funcionarios de estado previo su autorización de ingreso.</li> <li>❖ Cumplir con el horario establecido por la administración tanto en horas de entrada, salida y de turnos.</li> <li>❖ Informar a la administración de cualquier percance suscitado en cualquier horario de trabajo.</li> </ul>			
<b>IV. REQUISITOS MINIMOS</b>			
<b>EDUCACIÓN:</b>		Bachiller.	
<b>EXPERIENCIA:</b>		Mínima 2 años	
<b>TIEMPO:</b>		Disponibilidad de tiempo	
<b>ACTITUD:</b>		Responsabilidad, eficiencia	

Elaborado por: La Autora

Cuadro N°. 40 Manual de funciones

Elaborado por: La Autora

	<b>AROMÁTICAS</b> <b>NUEVA LOJA S.A</b>	<b>Código</b>	004
		<b>FECHA DE APROBACIÓN</b>	
		Febrero 2017	
<b>I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>			
<b>DENOMINACIÓN DEL CARGO:</b>		Jefe de producción	
<b>INMEDIATO SUPERIOR:</b>		Gerencia	
<b>NIVEL JERÁRQUICO:</b>		Operativo	
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>			
<p>Personal preparado para garantizar un buen producto terminado y desarrollar con eficiencia cada una de las actividades de operación de las máquinas y de las actividades encomendadas para la elaboración del té de albahaca.</p>			
<b>III. FUNCIONES PRINCIPALES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Recepción y pesado de las hojas de albahaca.</li> <li>❖ Selección y limpieza de las hojas de albahaca.</li> <li>❖ Operar las máquinas de secado, molido, envasado y sellado con profesionalismo</li> <li>❖ Brindar el debido mantenimiento a las maquinarias</li> <li>❖ Cuidar los bienes que se encuentran bajo su custodia</li> <li>❖ Traslada la materia prima a los equipos de secado, molido, envasado y sellado.</li> <li>❖ Presentar reportes al jefe de producción</li> <li>❖ Todas aquellas tareas que el jefe inmediato le asigne.</li> </ul>			
<b>IV. REQUISITOS MINIMOS</b>			
<b>EDUCACIÓN:</b>		Tercer Nivel	
<b>EXPERIENCIA:</b>		Mínima 2 años	
<b>TIEMPO:</b>		Disponibilidad de tiempo.	
<b>ACTITUD:</b>		Ser responsable y eficiente en todas las tareas encomendadas	

Elaborado por: La Autora

Cuadro N°. 41 Manual de funciones

	<b>AROMÁTICAS</b> <b>NUEVA LOJA S.A</b>	<b>Código</b>	005
		<b>FECHA DE APROBACIÓN</b>	
		Febrero 2017	
<b>I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>			
<b>DENOMINACIÓN DEL CARGO:</b>		Bodeguero	
<b>INMEDIATO SUPERIOR:</b>		Gerencia	
<b>NIVEL JERÁRQUICO:</b>		Operativo	
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>			
Manejo adecuado y responsable del almacenamiento, recepción y entrega de la materia prima (hojas) y producto terminado cajas de té de albahaca.			
<b>III. FUNCIONES PRINCIPALES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Mantener limpia y ordenada la bodega</li> <li>❖ Realizar el despacho de mercadería.</li> <li>❖ Comunicar al Jefe de Producción cualquier anomalía</li> <li>❖ Llevar al día los registros de inventarios</li> <li>❖ Aplicación de todas las normas de almacenaje</li> <li>❖ Demás actividades designadas por su superior inmediato.</li> </ul>			
<b>IV. REQUISITOS MINIMOS</b>			
<b>EDUCACIÓN:</b>		Ninguna	
<b>EXPERIENCIA:</b>		Mínima 2 años	
<b>TIEMPO:</b>		Disponibilidad de tiempo.	
<b>ACTITUD:</b>		Responsabilidad, eficiencia y capacidades de liderazgo y compromiso de trabajo	


Elaborado por: La Autora

Cuadro N°. 42 Manual de funciones

	<b>AROMÁTICAS</b> <b>NUEVA LOJA S.A</b>	<b>Código</b>	006
		<b>FECHA DE APROBACIÓN</b>	
		Febrero 2017	
<b>CIÓN</b>			
<b>DENOMINACIÓN DEL CARGO:</b>	Operador		
<b>INMEDIATO SUPERIOR:</b>	Gerencia		
<b>NIVEL JERÁRQUICO:</b>	Operativo		
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>			
Verifica diariamente que las maquinas a utilizarse estén en buen funcionamiento.			
<b>III. FUNCIONES PRINCIPALES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Programa y manejar la maquinaria de producción.</li> <li>❖ Verificar diariamente que las maquinas a utilizarse estén en buen funcionamiento.</li> <li>❖ Informar las necesidades de insumos, envases y adhesivos etc.</li> <li>❖ Entregar informes de producción al supervisor.</li> </ul>			
<b>IV. REQUISITOS MINIMOS</b>			
<b>EDUCACIÓN:</b>	Bachiller técnico en agroindustrias.		
<b>EXPERIENCIA:</b>	Mínima 1 año		
<b>TIEMPO:</b>	Disponibilidad de tiempo.		
<b>ACTITUD:</b>	Responsabilidad, eficiencia y capacidades de liderazgo y compromiso de trabajo		


Elaborado por: La Autora

Cuadro N°. 43 Manual de funciones

	<b>AROMÁTICAS NUEVA LOJA S.A</b>	<b>Código</b>	007
		<b>FECHA DE APROBACIÓN</b>	
		Febrero 2017	
<b>I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>			
<b>DENOMINACIÓN DEL CARGO:</b>		Obrero	
<b>INMEDIATO SUPERIOR:</b>		Gerencia	
<b>NIVEL JERÁRQUICO:</b>		Operativo	
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>			
Carga y descarga de materia prima y producto terminado a los camiones y bodegas de la planta de procesamiento.			
<b>III. FUNCIONES PRINCIPALES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Examina y visualiza la calidad de materia prima que llega a la planta.</li> <li>❖ Apoya en el mantenimiento y limpieza de la maquinaria de producción.</li> <li>❖ Todas las tareas asignadas por el operador o jefe de producción</li> </ul>			
<b>IV. REQUISITOS MINIMOS</b>			
<b>EDUCACIÓN:</b>		Bachiller técnico en agroindustrias.	
<b>EXPERIENCIA:</b>		Mínima 1 año	
<b>TIEMPO:</b>		Disponibilidad de tiempo.	
<b>ACTITUD:</b>		Responsabilidad, eficiencia y capacidades de liderazgo y compromiso de trabajo	

Elaborado por: La Autora

Cuadro N°. 44 Manual de funciones

	<b>AROMÁTICAS NUEVA LOJA S.A</b>	<b>Código</b>	008
		<b>FECHA DE APROBACIÓN</b>	
		Febrero 2017	
<b>I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</b>			
<b>DENOMINACIÓN DEL CARGO:</b>		Vendedor	
<b>INMEDIATO SUPERIOR:</b>		Gerencia	
<b>NIVEL JERÁRQUICO:</b>		Operativo	
<b>II. NATURALEZA DEL PUESTO</b>			
<p>Analizar y coordinar todas las actividades que se relacionan con la comercialización del producto.</p>			
<b>III. FUNCIONES PRINCIPALES</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Efectuar de las ventas del producto.</li> <li>❖ Brindar atención al cliente de forma oportuna.</li> <li>❖ Atender cordialmente a los clientes.</li> <li>❖ Establecer un vínculo entre el cliente y la empresa.</li> <li>❖ Conocer su territorio de venta, sus clientes y el mercado.</li> <li>❖ Conocer todo acerca del producto con la finalidad de poder ofrecer a sus clientes.</li> <li>❖ Responsable de la mercadería asignada.</li> </ul>			
<b>IV. REQUISITOS MINIMOS</b>			
<b>EDUCACIÓN:</b>		Bachiller	
<b>EXPERIENCIA:</b>		Mínima 1 años	
<b>TIEMPO:</b>		Disponibilidad de tiempo	
<b>ACTITUD:</b>		Habilidad de atención al cliente y deseo de trabajar	

Elaborado por: La Autora



## **Estudio financiero y económico**

El estudio financiero se refiere a la perspectiva económica del proyecto, cuyo objetivo es establecer el costo total de la operación de la empresa, mediante la elaboración de cuadros analíticos y una serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación financiera, la que a su vez permitirá determinar su rentabilidad.

Además, se determinara cual será el monto de la inversión y el financiamiento que se puede realizar, esto se hace en función de los requerimientos de recursos humanos, materiales, físicos necesarios para poder cubrir la capacidad instalada de producción durante un ejercicio económico ya largo de la vida útil de la empresa.

### ❖ Inversiones

Las inversiones comprenden la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles, necesarios para iniciar las operaciones de la empresa. Esta parte del estudio del proyecto se refiere a las erogaciones que se presentan en la fase pre – operativa y operativa de la vida del proyecto y presenta distintos desembolsos de efectivos para la adquisición de activos como: edificios, maquinaria, terrenos, gastos de construcción y capital de trabajo.

### ***Inversiones en activos fijos.***

Representan las inversiones tangibles que se utilizan en el proceso productivo, entre los activos tenemos: terreno, obra física, equipamiento de la planta y la dotación de equipos básicos.

Especificación y valoración de los activos fijos:

❖ **Terreno**

Estará ubicado en el barrio el Jardín, de la ciudad de Nueva Loja para la construcción de la planta se requiere 300 m<sup>2</sup> de terreno.

Cuadro N° 45 terreno

<b>TERRENO</b>		
<b>DETALLE</b>	<b>M<sup>2</sup></b>	<b>TOTAL</b>
<b>Terreno de 15*20 metros</b>	300	6.600,00
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>6.600,00</b>

(Fuente: investigación de campo)  
(Elaborado por: La Autora)

Los 300 metros cuadrados de terreno tienen un costo de 6.600,00 dólares americanos, según los precios de venta en la zona.

❖ **Construcciones**

.Para el edificio de la planta procesadora del té de albahaca se ha considerado una área de 300 m<sup>2</sup>, las distribuciones se las detalla en el siguiente cuadro.

Cuadro N° 46 **Inversión en Construcciones**

<b>PRESUPUESTO DE CONSTRUCCIÓN</b>			
<b>VALOR DEL TERRENO</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>m<sup>2</sup></b>	<b>valor unitario</b>	<b>total</b>
<b>Área Administrativa</b>	49	100,00	4.900,00
<b>Área de Producción</b>	100	100,00	10.000,00
<b>Bodegas</b>	25	63,00	1.575,00
<b>Baños</b>	9	59,00	531,00
<b>Área Libre</b>	117	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>	<b>322,00</b>	<b>17.006,00</b>

(Fuente: Construcciones similares)  
(Elaborado por: La Autora)

### **Maquinaria y equipo de producción**

Constituye los diversos elementos tecnológicos a utilizarse en las actividades propias de producción.

### **Maquinaria**

La maquinaria requerida para la puesta en marcha del proyecto se describe en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 47 **Maquinarias y equipos**

<b>PRESUPUESTO DE MAQUINARIA Y EQUIPOS</b>				
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIT.</b>	<b>IVA</b>	<b>TOTAL</b>
Deshidratadora con 30 bandejas	1	8000,00	1120	8000
Molino martillo	1	6530,00	914,2	6530
Envasadora y selladora	1	24000,00	630,0	24000
Mesa de acero inoxidable 1.90 x 0.53 altura 0.90 cm	2	442,40	61,936	884,8
Estanterías metálicas 200 alto x 100 ancho x 40 fondo 5 entrepaños	3	89,60	268,8	268,8
<b>TOTAL</b>				<b>39683,60</b>

Elaborado por: La Autora)

El costo de la maquinaria asciende a \$39683,60 dólares. En el siguiente cuadro se detalla la lista de equipos que se utilizará en la planta procesadora de derivados del té.

### **Muebles de oficina**

Se relaciona con el mobiliario con que cuenta la empresa en las diferentes dependencias, tanto de producción como administrativas. El monto total del rubro para la nueva unidad productiva asciende a \$2819,92 dólares.

Cuadro N° 48 Muebles de oficina

<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo Total</b>
Escritorios estilo ejecutivo	5	268,8	1344
Sillas giratorias tipo ejecutivas	5	179,2	896
Sillas plásticas	4	12,26	49,04
Archivador metálico de 4 gavetas	3	176,96	530,88
<b>Total</b>			<b>2819,92</b>

Elaborado por: La Autora

### ***Equipos de Computación***

El equipo de cómputo requerido tiene los siguientes detalles:

Cuadro N° 49 Equipos de Computación

#### **PRESUPUESTO DE EQUIPO DE COMPUTACION**

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIT.</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Computador de Escritorio INS 813 INTEL Celeron</b>	4	580,00	2.320,00
<b>Impresora Canon Pixma con sistema adaptado de tinta continua</b>	1	100,00	100,00
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>680,00</b>	<b>2.420,00</b>

Elaborado por: La Autora

### ***Equipo de oficina***

Se trata del conjunto de máquinas y dispositivos que se necesitan para llevar a cabo tareas propias de una oficina. El monto total del rubro asciende a \$220,00

Cuadro N° 50 **Equipo de Oficina**

<b>PRESUPUESTO DE EQUIPO DE COMPUTACION</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIT.</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Sumadora</b>	2	80	160
<b>Grapadora</b>	2	15	30
<b>Perforadora</b>	2	15	30
<b>TOTAL</b>			<b>220,00</b>

(FUENTE: Proforma 2017)  
(Elaborado por: La Autora)

### **Resumen de Activos Fijos**

Se detalla a continuación el total de inversiones en activos fijos asciende a: \$ 48.382,56dólares.

Cuadro N° 51 **Resumen de Activos Fijos**

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>VALOR</b>
<b>Terreno</b>	6.600,00
<b>Construcciones</b>	17.006,00
<b>Maquinaria y Equipo</b>	39.683,60
<b>Muebles de oficina</b>	2.819,92
<b>Equipos de computación</b>	2.420,00
<b>Equipos de oficina</b>	220,00
<b>Imprevistos 5%</b>	<b>3437,48</b>
<b>TOTAL</b>	<b>72.187,00</b>

Fuente: Cuadros N° 46 al 51  
Elaborado por: La Autora

### **Depreciación**

Es el desgaste físico que sufren constantemente los bienes físicos de la empresa por las actividades que realiza.

Los diferentes activos fijos se deprecian según su naturaleza, sin embargo, hay que considerar el valor residual de los bienes a objeto de poder efectuar debidamente los presupuestos:

**Cuadro N° 52 Depreciaciones**

Activo fijo	Precio original	Porcentaje de depreciación	Valor residual	Valor a depreciar	Años de vida útil	Depreciación anual
<b>Construcciones</b>	17.006,00	5,00%	850,30	16.155,70	20	807,79
<b>Maquinaria y Equipo</b>	39.683,60	10,00%	3968,36	35.715,24	10	3571,52
<b>Muebles de oficina</b>	2.819,92	10,00%	281,99	2.537,93	10	253,79
<b>Equipos de computación</b>	2.420,00	33,33%	806,59	1.613,41	3	537,80
<b>Equipos de oficina</b>	220	10,00%	22,00	198,00	10	19,80

Fuente: Cuadro N° 52  
Elaborado por: La Autora

### ***Inversión en Activos Diferidos***

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

**Cuadro N° 53 Resumen de Activos Diferidos**

Activos diferidos	Valor
<b>Estudio Preliminares</b>	600,00
<b>Gastos de constitución</b>	400,00
<b>Permiso de funcionamiento</b>	60,00
<b>Permiso de bomberos</b>	20,00
<b>Registro Sanitario</b>	120,00
<b>Imprevistos 5%</b>	60,00
<b>TOTAL</b>	<b>1260,00</b>

Elaborado por: La Autora

### **Inversiones en Capital de Trabajo**

Desde el punto de vista contable, este capital se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (destino de la inversión en activo fijo y derivado) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa. En conclusión, el capital de trabajo es el dinero con que se dispone para empezar a trabajar.

### ***Costo de Materia prima directa***

Son los componentes que se determina elaborar como es él te albahaca, su cantidad está relacionada de acuerdo a la capacidad de la planta y su costo depende el lugar donde se encuentran los consumidores. En este caso la materia prima directa está en función la cantidad de hoja de albahaca en función de la cantidad de sobres que producirá anualmente.

Cuadro N° 54 **Materia Prima Directa**

<b>PRESUPUESTO DE LA MATERIA PRIMA DIRECTA</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>P/Unit.</b>	<b>Subtotal</b>
<b>gramos de albahaca verde</b>	5.702.400	200	28.512,00
			0,00
	<b>Total anual</b>		<b>28.512,00</b>
	<b>Total mensual</b>		<b>2376,00</b>

Fuente: Investigación de campo  
Elaborado por: La Autora

### ***Costo de Materia indirecta***

Los materiales secundarios que se utilizará para la presentación y transformación del producto. En este caso la materia prima indirecta será lo que se describen a continuación.

Cuadro N° 55 **Materia Prima Indirecta**

<b>PRESUPUESTO DE LA MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIT.</b>	<b>SUBTOTAL</b>
Rollo de papel filtro 1 kg	3.801.600,00	0,0006	2.280,96
Hilo de algodón 20 cm	3.801.600,00	0,0006	2.280,96
Etiquetas (4 cm x 2.5 cm)	3.801.600,00	0,0006	2.280,96
Empaque externo ( 7.5 cm x 7.5 cm)	3.801.600,00	0,001	3.801,60
Empaque externo de cartulina (13 cm x 7.5 cm)	152.064,00	0,04	6.082,56
Cajas de cartón	10.138,00	0,40	4.055,20
Cinta de embalaje	202	0,60	121,200
	<b>Total anual</b>		<b>20.903,44</b>
	<b>Total mensual</b>		<b>1741,95</b>

Elaborado por: La Autora

**Mano de Obra Directa**

La mano de obra directa es el costo de mano de obra directamente atribuible a las unidades de los productos elaborados por la organización.

Los mismos que se describe a continuación:

Cuadro N° 56 **Mano De Obra Directa**

<b>CANT.</b>	<b>PUESTO</b>	<b>SUELDO</b>	<b>A. PAT. (12.15%)</b>	<b>XIV SUELDO</b>	<b>XIII SUELDO</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>MENS.</b>	<b>ANUAL</b>
1	Jefe de Producción	700	85,05	31,25	58,33	29,17	668,25	8019,00
1	Operador	500	60,75	31,25	41,67	20,83	486,25	5835,00
1	Obrero	375	45,56	31,25	31,25	15,63	372,50	4470,00
1	Bodeguero	400	48,60	31,25	33,33	16,67	395,25	4743,00
	<b>TOTAL</b>						<b>1.922,25</b>	<b>23.067,00</b>

(Fuente: Ministerio de Trabajo)  
(Elaborado por: La Autora)

**Mano De Obra Indirecta**

La mano de obra indirecta son aquellos costos relacionados con los pagos a personas que están relacionados indirectamente con la producción.



Cuadro N° 57 Mano De Obra Indirecta

CANT.	PUESTO	SUELDO	A. PAT. (12.15%)	XIV SUELDO	XIII SUELDO	VACACIONES	MENS.	ANUAL
1	Guardia	600	72,90	31,25	50,00	25,00	577,25	6927,00
1	Vendedor	500	60,75	31,25	41,67	20,83	486,25	5835,00
1	Secretaria	400	48,60	31,25	33,33	16,67	395,25	4743,00
1	gerente	1000	121,50	31,25	83,33	41,67	941,25	11295,00
1	<b>TOTAL</b>						<b>2400,00</b>	<b>28.800,00</b>

(Fuente: Ministerio de Trabajo)  
(Elaborado por: La Autora)

### **Presupuesto De Útiles De Oficina**

Esta cuenta registra todos aquellos materiales y útiles de oficina los mismos que serán adquiridos realizando un inventario de las necesidades reales de la empresa. En este caso se estimó el material de acuerdo al requerimiento para la marcha de la empresa por un valor total anual de \$296,71 que se detalla a continuación:

Cuadro N° 58 Presupuesto de útiles de oficina

<b>PRESUPUESTO DE SUMINISTROS DE OFICINA</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO UNIT.</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Resmas x 500 Reppal Blanco</b>	24	2,60	62,40
<b>Grapas KW TRIO X 5000</b>	5	1,50	7,50
<b>Clips línea azul</b>	12	0,35	4,20
<b>Sello automático Nro. 30 redondo</b>	2	15,05	30,10
<b>Esteros punta gruesa Bic</b>	48	0,28	13,44
<b>Lápices</b>	2	1,88	3,76
<b>Libretines facturas 1/4 (100)</b>	10	4,00	40,00
<b>Carpeta de cartón</b>	50	0,28	14,00
<b>Correctores Bic tipo esfero</b>	3	2,25	6,75
<b>Perforadora KW Trio 09780 gr</b>	2	7,49	14,98
<b>Grapadora KW Trio 05510 MD</b>	2	4,99	9,98
<b>Kit de reposición de color 100ml x 4 Cyan Magenta Yellow Black</b>	4	22,40	89,60
	<b>Total anual</b>		<b>296,71</b>
	<b>Total mensual</b>		<b>24,73</b>

(Elaborado por: La Autora)

### ***Presupuesto de Materiales de aseo y limpieza de producción***

En este rubro irán todos suministros de aseo que la empresa en proyecto requerirá, cuyo costo anual es \$272,77 dólares como detallamos a continuación:

Cuadro N° 59 **Materiales de aseo y limpieza de producción**

DESCRIPCION	Presupuesto Materiales de aseo y limpieza de producción		
	CANTIDAD	UNITARIO	ANUAL
Trapeadores medianos	2	4,2	8,4
Escoba plástica	2	2,86	5,72
Recogedor de basura	1	2,18	2,18
Basureros medianos	4	12,75	51
Desinfectante Floral Galón	6	8,47	50,82
Papel Higiénico PH familia x 12	15	4,63	69,45
Rollos de basura start x 20	10	2,1	21
Jabón Protex	12	1,21	14,52
Detergente Deja funda 360 gr	36	1,38	49,68
		<b>Total Anual</b>	<b>272,77</b>
		<b>Total Mensual</b>	<b>22,73</b>

Fuente: Proformas  
Elaborado por: La Autora

### ***Presupuesto de servicios básicos***

Cuadro N° 60 **Servicios básicos de operación**

PRESUPUESTO DE SERVICIOS BASICOS DE OPERACIÓN			
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNIT.	TOTAL
Energía Eléctrica (\$ 0,081 x 199 kw/h)	12	16,12	193,44
Agua Potable hasta los 30 m3 la base \$ 4.98	12	4,98	59,76
Teléfono \$ 6,94 + (0.07 x 150 min.)	12	17,44	209,28
Internet	12	20,16	241,92
		<b>Total anual</b>	<b>704,40</b>
		<b>Total mensual</b>	<b>58,7</b>

Elaborado por: La Autora

### **Presupuesto de Publicidad**

En el presente proyecto se determinó primero los medios de comunicación a utilizar para dar a conocer el producto tomando en cuenta la preferencia de los encuestados, siendo la radio y el periódico que se detalla a continuación.

**Cuadro N° 62 Publicidad y Propaganda**

DESCRIPCION	Publicidad Y Propaganda		
	ANUAL	UNITARIO MENSUAL	ANUAL
<b>Periódico Independiente</b>	60	20	1200
<b>Radio Sucumbíos (5 cuñas diarias)</b>	130	336	4032
<b>TOTAL</b>		<b>356</b>	<b>5232</b>

Fuente: Investigación de campo, 2017

Elaborado por: La Autora

**Cuadro N° 63 Resumen Activo Corriente**

<b>Materia prima directa</b>	<b>2.376,00</b>
<b>Materiales Prima indirecta</b>	<b>1.741,95</b>
<b>Mano de obra Directa</b>	<b>1.922,25</b>
<b>Servicios básicos de operación</b>	<b>58,7</b>
<b>Sueldos administrativos</b>	<b>2.400,00</b>
<b>Suministros de oficina</b>	<b>24,73</b>
<b>Materiales de aseo y limpieza d Pro</b>	<b>22,73</b>
<b>Publicidad y propaganda</b>	<b>356,00</b>
<b>Imprevistos 5%</b>	<b>326,32</b>
<b>TOTAL</b>	<b>9.228,68</b>

Fuente: Cuadro N° 55 al 63

Elaborado por: La Autora

**Cuadro N° 64 Inversión Total**

**INVERSIONES DEL PROYECTO**

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Terreno	6.600,00	
Construcciones	17.006,00	
Maquinaria y Equipo	39.683,60	
Muebles de oficina	2.819,92	
Equipos de computación	2.420,00	
Equipos de oficina	220	
imprevistos 5%	3437,48	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>72.187,00</b>	<b>87,31%</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		
Estudio Preliminares	600,00	
Gastos de constitución	400,00	
Permiso de funcionamiento	60,00	
Permiso de bomberos	20,00	
Registro Sanitario	120,00	
Imprevistos 5%	60,00	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>1260,00</b>	<b>1,52%</b>
<b>CAPITAL DE OPERACIÓN 1 MES</b>		
Materia prima directa	2.376,00	
Materiales Prima indirecta	1.741,95	
Mano de obra Directa	1.922,25	
Servicios básicos de operación	58,7	
Sueldos administrativos	2.400,00	
Suministros de oficina	24,73	
Materiales de aseo y limpieza d Pro	22,73	
Publicidad y propaganda	356,00	
Imprevistos 5%	326,32	
<b>SUBTOTAL</b>	<b>9.228,68</b>	<b>11,16%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>82.675,68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cuadro N ° 52, 54, 63

Elaborado por: La Autora

## **Financiamiento**

### ***Financiamiento Interno***

Después de haber tenido conocimiento del total de inversión, se procedió a buscar el financiamiento, para iniciar e implementar la empresa productora del té, que provinieron de dos fuentes: aporte de un crédito del Ban Ecuador ya que es la institución financiera que otorga créditos a largo

plazo con una tasa de interés del 11,00%, el monto a solicitar a la institución es de 40.000,00 dólares americanos que constituyen el 48,38% de la inversión total. En el cuadro siguiente se puede observar el detalle del financiamiento.

**Cuadro N° 65 Financiamiento**

<b>FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN</b>		
<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>PROPIO</b>	42.675,68	51,62%
<b>PRESTAMO</b>	40.000,00	48,38%
<b>TOTAL</b>	<b>82.675,68</b>	<b>100%</b>

Fuente: Ban Ecuador, Cuadro 64  
(Elaborado por: La Autora)

**Cuadro N° 66 Amortización**

<b>AMORTIZACION DEL PRESTAMO</b>				
<b>CAPITAL</b>	40.000			
<b>INTERES</b>	11,00%			
<b>TIEMPO</b>	10años	<b>PAGO ANUAL</b>		1
		<b>CUOTAS</b>		10
<b>ANUAL</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERES</b>	<b>DIVIDENDO</b>	<b>CAPITAL REDUCIDO</b>
<b>0</b>	0	0	0	40.000,00
<b>1</b>	4.000,00	4.400,00	8.400,00	36.000,00
<b>2</b>	3.600,00	3.960,00	7.560,00	32.000,00
<b>3</b>	4.548,97	3.520,00	8.068,97	28.000,00
<b>4</b>	4.548,97	3.080,00	7.628,97	24.000,00
<b>5</b>	4.548,97	2.640,00	7.188,97	20.000,00
<b>6</b>	4.548,97	2.200,00	6.748,97	16.000,00
<b>7</b>	4.548,97	1.760,00	6.308,97	12.000,00
<b>8</b>	4.548,97	1.320,00	5.868,97	8.000,00
<b>9</b>	4.548,97	880,00	5.428,97	4.000,00
<b>10</b>	4.548,97	440,00	4.988,97	0
<b>TOTAL</b>	<b>43.991,76</b>	<b>24.200,00</b>	<b>68.191,76</b>	

Fuente: Banecuador, cuadro 65  
Elaborado por: La Autora

### **Presupuesto de Costos de Operación**

El presupuesto de costos permitió estimar y distribuir los costos del proyecto en términos totales que exige el proyecto en su vida útil. Todos

los costos están proyectados con la tasa de inflación del 1.12% para 10 años.

**Cuadro N° 67 Presupuesto de Costos de Operación**

PRESUPUESTOS DE OPERACIÓN (COSTOS TOTALES)										
PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>COSTOS PRIMOS</b>										
Materia prima directa	28.512,00	28.831,33	29.154,25	29.480,77	29.810,96	30.144,84	30.482,46	30.823,87	31.169,09	31.518,19
Mano de Obra directa	23.067,00	23.325,35	23.586,59	23.850,76	24.117,89	24.388,01	24.661,16	24.937,36	25.216,66	25.499,09
<b>Total Costo Primo</b>	<b>51.579,00</b>	<b>52.156,68</b>	<b>52.740,84</b>	<b>53.331,54</b>	<b>53.928,85</b>	<b>54.532,85</b>	<b>55.143,62</b>	<b>55.761,23</b>	<b>56.385,76</b>	<b>57.017,28</b>
<b>Costo Proceso de Producción</b>										
Materia prima indirecta	20.903,44	21.137,56	21.374,30	21.613,69	21.855,76	22.100,55	22.348,08	22.598,37	22.851,48	23.107,41
S básicos de operación	704,4	712,29	720,27	728,33	736,49	744,74	753,08	761,52	770,04	778,67
Depre. Muebles y enseres de opera.	253,79	253,79	253,79	253,79	253,79	253,79	253,79	253,79	253,79	253,79
Depreciación de maquinaria y equipo	3.571,52	3.571,52	3.571,52	3.571,52	3.571,52	3.571,52	3.571,52	3.571,52	3.571,52	3.571,52
Depreciación construcción	807,79	807,79	807,79	807,79	807,79	807,79	807,79	807,79	807,79	807,79
Amortización de activos diferidos	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00	126,00
<b>Total Costo de Producción</b>	<b>26.366,94</b>	<b>26.608,95</b>	<b>26.608,95</b>	<b>26.608,95</b>	<b>27.351,36</b>	<b>27.604,39</b>	<b>27.860,26</b>	<b>28.118,99</b>	<b>28.380,62</b>	<b>28.645,18</b>
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>										
Sueldos administrativos	28.800,00	29.122,56	29.448,73	29.778,56	30.112,08	30.449,33	30.790,37	31.135,22	31.483,93	31.836,55
Depreciación equipo de oficina	253,79	253,79	253,79	253,79	253,79	253,79	253,79	253,79	253,79	253,79
Depreciación de equipo de computación	537,80	537,80	537,80	556,08	556,08	556,08	574,97	574,97	574,97	594,51
Materiales de aseo y limpieza de producción	272,77	275,83	278,91	282,04	285,20	288,39	291,62	294,89	298,19	301,53
Suministros de oficina	296,71	300,03	303,39	306,79	310,23	313,70	317,22	320,77	324,36	327,99
<b>Total de gastos de administración</b>	<b>30.161,08</b>	<b>30.490,02</b>	<b>30.822,64</b>	<b>31.177,26</b>	<b>31.517,37</b>	<b>31.861,30</b>	<b>32.227,97</b>	<b>32.579,64</b>	<b>32.935,25</b>	<b>33.314,38</b>
<b>GASTO DE VENTAS</b>										
Publicidad y Propaganda	5.232,00	5.290,60	5.349,85	5.409,77	5.470,36	5.531,63	5.593,58	5.656,23	5.719,58	5.783,64
<b>Total de Gastos de Ventas</b>	<b>5.232,00</b>	<b>5.290,60</b>	<b>5.349,85</b>	<b>5.409,77</b>	<b>5.470,36</b>	<b>5.531,63</b>	<b>5.593,58</b>	<b>5.656,23</b>	<b>5.719,58</b>	<b>5.783,64</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>										
Interés por préstamo	4.400,00	3.960,00	3.520,00	3.080,00	2.640,00	2.200,00	1.760,00	1.320,00	880,00	440,00
<b>Total gastos Financieros</b>	<b>4.400,00</b>	<b>3.960,00</b>	<b>3.520,00</b>	<b>3.080,00</b>	<b>2.640,00</b>	<b>2.200,00</b>	<b>1.760,00</b>	<b>1.320,00</b>	<b>880,00</b>	<b>440,00</b>
<b>COSTOS TOTAL</b>	<b>117.739,02</b>	<b>118.506,25</b>	<b>119.042,28</b>	<b>119.607,52</b>	<b>120.907,94</b>	<b>121.730,17</b>	<b>122.585,43</b>	<b>123.436,09</b>	<b>124.301,21</b>	<b>125.200,48</b>

Fuente: Cuadro N° 55 y 63

Elaborado por: La Autora

**Costo unitario de Producción**

El precio unitario se lo calculó dividiendo el costo total para la producción

y se expresa de la siguiente manera:

$$\text{Costo unitario} = \frac{\text{Costo total}}{\text{Producción}}$$

Cuadro No. 68 *Costo Unitario de Producción*

<b>COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN</b>			
años	Producción	Costo total	Costo Unitario
<b>AÑO 1</b>	106445	117.739,02	1,11
<b>AÑO 2</b>	106445	118.506,25	1,11
<b>AÑO 3</b>	106445	119.042,28	1,12
<b>AÑO 4</b>	114048	119.607,52	1,05
<b>AÑO 5</b>	121651	120.907,94	0,99
<b>AÑO 6</b>	129254	121.730,17	0,94
<b>AÑO 7</b>	136858	122.585,43	0,90
<b>AÑO 8</b>	144461	123.436,09	0,85
<b>AÑO 9</b>	144461	124.301,21	0,86
<b>AÑO 10</b>	144461	125.200,48	0,87

Fuente: Cuadro N° 67  
(Elaborado por: La Autora)

### **Precio de Venta**

Para obtener el precio de venta se ha visto factible agregar una utilidad del 30% al costo unitario que es lo permitido por la ley y se expresa de la siguiente manera.

$$\text{Precio de Venta} = \text{Costo unitario} + \text{Utilidad}$$

Cuadro No. 69 *Precio Unitario de Venta*

<b>PRECIO DE VENTA</b>			
AÑOS	Costo unitario	utilidad 30%	Precio de venta
<b>AÑO 1</b>	1,11	0,33	1,44
<b>AÑO 2</b>	1,11	0,33	1,45
<b>AÑO 3</b>	1,12	0,34	1,45
<b>AÑO 4</b>	1,05	0,31	1,36
<b>AÑO 5</b>	0,99	0,30	1,29
<b>AÑO 6</b>	0,94	0,28	1,22
<b>AÑO 7</b>	0,90	0,27	1,16
<b>AÑO 8</b>	0,85	0,26	1,11
<b>AÑO 9</b>	0,86	0,26	1,12
<b>AÑO 10</b>	0,87	0,26	1,13

Fuente: Cuadro N° 68  
Elaborado por: La Autora

Se empezó con un precio de introducción de 1,44 en el primer año y en el último de 1,11 por caja de té que son accesibles a la economía del consumidor y que nos permitirá obtener rentabilidad. A continuación se detalló los ingresos que se obtuvieron en los respectivos diez años.

*Cuadro No. 70 Total Ingreso Ventas*

<b>TOTAL INGRESOS POR VENTAS</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>Producción</b>	<b>Precio de venta</b>	<b>Total Ingresos POR VENTAS</b>
<b>AÑO 1</b>	106445	1,44	153.061
<b>AÑO 2</b>	106445	1,45	154.058
<b>AÑO 3</b>	106445	1,45	154.755
<b>AÑO 4</b>	114048	1,36	155.490
<b>AÑO 5</b>	121651	1,29	157.180
<b>AÑO 6</b>	129254	1,22	158.249
<b>AÑO 7</b>	136858	1,16	159.361
<b>AÑO 8</b>	144461	1,11	160.467
<b>AÑO 9</b>	144461	1,12	161.592
<b>AÑO 10</b>	144461	1,13	162.761

Fuente: Cuadro N° 68, 69  
Elaborado por: La Autora

### ***Estado de resultados***

El Balance de Resultados denominado también Estado de pérdidas y Ganancias es uno de los estados financieros básicos que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un ejercicio, clasificándolos de acuerdo con las principales operaciones del negocio exponiendo por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas, resultados que sirven para obtener mediante un análisis, conclusiones que permitan conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.



**Cuadro N° 71 Estado de pérdidas y Ganancias**

ESTADO DE PERDIDAS Y GANACIAS										
DETALLE	AÑOS									
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>INGRESOS</b>	153.060,73	154.058,12	154.754,96	155.489,77	157.180,33	158.249,22	159.361,06	160.466,92	161.591,57	162.760,62
(-) Costo de producción y operación	117.739,02	118.506,25	119.042,28	119.607,52	120.907,94	121.730,17	122.585,43	123.436,09	124.301,21	125.200,48
(=) Utilidad Bruta	35.321,71	35.551,87	35.712,68	35.882,26	36.272,38	36.519,05	36.775,63	37.030,83	37.290,36	37.560,14
(-) 15% Utilidad de trabajadores	5.298,26	5.332,78	5.356,90	5.382,34	5.440,86	5.477,86	5.516,34	5.554,62	5.593,55	5.634,02
(=) Utilidad antes del impuesto a la renta	30.023,45	30.219,09	30.355,78	30.499,92	30.831,53	31.041,19	31.259,28	31.476,20	31.696,81	31.926,12
(-) 22% Impuesto a la Renta	6.605,16	6.648,20	6.678,27	6.709,98	6.782,94	6.829,06	6.877,04	6.924,76	6.973,30	7.023,75
<b>(=) Utilidad Neta</b>	<b>23.418,29</b>	<b>23.570,89</b>	<b>23.677,51</b>	<b>23.789,94</b>	<b>24.048,59</b>	<b>24.212,13</b>	<b>24.382,24</b>	<b>24.551,44</b>	<b>24.723,51</b>	<b>24.902,37</b>
(-) Reserva legal 10%	2.341,83	2.357,09	2.367,75	2.378,99	2.404,86	2.421,21	2.438,22	2.455,14	2.472,35	2.490,24
(=) Utilidad Líquida	<b>21.076,46</b>	<b>21.213,80</b>	<b>21.309,76</b>	<b>21.410,94</b>	<b>21.643,73</b>	<b>21.790,92</b>	<b>21.944,02</b>	<b>22.096,29</b>	<b>22.251,16</b>	<b>22.412,14</b>

**Fuente:** Cuadro N° 67, 70

**Elaborado por:** La Autor

### **Punto de Equilibrio**

El punto de equilibrio de una empresa es igual al nivel de ventas que esta debe realizar para no obtener ni perdida ni ganancia. Para ello primero hay que clasificar debidamente los costos en fijos y variables:

**Cuadro N° 72 Clasificación de Costos**

CLASIFICACIÓN DE COSTOS						
PERIODOS	AÑO 1		AÑO 5		AÑO 10	
TIPOS DE COSTOS	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES	FIJOS	VARIABLES
<b>COSTOS PRIMOS</b>						
Materia prima directa		28.512,00		29.810,96		31.518,19
Mano de Obra directa		23.067,00		24.117,89		25.499,09
<b>COSTOS INDIRECTOS DE PRODUCCIÓN</b>						
Materia prima indirecta		20.903,44		21.855,76		23.107,41
S básicos de operación	704,4		736,49		778,67	
Depre. Muebles y enseres de opera.	253,79		253,79		253,79	
Depreciación de maquinaria y equipo	3.571,52		3.571,52		3.571,52	
Depreciación construcción	807,79		807,79		807,79	
Amortización de activos diferidos	126,00		126,00		126,00	
<b>GASTOS DE ADMINISTRACIÓN</b>						
Sueldos administrativos	28.800,00		30.112,08		31.836,55	
Depreciación equipo de oficina	253,79		253,79		253,79	
Depreciación de equipo de computación	537,80		556,08		594,51	
Materiales de aseo y limpieza de producción	272,77		285,20		301,53	
Suministros de oficina	296,71		310,23		327,99	
<b>GASTO DE VENTAS</b>						
Publicidad y Propaganda	5.232,00		5.470,36		5.783,64	
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>						
Interés por préstamo	4.400,00		2.640,00		440,00	
<b>Total gastos Financieros</b>						
<b>TOTAL</b>	45.256,58	72.482,44	45.123,33	75.784,61	45.075,79	80.124,69
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>117.739,02</b>		<b>120.907,94</b>		<b>125.200,48</b>	

Fuente: cuadro 67

Elaborado por: La Autora

- **Punto de equilibrio del año 1 en función de las ventas:**

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{costo variable total}}{\text{ventas totales}}}$$

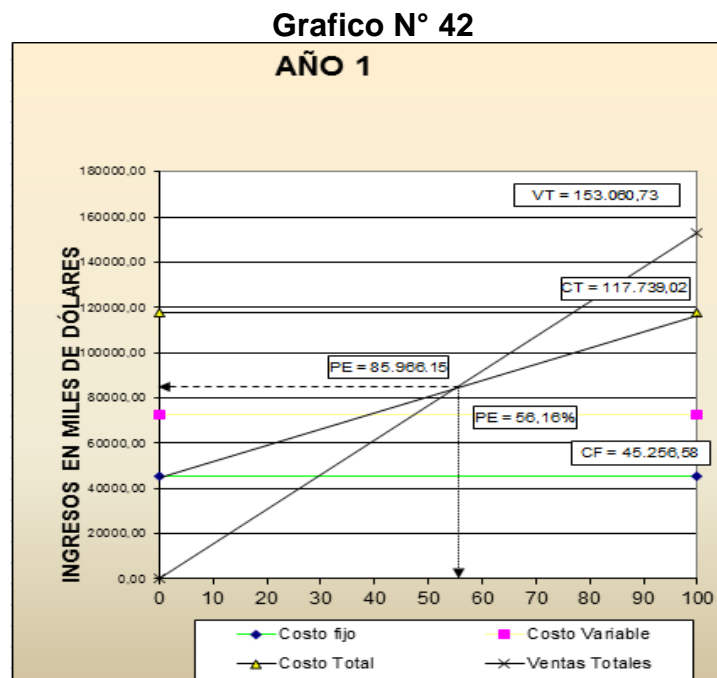
$$PE = \frac{45.256,58}{1 - \frac{72.482,44}{153.060,73}} = \frac{45.256,58}{1 - 0,473553} = \frac{45.256,58}{0,526447} = 85.966,15$$

- **Punto de equilibrio del año 1 en función de la capacidad instalada:**

$$PE = \frac{\text{Costo fijo total}}{\text{ventas totales} - \text{costo fijo variable}} \times 100$$

$$PE = \frac{45.256,58}{153.060,73 - 72.842,44} \times 100$$

$$PE = 56,16 \%$$



Elaborado por: La autora

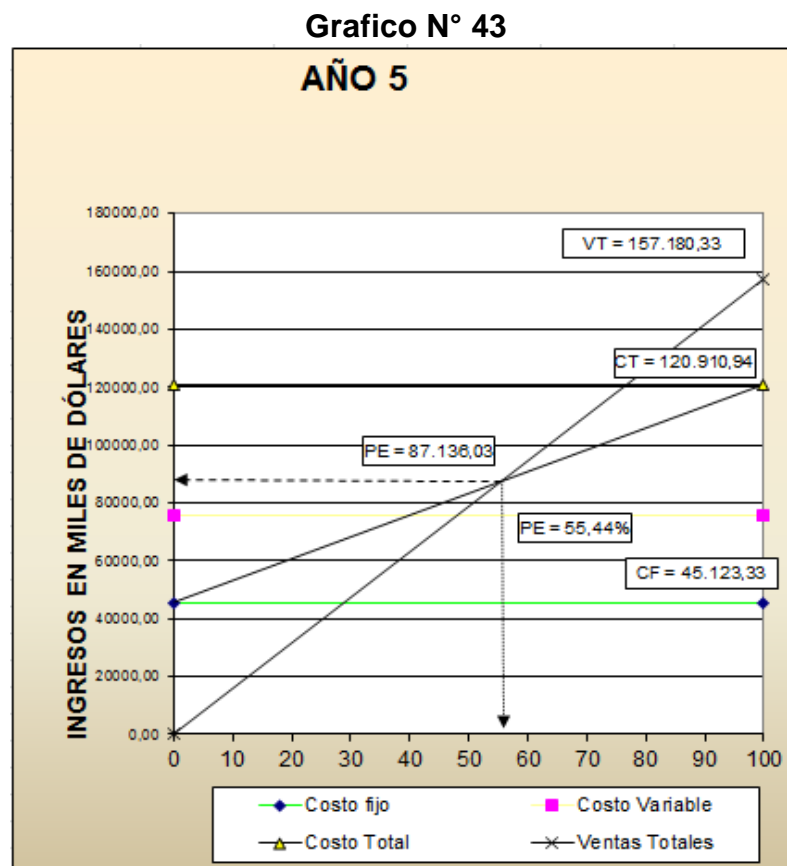
- **Punto de equilibrio del año 5 en función de la capacidad instalada:**

$$\frac{45.123,33}{157.180,33 - 75.784,61} \times 100$$

$$PE = 55,44 \%$$

- **Punto de equilibrio del año 5 en función de las ventas:**

$$PE = \frac{45.123,33}{1 - \frac{75.784,61}{157.180,33}} = \frac{45.349,72}{1 - 0,481508} = \frac{45.349,72}{0,517849} = 87.136,03$$



Elaborado por: La autora

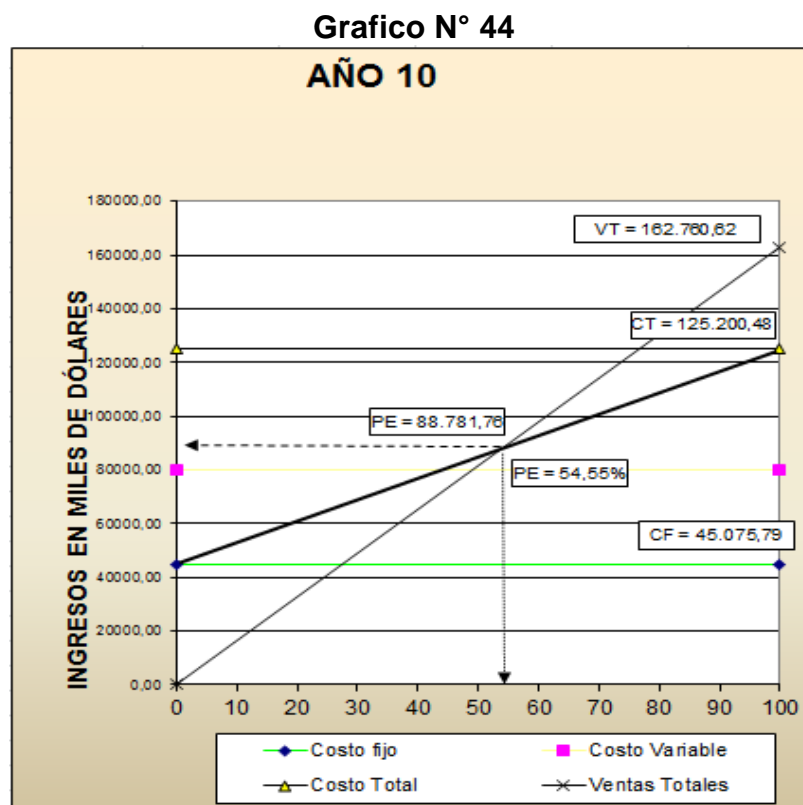
- **Punto de equilibrio del año 10 en función de la capacidad instalada:**

$$\frac{45.075,79}{162.760,62 - 80.124,69} \times 100$$

$$PE = 54,55 \%$$

- **Punto de equilibrio del año 10 en función de las ventas:**

$$PE = \frac{45.075,79}{1 - \frac{80.124,69}{163.760,62}} = \frac{45.263,75}{1 - 0,492285} = \frac{45.263,75}{0,507714} = 88.781,76$$



Elaborado por: La autora

## Evaluación financiera

### Flujo de caja

El flujo de caja permitió determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de la vida útil del proyecto, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo. A continuación se detallan en el siguiente cuadro:

Cuadro No. 73

FLUJO DE CAJA											
DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>INGRESOS</b>											
Ventas		153.060,73	154.058,12	154.754,96	155.489,77	157.180,33	158.249,22	159.361,06	160.466,92	161.591,57	162.760,62
Crédito BanEcuador	40.000,00										
Capital Propio	42.675,68										
Valor de rescate				806,59			833,99			862,33	
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>82.675,68</b>	<b>153.060,73</b>	<b>154.058,12</b>	<b>155.561,55</b>	<b>155.489,77</b>	<b>157.180,33</b>	<b>159.083,21</b>	<b>159.361,06</b>	<b>160.466,92</b>	<b>162.453,90</b>	<b>162.760,62</b>
<b>EGRESOS</b>											
Activo Fijo	72.187,00										
Activo Diferido	1260,00										
Activo Circulante	9.228,68										
Reinversiones					2502,23			2587,25			2675,15
Capital prestamo		4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
Presupuesto de costos		117.739,02	118.506,25	119.042,28	119.607,52	120.907,94	121.730,17	122.585,43	123.436,09	124.301,21	125.200,48
(-) Depreciación y Amortiza		5550,70	5550,70	5550,70	5568,97	5568,97	5568,97	5587,87	5587,87	5587,87	5607,40
<b>Total</b>	<b>82.675,68</b>	<b>116.188,32</b>	<b>116.955,55</b>	<b>117.491,58</b>	<b>120.540,77</b>	<b>119.338,97</b>	<b>120.161,20</b>	<b>123.584,81</b>	<b>121.848,22</b>	<b>122.713,34</b>	<b>126.268,23</b>
(+) Reparto Utilidades 15%		5.298,26	5.332,78	5.356,90	5.382,34	5.440,86	5.477,86	5.516,34	5.554,62	5.593,55	5.634,02
(+) 22% Valores imp. Renta		6.605,16	6.648,20	6.678,27	6.709,98	6.782,94	6.829,06	6.877,04	6.924,76	6.973,30	7.023,75
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>82.675,68</b>	<b>128.091,73</b>	<b>128.936,53</b>	<b>129.526,76</b>	<b>132.633,09</b>	<b>131.562,76</b>	<b>132.468,12</b>	<b>135.978,20</b>	<b>134.327,61</b>	<b>135.280,19</b>	<b>138.926,00</b>
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>0,00</b>	<b>24.968,99</b>	<b>25.121,59</b>	<b>26.034,79</b>	<b>22.856,68</b>	<b>25.617,56</b>	<b>26.615,10</b>	<b>23.382,86</b>	<b>26.139,31</b>	<b>27.173,71</b>	<b>23.834,62</b>

Fuente: Cuadro N° 67, 71  
Elaborado por: La Auto

### Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto de un proyecto es el valor medido en dinero de hoy. Igualmente indica la mayor riqueza que hoy obtendría el inversionista si

decide ejecutar el proyecto. La tasa que se utilizó para descontar los flujos es la tasa del préstamo solicitado a la entidad financiera por valor financiado.

Cuadro N° 74 Valor actual Neto

<b>VALOR ACTUAL NETO</b>			
<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FACTOR ACT</b> 0,136%	<b>VALOR ACTUALIZADO</b>
<b>0</b>	- 82.675,68		
<b>1</b>	24.968,99	0,9009009	22494,59
<b>2</b>	25.121,59	0,8116224	20389,25
<b>3</b>	26.034,79	0,7311914	19036,42
<b>4</b>	22.856,68	0,6587310	15056,40
<b>5</b>	25.617,56	0,5934513	15202,78
<b>6</b>	26.615,10	0,5346408	14229,52
<b>7</b>	23.382,86	0,4816584	11262,55
<b>8</b>	26.139,31	0,4339265	11342,54
<b>9</b>	27.173,71	0,3909248	10622,87
<b>10</b>	23.834,62	0,3521845	8394,18
<b>TOTAL FLUJO DE FONDOSNETOS DE CAJA</b>			<b>148031,10</b>

Fuente: Cuadro 73

Elaborado por: La Autora.

**VAN=ΣFFN- Inversión**

**VAN=148.031,10-82.675,68**

**VAN= 65.355,42**

El valor obtenido es el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda la vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto, y como es positivo el Van el plan es factible. Este valor de 65.355,42 es lo que queda en manos del inversionista si decide ejecutar el proyecto.

### **Tasa Interna de Rentabilidad**

La tasa interna de retorno significa el interés que el proyecto arroja ante la inversión estimada (el interés que la inversión devuelve al inversor)

El criterio para tomar una decisión de inversión en relación a la TIR, es que esta sea mayor a la tasa de interés del crédito. A continuación se detalla en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 75 Tasa Interna de Rentabilidad**

PERIODO	FLUJO NETO	ACTUALIZACIÓN			
		FACT. ACTUALIZ. 27,00%	VAN MENOR	FACT. ACTUALIZ. 28,00%	VAN MAYOR
<b>0</b>					
<b>1</b>	24968,99	0,7874016	19660,62	0,7812500	19507,02
<b>2</b>	25121,59	0,6200012	15575,42	0,6103516	15333,00
<b>3</b>	26034,79	0,4881900	12709,93	0,4768372	12414,36
<b>4</b>	22856,68	0,3844015	8786,14	0,3725290	8514,78
<b>5</b>	25617,56	0,3026784	7753,88	0,2910383	7455,69
<b>6</b>	26615,10	0,2383294	6343,16	0,2273737	6051,57
<b>7</b>	23382,86	0,1876610	4388,05	0,1776357	4153,63
<b>8</b>	26139,31	0,1477645	3862,46	0,1387779	3627,56
<b>9</b>	27173,71	0,1163500	3161,66	0,1084202	2946,18
<b>10</b>	23834,62	0,0916142	2183,59	0,0847033	2018,87
	<b>SUMATORIA</b>		84424,92		82022,66
	<b>INVERSIÓN INICIAL</b>		82675,68		82675,68
	<b>VAN</b>		<b>1749,24</b>		<b>-653,01</b>

Fuente: Cuadro N° 73  
Elaborado por: La Autora

$$TIR = T_m + Dt \frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}}$$

$$TIR = 27 + 1 \frac{1749,24}{1749,24 - (-653,01)}$$

TIR= 27,73%

El TIR en el presente proyecto es de 27,73% y como es mayor a la tasa del crédito para financiar el proyecto 11%, el proyecto es factible.



### Relación Beneficio Costo

El indicador beneficio-costo se interpretó como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido. La Relación beneficio/Costo debe ser mayor a la unidad para aceptar el proyecto. A continuación se detalla en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 76 Relación Beneficio Costos

PERIODO	ACTUALIZACIÓN COSTO TOTAL			ACTUALIZACIÓN INGRESOS		
	COSTO	FACT. ACT.	COSTO	INGRESO	FACT. ACT.	INGRESO
	ORIGINAL	11,00%	ACTUALIZADO	ORIGINAL	11,00%	ACTUALIZADO
0						
1	128091,735	0,9009009	115397,96	153060,73	0,9009009	137892,55
2	128936,531	0,8116224	104647,78	154058,12	0,8116224	125037,03
3	129526,756	0,7311914	94708,85	155561,55	0,7311914	113745,26
4	132633,091	0,6587310	87369,52	155489,77	0,6587310	102425,93
5	131562,763	0,5934513	78076,10	157180,33	0,5934513	93278,87
6	132468,119	0,5346408	70822,87	159083,21	0,5346408	85052,38
7	135978,197	0,4816584	65495,04	159361,06	0,4816584	76757,59
8	134327,613	0,4339265	58288,31	160466,92	0,4339265	69630,85
9	135280,193	0,3909248	52884,38	162453,90	0,3909248	63507,25
10	138925,997	0,3521845	48927,58	162760,62	0,3521845	57321,76
			<b>776.618,39</b>			<b>924.649,48</b>

Fuente: Cuadro n° 73  
Elaborado por: La Autora

$$RB/C = \frac{\sum \text{costos actualizados}}{\sum \text{ingresos actualizados}}$$

$$RB/C = \frac{924.649,48}{776.618,39}$$

$$RB/C = 1,19$$

En el presente proyecto la relación beneficio costo es mayor a uno (1,19); indicador que sustenta la realización del proyecto y que por cada dólar invertido, se recibirá diez y nueve centavos de utilidad.

### **Periodo de Recuperación de Capital**

El periodo de recuperación de capital de una inversión es el tiempo que tardará en recuperarse el capital que fuera invertido para iniciar las actividades de la empresa. A continuación se detalla en el siguiente cuadro:

**Cuadro No. 77 Periodo de recuperación de capital**

<b>Período de recuperación capital</b>			
<b>años</b>	<b>inversión</b>	<b>flujo de caja</b>	<b>Flujo acumulado</b>
<b>0</b>	82675,68		
<b>1</b>		24968,99	24968,99
<b>2</b>		25121,59	50090,58
<b>3</b>		26034,79	76125,38
<b>4</b>		22856,68	98982,06
<b>5</b>		25617,56	124599,62
<b>6</b>		26615,10	151214,72
<b>7</b>		23382,86	174597,58
<b>8</b>		26139,31	200736,89
<b>9</b>		27173,71	227910,59
<b>10</b>		23834,62	251745,21
		<b>TOTAL</b>	<b>1380971,62</b>

Fuente: Cuadro N° 73  
Elaborado por: La Autora

$$PRC = \text{Año antes de cubrir la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \text{Suma primeros flujos}}{\text{Flujo del año que supera inversión}}$$

$$PRC = 3 + \frac{82.675,68 - 76.125,38}{98.982,06}$$

$$PRC = 3 + 0,286581$$

$$PRC = 3,29$$

La inversión se recuperará en: 3 años.

0,29 \* 12 = 3,48 3 meses

0,48 \* 30 = 14,4 14 días.

La inversión se recupera en 3 años, 3 meses, 14 días.

### **Análisis de Sensibilidad del Proyecto**

Para determinar la sensibilidad que pueda tener el proyecto, frente a la incertidumbre de los precios de los costos primos, gastos generales, los de administración, ventas y financieros, es necesario calcular hasta qué punto puede soportar el proyecto una disminución de los ingresos y un aumento en los costos. Para ello, en el proceso de análisis entra en juego un nuevo cálculo de la TIR del proyecto pero con otros valores en los ingresos y también en los costos, a los cuales se les disminuye y aumenta un porcentaje respectivo.

*Análisis de Sensibilidad del proyecto con incremento de los costos:*

$$\text{TIR} = \text{Tm} + \text{Dt} \frac{\text{VAN Menor}}{\text{VAN Menor} - \text{VAN Mayor}}$$

**Cuadro No. 78 Análisis de sensibilidad con incremento de costos**

PERIODO	INGRESO	COSTO TOTAL	COSTO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	ORIGINAL	INCREMENTADO	FLUJO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
	ORIGINAL		3,20%	NETO	21,00%	MENOR	22,00%	MAYOR
<b>0</b>								
<b>1</b>	153060,73	128091,73	132190,67	20870,05	0,82644628	17247,98	0,819672131	17106,60
<b>2</b>	154058,12	128936,53	133062,50	20995,62	0,68301346	14340,29	0,671862403	14106,17
<b>3</b>	155561,55	129526,76	133671,61	21889,94	0,56447393	12356,30	0,550706887	12054,94
<b>4</b>	155489,77	132633,09	136877,35	18612,42	0,46650738	8682,83	0,451399088	8401,63
<b>5</b>	157180,33	131562,76	135772,77	21407,55	0,38554329	8253,54	0,369999252	7920,78
<b>6</b>	159083,21	132468,12	136707,10	22376,12	0,31863082	7129,72	0,303278076	6786,19
<b>7</b>	159361,06	135978,20	140329,50	19031,56	0,26333125	5011,60	0,248588587	4731,03
<b>8</b>	160466,92	134327,61	138626,10	21840,82	0,21762914	4753,20	0,203761137	4450,31
<b>9</b>	162453,90	135280,19	139609,16	22844,74	0,17985879	4108,83	0,167017325	3815,47
<b>10</b>	162760,62	138926,00	143371,63	19388,99	0,14864363	2882,05	0,136899447	2654,34
				<b>SUMATORIAS</b>		<b>84766,34</b>		<b>82027,46</b>
				<b>INVERSIÓN INICIAL</b>		82675,68		82675,68
				<b>VAN</b>		<b>2090,67</b>		<b>-648,22</b>

Elaborado por: La autora

TIR del proyecto: 27,73%

$$NTIR = Tm + Dt \frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}}$$

$$NTIR = 21 + 1 * \frac{2090,67}{2090,67 - (-648,22)}$$

$$NTIR = 21,76$$

1) DIFERENCIA DE TIR	2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN	3) SENSIBILIDAD
DIF. TIR.= TIR - NUEVA TIR	% VAR.= (DIF. TIR ÷ TIR PROY)*100	Sensibilidad=%VAR ÷ N TIR
DIF. TIR.= (27,73 – 21,76)%	% VAR.= (5,96,% ÷ 27,73%)*100	Sensibilidad= 21,51% ÷ 21,76%
DIF. TIR.= 5,96%	% VAR.= 21,51%	Sensibilidad = 0,99

Lo cual significa que el proyecto está en capacidad de soportar un eventual incremento de los costos de 3,20%; luego de lo cual se vería afectado.

#### Cuadro No. 79 Análisis de sensibilidad con disminución de ingresos

PERIODO	INGRESO	INGRESO	COSTO	ACTUALIZACIÓN				
	TOTAL	DECREMENTADO	TOTAL	FLUJO	FACT. ACTUALIZ.	VAN	FACT. ACTUALIZ.	VAN
	ORIGINAL	2,68%	ORIGINAL	NETO	21,00%	MENOR	22,00%	MAYOR
0								
1	153060,73	148958,70	128091,73	20866,96	0,82644628	17245,42	0,819672131	17104,07
2	154058,12	149929,37	128936,53	20992,83	0,68301346	14338,39	0,671862403	14104,30
3	155561,55	151392,50	129526,76	21865,75	0,56447393	12342,64	0,550706887	12041,62
4	155489,77	151322,65	132633,09	18689,56	0,46650738	8718,82	0,451399088	8436,45
5	157180,33	152967,89	131562,76	21405,13	0,38554329	8252,60	0,369999252	7919,88
6	159083,21	154819,78	132468,12	22351,67	0,31863082	7121,93	0,303278076	6778,77
7	159361,06	155090,18	135978,20	19111,99	0,26333125	5032,78	0,248588587	4751,02
8	160466,92	156166,41	134327,61	21838,79	0,21762914	4752,76	0,203761137	4449,90
9	162453,90	158100,13	135280,19	22819,94	0,17985879	4104,37	0,167017325	3811,33
10	162760,62	158398,64	138926,00	19472,64	0,14864363	2894,48	0,136899447	2665,79
				<b>SUMATORIAS</b>		<b>84804,20</b>		<b>82063,12</b>
				<b>INVERSIÓN INICIAL</b>		82675,68		82675,68
				<b>VAN</b>		<b>2128,52</b>		<b>-612,56</b>

Elaborado por: La autora

TIR del proyecto: 27,73%

$$NTIR = Tm + Dt \frac{VAN_{menor}}{VAN_{menor} - VAN_{mayor}}$$

$$NTIR = 21 + 1 * \frac{2128,52}{2128,52 - (-612,53)}$$

$$NTIR = 21,78$$

1) DIFERENCIA DE TIR	2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN	3) SENSIBILIDAD
DIF. TIR.= TIR - NUEVA TIR	% VAR.= (DIF. TIR ÷ TIR PROY)*100	Sensibilidad=%VAR ÷ N TIR
DIF. TIR.= (27,73 – 21,78)%	% VAR.= (5,95,% ÷ 27,73%)*100	Sensibilidad= 21,46% ÷ 21,78%
DIF. TIR.= 5,95%	% VAR.= 21,46%	Sensibilidad = 0,99

Lo cual significa que el proyecto está en capacidad de soportar una eventual disminución de los ingresos de 2,68%; luego de lo cual se vería afectado.

### Evaluación ambiental y social

Son todas las actividades, productos o servicios de una empresa que pueden afectar el medio ambiente, debemos identificar y actuar sobre los principales aspectos ambientales, para minimizarlos o eliminarlos.

- ✓ Los diferentes aspectos ambientales potenciales de un producto son:
  - ✓ Consumo de materiales
  - ✓ Uso de sustancias peligrosas
  - ✓ Consumo de energía
  - ✓ Consumo de agua
  - ✓ Emisiones atmosféricas

- ✓ Vertidos líquidos
- ✓ Residuos
- ✓ Contaminación del suelo
- ✓ Ruido
- ✓ Olores

Cuadro N° 80 Impacto ambiental

**IMPACTO AMBIENTAL**

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Protección del suelo					X			1
Trabajo sin tóxicos					X			1
Producción natural							X	3
Salud humana					X			1
Control Ambiental					X			1
<b>TOTAL</b>								<b>7</b>

Fuente: investigación de campo)  
(Elaborado por: La Autora)

$$NI = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NUMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{5}{7} = 1,40$$

**ANÁLISIS.**-La matriz nos indica que el Impacto Ambiental del proyecto es bajo ya que la utilización del te nos sirve como alimento para el ser humano, tomando en cuenta que la planta de albahaca es un alimento saludable, obteniendo de esta manera productos nutritivos, ya que se estaría reduciendo la utilización de productos químicos, porque se trata de un producto natural, que beneficiara al consumidor y controlara la contaminación del medio ambiente con una producción libre de tóxicos, evitando enfermedades humanas.

## Cuadro N° 81 Impacto socio económico

## ✓ IMPACTO SOCIO-ECONOMICO

INDICADORES	-3	-2	-1	0	1	2	3	TOTAL
Mejorar el nivel de vida							x	3
Ayuda a la salud de las personas							x	3
Nivel de ingresos						x		2
Generación de empleo						x		2
Relaciones Interpersonales						x		2
<b>TOTAL</b>								<b>12</b>

Fuente: investigación de campo)  
(Elaborado por: La Autora)

$$NI = \frac{SUMATORIA\ TOTAL}{NUMERO\ DE\ INDICADORES}$$

$$NI = \frac{12}{5} = 2,4$$

**ANÁLISIS.**-La matriz indica que en lo socioeconómico genera un impacto medio positivo porque ayudara a mejorar el nivel de vida con el consumo de productos naturales y nutrientes, beneficiándose el consumidor, esto permitirá una buena imagen micro empresarial porque ayudara a la salud de las persona, incentivando así la creación de pequeñas empresa, ya que la producción del té, requiere una mínima inversión durante todo el proceso, de la misma manera brinda oportunidades de empleo dentro de la ciudad de Nueva Loja mejorando los ingresos económicos de los habitantes del sector, del mismo modo beneficia al agricultor porque este producto mantiene la fertilidad del suelo a largo plazo garantizando el mercado con productos libres de contaminación, todo esto permitirá un creciente desarrollo del sector.

## **h. CONCLUSIONES**

- ❖ El estudio de mercado según el análisis realizado da como resultado que existe una demanda insatisfecha en el primer año de 1.206.039,916 cajas de té de albahaca para ser cubierta con el producto.
- ❖ En el estudio técnico se determinó que la capacidad instalada de la empresa es de 152.064 cajas de té de albahaca por año; la empresa producirá a un 70% de su capacidad en el primer año, luego un 5% hasta llegar al 95% con lo cual culminará la vida del proyecto.
- ❖ La empresa se constituirá como una compañía de sociedad anónima, tendrá cuatro socios, su razón social es: Aromáticas Nueva Loja S.A, estará ubicada en el barrio el Jardín de la ciudad de Nueva Loja.
- ❖ En la evaluación financiera se evidencia que el valor actual neto es positivo, con un monto de USD \$ 65.355,42 dólares de Estados Unidos de América, la tasa interna de retorno es de 27,63%, la relación beneficio costo indica que por cada dólar invertido se obtendrá USD \$ 1,19 centavos de dólares de Estados Unidos de América.



- ❖ En cuanto al impacto ambiental se tomará las medidas de seguridad pertinentes con la finalidad de mitigar o eliminar los daños que el proyecto produjeran, que en este caso son mínimos; en el impacto social la puesta en marcha del proyecto generará plazas de trabajo.

## **i. RECOMENDACIONES**

- ❖ Al existir un mercado favorable de albahaca en la ciudad de Nueva Loja, es necesario aprovechar estas condiciones para posicionar la empresa y al producto.
- ❖ Para lograr la capacidad instalada se debe equipar la planta conforme dice el proyecto, de la correcta ejecución dependerán los resultados.
- ❖ Constituir la empresa como una Sociedad Anónima de siguiendo la normativa legal pertinente y contratar a los trabajadores conforme el manual de funciones.
- ❖ Comercializar el producto al precio determinado en el estudio financiero, está por debajo de la competencia y permitirá constituirse en una importante estrategia para posicionar el producto.
- ❖ Desde el punto de vista de la evaluación financiera la puesta en marcha del proyecto es recomendable.
- ❖ Considerando que este proyecto ayudará a impulsar el desarrollo social y económico de la ciudad, en la ejecución se deberá tomar en cuenta las recomendaciones del estudio ambiental para evitar daños a la naturaleza y población.

## j. BIBLIOGRAFÍA

- (IICA), I. I. (1996). Evaluación y seguimiento del impacto ambiental en proyectos de inversión para el desarrollo agrícola y rural . Costa Rica .
- Aguilera, R. (2011). La evaluación social de proyectos.
- Alvarez, M. R. (2013). *manual de la albahaca*.
- Baca, G. (2001). Evaluación de proyectos 4 | ° edición .
- Barrera, V. A. (2009). *Proyecto de inversión estudio de mercado*.
- Benedicto, M. S. (2010). *Análisis de Inversiones*.
- BID- ERM. (2016). *Evaluación Ambiental*. Lago Agrio: 2001.
- Bortone. (2001). Diseños de plantas de alimentos balanceados especializadas para peces y crustáceos. Mexico.
- Cavada, J. (2011). Evaluación de proyectos .
- Chain, N. S. (2004). Evaluación de proyectos de inversión en la empresa . Argentina: PEARSON S.A .
- Chain, N. S. (2008). *Preparación Y Evaluación de proyectos*.
- Chain, N. S. (2008). Preparación y Evaluación de Proyectos . En *Estudio de mercado* . Colombia.
- Chain, N. S. (2011). Proyectos de inversión . En *Etapas del proyecto de factibilidad* . Santiago de Chile .
- Chiavenato, A. (2011). *Administración de recursos humanos* . Los Angeles, California: Mc Graw Hill .
- Córdova, Marcial. (2011). Formulación y evaluación de proyectos. Lago agrio.
- Dominguez, Y. (2009). contribuciones a la economía. En E. d. factibilidad. Los Angeles.
- Dominguez, Y. (2009). *Contribuciones a la economía*. Los Angeles.
- Ecuador, B. C. (2016).
- Elaborado por: La Autora. (s.f.).
- Elaborado por: Los Autores. (s.f.). *Avance 2*. Lago Agrio.

- Escalona I. (2010). *Metodos de evaluacion financiera en evaluacion de proyectos*. Mexico.
- Espinoza, S. F. (2007). *Los proyectos de Inversion* . costa Rica: Editorial Tecnologia de Costa Rica .
- Fuente: Banecuator. (s.f.).
- Fuente: Cuadro N ° 46 al 35, 54. (s.f.).
- Fuente: Investigacion de campo. (2017). *Proceso de obtención de melaza*. Lago agrio.
- Garcia, M. (2012).
- Gomez B. & Vergara V. (1993). *Fundamentos de nutricion y alimentacion* . Lima.
- Govea, M. G. (2012). Obtenido de [www.eumed.net](http://www.eumed.net)
- Irigoyen T. (2010). *La importacia del mezclado en la industria de alimentacion animal*.
- Kinnear, T. (2012). *Investigacion de mercados* . Mexico: Mc.Graw Hill.
- Llaguno D & Masabanda V. (2008). *influencia de tres dietas alimenticias balanceadas en el engrode y calidad de carne de Tilapia* . Quito : Escuela Politecnica Nacional .
- Llanos, M. (2009). *Proyectos de Inversion* . Recuperado el Mayo de 2016, de [proyectosinversion.files.wordpress.com](http://proyectosinversion.files.wordpress.com) .
- Machado, S. (1998 ). *Evaluacuín de proyectos*. villas.
- Marcial, C. P. (2008). *Formulacion de Proyectos*. BOGOTA.
- Marcial, C. P. (2008). *Formulacion de Proyectos*.
- Marcial, C. P. (2008). *FORMULACION Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS*. BOGOTA.
- Martinez, J. (2010).
- Mendoza, D. (2012). *Poryecto para ser presentado en la olimpiadas Venezolanas*. Venezuela.
- Miguel., A. E. (2001). *proyectos de inversion* . Mexico.
- Moreno, G. V. (2004). *Intructivo de cultivo de Albahaca*.
- MYERS, B. (2008). *Principios de Finanzas Corporativas*.
- Orosco, J. d. (2011). *Evaluacion Financiera*.

- Orozco Meza & Jhonny de Jesus. (2011). Evaluación financiera de proyectos: 10 casos prácticos resueltos en Excel.
- Padilla, M. C. (2008). *Formulacion de proyectos, estudio de mercado*. Mexico.
- Padilla, M. C. (2008). *Formulacion y evaluacion de proyectos*.
- Padilla, M. C. (2011). *Formulacion y evaluacion de proyectos*.
- Padilla, M. C. (2011). *Formulacion y evaluación de proyectos* . Bogota .
- Perez, D. M. (2007). *Proyecto de organizacion* .
- Pimentel, E. (2008). *Foemulacion y evaluacion de proyectos de inversion*.
- Pimentel, E. (2008). *Formulacion y evaluacion de proyectos, estudio tecnico*.
- Ramirez , D. (2009). Contribuciones a la Economía. En *Etapas del Análisis de Factibilidad*.
- Rivas, E. O. (2010). *Manual de alimento balanceado para truchas*. Peru.
- Rodriguez, J. V. (2011). *Estudio en sistemas y procedimientos administrativos*.
- Rodriguez, M. (2008). *Metodologia del Analisis Economico financiero*.
- Rodriguez , S. (2009). Analisis y valoracion de proyectos. En U. d. Santiago, *Ecinimia financiera*.
- Rojas. (2007). *Formulacion de proyectos*. Madrid.
- Santos , T. (2009). Contribuciones a la economia.
- Santos, T. (2009). *Contribucion de la economia*.
- Sapag, C. N. (2004). *Evaluacion de proyectos de inversion*.
- Susel, A. (2009). *En contribuines a la economia*.
- Urbina, G. B. (2001). *proyecto de inversion, estudio tecnico*.
- Urbina, G. B. (2006). *Evaluacion de Proyectos*. McGRAW-HIL.
- Urbina, G. B. (2010). *Evaluacion de proyectos*.
- Vanday, F. (2015). *Evaluacion de impacto social* . BID.
- Vanday, F. (2015). *Evaluación de impacto social* . BID.

## **k. ANEXOS**

### **Anexo N°1**

#### **FICHA DE RESUMEN DEL PROYECTO**

##### **a. Tema**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SACHET DE ALBAHACA EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA, CANTON LAGO AGRIO DE LA PROVINCIA DE SUCUMBIOS PARA EL AÑO 2017”**

##### **b. Problemática**

El uso de infusiones en el país tiene cada vez más aceptación por la variedad y calidad de las mismas, y la industria dedicada a la producción tiene su importancia por el gran aporte al desarrollo socioeconómico del país. La salud, comercio justo, producción sostenible y precios atractivos son aspectos importantes para el consumidor.

Las plantas medicinales, aromáticas y especias se producen en todo el territorio ecuatoriano, esto gracias a la diversidad de microclimas. Sin embargo, el sector dedicado a la producción y comercialización de estas plantas como té, no termina por establecerse en el consumo local. La mayoría de esta producción se oferta a mercados internacionales, pues la

demanda en dichos mercados es más precisa en cuanto a necesidades y beneficios que obtienen.

El cantón Lago Agrio tiene una alta producción de albahaca, planta aromática con amplios beneficios medicinales, pues la infusión de albahaca ayuda a reducir la fatiga física y mental, y combatir el estrés.

La falta de estudios de factibilidad que identifiquen las necesidades latentes en los habitantes del cantón Lago Agrio, no permite buscar alternativas diferentes de inversión, aun cuando cuenta con la infraestructura adecuada para la implantación de un sector industrial, que se beneficiaría de los medios de transporte terrestre, fluvial y aéreo que facilitarían la circulación de los productos tanto a nivel local, nacional e internacional.

La industrialización de una materia prima típica en el cantón Lago Agrio, como es la albahaca, serviría para aprovechar la producción de esta en la localidad. La identificación de una oportunidad de inversión en cuanto a la albaca, incentivaría a sus productores a mejorar las condiciones de siembra y cosecha, de modo puedan obtener un producto de calidad para la comercialización y su posterior procesamiento hasta obtener productos terminados que satisfagan a los consumidores.

Por las razones antes expuestas, es decir la falta de alternativas de estudios para identificación de sectores de inversión en el cantón Lago Agrio, me permiten determinar y proponer un ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE SACHET DE

ALBAHACA EN LA CIUDAD DE NUEVA LOJA DEL EL CANTÓN LAGO AGRIO, PROVINCIA DE SUCUMBÍOS, PARA EL AÑO 2017. Con la finalidad de generar una verdadera producción y comercialización para obtener mayor rentabilidad para los inversionistas y generar fuentes de empleo para las familias mejorando el nivel de vida del cantón Lago Agrio.

### **Contextualización**

Con la creación de la empresa productora y comercializadora de té de albahaca en la ciudadanía del Cantón Lago Agrio, será tener una buena alternativa que genere un buen sabor agradable para los consumidores.

### ***Situación problemática del objeto de investigación:***

**Tabla N° 1 Estudiante de Investigador.**

<b>DIFICULTAD</b>	<b>JUSTIFICACION</b>	<b>CAUSA</b>	<b>CONSECUENCIA</b>
No contar con el presupuesto necesario para la creación de una empresa.	Trabajos en las instituciones públicas.	Desconocimiento del valor de esta información.	Alto riesgo de quiebra o fracaso de la empresa.
Trabajos en empresas petroleras	Trabajos en compañías.	Desconocimiento del valor de esta información.	Alto riesgo de quiebra o fracaso de la empresa.

(Elaborado por: Estudiante, Daisy Silva)

El desarrollo del presente proyecto de factibilidad aportará en beneficio a la creación de la empresa siempre y cuando lo resultados sean factibles.

### **Problema de la investigación**

En la ciudad de nueva Loja no cuenta con una empresa dedicada a la producción y comercialización de té de albahaca, que para ello se desarrollará el estudio de mercado donde se diagnosticará su



factibilidad.

¿Realizar un estudio de mercado para la de crear la empresa productora y comercializadora de té de albahaca en el Cantón Lago Agrio?

***Preguntas significativas***

Las preguntas que se detallan a continuación son una ayuda importante para el análisis de la investigación.

¿Existen en el Cantón Lago Agrio una empresa productora y comercializadora del té de albahaca?

¿Consta suficiente producción de la planta de albahaca?

¿Existe apoyo por parte de las entidades de gobierno para la creación de nuevas empresas?

¿Con qué capital inicia la empresa para la inversión de este proyecto?

¿Qué tipo de implementos se requiere para la producción y comercializadora de velas aromáticas en diferentes diseños y modelos en el cantón Lago Agrio?

***Delimitación de la Investigación.***

- ❖ ***Temporalmente***, ya que la investigación será septiembre 2016 – febrero 2017.
- ❖ ***El espacio físico donde se desarrollará***, la investigación se lo hará en la ciudad de Nueva Loja perteneciente al cantón el Cantón Lago Agrio, Provincia de Sucumbíos.
- ❖ ***Las unidades de observación***, La información necesaria para la realización del presente estudio, se la obtendrá a través de las persona que consumen este producto.

### c. Objetivos;

#### **Objetivo general.**

Determinar la viabilidad comercial de la implementación de una empresa productora y comercializadora de té de albahaca en el cantón Lago Agrio.

#### **Objetivos Específicos**

- ✚ **Realizar**, un Estudio de Mercado a nivel local a fin de determinar los niveles de oferta y demanda del producto.
- ✚ **Establecer**, la probabilidad técnica de la propuesta a través del desarrollo del estudio correspondiente,
- ✚ **Elaborar**, un pronóstico de ingresos y gastos por medio del desarrollo del estudio financiero del proyecto,
- ✚ **Evaluar**, económica y financieramente la propuesta;
- ✚ **Determinar**, el impacto ambiental y social del proyecto.

### d. Metodología

Para la realización de la presente investigación se utilizará la siguiente metodología.

#### **Métodos**

##### ***Método deductivo***

Permitirá plantear el problema a través de la obtención de la información de manera general. En base a este método se determinará el tamaño de la muestra con datos generales y reales de la población.

##### ***Método inductivo***

Permitirá pasar del conocimiento específico y particular al conocimiento de lo general y universal. Este método se aplicará en el estudio organizacional y financiero de la empresa.

***Método científico***

En este método nos servirá para revisar otras fuentes como libros revistas científicas que aportaran más información sobre el proyecto de investigación permitiéndonos comprobar y verificar los resultados de la investigación.

***Método estadístico***

El presente método proveerá al proponente tabular e interpretar los resultados, el mismo será aplicado en la tabulación del y demás actividades realizadas para llevar a buen término este proyecto de investigación.

***Método descriptivo***

Con este método nos permitirá describir los datos y características de la población adquiriendo datos objetivos, precisos y sistemáticos que pueden usarse en promedios, frecuencias y cálculos estadísticos.

**Técnicas.****¿Qué actividades se van a realizar?**

**Observación directa:** Esta técnica permitirá tener una previa información objetiva a cerca del caso en estudio, de manera que me ayudará de a poco ir despejando las dificultades de la investigación.

**Encuestas:** Técnica que nos permitirá formular cuestionarios que se los aplicará de forma escrita o verbal apoyando datos fundamentales obtenidos de la comunidad para aplicar en la empresa.

## Establecimiento de la muestra

### ✓ *Cálculo de la muestra para la demanda*

Según información del INEC en el último censo 2010 la población de la ciudad de Nueva Loja es de 57.727, la cual para efectos de cálculo de población se tomó como base el número de miembros por familia que son 4, con lo que obtuvimos 14.432 familias, con un crecimiento poblacional de un 4.10 % tales datos se representan en la siguiente fórmula para la proyección de crecimiento poblacional 2017.

La fórmula se la realiza tomando en cuenta el número de familias de la ciudad de Nueva Loja.

#### **e.3.3.1 Muestra**

$$Pf = Pi(1 + r)^n$$

$$Pf = 14.432(1 + 0,0410)^7$$

$$Pf = 14.432 (1,0410)^7$$

$$Pf = 14.432 (1,3248)$$

$$Pf = 19.120$$

**FÓRMULA:** 
$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N-1) + Z^2 * p * q}$$

#### **Distribución de la muestra**

Para la aplicación de las encuestas a los demandantes la muestra se distribuyó de la siguiente manera:

**Dónde:**

**n**= Tamaño de la muestra.

**Z**= Nivel de confianza (95% = 1,96 tabla de distribución normal)

**p**= 0,5 de probabilidad de que el evento ocurra.

**q**= 0,5 de probabilidad de que el evento no ocurra.

**N**= Población.

**e<sup>2</sup>**= 5% margen de error.

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 19.120}{0,05^2(19.120 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5 * 19.120}{0,0025(19.120) + 3,8416 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{18.363}{47,80 + 0,9604}$$

$$n = \frac{18.363}{48,76}$$

$$n = 377$$

**R:** Se deben realizar 377 encuestas para poder obtener información de los demandantes.

## Anexo N°2



### POBLACION Y TASAS DE CRECIMIENTO CENSAL DE 2010-2001-1990 POR SEXO, SEGÚN PARROQUIAS

Código	Nombre de parroquia	2010		2001		1990		Tasa de Crecimiento Anual 2003-2010			Tasa de Crecimiento Anual 1990 - 2001				
		Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total			
	Nacional	7.305.816	14.483.499	6.018.353	11.973.255	4.796.412	4.851.777	9.648.189	1,96%	1,93%	1,95%	2,06%	2,14%	2,10%	
200351	BELLAVISTA	1.174	2.425	831	579	1.410	650	374	1.024	4,53%	7,85%	6,02%	2,23%	3,97%	2,91%
200352	SANTA ROSA	477	994	233	163	396				8,86%	11,93%	10,23%			
201050	NUÉVOLA	28.710	57.727	20.951	38.973	39.924	13.800	11.733	25.533	3,62%	4,60%	4,10%	3,80%	4,37%	4,06%
201051	OLIVARENO						131	116	247						
201052	QUIRENO	1.325	2.756	1.602	1.417	3.019	4.187	3.121	7.308	-1,25%	-0,75%	-1,01%	-8,73%	-7,18%	-8,04%
201053	GENERAL FARFAN	3.078	6.769	3.039	2.503	5.542	2.752	2.159	4.911	2,16%	2,30%	2,22%	0,97%	1,34%	1,14%
201054	TARAPORA						1.804	1.471	3.275						
201055	EL ENO	3.212	6.636	2.937	2.856	5.593				1,70%	2,11%	1,90%			
201056	PACAYACU	3.809	8.249	3.638	2.989	6.627				2,21%	2,69%	2,43%			
201057	JAMBELI	1.543	3.315	1.241	1.083	2.324				3,96%	3,93%	3,95%			
201058	STA. CECILIA	3.101	6.292	1.977	1.782	3.759				5,32%	6,16%	5,72%			
201059	LIMBAQUI	1.501	3.225	1.485	1.278	2.763	921	815	1.736	1,66%	1,79%	1,72%	4,34%	4,09%	4,22%
201051	EL REVENTADOR	699	1.501	628	497	1.125	710	488	1.198	2,72%	3,79%	3,20%	-1,12%	0,17%	-0,57%
201052	GONCALO PIZARRO	1.452	2.955	1.191	1.087	2.278	588	505	1.093	2,59%	3,22%	2,89%	6,42%	6,97%	6,68%
201053	PUERTO LIBRE						247	198	445						

## ANEXO 3 del BanEcuador

CIRCULAR DE TASAS DE INTERÉS - 02-001-2017				FECHA			
Derechos de emisión de: Enero 2017				Enero 2017			
TASAS ACTIVAS PARA BANCAJUDICABLES				TASAS DE INTERÉS ACTIVAS DECRETADAS POR EL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR VIGENTES PARA			
TIPO DE CRÉDITO	TASA NOMINAL BANCAJUDICABLE	TASA EFECTIVA BANCAJUDICABLE	TIPO DE CRÉDITO	TASA ACTIVA EFECTIVA REGULADA	% ANUAL	TASA ACTIVA EFECTIVA MÁXIMA BASED O SEGURAMIENTO	% ANUAL
<b>TASAS DE DEPOSITOS</b>				<b>TASAS DE DEPOSITOS</b>			
Deposito de Desarrollo	8,70%	10,21%	Producto Corporativo	8,80		Producto Corporativo	8,80
Operaciones Mayores a USD 200.000	8,70%	10,21%	Producto Empresarial	10,00		Producto Empresarial	10,25
Producto Pymes	8,70%	10,21%	Producto Pymes	11,57		Producto Pymes	11,80
<b>CRÉDITOS COMERCIALES</b>				<b>CRÉDITOS COMERCIALES</b>			
Deposito de Desarrollo	8,70%	10,21%	Comercial Ordinario	8,02		Comercial Ordinario	11,80
Operaciones Mayores a USD 200.000	8,70%	10,21%	Comercial Prioritario Corporativo	8,02		Comercial Prioritario Corporativo	8,80
Comercial Prioritario Empresarial	8,70%	10,21%	Comercial Prioritario Empresarial	8,88		Comercial Prioritario Empresarial	10,25
Operaciones Mayores a USD 200.000	8,70%	10,21%	Comercial Prioritario Pymes	11,82		Comercial Prioritario Pymes	11,80
Comercial Prioritario Pymes	8,70%	10,21%	Consumo Ordinario**	18,72		Consumo Ordinario**	17,80
Deposito de Desarrollo	8,70%	10,21%	Consumo Prioritario	18,70		Consumo Prioritario**	17,80
Operaciones Mayores a USD 200.000	8,70%	10,21%	Educativo	8,50		Educativo**	8,50
Comercial Prioritario Pymes	8,70%	10,21%	Inmobiliario	10,80		Inmobiliario	11,80
<b>CRÉDITOS DE CONSUMO</b>				<b>CRÉDITOS DE CONSUMO</b>			
Consumo Prioritario	10,20%	16,80%	Financiamiento de Inversión Pública	1,47		Financiamiento de Inversión Pública	4,80
<b>MICROCRÉDITOS</b>				<b>MICROCRÉDITOS</b>			
Microrédito Minitada	10,20%	16,80%	Microrédito Minitada	17,42		Microrédito Minitada	18,50
Crédito de Desarrollo Humano CSH	5,00%	5,32%	Microrédito de Acumulación Simple	25,28		Microrédito de Acumulación Simple	27,50
Microrédito Comersio y Servicio	10,00%	16,50%	Microrédito de Acumulación Ampliada	25,58		Microrédito de Acumulación Ampliada	25,50
Microrédito de Producción	10,00%	16,57%	Inversión Pública	8,58		Inversión Pública	8,80
Microrédito de Acumulación Simple	10,00%	16,50%	<b>OTRAS TASAS REFERENCIALES DEL BANCO CENTRAL DEL ECUADOR</b>				
Microrédito Comersio y Servicio	10,00%	16,50%	Tasa Referencial	0,28			
Microrédito de Producción	10,00%	16,57%	Tasa Activa Referencial	8,02			
Crédito de Desarrollo	8,70%	10,21%	Tasa Legal	8,02			
Microrédito Sector Turismo	8,70%	10,21%	Tasa Máxima Comercial	8,80			
Microrédito de Acumulación Ampliada	10,00%	16,50%					
Microrédito Comersio y Servicio	10,00%	16,50%					
Microrédito de Producción	10,00%	16,57%					
Crédito de Desarrollo	8,70%	10,21%					
Microrédito Sector Turismo	8,70%	10,21%					
<b>REESTRUCTURACIONES</b>				<b>REESTRUCTURACIONES</b>			
Reestructuraciones Comerciales	11,00%	13,00%					
Reestructuraciones Comerciales	11,00%	13,00%					
Reestructuraciones Comerciales	11,00%	13,00%					
Reestructuraciones Comerciales y Servicio	11,00%	13,00%					

TASAS PRIVADAS										
PARA PERSONAS NATURALES Y EMPRESAS PRIVADAS										
MONTO	CATEGORÍA A (MAYOR RIESGO)					CATEGORÍA B (MENOR RIESGO)				
	10-50	50-100	100-200	200-500	500-1000	10-50	50-100	100-200	200-500	500-1000
100.000	11,00%	11,00%	11,00%	11,00%	11,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
200.000	11,00%	11,00%	11,00%	11,00%	11,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
500.000	11,00%	11,00%	11,00%	11,00%	11,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
1.000.000	11,00%	11,00%	11,00%	11,00%	11,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
2.000.000	11,00%	11,00%	11,00%	11,00%	11,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
5.000.000	11,00%	11,00%	11,00%	11,00%	11,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
10.000.000	11,00%	11,00%	11,00%	11,00%	11,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
20.000.000	11,00%	11,00%	11,00%	11,00%	11,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
50.000.000	11,00%	11,00%	11,00%	11,00%	11,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
100.000.000	11,00%	11,00%	11,00%	11,00%	11,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%

TASAS DE INTERÉS PARA EL SECTOR PÚBLICO						
MONTO	CATEGORÍA A (MAYOR RIESGO)			CATEGORÍA B (MENOR RIESGO)		
	10-50	50-100	100-200	10-50	50-100	100-200
100.000	11,00%	11,00%	11,00%	10,00%	10,00%	10,00%
200.000	11,00%	11,00%	11,00%	10,00%	10,00%	10,00%
500.000	11,00%	11,00%	11,00%	10,00%	10,00%	10,00%
1.000.000	11,00%	11,00%	11,00%	10,00%	10,00%	10,00%
2.000.000	11,00%	11,00%	11,00%	10,00%	10,00%	10,00%
5.000.000	11,00%	11,00%	11,00%	10,00%	10,00%	10,00%
10.000.000	11,00%	11,00%	11,00%	10,00%	10,00%	10,00%
20.000.000	11,00%	11,00%	11,00%	10,00%	10,00%	10,00%
50.000.000	11,00%	11,00%	11,00%	10,00%	10,00%	10,00%
100.000.000	11,00%	11,00%	11,00%	10,00%	10,00%	10,00%

Nota: El monto mínimo para apertura de C/C es de USD 50 para personas naturales y USD 1.000 para personas jurídicas, conforme a establecido en el Reglamento de Cuentas, aprobado con Res. 10.018 del 04 de Octubre de 2016 del BC ECUADOR.

Ing. Ricardo López  
**SECRETARÍA FINANCIERA**

Resolución No. 0001-2017  
 04/01/2017 10:00:00

Resolución No. 0001-2017  
 04/01/2017 10:00:00



## ANEXO 4 del Banco central

## TASA DE INFLACIÓN ANUAL BANCO CENTRAL



FECHA	VALOR
Diciembre-31-2016	1.12 %
Noviembre-30-2016	1.05 %
Octubre-31-2016	1.31 %
Septiembre-30-2016	1.30 %
Agosto-31-2016	1.42 %
Julio-31-2016	1.58 %
Junio-30-2016	1.59 %
Mayo-31-2016	1.63 %
Abril-30-2016	1.78 %
Marzo-31-2016	2.32 %
Febrero-29-2016	2.60 %
Enero-31-2016	3.09 %
Diciembre-31-2015	3.38 %
Noviembre-30-2015	3.40 %
Octubre-31-2015	3.48 %
Septiembre-30-2015	3.78 %
Agosto-31-2015	4.14 %
Julio-31-2015	4.36 %
Junio-30-2015	4.87 %
Mayo-31-2015	4.55 %
Abril-30-2015	4.32 %
Marzo-31-2015	3.76 %
Febrero-28-2015	4.05 %
Enero-31-2015	3.53 %

## Indicadores Relacionados

% DE INFLACION MENSUAL

INFLACION - ACUMULADO MENSUAL

% Previsión de la inflación máxima

## TASA DE INTERES ACTIVA BANCO CENTRAL

FECHA	VALOR
Enero-31-2017	8.02 %
Diciembre-31-2016	8.10 %
Noviembre-30-2016	8.38 %
Octubre-31-2016	8.71 %
Septiembre-30-2016	8.78 %
Agosto-31-2016	8.21 %
Julio-31-2016	8.67 %
Junio-30-2016	8.66 %
Mayo-31-2016	8.89 %
Abril-30-2016	9.03 %
Marzo-31-2016	8.86 %
Febrero-29-2016	8.88 %
Enero-31-2016	9.15 %
Diciembre-31-2015	9.12 %
Noviembre-30-2015	9.22 %
Octubre-31-2015	9.11 %
Septiembre-30-2015	8.06 %
Agosto-31-2015	8.06 %
Julio-31-2015	8.54 %
Junio-30-2015	8.70 %
Mayo-31-2015	8.45 %
Abril-30-2015	8.09 %
Marzo-31-2015	7.31 %
Febrero-28-2015	7.41 %

## Indicadores Relacionados

SPREAD (ACTIVA - PASIVA)

## ANEXO 5

## TASA RIESGO PAÍS

FECHA	VALOR
Enero-19-2017	619.00
Enero-18-2017	616.00
Enero-17-2017	614.00
Enero-16-2017	610.00
Enero-15-2017	610.00
Enero-14-2017	610.00
Enero-13-2017	610.00
Enero-12-2017	614.00
Enero-11-2017	615.00
Enero-10-2017	608.00
Enero-09-2017	595.00
Enero-08-2017	601.00
Enero-07-2017	601.00
Enero-06-2017	601.00
Enero-05-2017	609.00
Enero-04-2017	614.00
Enero-03-2017	639.00
Enero-02-2017	647.00
Enero-01-2017	647.00
Diciembre-31-2016	647.00
Diciembre-30-2016	647.00
Diciembre-29-2016	636.00
Diciembre-28-2016	631.00
Diciembre-27-2016	632.00
Diciembre-26-2016	650.00
Diciembre-25-2016	650.00
Diciembre-24-2016	650.00
Diciembre-23-2016	650.00



## ANEXO 6

Martes 04 de Enero del 2017


Abogado  
ABEL VINICIO VEGA JIMÉNEZ  
ALCANDE DEL CANTON DE LAGO AGRIO.

De mis consideraciones.

Por medio del presente me permito hacerle extensivo un cordial y afectuoso saludos y a su vez desearle muchos éxitos en sus actividades diarias.



Yo Daisy Karina Silva Aguilar con numero de cedula 2100578331, de nacionalidad Ecuatoriana estudiante del Decimo Modulo de la carrera de Administracion de Empresas del Plan Contingencia de la Universidad Nacional de Loja, solicito de la manera mas comedida un listado de veinte oferente, como pueden ser comisariatos, tiendas, supermercados, entre otros que vendan te de hierbas aromaticas en la ciudad de Nueva Loja. Ya que necesito para la realizacion de mi tesis, previo a la obtencion del titulo de ingenieria comercial.

Quedo en espera de su respuesta y agradecemos sinceramente su atención.

  
Atentamente  
La solicitante  
Daisy Karina Silva Aguilar

 RECEPCIÓN DE  
DE DOCUMENTOS  
09 ENE 2017  
HORA: 16:45  
RECIBIDO: \_\_\_\_\_ TRAMITE: 97

## Anexo N° 7

**JEFATURA DE RENTAS**  
Administración 2014-2019

---

**OFICIO No. 008-JRT-GADMLA-2017**

Nueva Loja, 26 de enero de 2017

Señorita  
Daisy Karina Silva Aguilar  
**ESTUDIANTE DE LA UNL**

Presente.-



De mi consideración:

En atención al Oficio S/N de fecha 04-01-2017, en el que solicita un listado de comerciales concernientes a comisariatos y tiendas y supermercados en el Cantón Lago Agrio, en base a los datos que refleja el sistema SINFO-GAD con respecto a Patentes que otorga el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Lago Agrio, se constata que existen 1071 locales registrados.

Esperando de esta manera contribuir con su proyecto de tesis, al cual hace referencia.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente;

Lic. Edid Ruíz  
**JEFA DE RENTAS ENC.**

Dirección: 12 de Febrero y Cofanes / Teléfonos: 062 830 612 - 062 830 144 \* Fax: 062 830 559  
E-mail: info@lagoagrio.gob.ec

www.lagoagrio.gob.ec

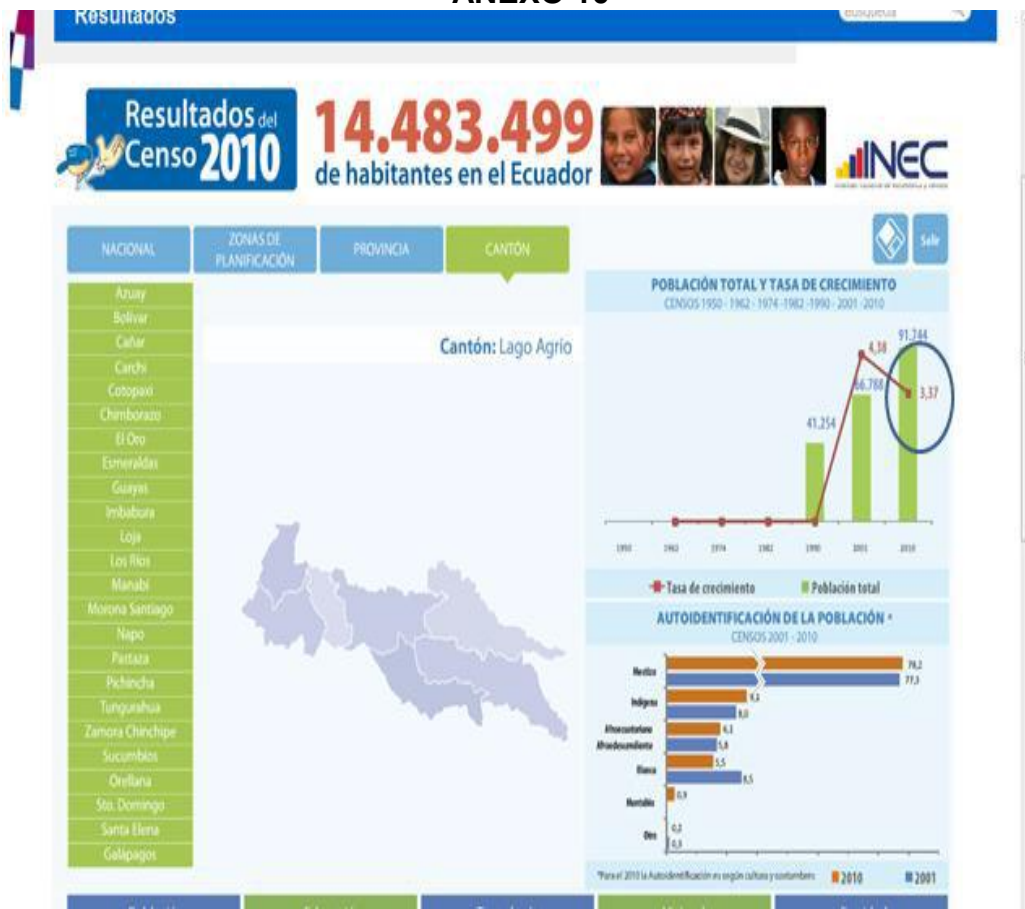
**Anexo N° 8 Encuesta a los locales comerciales**



**Anexo N° 9 Encuesta realizada a los consumidores**



ANEXO 10



## Anexo 11 modelos de la encuesta realizada a demandantes.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

### Encuesta Demanda

**INTRODUCCIÓN:** La presente encuesta tiene como objetivo fundamental obtener información sobre la producción y comercialización de sachet de albahaca en la ciudad de Nueva Loja, del cantón Lago Agrio provincia de Sucumbíos. Favor contestar con elocuencia y responsabilidad, previo a que la información obtenida guarde correspondencia con la realidad.

**INSTRUCCIÓN:** Señale con una (x) la alternativa o alternativas que respondan a la pregunta.

#### 1. ¿Es usted una persona económicamente activa?

Sí ( )

No ( )

#### 2. ¿Usted consume te?

Sí ( )

No ( )

#### 3. De las siguientes hierbas aromáticas, ¿Cuál consume preferentemente?

Hierbaluisa ( )

Albahaca ( )

Toronjil ( )

Menta ( )

Manzanilla ( )

Cedrón ( )

Laurel ( )

Guayusa ( )

Romero ( )

Otra ( )

**4. Si en la pregunta anterior escogió la opción albahaca ¿con que frecuencia consume esta hierba?**

Siempre ( )

A veces ( )

Nunca ( )

**5. ¿En qué forma usted consume la albahaca?**

Hojas verdes ( ) Esencia ( )

Hojas secas ( ) Otra ( )

**6. ¿Por qué razón usted adquiere albahaca?**

Tiene buen Sabor ( ) Producto natural ( )

Relajante ( ) Refrescante ( )

Medicinal ( ) Por costumbre ( )

**7. ¿Estaría dispuesto usted a consumir la albahaca en sachet?**

Totalmente dispuesto ( ) Dispuesto ( )

Indispuesto ( ) Totalmente Indispuesto ( )

**8. De entre las siguientes opciones indique ¿Cuántas cajas de sachet de albahaca de 25 unidades c/u, estaría dispuesto a adquirir mensualmente para el consumo de usted y su familia?**

1 a 25 cajas ( ) 26 a 50 cajas ( )

51 a 100 cajas ( ) 101 cajas o más ( )

**9. ¿En qué tipo de material preferiría encontrar la envoltura o empaque individual de cada bolsita de sachet de albahaca?**

Sachet ( ) Plástico ( )

Sin envoltura ( ) Otro ( )

**10. ¿Cuántas unidades le gustaría que contenga la caja de sachet de albahaca?**

15 unidades ( ) 20 unidades ( )

25 unidades ( ) 30 unidades ( )

**11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de 25 unidades de sachet de albahaca?**

\$ 1,25 a \$ 1,30 ( ) \$ 1,31 a \$ 1,35 ( )

**12. En caso de implementarse una empresa dedicada a la producción y comercialización de sachet de albahaca en el cantón Iago Agrio, estaría usted dispuesto a adquirir el producto?**

Si ( ) No ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Anexo 12 modelos de la encuesta realizada a oferente.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
UNIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

### Encuesta Oferta

**INTRODUCCIÓN:** La presente encuesta tiene como objetivo fundamental obtener información sobre la producción y comercialización de sachet de albahaca en la ciudad de Nueva Loja, del cantón Lago Agrio, provincia de Sucumbíos. Favor contestar con elocuencia y responsabilidad, previo a que la información obtenida guarde correspondencia con la realidad.

**INSTRUCCIÓN:** Señale con una (x) la alternativa o alternativas que respondan a la pregunta.

**1. ¿Vende en su negocio té de hierbas aromáticas?**

Si ( ) No ( )

**2. ¿Qué tiempo de funcionamiento tiene su negocio en la localidad?**

1 año ( ) 2 años ( )

3 años ( ) 4 años ( )

5 años ( ) 6 años o más ( )

**3. ¿Qué cantidad de cajas de té de hierbas aromáticas de 25 unidades c/u, vende en su negocio mensualmente?**

1 a 25 cajas ( ) 26 a 50 cajas ( )

51 a 100 cajas ( ) Más 101 cajas ( )

**4. ¿Cuál es el canal de distribución por medio del cual adquiere las cajas de té de hierbas aromáticas que comercializa en su negocio?**

Productores locales ( ) De otras localidades ( )



Mayoristas ( ) Intermediarios ( )

**5. ¿Cuál es la marca de té de hierbas preferida por los consumidores?**

Hormimans ( ) Sangay ( )

Oriental ( ) Ile ( )

Aroma del Tungurahua ( ) Pusuqui ( )

**6. ¿Cuál de las siguientes alternativas es importante para los clientes al momento de comprar té de hierbas aromáticas?**

Tiene buen Sabor ( ) Producto natural ( )

Relajante ( ) Refrescante ( )

Medicinal ( ) Por costumbre ( )

**7. ¿Cuántas unidades contienen las cajas de té de hierbas aromáticas que usted ofrece?**

15 sobres ( ) 20 sobres ( )

25 sobres ( ) 30 sobres ( )

**8. ¿Cuál es el precio al cual vende las cajas de té de hierbas aromáticas de 25 unidades?**

\$ 1,25 a \$ 1,35 ( ) \$ 1,36 a \$ 1,46 ( )

\$ 1,47 a \$ 1,57 ( ) \$ 1,58 a \$ 1,68 ( )

**9. ¿Por qué medios de publicidad da a conocer su empresa?**

Televisión ( ) Periódico ( )

Radio ( ) Internet ( )

Revistas ( ) Otros ( )

**10. ¿Qué promociones utiliza usted para elevar los niveles de ventas?**

Degustaciones ( ) Suvenires ( )

Descuentos especiales ( ) Producto extra ( )

Cupones de compra ( ) Otros ( )

**11. En caso de implementarse una micro empresa dedicada a la producción y comercialización de sachet albahaca en la ciudad de Nueva Loja del cantón Lago Agrio estaría Ud. dispuesto a adquirir el producto?**

Si ( ) No ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

# ÍNDICE

PORTADA .....	i
CERTIFICACIÓN .....	ii
AUTORÍA .....	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
a. TÍTULO .....	1
b. RESUMEN .....	2
ABSTRACT .....	5
c. INTRODUCCIÓN .....	8
d. REVISIÓN DE LITERATURA .....	11
e. MATERIALES Y MÉTODOS .....	47
f. RESULTADOS .....	52
g. DISCUSIÓN .....	74
h. CONCLUSIONES .....	146
i. RECOMENDACIONES .....	148
j. BIBLIOGRAFÍA .....	149
k. ANEXOS .....	152
INDICE .....	173