



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

TÍTULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA
CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
JALEA DE FRESA EN LA CIUDAD DE LOJA”**

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN
DEL GRADO DE INGENIERA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORA:

DAYANA MISHEL LOZADA JIMÉNEZ

DIRECTOR:

ING. JUAN CARLOS PÉREZ BRICEÑO. MAE

LOJA – ECUADOR
2018

CERTIFICACIÓN

ING. JUAN CARLOS PÉREZ BRICEÑO, MAE
DIRECTOR DE TESIS


CERTIFICO:

Que la presente tesis ha sido culminada en su totalidad, bajo mi guía y dirección, de conformidad al cronograma establecido, presentado por la postulante: DAYANA MISHEL LOZADA JIMÉNEZ, cuyo tema se titula: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JALEA DE FRESA EN LA CIUDAD DE LOJA”**, el mismo que cumple con los requerimientos y normas establecidos por la Universidad Nacional de Loja, para la concesión de grados y títulos, por tal razón autorizo su presentación.

Particular que certifico para los fines pertinentes.

Loja, marzo de 2018.

Atentamente;



ING. JUAN CARLOS PÉREZ BRICEÑO, MAE
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, **DAYANA MISHEL LOZADA JIMÉNEZ**, 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 la tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

Autora: DAYANA MISHEL LOZADA JIMÉNEZ

Firma:



Cédula: 1105208902

Fecha: Loja, agosto de 2018

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

Yo, **DAYANA MISHEL LOZADA JIMÉNEZ**, declaro ser autora de la tesis titulada: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JALEA DE FRESA EN LA CIUDAD DE LOJA”**, como requisito para optar el grado de: Ingeniera en Administración de Empresas, autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

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

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los veinte días del mes de Agosto del dos mil dieciocho, firma la autora.

Firma:

Autor:

DAYANA MISHEL LOZADA JIMÉNEZ

Cédula:

1105208902

Dirección:

Loja: Barrio: Peñon del Oeste, calles: Nicaragua y Sevilla de Oro

e-mail:

dayanamishellozada20@gmail.com

Teléfono:

0988094521

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing. Juan Carlos Pérez Briceño; MAE

MIEMBROS DEL TRIBUNAL

PRESIDENTE: Lcdo. Cesar Augusto Neira Hinostrza, Mg.Sc

VOCAL: Ing. Rocío del Carmen Toral Tinitana, MAE

VOCAL: Ing. Ney Alfredo Gallardo, MAE

DEDICATORIA

A ti Dios que me diste la oportunidad de vivir y de regalarme una familia maravillosa. Agradezco infinitamente a Dios por darme la dicha de tener unos padres que con su gran esfuerzo soy lo que soy también por ser ese eje principal en mis estudios, por sus consejos de superación y ánimos que me daban cuando me tropezaba por el camino. Agradezco a mis hermanas, quienes con sus consejos y cálidos abrazos supieron apoyarme, motivarme y guiarme hacia este logro profesional. Agradezco desde lo más profundo de mi corazón a mis profesores, por darme sus conocimientos día a día, por la paciencia y entrega, por dar lo mejor de ellos para poder lograr mi objetivo con éxito. A mi esposo Edwin por creer en mí, por ser mi fuente de inspiración y motivación para superarme cada día, Porque has estado siempre conmigo en los momentos felices y en los más difíciles también, por desvelarte conmigo muchas veces, pero siempre apoyándome y brindándome su sincero amor en cada paso que lo hemos vivido juntos, a mi adorada hija Allyson quien es mi razón de ser y mi estímulo permanente.

¡Gracias, mi triunfo es de ustedes!

DAYANA MISHEL LOZADA JIMÈNEZ

AGRADECIMIENTO

Primeramente agradezco a Dios por bendecirme y ser mi fortaleza durante toda mi vida, a mis padres Richard e Ivanova, a mis hermanas Rudy, Joselyn, Karol, Erika por brindarme su apoyo para lograr mis metas, así mismo mi sincero agradecimientos al Ing. Juan Carlos Pérez Briceño MAE, director de tesis, por la colaboración, paciencia y entrega brindada en la realización del presente trabajo, como también al personal docente de la Universidad Nacional de Loja de mi carrera de Administración de empresas , que supieron impartir sus conocimientos y con ello el logro de este triunfo, y a todas las personas que de una u otra forma contribuyeron para la culminación de mi carrera universitaria.

DAYANA MISHEL LOZADA JIMÈNEZ

a) TÍTULO

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
DE JALEA DE FRESA EN LA CIUDAD DE LOJA”**

b) RESUMEN

El objetivo de la presente investigación tiene como propósito, la creación de una empresa de elaboración y comercialización de jalea de fresa en la ciudad de Loja, mediante el cual permitirá ofrecer a sus consumidores un producto elaborado con materias primas de excelente calidad, y así logre la satisfacción de las necesidades de nuestro mercado objetivo es decir la ciudad de Loja.

Con el fin de indagar en el mercado se realizó la aplicación de distintos métodos como el método inductivo y deductivo; los mismos que nos sirvieron para analizar toda la información recopilada y posteriormente realizar un estudio concreto para determinar los problemas y oportunidades existentes, así como también técnicas como la encuesta y entrevista a los involucrados en el consumo y distribución de este tipo de productos.

La utilización de todos estos métodos permitió llegar a la culminación del presente trabajo, ya que para lograrlo se tuvo que seguir los pasos de aplicación, comprensión y demostración del mismo.

En el estudio de mercado realizado en la ciudad de Loja, con una muestra de 381 familias y 20 locales comerciales de mermeladas y jaleas elaboradas a base de fruta; tabuladas las encuestas se han analizado e inferido los resultados para luego realizar el análisis del mercado, determinando la demanda potencial, demanda real, demanda efectiva así como la oferta y demanda Insatisfecha de dulce de fruta el cual permitió determinar que el proyecto puede y debe ejecutarse, por los resultados obtenidos en el análisis de la demanda, oferta y niveles de comercialización de este producto.

La capacidad instalada del proyecto determina que la empresa está en capacidad de producir 2.135.224 envases de jalea de 250 gramos y cuya capacidad utilizada será de 62.400 envases de 250 gramos de jalea de fresa, de los cuales se producirá en el primer año el 80% de la capacidad utilizada, además se determina la localización de

la misma que estará ubicada en la ciudad de Loja, en las calles Nicaragua entre Sevilla de oro y Guinea ecuatorial (oeste).

El proceso productivo demanda la utilización de máquinas y equipos adecuados, lo que será garantía para obtener productos de calidad y con precios accesibles.

Por otra parte, se desarrolla la ingeniería del proyecto determinando los diagramas de proceso, las características de operatividad, así como también los requerimientos técnicos como son la maquinaria, equipos, instalaciones, etc.

Así mismo se desarrolló el estudio administrativo determinándose como una empresa de compañía limitada y con la estructura orgánica funcional a los niveles jerárquicos, legislativo, ejecutivo, asesor, auxiliar, operativo, así como los manuales de funciones y organigramas que sirvieron para diseñar una buena estructura organizacional, ya que se contara con el siguiente personal: gerente, secretaria-contadora, y el personal operativo que está integrado por un obrero.

El proyecto alcanza una inversión de **\$13.405,50** y se financia con aporte personal de **\$8.405,50** y un préstamo que mantendrá el proyecto con el BAN Ecuador que corresponde a 5000 a 10 años plazo, con pagos semestrales y a una tasa de interés del 10,21%.

La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: de acuerdo al **VAN** del presente proyecto nos da un valor positivo de \$ **43.875,93** dólares lo que indica que el proyecto o inversión es conveniente, y el periodo de recuperación de capital RBC nos indica que la inversión se recupera en 1 año 8 meses y 22 días, lo que resulta conveniente para nuestra empresa.

Para el presente proyecto la **TIR es 61,84%** siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto y los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto, no afectan al proyecto los cambios en los costos e ingresos incrementados en

10,47% y disminuidos en **9,00%**, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

Finalmente se concluye que el proyecto es factible por los resultados positivos obtenidos en cada uno de los estudios realizados; garantizando al inversionista una buena rentabilidad, por lo que se recomienda poner en ejecución el proyecto para coadyuvar al desarrollo económico de la ciudad de Loja.

ABSTRACT

The objective of the present investigation has as its purpose, the creation of a company of elaboration and marketing of strawberry jelly in the city of Loja, through which it will offer its consumers a product made with raw materials of excellent quality, and thus achieve The satisfaction of the needs of our target market is the city of Loja.

In order to investigate the market, different methods were applied such as the inductive and deductive method; the same ones that served us to analyze all the information collected and then carry out a concrete study to determine the existing problems and opportunities, as well as techniques such as the survey and interview to those involved in the consumption and distribution of this type of products.

The use of all these methods allowed to reach the culmination of the present work, since to achieve it, the steps of application, understanding and demonstration of it had to be followed.

In the market study carried out in the city of Loja, with a sample of 381 families and 20 commercial stores of jams and jellies made from fruit; tabulated the surveys have been analyzed and inferred the results to then perform the market analysis, determining the potential demand, real demand, effective demand as well as unsatisfied supply and demand of fruit candy which allowed to determine that the project can and should be executed , for the results obtained in the analysis of demand, supply and marketing levels of this product.

The installed capacity of the project determines that the company is able to produce 2,135,224 jelly containers of 250 grams and the capacity used will be 62,400 250-gram jelly-strawberry containers, of which 80 will be produced in the first year. % of the capacity used, also determines the location of the same that will be located in the city of Loja, on the streets Nicaragua between Seville gold and Equatorial Guinea (west).

The production process demands the use of suitable machines and equipment, which will be a guarantee to obtain quality products with affordable prices.

On the other hand, the engineering of the project is developed by determining the process diagrams, the operational characteristics, as well as the technical requirements such as machinery, equipment, facilities, etc.

Likewise, the administrative study was developed, determining as a limited company company with the functional organic structure at the hierarchical, legislative, executive, advisory, auxiliary, operative levels, as well as the function manuals and organizational charts that served to design a good structure organizational, since it will be counted on the following personnel: manager, secretary-accountant, and the operative personnel that is integrated by a worker.

The project reaches an investment of \$ 13,405.50 and is financed with a personal contribution of \$ 8,405.50 and a loan that will maintain the project with the BAN Ecuador corresponding to 5000 to 10 years, with semi-annual payments and an interest rate of 10, twenty-one%.

The financial evaluation presents the following results: according to the NPV of this project, it gives us a positive value of \$ 43,875.93, which indicates that the project or investment is convenient, and the RBC capital recovery period indicates that the investment It recovers in 1 year 8 months and 22 days, which is convenient for our company.

For the present project, the IRR is 61.84%, this value being satisfactory for carrying out the project and the sensitivity values are less than one, therefore, changes in costs and revenues increased by 10.47% do not affect the project. and decreased by 9.00%, that is, the project is not sensitive to these changes.

Finally, it is concluded that the project is feasible because of the positive results obtained in each of the studies carried out; guaranteeing the investor a good profitability, so it is recommended to implement the project to help the economic development of the city of Loja.

c) INTRODUCCIÓN

El presente proyecto tiene como principal propósito determinar la viabilidad técnica, operativa y rentable de la implementación de una empresa de elaboración y comercialización de jalea de fresa en la ciudad de Loja. La siguiente investigación se realizó con la finalidad de aprovechar la oportunidad de negocio que puede brindar la utilización de productos agrícolas que son comunes en su comercialización como base para su transformación generando nuevos productos, permitiendo generar emprendimientos y por ende crear fuentes de trabajo.

En este proyecto se pretende la creación y desarrollo de una empresa rentable que logre ajustarse a las necesidades específicas de las familias lojanas en el ámbito económico, sobrepasando la propuesta de la competencia.

Para demostrar la factibilidad del presente trabajo de titulación, se encuentra estructurado de la siguiente manera:

Título el mismo que comprende la razón de ser del presente proyecto de investigación es decir **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JALEA DE FRESA EN LA CIUDAD DE LOJA”**; el **Resumen**, el mismo que indica los aspectos principales del proceso investigativo, en idioma español e inglés; la **Introducción**, aquí se hace la presentación del trabajo señalando la importancia del tema, la estructura en la que se refleja todo el trabajo de tesis, seguidamente se encuentra **la revisión de literatura**, donde se describen los aspectos relacionados al tema como son la historia de la fresa, origen, propiedades, así como también temas que abarcan todo lo relacionado con proyectos de inversión, que nos proporcionaron información clara y oportuna para el desarrollo adecuado del proyecto.

Dentro de la metodología utilizada, tenemos los **materiales y métodos**, instrumentos que permitió recopilar, analizar, sintetizar y determinar los resultados obtenidos mediante el uso de técnicas como la encuesta y entrevista y la utilización de diferentes materiales que nos ayudaron a complementar el trabajo investigativo.

Además, fue importante la elaboración de la **discusión**, en la cual se desarrollaron cuatro estudios que en conjunto facilitaron determinar la factibilidad de inversión del proyecto, a través de: **estudio de mercado**, el cual contiene el análisis de las demandas, ofertas, demanda insatisfecha así como también el plan de comercialización más idóneo para la empresa; **el estudio técnico**, el cual contiene la capacidad instalada y utilizada, tamaño y localización de la planta y los requerimientos técnicos necesarios para la producción; **el estudio legal y administrativo**, donde consta la organización legal y estructura administrativa de la empresa, se establece el nombre de la misma y se elabora los organigramas y manual de funciones donde consta el cargo y funciones que debe desempeñar cada miembro en la empresa y el **estudio financiero**, donde se establecen en detalle los presupuestos generales, se calcula la inversión inicial del proyecto, para luego realizarla evaluación financiera donde establecemos el VAN, PRC, TIR, RBC y el análisis de sensibilidad con el incremento en los costos y la disminución en los ingresos.

Conclusiones y recomendaciones, en las que realizo una síntesis de los aspectos más relevantes del proyecto, donde fue posible dar solución a problemas encontrados en el presente estudio.

La **bibliografía**, donde se encuentran inmersas todas las fuentes de información que se utilizaron en el desarrollo del trabajo investigativo y los **anexos**, documentos complementarios que aportaron al entendimiento de los contenidos.

Finalmente encontramos un **índice**, el cual permite al lector guiarse en los diferentes contenidos del proyecto.

d) REVISIÓN DE LITERATURA

1. MARCO REFERENCIAL

Para la elaboración de este el proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de jalea de fresa en la ciudad de Loja, se ha tomado como referencia las siguientes tesis tituladas:

“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE DESARROLLE LA COMERCIALIZACION DE FRUTAS PREPARADAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL” dirigida por Eco. Pedro Gando Canarte de la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS.**

El presente proyecto realiza un análisis de la viabilidad de la inversión para la creación de una empresa que desarrolle la comercialización de frutas preparadas en la ciudad de Guayaquil, partiendo de la hipótesis de que actualmente se está evidenciando un crecimiento inusual en este sector de servicios debido al cambio en las preferencias del público en la industria de alimentos rápidos. Se diseñaron las estrategias de comercialización, segmentos de mercado, precios, estrategias de mercadotecnia necesarias para la comercialización de frutas preparadas en el mercado.

Este proyecto tiene una semejanza con mi estudio de factibilidad tanto en la creación de la empresa como también cómo se desarrolla la comercialización del mismo como se debe hacer y cómo se debe presentar el producto al público y de acuerdo con ello la aceptación del mismo obteniendo del mismo estrategias para desarrollarlo.

“PROYECTO DE INVERSION PARA LA ELABORACION Y COMERCIALIZACION DE UN DULCE A BASE DE FRUTAS NO TRADICIONALES EN EL MERCADO DE GUAYAQUIL” dirigida por Ing. Oscar Mendoza de la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS.**

Este proyecto se dedicará especialmente a la elaboración de dulce de frutas no tradicionales; las frutas con las cuales se realiza dicho dulce son: la grosella, el níspero, el taxo, uvilla y kiwi. Este dulce de fruta no tradicional es un producto nuevo en el mercado, pero estamos seguros que tendrá una gran aceptación en la ciudad de Guayaquil, a nivel nacional y posteriormente a nivel internacional.

Este proyecto permitirá que los pobladores de la zona inicien una nueva actividad económica - productiva con el cultivo de frutas y su procesamiento demostrando el gran potencial nutricional de las frutas.

En este proyecto me ayuda en si como es la elaboración y valoración nutricional el producto y como sería el mercado del mismo, permite identificar los elementos que se deben tomar en cuenta no sólo en la evaluación del proyecto de inversión, sino en la estrategia de construcción y operación de la unidad económica que se analiza.

“ESTUDIO DE MERCADO PARA LA ELABORACIÓN DE MERMELADAS ARTESANALES EN LA MICROEMPRESA MERMECO” dirigida Lcda. Anne Marie Liere de Godoy, Msc. **DE LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA, FACULTAD DE CIENCIAS QUIMICAS Y FARMACIA**

MERMECO (Mermeladas y Conservas) nació de un proyecto de la cooperativa española que se dedica a promover a los microempresarios guatemaltecos, ellos brindan

la asesoría desde la concepción de una idea y la finalizan cuando ya se tiene el producto o servicio para la venta. La empresa se dedicará a la elaboración y comercialización de mermeladas, es por ello que necesitan un estudio de mercado para introducir su novedoso y delicioso producto.

El canal de distribución establecido para dar un precio competitivo en el mercado actual es el siguiente: Productor → Detallista → Consumidor Final.

Por medio del estudio de mercado se diseñó la imagen del producto y se establecieron las estrategias competitivas y de comercialización adecuadas para la introducción de las mermeladas al mercado objetivo. Así como un análisis de los competidores directos e indirectos que existen actualmente en el mercado.

Las mermeladas se diferencian de las jaleas por que contienen un alto nivel de viscosidad es decir son más espesas y contienen trozos de frutas. MERMECO” (Mermeladas y Conservas), rompe con el esquema común de este tipo de productos, ya que ofrece una combinación de sabores de frutas sin aditivos, ni preservantes químicos, brindándole al consumidor un producto sano y delicioso con un alto contenido de vitaminas. Para la preparación de las mermeladas se utilizarán frutas que no han sido explotadas dentro del mercado actual.

La empresa cubrirá un nicho mercado que aún no ha sido completamente satisfecho el cual está en crecimiento continuo (personas que se preocupan por cuidar de su salud), representando a su vez una buena alternativa de negocio.

Este estudio plantea en si una asesoría como crear una microempresa y con ello la elaboración y comercialización del producto y como se lo debe introducir en el mercado, como también cuales debería ser los canales de distribución para el producto a

ofrecer, planteando estrategias, alternativas y con ello ver el mercado competitivo donde nos encontramos.

MICROEMPRESARIADO

FÁBRICA DE MERMELADAS ARTESANALES El presente informe detalla un proyecto de inversión para la apertura de una fábrica de dulces y mermeladas artesanales, donde se fabricarán productos con frutas estacionales: durazno e higo (primavera-verano), cayote y membrillo (otoño- invierno). Esto fue pensado así para que la materia prima se pueda conseguir sin problemas de abastecimiento y optimizando los costos. Dichos productos se venderán al público en presentaciones individuales de 500 gr.

Para el inicio de este emprendimiento, se necesitará dos personas capacitadas para tal fin: un oficial y su ayudante. Es recomendable que ambos conozcan del oficio para poder alcanzar los objetivos de producción planteados sin mayores inconvenientes.

En base a un estudio de costos de producción, se analizó el punto de equilibrio, determinando que es necesario alcanzar un volumen de ventas de 2.483 frascos de 500 gr/mes para cubrir todos los costos operativos de la fábrica, tanto fijos como variables. La producción mensual en la fábrica asciende a 3.000 frascos de 500 gr/mes, por lo tanto, los costos operativos de la fábrica serán cubiertos en su totalidad.

La inversión inicial del proyecto asciende a \$ 31.840 y contempla la adquisición de maquinaria y capital de trabajo para 15 días de funcionamiento.

Teniendo en cuenta estos aspectos mencionados se confeccionó el flujo de fondos proyectado a 48 meses (4 años). La inversión se recupera al término de 2 años y 1 mes aproximadamente, alcanzando un VAN = \$ 17.329,4 y una TIR del 44,65 % (para una tasa de corte del 25%).

PLAN DE EMPRESA PARA UNA PRODUCTORA DE MERMELADA A BASE DE VERDURAS. Dirigida por Paola Suarez Bocanegra. Se realizará a continuación un plan de negocios que mostrara unos costos y finanzas que darán una visión amplificada de la inversión y gastos por medio de un estudio de mercados muy específico, un estudio técnico con los planos y manuales de procesos de la empresa, un estudio administrativo y el estudio financiero con los pasos a seguir, esto se consolidará por medio de un préstamo a largo plazo el cual se obtendrá en finagro, con el fin de realizar todo el montaje real de este proyecto por el cual se distribuirá en un futuro el producto en altas superficies como son el éxito, Carrefour, entre otros supermercados. Este plan es importante para nosotros ya que lo que se quiere es llegar a suplir necesidades alimentarias que son de gran importancia para nuestro país, además, ayudara a muchas familias ya que creara oportunidades de empleo, también serán de bajo costo y sobre todo porque es un producto innovador.

ARTICULO CIENTIFICO JALEAS DE FRESA SERIE DE PROCESAMIENTO DE ALIMENTOS PARA EMPRESARIOS. Esta publicación incluye definiciones para productos estándar, ayuda para el cálculo de las cantidades de ingredientes requeridas para su producción exitosa y sugerencias para asegurar la calidad de los productos.

En este artículo científico me ayuda en si a saber el proceso productivo y la diferencia entre lo que es mermelada y jalea.

“DESARROLLO DE UNA TECNOLOGÍA ADECUADA PARA LA ELABORACIÓN DE MERMELADA DIETÉTICA DE FRESA (*Fragaria vesca*) CON LA UTILIZACIÓN DE SUCRALOSA PARA PERSONAS CON RESTRICCIONES ALIMENTARIAS” En este proyecto de investigación se realizó un estudio enfocado a la elaboración de un nuevo producto, utilizando como materia prima a la fresa y la sucralosa. Este producto se elaboró con el fin de que sea un alimento bajo en calorías y excelentes características organolépticas, que sea apto para todas las personas que restringen su alimentación por alguna u otra razón. Para el desarrollo de la tecnología se tomó en cuenta dos factores principales: Relación pulpa jarabe de sucralosa, porcentaje de pectina

**La Fresa
Gráfico N° 1**



Fuente: Investigación Bibliográfica
Elaborado por: La Autora

1.1. Origen

La fresa que se conoce actualmente fue introducida en Europa por los primeros colonos de Virginia (Estados Unidos). Con la llegada de la fresa de Virginia en el siglo XIX, se obtuvieron nuevas variedades que ganaron en tamaño y perdieron en sabor. Hoy en día,

sin embargo, las más comercializadas son fresas de cultivo intensivo que con la ayuda de invernaderos consiguen tener presencia todo el año en el mercado. Los principales países productores son: Italia, Israel y Estados Unidos. Las fresas crecen en una planta que pertenece a la familia de las Rosáceas y al género *Fragaria*. Esta familia incluye más de 2,000 especies de plantas herbáceas, arbustos y árboles distribuidos por las regiones templadas de todo el mundo. Variedades en todo el mundo: reina de los valles, camarosa, tudla, Oso grande, cartuno, carisma, irwing, pájaro, selva. De las cuales camarosa y chandler son adecuadas para la producción de mermelada, jaleas, conservas.

1.2.Composición nutricional de la fresa

Buena fuente de vitamina C, ácido cítrico, ácido salicílico, ácido málico y oxálico, potasio. Contiene vitamina E en menor proporción. (EROSKI, 2003, pág. 1)

Composición nutricional

Composición alimenticia por 100 gramos de porción comestible de fresa

Gráfico #2

Calorías	34.5
Hidratos de carbono (g)	7
Fibra (g)	2.2
Potasio (mg)	150
Magnesio (mg)	13
Calcio (mg)	30
Vitamina C (mg)	60
Folatos (mcg)	62
Vitamina E (mg)	0.2

mcg = microgramos

Fuente: www.frutas.consumer.es/documentos/frescas/fresa/intro.php. Pág. 1.

1.3.Elaborados de la Fresa

La fresa es uno de los frutos altamente apreciados en el mundo por su sabor y por su riqueza en vitaminas y minerales; además es un producto que tiene una amplia posibilidad de utilización industrial en la obtención de diferentes productos como mermeladas, purés, concentrados, jaleas, helados, etc. (EROSKI, 2003, pág. 1)

Gráfico #3

PRODUCTOS ELABORADOS DE LA FRESA



Fuente: Internet

Elaborado por: La Autora

El Ecuador produce anualmente alrededor de 30.000 toneladas métricas de fresas. El 60 por ciento de tal volumen es para el consumo nacional en fruta fresca o procesada en frescos, helados, yogur y mermeladas. El resto se exporta a Estados Unidos, España y los países Bajos.

El precio en el mercado y el rojo intenso convierten a la fresa en una fruta seductora. Esta apariencia cautivó a los agricultores de las provincias de la Sierra centro, al norte de Pichincha, parte del Azuay e Imbabura, para transformar sus campos en los reductos de esta fruta gruesa, brillante y de apariencia fresca.

El clima benigno, entre los 1.200 y 2.700 metros de altura, favorece, el cultivo, aunque el cambio climático de los últimos meses causó escasez en el mercado, por la falta de maduración oportuna. Sin embargo, empieza a normalizarse. En el 2003 hubo 125 hectáreas sembradas y ahora están 250 hectáreas.

La producción de fresas en el país y en la provincia de Tungurahua se ha incrementado, inclusive se conoce que técnicos del Consejo provincial de esta provincia han iniciado la difusión de su cultivo. En la actualidad se comercializa muy bien este producto en dos cadenas grandes como son Supermaxi y Mi comisariato, en donde la fruta es altamente demandada.

Se conoce que la tendencia del cultivo es creciente entre un 20 y 30 por ciento anual, debido a que el cultivo es de fácil manejo y ocupa la mano de obra familiar. La fresa, se puede cosechar bajo invernadero a 3.000 metros de altitud, con buenos resultados.

El inconveniente es que en el país no hay plantaciones extensivas para la exportación. Los agricultores siembran en terrenos de 1.000 metros a una hectárea. Pero el precio de

la tarrina de 500 gramos está entre 60 y 80 centavos, mientras que en los supermercados está en 1.30 dólares. (COMERCIO, 2007)

2. BASES TEORICAS:

2.1 Proyecto:

(Baca, 2010, pág. 2) Dice “un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver” (pág. 2)

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

2.2 Proyecto de inversión

(Pasaca, 2017, pág. 15) “Es un conjunto de informaciones que permite tomar decisiones adecuadas para la asignación de Recursos (Humanos, Materiales, Económicos) a una determinada actividad productiva que asegure una rentabilidad mayor que: la Tasa de Interés de Oportunidad (TIO), el Costo de Oportunidad de la Inversión (COI), o el Costo del Capital (CK); todo esto en el marco del respeto a la sociedad, la naturaleza y el ser humano”.

2.3 Evaluación de proyectos de inversión

(Baca, 2010, pág. 2) Dice “tiene por objeto conocer su rentabilidad económica y social, de tal manera que asegure resolver una necesidad humana en forma eficiente, segura y rentable.”

2.4 Importancia:

(Sapag, 2008, pág. 2), El proyecto surge como respuesta a una “idea” que busca la solución de un problema (reemplazo de tecnología obsoleta, abandono de una línea de productos) o la manera de aprovechar una oportunidad de negocio. Ésta por lo general corresponde a la solución de un problema de terceros.

2.5 Etapas del proyecto de inversión:

2.5.1 Estudio de mercado

2.5.1.1 Definición de estudio de mercado

(Baca, 2010, pág. 7) dice: “El estudio de mercado se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de precios y el estudio de comercialización.”

Partiendo de la definición del autor el estudio de mercado es de gran importancia este en el proyecto ya que a través de él se puede conocer si existe demanda insatisfecha del producto o servicio que se va a ofertar, así como también se establece la posible competencia y la forma como va a comercializarse el producto.

1.5.1.2 Importancia del estudio de mercado

(RANDALL Geoffreyl, 2003) Un estudio de mercado sirve para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. Adicionalmente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente.

1.5.1.3 Estructura del análisis

Para poder realizar un buen estudio de mercado, es importante estructurar el estudio en base al siguiente esquema operativo.

1.5.1.4 Mercado

2.5.1.5 Definición de mercado

(Baca, 2010, pág. 7), dice: “Es el conjunto de demandantes y ofertantes que se interrelacionan para el intercambio de un bien o servicio en un área determinada. Esa concurrencia puede ser de forma directa o indirecta.”

Se puede decir según el criterio del autor que el mercado es un lugar donde existen ofertantes y demandantes con cualquier producto o servicio para satisfacer las necesidades del consumidor a una población.

2.5.1.6 Segmento de mercado

(Baca, 2010, pág. 12), expresan: “Los compradores de cualquier mercado difieren en sus deseos, recursos, ubicaciones actitudes y prácticas de compra. A través de la segmentación de mercado, las empresas dividen los mercados grandes en y

heterogéneos en segmentos a los que se puede llegar de manera más eficiente con el producto o servicio.”

El segmento de mercado es la división del mercado de acuerdo a las necesidades del cliente o en función del de las características del producto o servicio que se ofrecerá en el mercado.

2.5.1.7 Demanda

2.5.1.7.1 Definición de demanda

(Baca, 2010, pág. 15) dice: “El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

Según el concepto antes mencionado, la demanda es el elemento más importante del estudio de mercado ya que de esta manera, a través del análisis se puede determinar qué cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

2.5.1.8 Oferta

2.5.1.8.1 Definición de oferta

(Cordova, 2011, pág. 72), expresa: “La oferta es una relación que muestra las cantidades de una mercancía que los vendedores estarían dispuestos a ofrecer para cada precio disponible durante un período de tiempo dado si todo lo demás permanece constante”.

Partiendo de este concepto la oferta es considerada como la competencia en el mercado actual. La oferta determina las disposiciones del mercado de un bien o servicio, este producto debe ser identificado como diferente a la de la competencia para que tenga mayor acogida y participación en el mercado.

2.5.1.9 Producto

2.5.1.9.1 Definición de producto

(Cordova, 2011, pág. 56), manifiesta: “Es la concretización del bien, cualquier cosa que pueda ofrecerse para satisfacer una necesidad o deseo. Abarca objetos físicos, servicios, lugares, organizaciones e ideas.”

Se puede concluir que el producto es el resultado de los procesos productivos y el cual debe cumplir con una serie de normas necesarias e indispensables para que este pueda ofrecerse en el mercado. Es el bien que luego de ser procesado se va a ofrecer al mercado y satisface la necesidad de una persona.

2.5.1.10.Precio

2.5.1.10.1 Definición de precio

(Philip Kotler & Armstrong Gary, 2013, pág. 257), Afirma: “Es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. El precio ha sido el principal factor que afecta a la elección del comprador y el elemento más importante que determina la participación del mercado y la rentabilidad de una empresa.”.

La determinación del precio es muy importante al momento de introducir un producto en mercado se debe realizar un previo análisis de nuestros competidores; es

fundamental dentro del proceso de decisión de compra venta de un producto porque así la empresa logra ofrecer su bien en el mercado a un precio que le permitirá obtener beneficios.

Es el bien que luego de ser procesado se va a ofrecer al mercado y satisface la necesidad de una persona.

2.5.1.11 Comercialización

2.5.1.11.1 Definición de comercialización

(Baca, 2010, pág. 48) dice: “La comercialización es la actividad que permite al producto hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”.

La comercialización es el movimiento de bienes y servicios en el tiempo y lugar determinado, en la cual se debe determinar la fijación de precio y las medidas de promoción para el producto o servicio ya que de esta manera el bien o servicio llegara a las manos del consumidor final satisfaciendo sus necesidades.

2.5.1.11.2 Plan de comercialización

El propósito del plan de comercialización es de prevenir a la empresa acerca de suposición actual y futura, puesto que los alcances de hoy y sus planes para el futuro depende de juicios anticipados de las condiciones del mercado.

La comercialización es un instrumento de la dirección de empresas que suministra a los medios para diseñar y vender el producto aprovechando los recursos de la empresa.

El plan de comercialización está elaborado en base a:

- Producto
- Precio

- Plaza
- Promoción y
- Posventa

2.5.1.11.3 Canales de distribución

(Baca, 2010, pág. 49) afirma: “Un canal de distribución es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los comercializadores finales, aunque se detiene en varios puntos de esa trayectoria, existe un pago o transacción, además de un intercambio de información.”

Al criterio del autor determinamos que los canales de distribución son aquellos caminos por donde el producto o servicio va a caminar para llegar hasta el consumidor final.

2.5.2 Estudio técnico

2.5.2.1 Definición de estudio técnico

(Sapag, 2008, pág. 23), El objetivo del estudio técnico es netamente financiero. Es decir, calcula los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto

La ingeniería o estudio técnico del proyecto se refiere a aquella parte del estudio que determina los aspectos importantes para la ejecución del proyecto como determinar el tamaño de proyecto y localización procesos productivos, la maquinaria a utilizarse, estructuración de las obras civiles relacionadas con la infraestructura física, servicios básicos, que se requieren para la correcta realización del proyecto, así como los costos y gastos de producción.

2.5.2.1.1 Tamaño del proyecto

(Pasaca, 2017, pág. 55) Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto de que se trate, refiere a la capacidad Instalada y se mide en unidades producidas por año.

El tamaño del proyecto se define como la capacidad de producción del producto o servicio para que este satisfaga las necesidades de consumo de una población.

2.5.2.1.2 Capacidad instalada

(Pasaca, 2017, pág. 56) Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un período de tiempo determinado.

2.5.2.1.2 Capacidad utilizada

(Pasaca, 2017, pág. 56), Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un período determinado.

2.5.2.1.4 Localización del proyecto

La localización consiste en la selección de alternativas posibles y específicas del lugar donde se implantará la nueva unidad con el fin de buscar la mejor ubicación más factible para iniciar con la actividad productiva.

2.5.2.1.4.1 Macro localización

(Pasaca, 2017, pág. 58) Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional o internacional. Para su presentación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos. La macro localización trata de definir la región o territorio donde se ubicará el proyecto, negocio o unidad productiva en términos generales de espacio o zona.

2.5.2.1.4.2 Micro localización

(Pasaca Mora, 2017, pág. 58) En este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica (planos urbanista), se indica el lugar exacto en el cual se implementará la empresa dentro de un mercado local.

La micro localización consiste en implantar las condiciones específicas o particulares que permitan fácilmente establecer el lugar donde va a tener efecto el desarrollo del proyecto o negocio. Tomando en cuenta los factores de: ubicación del mercado, fuentes de materia prima, mano de obra, facilidades de transporte y de comunicación, servicios básicos entre otros.

2.5.2.1.5 Ingeniería del proyecto

(Pasaca, 2017, pág. 60) Esta parte del estudio tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa.

Lo que se puede argumentar con respecto al criterio del autor es que la ingeniería del proyecto es la determinación de la producción en función a procesos, equipos y

maquinaria, para de esta forma adecuar el lugar de acuerdo a las necesidades de la fabricación y así garantizar el funcionamiento adecuado y eficiente en la producción de un bien o servicio.

2.5.2.1.5.1 Proceso productivo

El proceso productivo es la dinámica de todos y cada uno de los recursos de que dispone la producción, los mismos que deben ser ordenados, calculados, registrados y contabilizados adecuadamente y para conseguir así una eficiencia y ahorro de tiempo en las actividades así como también el desperdicio de materia prima.

2.5.2.1.5.2 Tecnología

(Pasaca Mora, 2017, pág. 60) Consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuado a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde con los niveles de producción esperados, de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer. Para su determinación es punto clave la información sobre la demanda insatisfecha y su porcentaje de cobertura.

La tecnología es el conjunto de conocimientos técnicos, equipos y procesos que se emplean para obtener el bien o para prestar el servicio, y de esta manera satisfacer las necesidades del consumidor.

2.5.2.1.5.3. Distribución de la planta

(Pasaca Mora, 2017, pág. 63) La distribución del área física, así como de la maquinaria y equipo debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajo Globalidad.

La distribución de la planta debe tener las mejores condiciones adecuadas a las necesidades del talento humano que va a laborar en la empresa, de esta manera permitirá operaciones de seguridad y bienestar.

2.5.2.1.5.4 Diseño del producto

(Pasaca, 2017, pág. 65), El producto originario del proyecto debe ser diseñado de tal forma que reúne todas las características que el consumidor o usuario desea en el para lograr una completa satisfacción de su necesidad.

2.5.2.1.5.5 Flujograma de proceso

(Pasaca, 2017, pág. 66), Constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada una de las actividades de que consta el proceso de producción

2.5.2.1.5.6 Infraestructura física

(Pasaca, 2017, pág. 63), Se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa.

2.5.2.1.5.7 Proceso de producción

Según(Pasaca, 2017, pág. 65), se describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generará el servicio, es importante indicar cada una de las fases del proceso aunque no al detalle, pues en muchos casos aquello constituye información confidencial para manejo interno.

2.5.3 Estudio administrativo

2.5.3.1 Estructura legal

(Cordova, 2011, pág. 165); afirma: “Es el andar jurídico que regula las relaciones de los diferentes miembros de la organización, las cuales deben estar enmarcadas en la Constitución y la Ley.”

2.5.3.2 Definición misión

(Philip Kotler & Armstrong Gary, 2013, pág. 39); Afirma: “Es una declaración del propósito de la organización, lo que desea lograr en el entorno más amplio. Una clara declaración de la misión funciona como una “mano invisible” que guía a las personas de la organización.”

2.5.3.3 Definición visión

(Cordova, 2011, pág. 163); Define: La visión es inherente a la alta dirección, define el conjunto de enfoque holístico de la empresa, es la expresión formal de cómo la empresa “ve” su realidad futura en el más alto nivel.”

La visión podrá responder a:

- Misión social (si la tuviera)
- Valores éticos compartidos de la organización
- Cómo será la organización en 5 ó 10 años
- Integración vertical y extensión horizontal

2.5.3.3 Definición valores

Los valores son aquellos juicios éticos sobre situaciones imaginarias o reales a los cuales nos sentimos más inclinados por su grado de utilidad personal y social.

Los valores de la empresa son los pilares más importantes de cualquier organización. Con ellos en realidad se define a sí misma, porque los valores de una organización son los valores de sus miembros, y especialmente los de sus dirigentes.”

2.5.3.4 Definición objetivos

(Cordova, 2011, pág. 163) manifiesta: “Se refiere a un resultado que se desea o necesita lograr dentro de un período de tiempo específico. Los objetivos estarán relacionados con: Estrategias, Planes de acción, Presupuesto.”

2.5.3.5 Definición políticas

Al igual que la estrategia, la política empresarial proporciona la orientación precisa para que los ejecutivos y mandos intermedios elaboren planes concretos de acción que permitan alcanzar los objetivos.”

2.5.3.6 Definición organigrama estructural

(Franklin, 2009, pág. 124) dice: “El organigrama es la representación gráfica de la estructura organizacional de las instituciones o de una de sus áreas, en la que se muestra la composición de las unidades administrativas que se la integran, sus relaciones, nivel jerárquico, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría.”

2.5.3.7 Definición manual administrativo

(Franklin, 2009, pág. 244) expresa: “El manual administrativo son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación para registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática tanto la información de una organización (antecedentes, legislación estructura, objetivos, políticas, sistemas, procedimientos, elementos de calidad), como las instrucciones y lineamientos necesarios para que desempeñen mejor sus tareas.”

2.5.4 Estudio económico - financiero

El estudio Económico-Financiero recoge la información elaborada de los estudios de mercado y técnico, lo que permite identificar elementos tales como: costos de Inversión, costos de operación, ingresos. Estos elementos son finalmente transformados mediante este estudio en valores.

2.5.4.1 Estudio Financiero:

2.5.4.1.1 Definición De Estudio Financiero

(Baca, 2010, pág. 138); afirma: “El estudio financiero es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica”.

El Estudio Financiero en el proyecto es muy importante ya que de esta manera se determina el nivel de factibilidad de la nueva unidad productiva en determinado tiempo, el estudio económico sirve de base para evaluación económica y el análisis e interpretación de datos.

2.5.4.1.2 Ingresos

(Sarmiento, 2010, pág. 36); dice: “Son todos los ingresos monetarios los que van a estar en función de la empresa y su estructura.”

2.5.4.1.2 Gastos

(Sarmiento, 2010, pág. 13) Está relacionado directamente con los departamentos de administración y ventas y con los servicios financieros, en consecuencia, es un valor no recuperable ni inventariable.

2.5.4.1.3 Mano de obra

(Sarmiento, 2010, pág. 13) afirma: “Es la fuerza de trabajo humano incorporado en el producto, es decir el que elaboran los trabajadores en el proceso de producción, sea su trabajo manual o tecnificado y apoyan directamente en la transformación de productos.”

2.5.4.1.4 Materia prima

(Sarmiento, 2010, pág. 13) dice: “Constituye el elemento básico sometido a un proceso de transformación de forma o de fondo con el propósito de obtener un producto terminado o semielaborado. Se caracteriza por ser fácilmente identificable y cuantificable en el producto fabricado, esto para el caso de empresas industriales.”

2.5.4.1.5 Costos indirectos de fabricación

(Sarmiento, 2010, pág. 14); Manifiesta: “Se considera a los costos y gastos necesarios que intervienen en la producción, pero que no fueron en los elementos anteriores como materia prima directa y mano de obra directa.”

2.5.4.1.6 Gastos operacionales

(Sarmiento, 2010, pág. 37) dice: “Son considerados los gastos realizados y necesarios para el normal desarrollo de la actividad empresarial considerando a estos gastos como los siguientes.”

2.5.4.1.7 Gastos administrativos

Son los costos que provienen de:

- c. Sueldos
- d. Beneficios sociales
- e. Suministros de oficina
- f. Servicios básicos
- g. Depreciaciones
- h. Amortizaciones

2.5.4.1.8 Gastos de Ventas

Son los costos y gastos de:

- a. Sueldos
- b. Beneficios sociales
- c. Gastos de movilización
- d. Comisiones de venta
- e. Publicidad y propaganda

2.5.4.1.9 Gastos no operacionales

(Sarmiento, 2010, pág. 38); manifiesta :Seclasifican, en:

2.5.4.1.9.1 Gastos financieros

Son considerados básicamente los gastos realizados por:

- a. Crédito a financieras
- b. Intereses por compras a crédito

2.5.4.1.9.2 Otros gastos

Se refiere a los gastos que no integran dentro de los grupos anteriores provenientes de:

- a. Comisiones pagadas
- b. Pérdida en ventas de activos fijos

2.5.4.1.10 Estados financieros

2.5.4.1.10.1 Balance general

(Mercedes Bravo, 2011, pág. 191)expresa: “Conocido también como Estado Financiero, Estado de Activos y Pasivos, que muestra el estado de la empresa o negocio, en una fecha dada.”

De acuerdo a lo expresado por la autora anteriormente se dice que el balance general es un estado financiero donde se ve reflejado los movimientos de la empresa en cuanto activos, pasivos y capital.

2.5.4.1.10.2 Estado de pérdidas y ganancias

(Mercedes Bravo, 2011, pág. 191) dice: “Denominado también estado de situación económica o de operaciones, se elabora al finalizar el período contable con el objeto de determinar la situación económica de la empresa.”

El estado de resultados es un documento importante en cualquier negocio ya que en este se ubican rubros por ingresos de ventas de productos o servicios, egresos o gastos realizados, y sus utilidades o ganancias luego de haber realizado actividades o movimientos.

2.5.4.1.10.3 Flujo de caja

(Mercedes Bravo, 2011, pág. 201) Manifiesta: “El flujo de caja se elabora al término de un ejercicio económico o período contable para evaluar con mayor objetividad la liquidez o solvencia de la empresa.”

El flujo de caja es un documento financiero muy importante en la empresa los cual refleja los movimientos de efectivo en cuanto a las actividades operativas, de inversión y financieras.

2.5.4.2 Estudio Económico

(Baca, 2010, pág. 8), el estudio económico tiene como objetivo sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar cuadros analíticos que sirven para la evaluación económica.

busca determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto también se ocupa de analizar las posibles fuentes de los recursos necesarios para realizar el proyecto y la forma en

que se aplicarán dentro del mismo, esto es, se analiza el origen y destino del financiamiento.

2.5.4.2.1 Activos fijo

(Fores Uribe, 2016, pág. 59) Es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta.

2.5.4.2.2 Activo diferido

(Fores Uribe, 2016, pág. 60) Son aquellos gastos pagados por anticipado y que no son susceptibles de ser recuperados, por la empresa, en ningún momento.

2.5.4.2.3 Capital de trabajo

(Fores Uribe, 2016, pág. 60) Es el fondo económico que utiliza la Empresa para seguir reinvertiendo y logrando utilidades para así mantener la operación corriente del negocio

2.5.4.2.4 Costos e ingresos

Según (Espinoza Guillermo, 2007, pág. 45) es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio.

2.5.4.2.5 Clasificación costos

Según (Espinoza Guillermo, 2007, pág. 48), los costos son:

- ✓ Costos fijos: Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de productos.

- ✓ Costos variables: Costo que incurre la empresa y guarda dependencia importante con los volúmenes de fabricación.

2.5.4.2.6 Amortización

(Raúl Coss Bu, 2005, pág. 397) Amortizar es distribuir el coste de una inversión como gasto a lo largo de los períodos en que esa inversión va a permitir obtener ingresos.

2.5.4.2.7 Depreciaciones

Según (Erossa Martin, 2004, pág. 127) las depreciaciones son la pérdida de valor que sufre un determinado activo como consecuencia del paso del tiempo o de un ajuste en la oferta y la demanda del mismo.

2.5.5 Evaluación Financiera

La evaluación financiera revisa la capacidad de pago del proyecto y se estudia la relación del proyecto y los recursos disponibles, con la capacidad de pago y las condiciones financieras del individuo, o empresa que realizará el proyecto de inversión.

2.5.5.1 Valor actual neto (VAN)

(Ortega Alfonso, 2010, pág. 243) Manifiesta: “Es el valor obtenido mediante la actualización de los flujos netos del proyecto. Cuando el Van es positivo el proyecto es factible, mientras que el Van negativo demuestra que el proyecto no es factible, y cuando el Van es cero es indiferente.”

$$VAN = \Sigma FNA - INVERSION$$

2.5.5.2 Tasa interna de retorno (TIR)

(Ortega Alfonso, 2010, pág. 242) Manifiesta: “Es la tasa de actualización que iguala al valor actual de los egresos totales de un proyecto en estudio.”

$$\text{Formula TIR} = T_m + D_t$$

2.5.5.3 Beneficio – Costo

(Ortega Alfonso, 2010, pág. 244)manifiesta: “Esla razón total del valor actual de los futuros ingresos entre la inversión inicial. Esta indica el beneficio que pueda tener cada uno de los productos a evaluar.”

$$R. B. C = \frac{INGRESOS ACTUALIZADOS}{EGRESOS ACTUALIZADOS}$$

2.5.5.4 Período de recuperación de la inversión

(Ortega Alfonso, 2010, pág. 243)Manifiesta: “Se define como el tiempo en el cual los beneficios o las utilidades futuras del proyecto cubren el monto de la inversión (generalmente medido en años).”

$$P. R. C = \text{AÑO QUE SUPERA LA INVERSION} + \frac{INVERSION - \varepsilon\text{PRIMEROS FLUJOS}}{\text{FLUJO NETO QUE SUPERA LA INVERSION}}$$

El período de recuperación de la inversión es considerado como un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo, permite anticipar los eventos en el corto plazo

2.5.5.5 Punto de equilibrio

(Sarmiento, 2010, pág. 69)Define: “El punto de equilibrio es la interacción o cruce entre los ingresos totales cuando son iguales a los costos totales (fijos y variables); en donde no existe perdida ni ganancia.”

2.5.5.6 Análisis de sensibilidad

(Sapag, 2008, pág. 398), Es un término financiero, muy utilizado en las empresas para tomar decisiones de inversión, que consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN al cambiar una variable.

$$\mathbf{DIFERENCIA DE TIR} = \mathbf{TIR DEL PROYECTO} - \mathbf{NUEVA TIR}$$

$$\% \mathbf{VARIACION} = \frac{\mathbf{DIFERENCIA DE TIR}}{\mathbf{TIR DEL PROYECTO}}$$

$$\mathbf{SENSIBILIDAD} = \frac{\% \mathbf{DE VARIACION}}{\mathbf{NUEVA TIR}}$$

e) MATERIALES Y MÉTODOS

Considerando que la validez de una investigación depende de la seguridad de los procedimientos utilizados, es necesario hacer una descripción concisa, pero completa, de los materiales, metodología y técnicas empleadas que permitieron interpretar los resultados de la investigación; para el desarrollo del presente trabajo investigativo se tomó en cuenta los materiales y métodos que a continuación se describen:

1. Materiales Utilizados: Suministros de oficina y equipos de oficina que se describen a continuación.

- Copias
- Papel bond
- Esfero gráfico
- Lápiz
- Borrador
- Calculadora
- Computadora
- Impresora
- Flash memory

2. Métodos

Para la realización del estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de jalea de fresa en la ciudad de Loja se desarrolló en las seis parroquias urbanas de la ciudad, la cual consta con 170 280 habitantes de acuerdo

al último censo de población y vivienda que se realizó en el 2010. Para el logro de los objetivos se utilizó dos métodos.

Método inductivo:

Se utilizó este método porque se realizó la investigación de mercado a una muestra de la población escogida luego se hizo la inferencia hacia toda la población de familias de la ciudad de Loja, también porque en cada parte de la elaboración del proyecto se determinó la factibilidad de mercado, técnico, organizacional, económico y financiero, para luego determinar la conclusión general.

Método deductivo:

Este método nos permitió determinar los hechos más importantes dentro del proceso investigativo, la utilización de este método fue necesario para establecer las pautas sobre el proyecto de investigación, como el análisis de factibilidad, técnico, y social, que afianzó la viabilidad de la investigación partiendo de criterios generales que se analizaron en resultados particulares y acciones establecidas. Además permitió realizar una descripción de cómo crear una empresa de producción y comercialización de jalea de fresa, hasta llegar a determinar la factibilidad de la implantación de la misma.

3. Técnicas de investigación

La observación: Permite constatar, establecer y destacar características e identificar hechos y problemas que se presentan en el ámbito comercial, en lo respecto a la competencia y como llevan a cabo sus actividades para con esto mejorar el servicio; así también para verificar los beneficios y servicios que ofrecerá la empresa en desarrollo.

La entrevista: Esta técnica se aplicará a los diferentes ofertantes de servicios iguales en la ciudad de Loja a través de una conversación profesional y preguntas dirigidas, con la finalidad de obtener información sobre el funcionamiento y misión empresarial; y así obtener una visión previa del problema, alternativas y acciones a seguir.

La encuesta: La encuesta va a estar dirigida a las 381 familias en la ciudad de Loja, para de esta manera conocer a través de la tabulación de resultados sus inquietudes como opiniones y así lograr los objetivos propuestos en esta investigación; conocer el posicionamiento que tendrá esta empresa en el mercado objeto de estudio, tomando como base de datos el número de familias en la ciudad de Loja.

4. PROCEDIMIENTO

ESTUDIO DE MERCADO: para la determinación de la demanda se aplicó 381 encuestas distribuidas en las seis parroquias urbanas de la ciudad de Loja, con lo cual se pudo determinar la demanda total, demanda real y demanda efectiva que posee este proyecto. Mientras que para la determinación de la oferta se realizó 20 entrevistas con preguntas dirigidas a propietarios de locales comerciales de jalea de fresa, con lo cual se pudo conocer la oferta existente en el mercado local. La información fue representada mediante cuadros y gráficos estadísticos con su respectivo análisis e interpretación.

Proceso de Muestreo

Para el proceso de muestreo se considerará la población objeto de estudio que en este caso son las familias de las seis parroquias urbanas de la ciudad de Loja y los ofertantes existentes en el mercado.

Para la población que se investigó se ha tomado en consideración trabajar con la fórmula estadística del muestreo probabilístico aleatorio ya que permite extraer una parte (o muestra) de la población o universo, de tal forma que todas las muestras posibles de tamaño fijo tengan la misma posibilidad de ser seleccionadas.

Puesto que el dato al que se hace referencia corresponde al año 2010 se hace necesario proyectar la población para los años de vida útil de la propuesta de inversión; en este caso 10 años a partir del año 0 aplicando la tasa de crecimiento determinada por el INEC para el período 2010 que es de 2.65%, se considera 4 miembros por familia siendo la población en 2017 un total de 204.492 habitantes en la ciudad de Loja y para el año 10 de vida del proyecto un total de 265.623.

CUADRO # 1

PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

	Año	Población total 2.65%	Población de familias
0	2017	204.492	51.123
1	2018	209.911	52.478
2	2019	215.473	53.868
3	2020	221.183	55.296
4	2021	227.045	56.761
5	2022	233.061	58.265
6	2023	234.237	59.809
7	2024	245.577	61.394
8	2025	252.085	63.021
9	2026	258.765	64.691
10	2027	265.623	66.406

FUENTE: INEC

ELABORACIÓN: El autor

Para calcular la proyección de la población se aplicó la siguiente fórmula:

$$P = \text{Población inicial} (1 + i)^n$$

$$P = 170.280 (1 + 0.0265)^{10} = 204.492$$

Cálculo de la Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se puede aplicar la siguiente fórmula finita:

Para el cálculo de tamaño de muestra cuando el universo es finito, es decir contable y la variable de tipo categórica, primero debe conocer "N" o sea el número total de casos esperados o que ha habido en años anteriores, para eso deben revisar los datos estadísticos. Si la población es finita, es decir conocemos el total de la población y deseásemos saber cuántos del total tendremos que estudiar la fórmula sería:

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

En donde:

n= Tamaño de muestra

N= Población Total

e= Error experimental

P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de fracaso

Z= Nivel de confianza

Desarrollo de la Fórmula

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

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 51123 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05)^2(51123-1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 51123 \times 0.25}{(0.0025)(51122) + 3.8416 \times 0.25}$$

$$n = \frac{49098.53}{127.81 + 0.9604}$$

$$n = \frac{49099}{128.77} = 381 \text{ Encuestas}$$

Para obtener el número de encuestas aplicadas se reemplazan los valores de la fórmula finita en donde el nivel de confianza es de 1.96, la población total es de 51.123 que son los habitantes de la ciudad de Loja, el valor de la probabilidad de éxito y fracaso es de 0.5 y el error experimental es de 0.05. Reemplazando todos estos valores y realizando las diferentes operaciones tenemos un total de 381 encuestas que se aplicaron en la ciudad de Loja.

ESTUDIO TÉCNICO: una vez elaborado el estudio de mercado se procedió a determinar la capacidad instalada y utilizada de la empresa para de esta manera determinar la participación en el mercado, además de realizar el análisis de la micro y macro localización de la empresa, así mismo se estableció el análisis de la ingeniería del proyecto para considerar aspectos como: el factor tecnológico, el proceso productivo, los flujogramas de procesos, entre otros.

ESTUDIO FINANCIERO: para realizar el estudio financiero se tomó en cuenta las proformas de los diferentes establecimientos comerciales, los cuales nos brindaran los materiales e insumos de producción para desarrollar el proyecto y de esta manera establecer el monto de inversión y la forma de financiamiento.

Para la realización de los presupuestos, se utilizó la normativa vigente del SRI aprobada en el 2017 en lo referente al Art. 28 – Reglamento para la aplicación de la Ley Orgánica de Régimen tributario Interno en donde nos dice: La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

- Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcazas y similares = 20 años y 5%
- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles = 10 años y 10%
- Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero = 5 años y 20%
- Equipos de cómputo y software = 3 años y 33%

EVALUACION FINANCIERA: Para determinar los diferentes indicadores de la evaluación financiera se tomó en cuenta los costos y gastos establecidos en el estudio financiero y así poder determinar la factibilidad del presente proyecto.

f) RESULTADOS

Encuesta realizada a los consumidores en la ciudad de Loja.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

1. ¿Consume en su familia fresa o sus derivados?

Cuadro #2: CONSUMO DE FRESA Y SUS DERIVADOS

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	369	97%
No	12	3%
Total	381	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 4



Análisis e interpretación: El 97% de los encuestados responden que, si han consumido en su familia fresa y sus derivados, y el 3% me manifestó que no; por lo cual se presenta una gran oportunidad para la implementación de nuestro producto en el mercado.

2. ¿Qué tipo de elaborados de fresa usted consume?

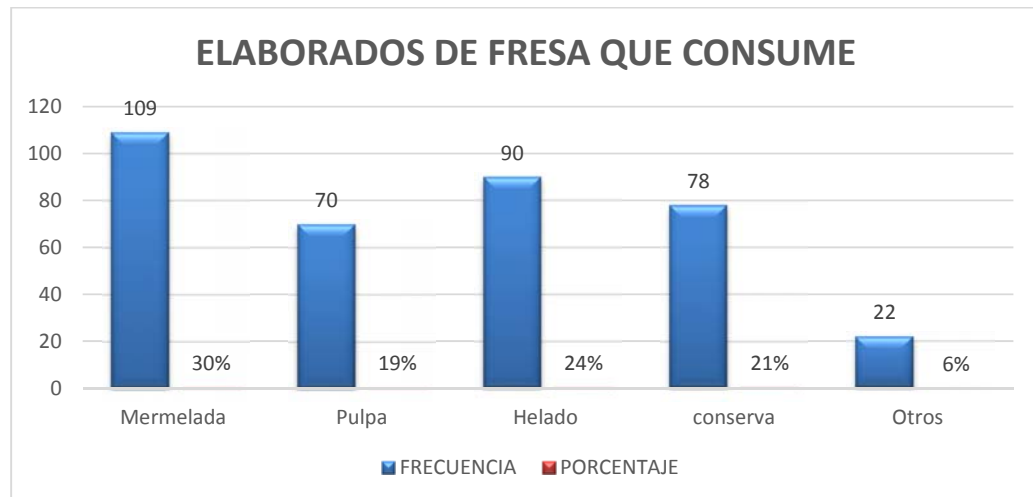
Cuadro #3: TIPO DE ELABORADOS DE FRESA

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Mermelada	109	30%
Pulpa	70	19%
Helado	90	24%
Conserva	78	21%
Otros	22	6%
Total	369	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 5



Análisis e interpretación: El 30% de los encuestados responde que consume mermelada, el 19% que consume pulpa, el 24% que consume helado, el 21% que consume conserva, mientras que solo el 6% del total consumen otro tipo de elaborados de fresa, por lo cual nos da entender que los derivados de fresa son de gran acogida en el mercado por lo cual representa una oportunidad para nuestro producto.

3. ¿Con qué frecuencia consume los elaborados de fresa?

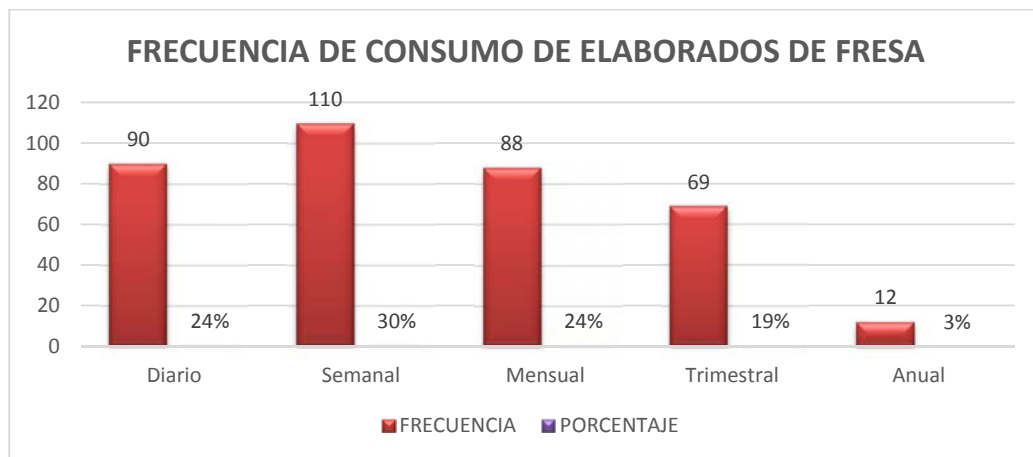
Cuadro #4: FRECUENCIA DE CONSUMO DE ELABORADOS DE FRESA

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Diario	90	24%
Semanal	110	30%
Mensual	88	24%
Trimestral	69	19%
Anual	12	3%
Total	369	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: La Autora

Gráfico Nro. 6



Análisis e interpretación: El 24% de los encuestados nos supo manifestar que lo adquiere diariamente, de acuerdo a la frecuencia como consumen el producto, el 30% de los encuestados lo adquiere en semanal, el 24% lo adquieren mensual, el 19% adquieren trimestralmente, mientras que solo el 3% del total de los encuestados nos supo manifestar que adquiere el producto anualmente, lo que nos da entender que a la población encuestada consume una buena frecuencia de consumo de productos de elaborados de fresa lo cual representa una gran oportunidad para la implementación de nuestro producto.

4. ¿Cuándo consume elaborados de fresa, en que cantidad lo hace mensualmente?

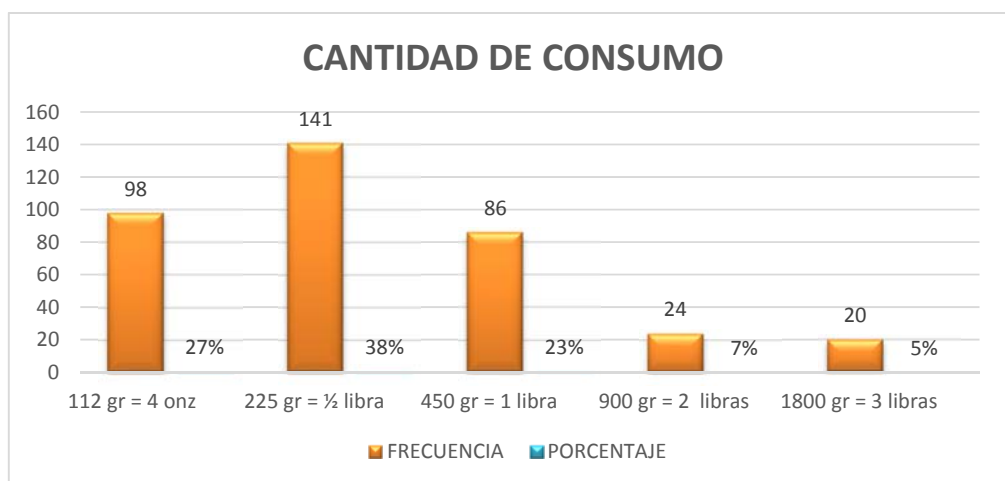
Cuadro #5: CANTIDAD DE CONSUMO

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
112 gr = 4 onz	98	27%
225 gr = ½ libra	141	38%
450 gr = 1 libra	86	23%
900 gr = 2 libras	24	7%
1800 gr = 3 libras	20	5%
Total	369	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: La Autora

Gráfico N °7



Análisis e interpretación: El 27% de los encuestados nos respondieron que cuando consumen elaborados de fresa lo hacen en presentaciones de 112 gr, el 38% lo ha consumido la presentación 225 gr, el 23% consume en 450 gr, el 7% los encuestados lo consumen en 900 gr, mientras que el 5% lo consume en presentaciones de 1800 gr, lo que nos da entender según los encuestados que el consumo de dulces tiene gran acogida y en buena cantidad lo que representa una oportunidad para la implementación de nuestro producto.

CONSUMO DE FRESA Y SUS DERIVADOS

Cuadro # 6

Frecuencia (xm)	Cantidad (f)	Consumo mensual en gramos f(xm)	Consumo al año en gramos (fxm.12)
112 gr = 4 onza	98	10976	131712
225 gr = ½ libra	141	31725	380700
450 gr = 1 libra	86	38700	464400
900 gr = 2 libras	24	21600	259200
1800 gr = 3 libras	20	36000	432000
Total	369	139001	1668012
FUENTE: Pregunta 4 encuesta ELABORACION: La Autora		Consumo promedio al año	4520,36

Para determinar el consumo promedio en gramos se aplica la siguiente formula:

$$X = \frac{\sum FXm}{F}$$

139001

$$X = \frac{\dots\dots\dots}{369} = 376,70$$

369

En donde:

X = Consumo Promedio mensual

F = Frecuencia

Xm = Punto medio

N = Universo

Σ = Sumatoria Total

El promedio mensual por familia es de 376,70 gramos de Jalea de fresa, por lo que el consumo anual será de 4.520,36 gramos de jalea de fresa.

5. ¿Dónde realiza usted la compra de estos elaborados de fresa?

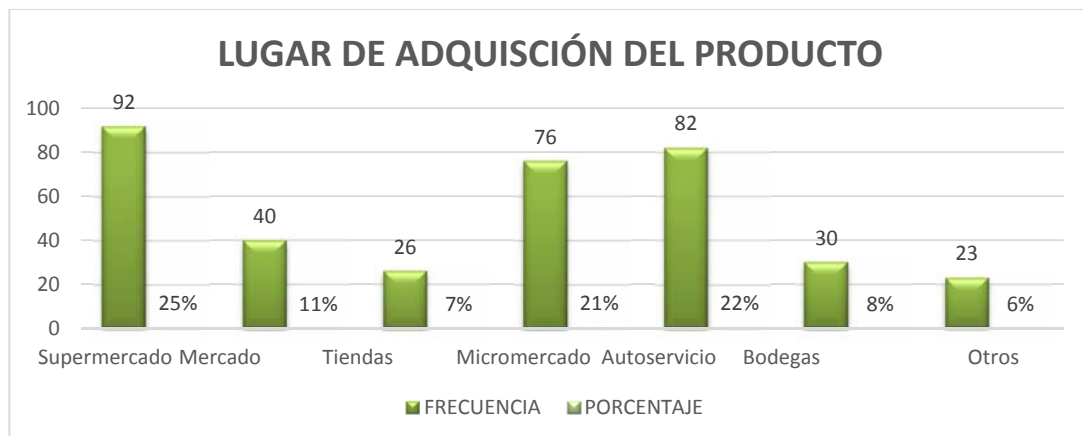
Cuadro #7: LUGAR DE ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO

Lugar	Frecuencia	Porcentaje
Supermercado	92	25%
Mercado	40	11%
Tiendas	26	7%
Micro mercado	76	21%
Autoservicio	82	22%
Bodegas	30	8%
Otros	23	6%
Total	369	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 8



Análisis e interpretación: El 25% nos supo manifestar que compran los derivados de fresa en los supermercados, el 11% lo compran en mercados, el 7% en tiendas, el 21% en micro mercados, el 22% lo compran en autoservicios, el 8% bodegas y el 6% lo hace en otros lugares. De esta manera se puede determinar que los puntos de venta a los que mayormente acudirán las familias a comprar el producto.

6. ¿A qué precio adquiere los 225 gr de elaborados de fresa?

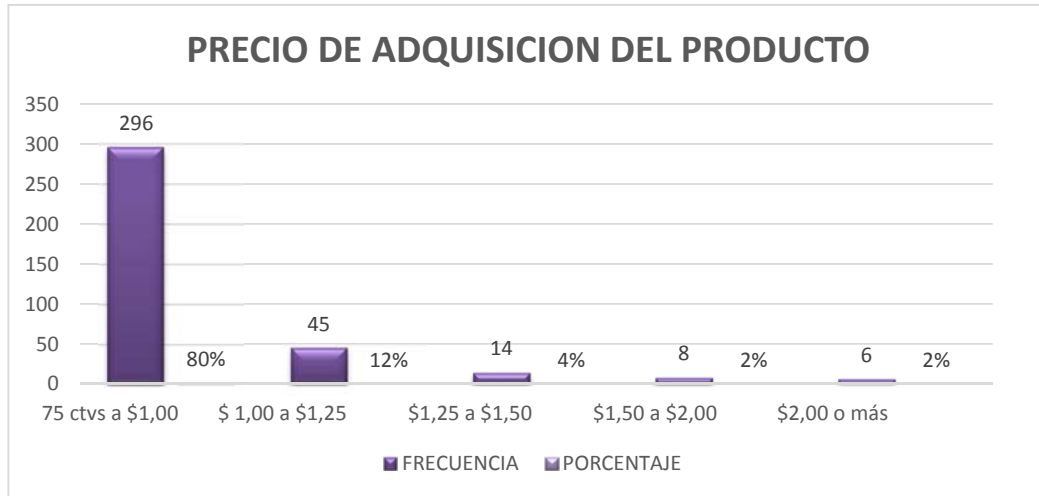
Cuadro #8: PRECIO DE ADQUISICION DEL PRODUCTO

Dólares	Precio promedio	Frecuencia	Porcentaje
75 ctvs. a \$1,00	\$ 0,88 Ctvs.	296	80%
\$ 1,00 a \$1,25	\$ 1,13 Ctvs.	45	12%
\$1,25 a \$1,50	\$ 1,38 Ctvs.	14	4%
\$1,50 a \$2,00	\$ 1,75 Ctvs.	8	2%
\$2,00 o más	\$ 2,50 Ctvs.	6	2%
Total		369	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: La Autora

Gráfico N°9



Análisis e interpretación: El 80% nos supo manifestar que estarían dispuestos a pagar por el producto a 75ctvs a \$1,00 dólar por la compra de este producto, el 12% paga un valor de \$1,00 a \$1,25, mientras que el 4% paga un valor de \$1,25 a \$1.50, el 2% paga un valor \$1.50 a \$2.00 y el 2% paga un valor de \$2,00 dólar o más por los elaborados de fresa.

7. ¿Ha consumido alguna vez en su familia jalea de fresa?

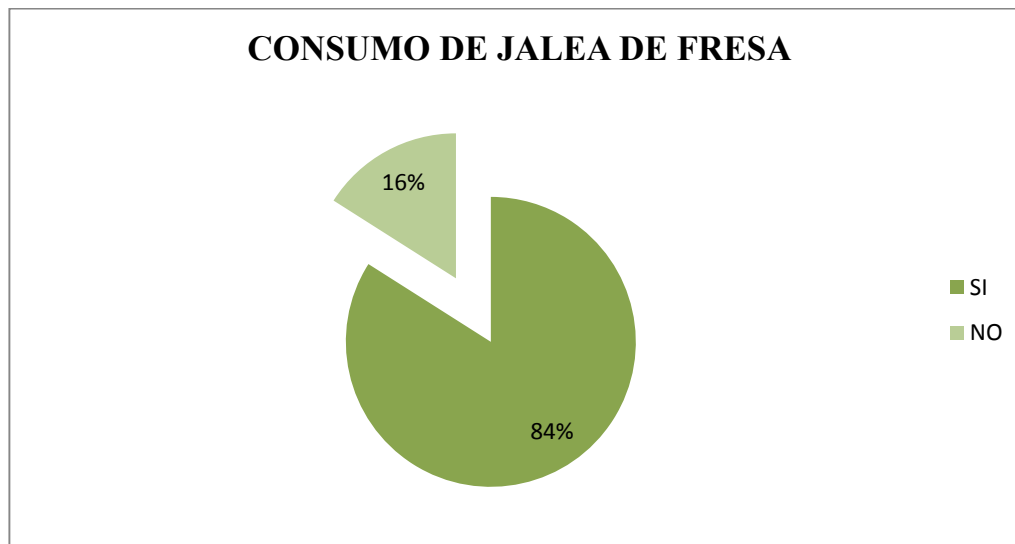
Cuadro #9: CONSUMO DE JALEA DE FRESA

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	310	84%
No	59	16%
Total	369	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: La Autora

Gráfico N°10



Análisis e interpretación: El 84% de los encuestados nos respondió que sí han consumido jalea de fresa, mientras que el 16% nos supo manifestar que no consumido, lo que nos da entender que nos hemos encaminado bien con el producto que hemos elegido para nuestro proyecto, debido a que el consumo de jalea de fresa es alto y es una buena oportunidad para entrar al mercado por la gran acogida que seguro va a tener este producto.

8. ¿En qué presentación ha consumido jalea de fresa?

Cuadro #10: PRESENTACION DEL PRODUCTO

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Tetra pack	32	10%
Envase de vidrio	102	33%
Tarrina	114	37%
Envase de plástico	58	19%
Otros	4	1%
Total	310	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: La Autora

Gráfico N°11



Análisis e interpretación: El 10% de los encuestados consume en presentaciones de jalea tetrapack, el 33% lo ha consumido la presentación de envase de vidrio, el 37% consume jalea de fresa en tarrinas, el 19% en envase de plástico mientras que el 1% de los encuestados consumen jalea en las demás diferentes presentaciones.

9. ¿El producto que consume es de producción?

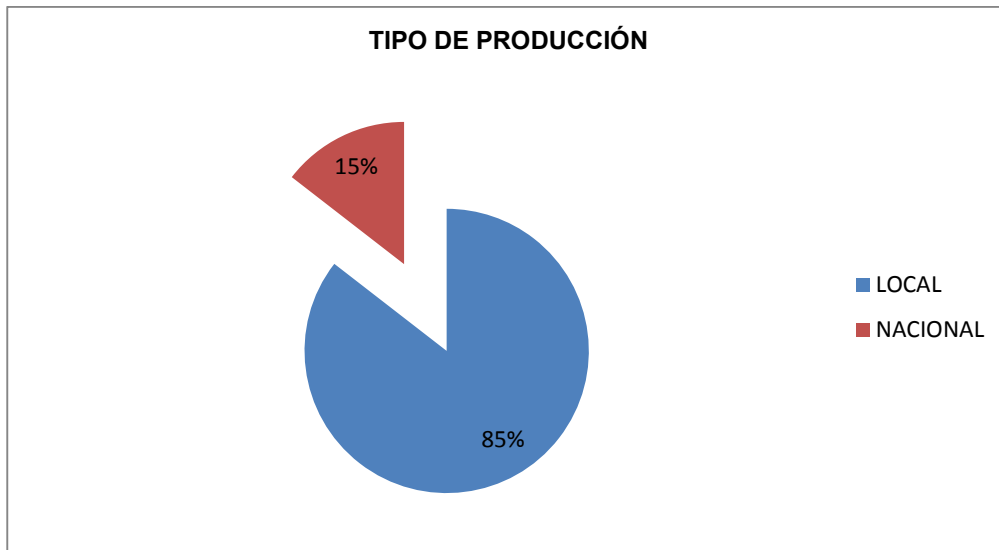
Cuadro #11: TIPO DE PRODUCCIÓN

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Local	265	85%
Nacional	45	15%
Total	310	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: La Autora

Gráfico N°12



Análisis e interpretación: El 85% de los encuestados nos supo manifestar que el producto que consumen es de producción o procedencia local, mientras que el 15 % de los encuestados nos manifestó que el producto que consumen es de producción nacional, lo que nos da entender que la producción local es de mejor consumo en la población encuestada.

10. Si se implementará una empresa dedicada a la producción de jalea de fresa estaría Ud. dispuesto a consumirlo

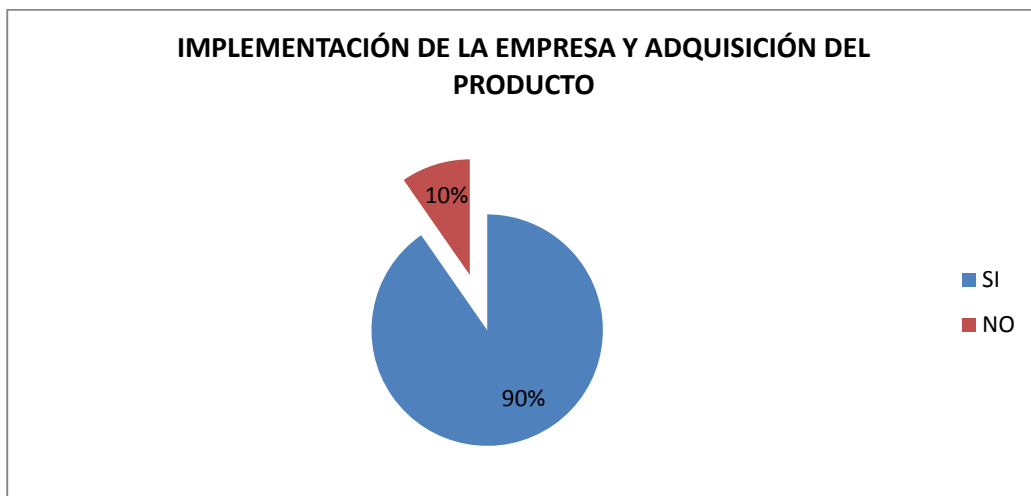
Cuadro #12: IMPLEMENTACIÓN DE LA EMPRESA Y ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	280	90%
No	30	10%
Total	310	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: La Autora

Gráfico Nro. 13



Análisis e Interpretación: El 90% de los encuestados nos dijo que, si le gustaría que se implementara una empresa de jalea de fresa, mientras que solo el 10% de los encuestados nos dijo que no le gustaría. Con esta información se podrá obtener la demanda efectiva que tendrá la jalea de fresa en el mercado de la ciudad de Loja, así como la cantidad de producto que se destinará a producir en el proyecto.

11. ¿Qué cantidad jalea de fresa en gramos estaría dispuesto a comprar mensualmente?

Cuadro #13: CANTIDAD DISPUESTA A ADQUIRIR

Cantidad	Frecuencia	Porcentaje
112 gr = 4 onza	98	35%
225 gr = ½ libra	86	31%
450 gr = 1 libra	60	21%
900 gr = 2 libras	20	7%
1800 gr = 3 libras	16	6%
Total	280	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: La Autora

Gráfico N° 14



Análisis e Interpretación: El 35% de los encuestados nos manifestó que estarían dispuesto a comprar 112 gr, el 31% de los encuestados nos dijo que compraría 225 gr, el 21% estaría dispuesto a comprar 450 gr de jalea de fresa mensualmente, el 7% compraría hasta 900 gr, mientras que solo el 5% de los encuestados nos manifestó que estaría dispuesto a comprar hasta 1800 gr de jalea de fresa.

Cabe recalcar en esta pregunta se dejó como opción a quienes desearían otro tipo de presentación del producto describir que tipo o como le gustaría que se comercialice el producto o en qué cantidad, para lo cual el producto representa una gran oportunidad

para el lanzamiento del mismo ya que representa una gran acogida en el mercado; el mismo que será en una presentación de 225 gr en tarrina.

Cuadro # 14

Consumo promedio de JALEA DE FRESA

Frecuencia(xm)	Cantidad (f)	Cantidad en gr al mes (f.xm)	Consumo al año en gramos(fxm.12)
112 gr = 4 onza	98	10976	131712
225 gr = ½ libra	86	19350	232200
450 gr = 1 libra	60	27000	324000
900 gr = 2 libras	20	18000	216000
1800 gr = 3 libras	16	28800	345600
Total	280	104126	1249512
Fuente: Cuadro 11, cuadro 12 encuesta Elaboración: La Autora		Cantidad consumo promedio	4463

Para determinar el consumo promedio en gramos se aplica la siguiente formula:

$$X = \frac{\sum FXm}{F}$$

$$104.126$$

$$X = \frac{\quad}{280} = 371,88$$

$$280$$

En donde:

X = Consumo Promedio mensual

F = Frecuencia

Xm = Punto medio

N = Universo

Σ = Sumatoria Total

El promedio mensual por familia es de 371,88 gramos de jalea de fresa, por lo que el consumo anual será de 4463 gramos de jalea de fresa.

12. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el envase de 225 gramos de este producto?

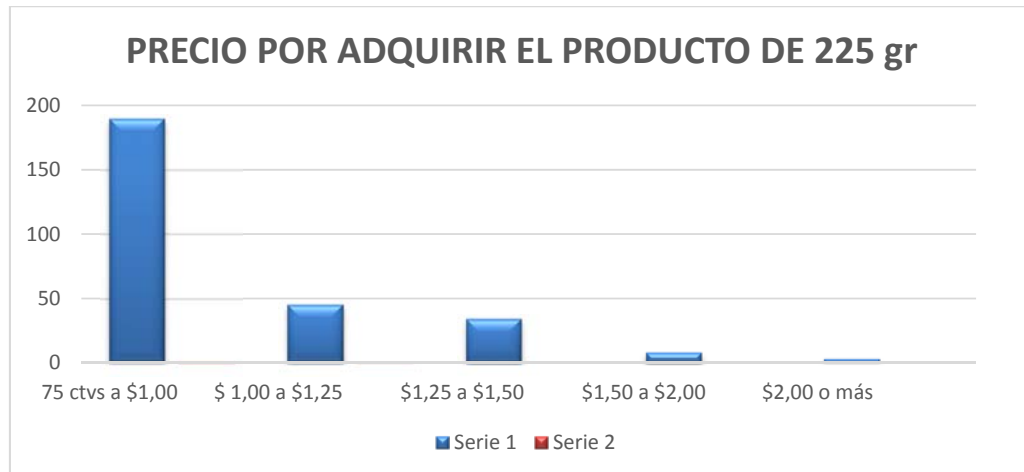
Cuadro #15: PRECIO POR ADQUIRIR EL PRODUCTO DE 225 gr

Dólares	Precio promedio	Frecuencia	Porcentaje
75 ctvs. a \$1,00	\$ 0,88 Ctvs.	190	68%
\$ 1,00 a \$1,25	\$ 1,13 Ctvs.	45	16%
\$1,25 a \$1,50	\$ 1,38 Ctvs.	34	12%
\$1,50 a \$2,00	\$ 1,75 Ctvs.	8	3%
\$2,00 o más	\$ 2,50 Ctvs.	3	1%
Total		280	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: La Autora

Gráfico N°15



Análisis e interpretación: A pregunta 12 de la encuesta realizada se preguntó cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el envase de 225 gramos de este producto a lo cual el 68% de los encuestados nos supo manifestar que pagarían de 0,75 ctvs. a \$1,00 , el 16% nos supo manifestar que lo adquiere compraría a un precio de \$1,00 a \$1,25 , el 12% de los encuestados estarían dispuestos a pagar de \$1,25 a \$1,50 , el 3% estaría dispuesto a pagar de \$1,50 a \$2,00 ,mientras que solo el 1% de los encuestados adquiriría 225gr a \$2,00 o más.

13. Indique que características le gustaría en el nuevo producto

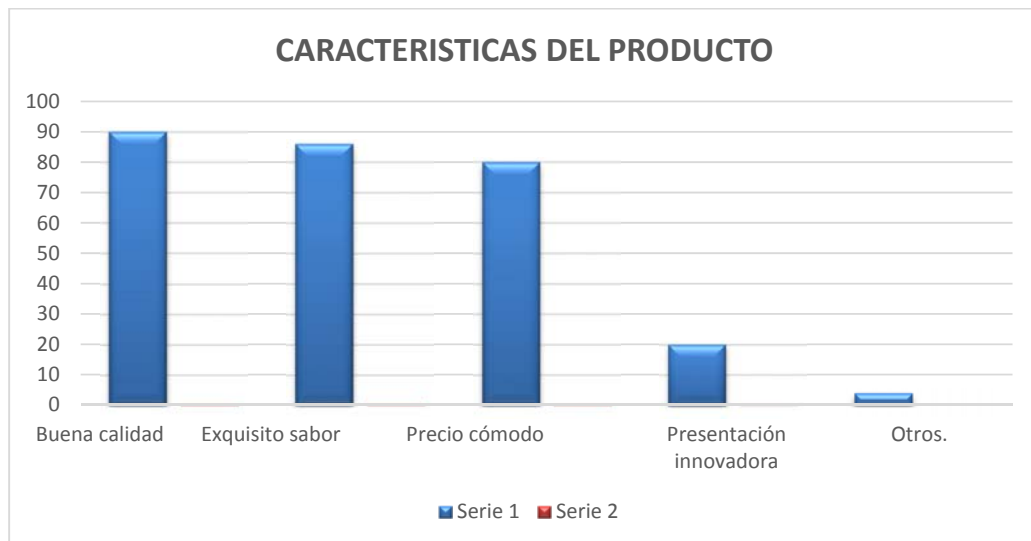
Cuadro #16: CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO

Características	Frecuencia	Porcentaje
Buena calidad	90	32%
Exquisito sabor	86	31%
Precio cómodo	80	29%
Presentación innovadora	20	7%
Otros.	4	1%
TOTAL	280	100%

Fuente: La Encuesta

Elaboración: La Autora

Gráfico N°16



Análisis e interpretación: En la pregunta 13 se consultó a los encuestados sobre las características que le gustaría para el nuevo producto, a lo que el 32% de los encuestados nos dice que sea de buena calidad, el 31% de los encuestados nos manifestó que sea por su exquisito sabor, el 29% nos manifestó que sea por su precio cómodo, el 7% dice que sea por su presencia ya que debe ser innovadora y fuera de lo común, mientras que el 4% toma en cuenta otros factores.

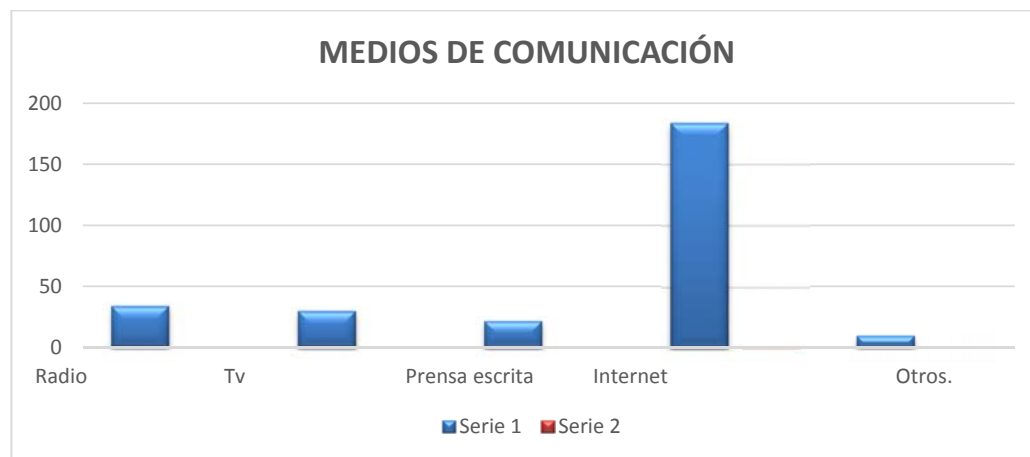
14. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se promocione este producto?

Cuadro #17: MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Características	Frecuencia	Porcentaje
Radio	34	12%
Tv	30	11%
Prensa escrita	22	8%
Internet	184	66%
Otros.	10	4%
TOTAL	280	100%

Fuente: La Encuesta
Elaboración: La Autora

Gráfico N°17



Análisis e interpretación: En la pregunta 14 se preguntó a los encuestados sobre qué medio de comunicación les gustaría que se diera a conocer este producto a lo que el 12% de los encuestados respondió que Le gustaría que se promocione por la radio, el 11% por la tv, el 8% por prensa escrita, el 66% por internet, mientras que solo el 4% dijo que le gustaría que se promocione por cualquier medio de comunicación.

15. ¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir por comprar este producto?

Cuadro #18: PROMOCIONES PARA EL PRODUCTO

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Descuento del 5% en una compra de más de \$10.	120	43%
Por cada 10 productos, lleve otro gratis	113	40%
otros	47	17%
Total	280	100%

Gráfico N°18



Análisis e interpretación: En la pregunta 15 se preguntó a los encuestados que tipo de promoción le gustaría recibir por la compra de este producto, al que el 43% manifestó que le gustaría recibir un descuento del 5% en compras de más de \$10 dólares., el 40% respondió que le gustaría que por cada 10 productos lleve otro gratis mientras el 17% le gustaría cualquier otro tipo de descuento.

16. Sugerencias para la producción de jalea de fresa

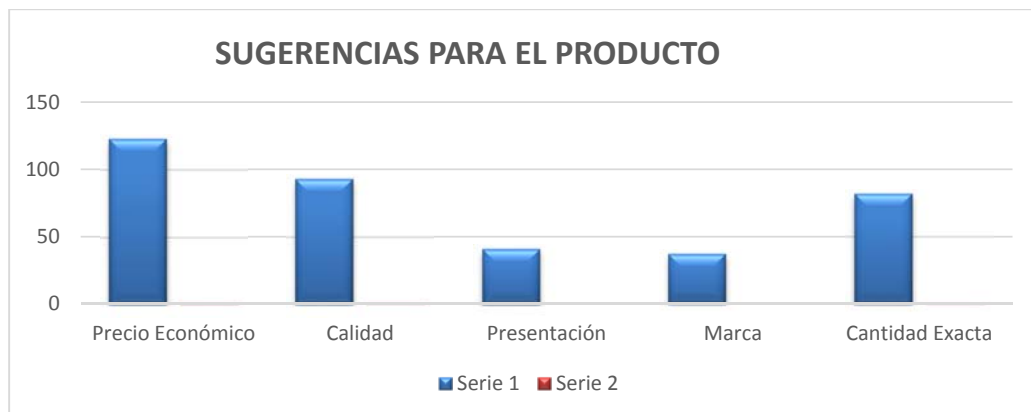
Cuadro # 19: SUGERENCIAS PARA EL PRODUCTO

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio Económico	123	33%
Calidad	93	25%
Presentación	41	11%
Marca	37	10%
Cantidad Exacta	82	22%
TOTAL	376	100%

Fuente: Encuesta

Elaboración: La Autora

Gráfico N°19



Análisis e interpretación: Las sugerencias que el cliente solicita para la producción de jalea de fresa son de gran importancia, para poder mejorar el producto; el 33% prefiere que sea precios económicos, el 25% que sea de buena calidad, el 22% recomienda que el producto tenga la cantidad exacta, el 11% que tenga buena presentación, mientras que solo el 10% del total de los encuestados sugiere que la marca del producto sea de muy buena calidad y una excelente presentación.

Estudio de la oferta

Se define la oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender bajo determinadas condiciones de mercado. Cuando las condiciones vienen caracterizadas por el precio en conjunto de todos los pares de precio de mercado y oferta. Se lleva a cabo el análisis de la situación actual de la oferta del producto en la ciudad de Loja en los diferentes puntos de venta donde se comercializan el producto como la jalea para los consumidores de la localidad. Se necesitó efectuar las técnicas de la observación y una entrevista en un total de 20 lugares donde se comercializa el producto, para lo cual se entrevistó a los principales, autoservicios, supermercados y comerciales existentes en la ciudad de Loja y que se encargan de comercializar los diferentes tipos y marcas de jalea de fresa que hace referencia a la jalea de fresa que se desea introducir en el mercado de la ciudad.

Cuadro #20: CENTRO DE COMERCIALIZACIÓN PRINCIPAL DE LA CIUDAD DE LOJA

Nro.	Empresas	Dirección
1	Micromercado de Paso	Centro de la ciudad de Loja
2	Autoservicio Puerta de Sol	18 de noviembre entre Miguel Riofrío y Azuay.
3	Supermercado Romar	18 de noviembre (Eguiguren)
4	Zerimar	Ancón y Gran Colombia
5	Sucursal Zerimar	18 de Noviembre s/n y miguel Riofrío y Azuay
6	Supermercado Galtor	18 de noviembre 09-34 y Rocafuerte
7	TIA centro	10 DE agosto entre Sucre y Bolívar
8	TIA Plaza del valle	Av. Orillas de Zamora entre Guayaquil y, Azogues, Loja
9	Micro mercado de Paso	Av. Manuel Carrión Pinzano
10	Autoservicio Merca Max	Miguel Riofrío
11	Supermercado Yerovi	Calle Mercadillo
12	Supermercado COSFFA	AV. Gran Colombia
13	Mercado Mayorista	Calle Machala
Nro	Empresas	Dirección

14	Micro mercado Raquelita	San Sebastián (Calle Bolívar y Azuay)
15	Autoservicio Ecomax	10 de Agosto y Gran Colombia
16	Maxce Supermercado	Av. 18 de Noviembre
17	Comercial Galvan	Centro de la ciudad de Loja
18	Micro mercado La Argelia	Av. Pío Jaramillo Alvarado
19	Gran Aki	Av. y, Ave Orillas del Zamora & Juan de Alderete
20	Supermaxi La Pradera	Av. 18 de Noviembre, Av. Gobernación de Mainas s/n

Entrevista realizada a los negocios o puntos de venta donde se comercializa de jalea de fresa en la Ciudad de Loja.

TABULACION DE ENCUESTAS A OFERTANTES

1. ¿En su negocio ofrece de venta al público jalea de fresa?

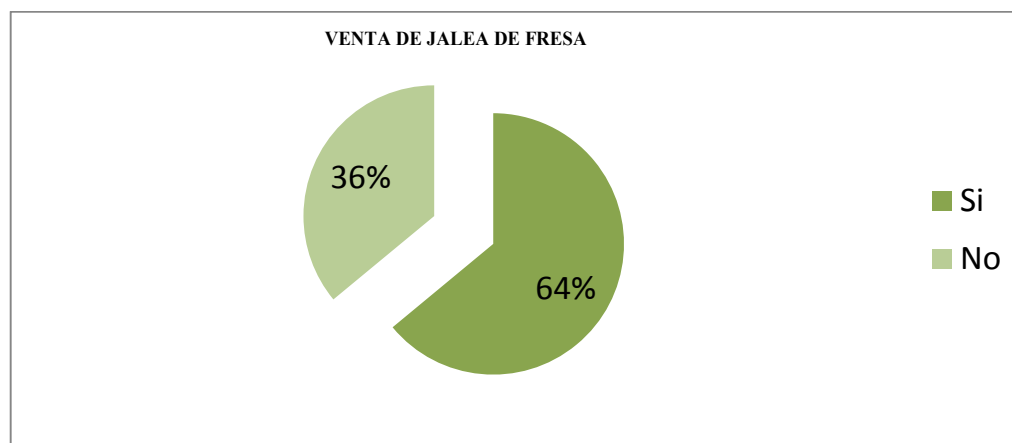
Cuadro #21: VENTA DE JALEA DE FRESA

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	16	80%
No	4	20%
Total	20	100%

Fuente: La Entrevista

Elaboración: La Autora

Gráfico N°20



Análisis: De acuerdo con la información recabada mediante la entrevista a los diferentes negocios ofertantes de la ciudad de Loja se identificó que del total de 20 principales centros de comercialización de la ciudad del 80% manifestaron que, si venden o jalea de fresa en su negocio, mientras que el 20% de los negocios respondieron que no comercializan este producto

2. ¿Qué marca de producto de jalea de fresa Ud. ofrece en su negocio?

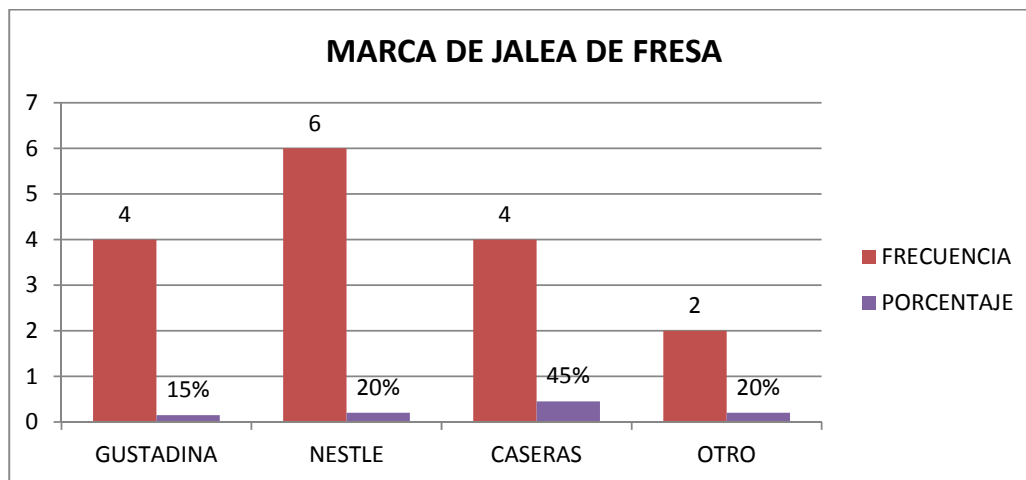
Cuadro# 22: MARCA DE JALEA DE FRESA

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Gustadina	4	25%
Nestlé	6	38%
Caseras	4	25%
Otro	2	12%
Total	16	100%

Fuente: La Entrevista

Elaboración: La Autora

Gráfico N°21



Análisis: En la pregunta 2 se preguntó a los encuestados si que marca comercializan de elaborados de fresa, a lo cual el 25% de los encuestados nos supieron manifestar que Gustadita, el 38% marca Nestlé, el 25% prefieren marcas caseras, mientras que solo el 12% de los encuestados manifestó que cualquier marca consumirían.

3. ¿Qué cantidad de jalea de fresa vende semanalmente?

Cuadro #23: CANTIDAD DE VENTA SEMANALMENTE

Cantidad	Frecuencia	Porcentaje	Venta semanal
112 gr = 4 onza	4	19%	448 gr
225 gr = ½ libra	6	38%	1350 gr
450 gr = 1 libra	2	12%	900 gr
900 gr = 2 libras	3	19%	2700 gr
1800 gr = 3 libras	1	6%	1800 gr
Total	16	100%	7,198 gr

Fuente: La Entrevista

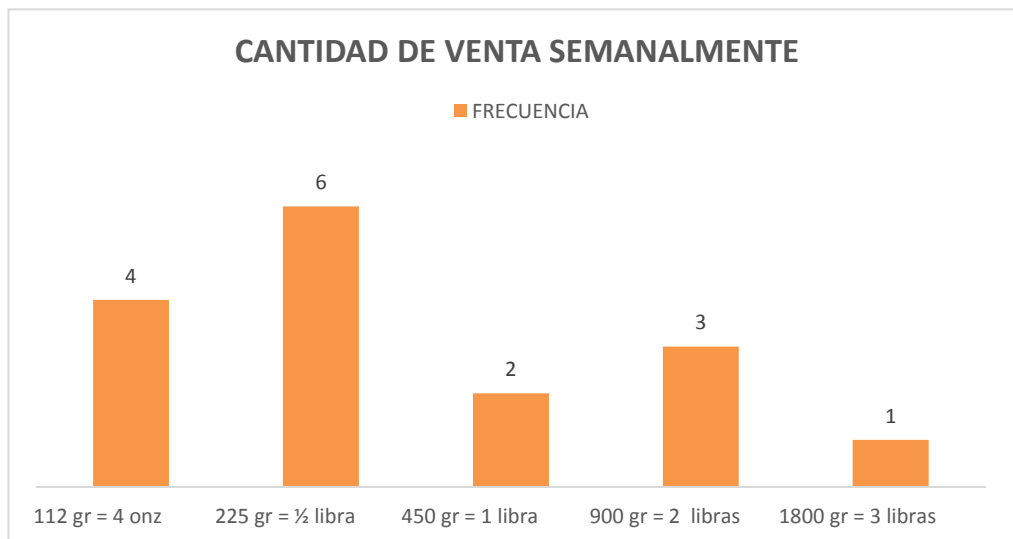
Elaboración: La Autora

Promedio Venta semanal por negocio: $7.198/16= 449.87$ gramos

Promedio de venta anual: $449.87*52 = 23.393,50$ gramos

Total, de venta anual= $23.393,50x 16= 374.296,00$ gramos

Gráfico N°22



Análisis: De acuerdo a los datos obtenidos por medio de la entrevista se determinó que del total de negocios el 19% vende 112 gr que son 4 onzas, el 38% del total de negocios vende semanalmente 225gr que son ½ libra, el 12% vende 450 gr que son una libra, el 19% vende 900 gr que son dos libras, el 6% de la oferta comercializa 1800gr de jalea de fresa semanalmente. Con estos datos se obtuvo que el promedio de venta por cada uno de los ofertantes de la ciudad de Loja es de 449.87 gramos semanales de jalea de fresa, el promedio de venta anual es de 23.393,50 gramos por ofertante y el promedio total de venta del producto es de 374.296,00 gramos anuales.

4. ¿Qué precio tiene establecido para la cantidad de 225 gramos de jalea de fresa en el mercado?

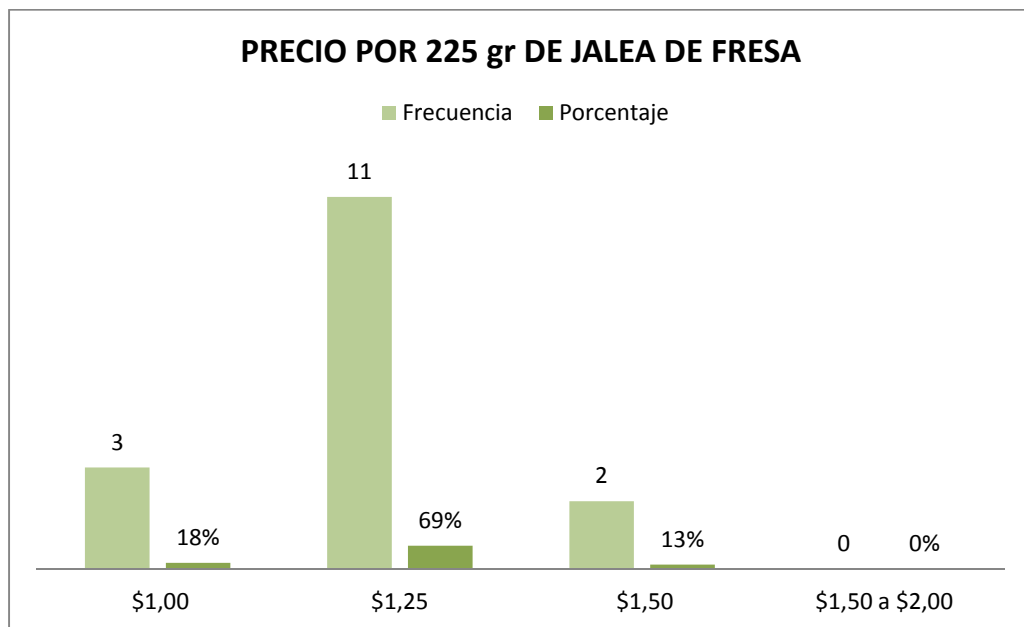
Cuadro #24: PRECIO POR 225 gr DE JALEA DE FRESA

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
\$1,00	3	18%
\$1,25	11	69%
\$1,50	2	13%
\$2,00	0	0%
Total	16	100%

Fuente: La Entrevista

Elaboración: La autora

Gráfico N°23



Análisis: De acuerdo a los datos obtenidos del total de los ofertantes entrevistados el 18% de los ofertantes que comercializan jalea de fresa manifestó que el precio se encuentra estipulado en \$1,00, el 69% tiene un precio establecido por \$1,25, el 13% tiene un precio estipulado de \$1,50.

5. ¿En su negocio ofrece algún tipo de promoción por la compra de jalea de fresa?

Cuadro #25: PROMOCIONES POR LA COMPRA DEL PRODUCTO

Detalle	Frecuencia	Total
Si	0	0%
No	16	100%
Total	16	100%

Fuente: La Entrevista

Elaboración: La Autora

Gráfico N°24



Análisis:

Del total de los oferentes entrevistados en la ciudad de Loja, el 100% de los oferentes de jalea de fresa manifestaron que no realizan ningún tipo de promoción por la compra del producto ya que no consideraron necesario hacerlo puesto que es un producto que no necesita ninguna promoción para su comercialización.

g) DISCUSIÓN

Análisis de la demanda

En el análisis de la demanda se pretende conocer cuál es la situación actual de la demanda del producto, se determina la demanda potencial del producto, la demanda total, demanda efectiva y la demanda real, de esta forma se podrá obtener datos acertados sobre la demanda existente en el mercado por el producto que se desea introducir. Para el análisis de la demanda de jalea de fresa se fijó una muestra del total de universo de 381 encuestas para aplicarlas a las familias de la ciudad de Loja donde se determinó los gustos y preferencias de los consumidores, cantidad promedio de consumo y el deseo de adquirir el nuevo producto que se desea desarrollar a través del presente estudio.

Cuadro #26: Proyección de la población (Familias de la ciudad de Loja)

Nro.	Años	Total de familias
0	2017	51.123
1	2018	52.478
2	2019	53.868
3	2020	55.296
4	2021	56.761
5	2022	58.265
6	2023	59.809
7	2024	61.394
8	2025	63.021
9	2026	64.691
10	2027	66.406

Fuente: Datos Inec con un crecimiento de 2,65%

Elaboración: La Autora

Demanda potencial o total

La demanda potencial es el volumen máximo que podría alcanzar un producto en condiciones y tiempo determinado y estará expresado en términos monetarios o unidades físicas.

Cuadro #27: Proyección de la demanda total o potencial

Años	Total de familias	% Pobl. Consume 97%	Promedio Cons. Anual	Demanda Potencial	Demanda potencial en unidades de 225 gr.
0	51.123	49.589	4.520,36	224161.420,03	996.273
1	52.478	50.903	4.520,36	230101.698,38	1 022.674
2	53.868	52.252	4.520,36	236199.393,43	1 049.775
3	55.296	53.637	4.520,36	242458.677,12	1 077.594
4	56.761	55.058	4.520,36	248883.832,23	1 106.150
5	58.265	56.517	4.520,36	255479.254,46	1 135.463
6	59.809	58.015	4.520,36	262249.454,51	1 165.553
7	61.394	59.553	4.520,36	269199.064,32	1 196.440
8	63.021	61.131	4.520,36	276332.839,83	1 228.146
9	64.691	62.751	4.520,36	283655.660,35	1 260.692
10	66.406	64.414	4.520,36	291172.535,23	1 294.100

Fuente: La Encuesta- Pregunta Nro. 1, Nro. 4

Elaboración: La Autora

Esta demanda se determinó a través de la encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja, en una muestra total de 381 familias encuestadas, el total de familias para el año 2017 es de 51.123 y con una tasa de crecimiento del 2,65%. Para obtener la demanda potencial se tomó en cuenta la pregunta número 1 de la encuesta aplicada y determinando la demanda de la siguiente manera:

Se tomó en cuenta el total de familias del año 1 el cual es de 49.589,31, se obtuvo como respuesta que el 97% del total de la muestra encuestada consumen fresa y sus derivados en su familia, mientras que el 3% del total de familias manifestó que no consumen este alimento en sus hogares.

Cabe recalcar que para analizar cuál es la población consumidora se aplicó una regla de tres, en la que:

$$\begin{array}{rcl}
 \text{SI: } 51123 & & 100\% \\
 & \swarrow & \searrow \\
 X & & 97\% = (51.123 * 97\%) / 100\% = 49.589,31
 \end{array}$$

Para la determinación del promedio de consumo mensual y anual por familia se aplicó la siguiente fórmula matemática:

$$x = \frac{\sum XM}{f} = \frac{118.539}{368} = 376,70$$

Realizadas las encuestas se pudo determinar qué consumo promedio anual defresa y sus derivados para el año es de 4.520,36 gramos.

Se efectuó el siguiente cálculo para obtener la demanda potencial:

Demanda Potencial= Total de familias de Loja año 1 x Porcentaje de consumo de jalea

Demanda Potencial = 52.478 X 97%

Demanda Potencial =50.903 familias

Obtenemos un total de 50.903 familias que consumen jalea en el primer año.

Se determinó luego la demanda potencial obteniendo ya el consumo promedio del producto para lo cual se realizó lo siguiente.

Demanda Potencial = Demanda potencial en familias año 1 x Consumo promedio de jalea

Demanda Potencial =50.903 X 4.520,36 gramos

Demanda Potencial = 230101. 698,38gramos

De esta forma se obtiene que en el primer año exista un total de 50.903 familias demandantes de jalea las cuales tienen un consumo promedio de 4.520,36 gramos de jalea, dando un total de consumo de 230101. 698,38gramos o 1 022.674unidades de jalea. Se realiza el mismo procedimiento para los demás años obteniendo los resultados representados en el cuadro.

Demanda Real

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o que están dispuestos a utilizar actualmente en el mercado. Una vez calculada la demanda total se considera necesario establecer la demanda real del producto en la ciudad de Loja, para lo cual se ha tomado en cuenta el consumo de jalea de fresa de acuerdo a la información recabada mediante la aplicación de las encuestas.

Cuadro #28: Proyección de la demanda real

Años	Pobl. Demanda Total	% Pobl. Cons. Jalea de Fresa 80%	Promedio Cons. Anual	Demanda Real	Demanda real en unidades de 225 gr
0	49.589	39.671	4.463	177035.537,21	786.825
1	50.903	40.723	4.463	181726.979,43	807.675
2	52.252	41.802	4.463	186542.744,61	829.079
3	53.637	42.910	4.463	191486.126,23	851.049
4	55.058	44.047	4.463	196560.509,84	873.602
5	56.517	45.214	4.463	201769.362,38	896.753
6	58.015	46.412	4.463	207116.250,27	920.517
7	59.553	47.642	4.463	212604.831,13	944.910
8	61.131	48.905	4.463	218238.859.72	969.950
9	62.751	50.201	4.463	224022.189,59	995.654
10	64.414	51.531	4.463	229958.777,32	1.022.039

Fuente: La Encuesta Pregunta Nro. 7,11

Elaboración: La Autora

Para determinar la demanda real fue necesario tomar en consideración las familias que consumen jalea en la ciudad de Loja las cuales son el 97% según las encuestas aplicadas, luego de eso se diagnosticó mediante la pregunta Nro. 7 sobre si en las familias consumen o no jalea de fresa, obteniendo como resultado el 80% de consumidores existentes de este producto.

Cabe recalcar que para analizar cuál es la población consumidora se aplicó una regla de tres, en la que:

$$\text{SI: } \begin{array}{l} 49.589 \quad \swarrow \quad 100\% \\ \quad \quad \quad \searrow \quad \quad \quad \\ X \quad \quad \quad 80\% = (49.589 \cdot 80\%) / 100\% = 39.671 \end{array}$$

Para la determinación del promedio de consumo mensual y anual por familia se aplicó la siguiente fórmula matemática:

$$x = \frac{\sum XM}{f} = \frac{10.126}{280} = 371,88$$

Realizadas las encuestas se pudo determinar qué consumo promedio anual para la implementación de esta empresa de elaboración y producción de jalea de fresa para el año es de 4.463 gramos.

Para el desarrollo del de la demanda real se lo realizo de la siguiente manera:

Demanda Real= Población que consume jalea año 1 x % de población que consumen jalea de fresa

$$\text{Demanda Real} = 50.903 \cdot 80\%$$

$$\text{Demanda Real} = 40.723 \text{ familias que consumen jalea de fresa}$$

Luego se realizó el cálculo para determinar la cantidad de consumo anual de la demanda real dando como resultado:

$$\text{Demanda Real} = \text{Familias que consumen jalea de fresa} \times \text{Consumo promedio}$$

$$\text{Demanda Real} = 40.723 \times 4.463$$

$$\text{Demanda Real} = 181726.979,43 \text{ gramos de consumo real}$$

De esta forma se obtuvo que para el primer año de vida del proyecto se obtiene un total de 40.723 familias que vienen a ser los demandantes reales de jalea de fresa y además se obtiene como resultado la cantidad de 181726.979,43 gramos o 807.675 unidades de jalea de fresa de consumo anual. Para los siguientes años de vida del proyecto se realiza el mismo procedimiento explicado.

Demanda Efectiva

La demanda efectiva representa la cantidad de bienes o servicios de la nueva unidad productiva que son requeridos por el mercado, se considera a quienes tienen la intención y capacidad de compra, además forma parte de la demanda insatisfecha que puede ser atendida por la acción del proyecto.

Cuadro #29: Demanda efectiva del producto

Años	Pobl. Demanda Real	% Pobl Demanda efectiva 90%	Prom. Consumo anual	Demanda efectiva	Demanda efectiva en unidades de 225 gr
0	39.671	35.704	4.463	159331.983,14	708.142
1	40.723	36.650	4.463	163554.281,23	726.907
2	41.802	37.622	4.463	167888.469,54	746.170
3	42.910	38.619	4.463	172337.514,19	765.944
4	44.047	39.642	4.463	176904.458,36	786.242
5	45.214	40.693	4.463	181592.426,28	807.077
6	46.412	41.771	4.463	186404.625,42	828.465
7	47.642	42.878	4.463	191344.348,11	850.419
8	48.905	44.014	4.463	196414.973,21	872.955
9	50.201	45.181	4.463	201619.970,34	896.088
10	51.531	46.378	4.463	206962.899,51	919.835

Fuente: La Encuesta Pregunta Nro. 10 y 11

Elaboración: La Autora

Con los datos obtenidos mediante la aplicación de las encuestas se pudo determinar la demanda efectiva, se tomó en cuenta la pregunta Nro. 10 y 11 donde primeramente se preguntó sobre si las familias encuestadas desearían adquirir el producto resultando que el 90% de las familias estarían dispuestos a adquirir el producto. De tal forma en la pregunta Nro. 11 se determinó la cantidad que estarían dispuestos a consumir los demandantes, dando como resultado un consumo promedio de 4.463 gramos de consumo por familia.

Con los datos previamente descritos se realizó de la siguiente manera la obtención de la demanda efectiva de jalea de fresa.

Demanda Efectiva= Familias demanda real año 1 x % familias desean consumir jalea de fresa

Demanda Efectiva=40.723* 90%

Demanda Efectiva=36.650familias de demanda efectiva

Para conocer el consumo del primer año de vida del proyecto se realizó de la siguiente manera:

Demanda Efectiva= Total de familias Demanda Efectiva x Consumo Promedio

Demanda Efectiva=36.650 X 4.463

Demanda Efectiva =163554.281,23 gramos de consumo

De esta forma se obtiene que la demanda efectiva para el proyecto de elaboración y comercialización de jalea de fresa en el primer año es de 36.650familias demandantes, consumo promedio de 4.463 gramos y finalmente se obtiene la cantidad de 163554.281,23gramos de consumo o 726.907 unidades de demanda efectiva. De esta forma ha quedado determinada la demanda efectiva del producto y de tal forma se realiza el cálculo para los siguientes años de vida del proyecto.

Análisis de la Oferta

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

Cuadro #30: Promedio semanal de venta de jalea en gramos

Promedio de venta de jalea	semanas al año	Promedio anual en libras
449.87	52	23.393,50

Fuente: La entrevista, Pregunta Nro. 3

Elaboración: La Autora

Para obtener el promedio semanal de venta de jalea en la ciudad de Loja se tomó en consideración la entrevista aplicada a los ofertantes existentes los cuales son un total de 16 oferentes de jalea de fresa, donde el promedio de venta de jalea es de 449, 875 gr.al

multiplicarlo por 52 semanas que tiene el año da una cantidad promedio de venta de 23.393,50 gramos anuales por cada uno de los oferentes existentes en el mercado local.

Cuadro#31: Oferta total de jalea de fresa en el mercado

Numero de Oferentes	Promedio en gramos	Total de libras anuales
16	23.393,50	374.296,00

Fuente: La entrevista, Cuadro Nro. 21

Elaboración: La Autora

Es así que mediante este cuadro se pudo determinar la oferta total de jalea de fresa existente en el mercado, del cuadro Nro.21 Se obtuvo como resultado el promedio de gramos anuales en un total 449,87 al multiplicar el total de oferentes de jalea de fresa en el mercado por el promedio en gramos, da como resultado 374.296,00de jalea de fresa que proveen todos los oferentes en la ciudad de Loja.

Proyección de la oferta

Para realizar la proyección de la oferta en el mercado de la ciudad de Loja se toma en consideración la tasa de crecimiento poblacional según los datos existentes en el INEC y por lo tanto se obtuvo los siguientes resultados de la oferta proyectada.

Cuadro # 32: PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Año	Tasa de crecimiento	Oferta Proyectada	oferta en unidades de 225 gr
0	2,65%	374.296,00	1.663
1	2,65%	384.214,84	1.707
2	2,65%	394.396,54	1.752
3	2,65%	404.848,05	1.799
4	2,65%	415.576,52	1.847
5	2,65%	426.589,30	1.895
6	2,65%	437.893,91	1.946
7	2,65%	449.498,10	1.997
8	2,65%	461.409,80	2.050
9	2,65%	473.637,16	2.105
10	2,65%	486.189,03	2.160

Fuente: La entrevista.

Elaboración: La Autora

Para determinar la proyección de la oferta se tomó en consideración el cuadro Nro.30 donde se calculó el total de gramos anuales de los oferentes, donde se obtiene un resultado de 374.296,00gramos al año, las cuales se distribuye para cada uno de los 16 principales oferentes de jalea de fresa en la ciudad de Loja. Se proyectó para el primer año la oferta total donde se multiplico los 374.296,00gramos por el 2,65% de crecimiento poblacional, obteniendo una cantidad de 8384.214,84gramos para el primer año de jalea de fresa y se realiza el mismo procedimiento para el resto de años de vida del proyecto.

Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha se considera como la diferencia existente entre la demanda efectiva de los consumidores y la oferta existente por cantidad del producto que se desea introducir al mercado.

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

La comercialización es un proceso que hace posible que el productor haga llegar el o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, en condiciones óptimas de lugar y tiempo.

El plan de comercialización está compuesto por el: producto, precio, plaza y promoción del producto, mediante el plan de comercialización se definirá las líneas estratégicas para llegar con el producto que se va a elaborar hasta el consumidor o cliente.

Producto

El producto se considera como aquel bien o servicio que la oferta pone a disposición de la demanda, para satisfacer una necesidad o atender un deseo a través de su uso o consumo.

La jalea de fresa es un producto elaborado a partir de fresa la misma que posee propiedades ricas en proteínas, calcio, fósforo y vitaminas C, en las que se presentan todos los aminoácidos esenciales para la salud.

El producto contara con la adecuada materia prima fresa que es el ingrediente principal de la jalea, pectina y azúcar, los elementos esenciales para su elaboración. Además, mediante los resultados de las encuestas los demandantes buscan en el producto buena presentación, calidad, buen precio, las cuales están acorde a las expectativas de los gustos y preferencias de los consumidores.

Producto principal

La Jalea de fresa es el producto principal que se desea implementar mediante la ejecución del presente estudio, el cual tiene grandes beneficios por la utilización de alimentos sanos ya que brindan importantes aportes para la salud mediante su elaboración, tendrá la presentación de 225 gramos en envase de plástico circular, será un producto destinado al consumo de las familias de la ciudad de Loja, el cual comprende el mercado donde se ofrecerá la comercialización del producto.

La Jalea de fresa será elaborado con el ingrediente principal que es la fresa a la cual se le añade azúcar, mediante su proceso de transformación se convertirá en un dulce de consistencia blanda; para que se haga lo que es la jalea se agrega pectina para posteriormente convertirse en jalea de fresa con consistencia gelatinosa, sometiéndose a un proceso de fabricación manteniendo las cualidades nutritivas del mismo y lo importante cumpliendo las normas de calidad e higiene que se requiere en la elaboración del producto.

Su producción será realizada en la ciudad de Loja y su comercialización será destinada para todas las familias de la ciudad, ya que, por ser un producto de consumo popular, no tiene impedimento alguno para la adquisición del mismo.

Productos Secundarios

El presente proyecto no tendrá ningún producto secundario o derivado, ya que específicamente la fresa se la utilizará exclusivamente en la fabricación de la jalea de fresa, por lo tanto, no se cree conveniente realizar otro tipo de producto.

Productos sustitutos

Con la información obtenida a través de la encuesta realizada a los demandantes de la ciudad de Loja se obtiene que los productos sustitutos a la jalea de fresa serían las mermeladas, mantequillas, fresa condensada, y jalea es sin embargo estos productos no representan un beneficio para la salud de las personas por lo cual se hace prescindible la elaboración de jalea de fresa.

Productos complementarios

Se describe al producto complementario como aquel que hace posible la utilización del producto principal, es decir aquel que se complementa de forma directa o indirecta con el producto, es así que para la jalea de fresa existe productos complementarios, tales como el pan ya sea normal o integral, las galletas especialmente de sal y además se puede utilizar la jalea para degustarlo de acuerdo al gusto de los consumidores.

Mercado demandante

Para determinar el mercado demandante se debe enfocar claramente quienes serán nuestros consumidores del producto que se va a elaborar, para ello es primordial

identificar las características comunes entre ellos a través de una segmentación adecuada del mercado. Para la jalea de fresa se consideró el mercado local de la ciudad de Loja tomando en consideración toda la población de la zona urbana del cantón Loja ya que el producto es de consumo popular y está destinado al consumo familiar, con los datos del censo del año 2010 obtenidos del INEC, la población total de la ciudad de Loja es de 170.280 habitantes, al realizar la proyección de la población para el año 2017 se obtiene un total de 204.492 habitantes, y el total de familias es de 51.123 familias existentes en la actualidad en la ciudad de Loja, los cuales se determinó como el mercado demandante para el proyecto.

Presentación

La presentación del producto jalea de fresa que tendrá en el mercado de la ciudad de Loja será en envase de plástico de ½ libra (225 gramos). El cual estará bajo las máximas condiciones de higiene y salubridad para que llegue el producto de calidad hacia el consumidor final. De acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación de las encuestas se obtuvo que los consumidores tienen preferencia por los envases o tarrina de plástico para el consumo de este producto, es una parte fundamental porque además de contener, proteger y/o preservar el producto permitiendo que este llegue en óptimas condiciones al consumidor final, es una poderosa herramienta de promoción de venta.

Gráfico N° 25



Etiqueta

Hoy en día, la "etiqueta" es una parte fundamental del producto, porque sirve para identificarlo, describirlo, diferenciarlo, dar un servicio al cliente y por supuesto, también para cumplir con las leyes, normativas o regulaciones establecidas para cada industria o sector. En la etiqueta de jalea de fresa estará especificando todas las características y

beneficios del producto, su valor nutricional entre otras especificaciones en cuanto al contenido y la imagen misma del producto.

Grafico N° 26: Etiqueta del producto



El nombre del producto será Jalea de fresa “DULCE CAPRICHO”, contará con el nombre de la empresa que elabora el producto **MIALED Cía. Ltda.**, esta etiqueta estará impregnada en el envase de ½ libra que contendrá el producto para su comercialización.

Grafico N° 27: Información en la etiqueta



Slogan

Como se sabe un producto para atraer la atención del cliente es necesario que este tenga un mensaje corto y llamativo que sea de impacto inmediato para los clientes que desean comprar el producto.

Para la jalea de fresa se ha dispuesto del siguiente slogan:

“DULCE SABOR PARA TU PALADAR”

Precio

Se refiere a la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio. El precio para la jalea de fresa de acuerdo a los resultados de los oferentes en el mercado el precio de la jalea de fresa se encuentra estipulado entre \$1,00 a \$1,50, los cuales también se tomarán en cuenta para fijar el precio.

Para establecer el precio de venta al público se determinará mediante el análisis de los costos en el estudio financiero, se pretende mediante la estrategia de precios que estén al alcance de los clientes para llegar hacia los consumidores que requieran un producto de calidad a un precio accesible.

Para obtener el precio del producto se tendrá que realizar al siguiente fórmula:

$$\mathbf{P.V.P = C.U.F. (Costo unitario de Fabricación) X \% UTILIDAD}$$

Comercialización y distribución

Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.

La plaza para la comercialización de jalea de fresa es la ciudad de Loja donde el mercado es mayormente amplio para poder introducir este tipo de producto y donde se ha realizado el estudio de mercado y se ha determinado las características principales tanto de demandantes como oferentes.

Canal de distribución

Se procederá a llegar a los distintos puntos de venta de mayor acceso existentes en la ciudad para llegar con el producto, de acuerdo a los resultados de las encuestas por parte de los consumidores donde la mayor parte requieren adquirir el producto en tiendas, supermercados y autoservicios, estos centros de comercialización será el intermediario entre la empresa y el consumidor final.

Por lo tanto, es necesario utilizar el siguiente canal de comercialización claramente definido:



Es así que el canal de distribución lo integra la empresa que elabora el producto, se distribuirá hacia los intermediarios existentes en la ciudad de Loja y finalmente jalea de fresa llegará hasta el consumidor final.

Promoción y Publicidad

Promoción

La empresa realizará promociones a los clientes que adquieran nuestro producto al contado se hará un descuento del 5% en una compra de 10 tarrinas de jalea de fresa de 250 gramos.

Publicidad

La publicidad es una forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio, insertar una nueva marca o producto dentro del mercado de consumo, mejorar la imagen de una marca o reposicionar un producto o marca en la mente de un consumidor.

Así mismo a través de los resultados obtenidos por la encuesta se determinó que los consumidores acceden a medios de comunicación frecuente son las redes sociales en el cual se publicitara el producto ya que hoy en día soy mayormente utilizadas por las personas y es un buen medio para realizar publicidad, donde se creara una página de Facebook donde se compartirá la información de la empresa, publicaciones acerca del producto y los puntos de venta donde se encontrara el producto.

Cuadro #33: PUBLICIDAD

ESPECIFICACIÓN	MENSAJE	LUGAR DE APLICACIÓN.
RADIO	Dar a conocer mediante un audio, las características y beneficios de consumir jalea de fresa, así como también el precio y los lugares donde puede adquirir el producto.	Boquerón 93.7 Horario 14:00 a 18:00
Publicidad volante	Medio escrito informativo donde se presentan las características del producto.	Diferentes sectores de la ciudad

Elaboración: La Autora

Contenido de Cuña Radial

Quieres probar un sabor inigualable entonces encuéntranos en MIALED Cía. Ltda. Estamos ubicados en las calles Nicaragua y Sevilla de Oro ven y disfruta de un dulce sabor para tu paladar, Jalea de fresa.

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico que a continuación se expone, determina los requerimientos empresariales en función de tamaño y localización de la planta, descripción técnica y descripción de procesos, la capacidad de las máquinas (capacidad instalada) y la cantidad de recursos humanos.

Tamaño y localización de la empresa.

Tamaño de la planta

Considera su capacidad de producción durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal.

Es importante además tener en cuenta los productos de reserva o de prever los posibles cambios que puedan darse en su funcionamiento, esto tomando en cuenta la relatividad de la demanda, esto hace ver que la capacidad instalada de la empresa sea superior al total general de producción que se plantea ofrecer, ahora que hay que tomar en cuenta que la capacidad depende de la naturaleza del presente proyecto.

En lo que tiene que ver con la utilización de la fuerza de trabajo, se ha previsto laborar en jornadas normales de 8 horas –día, por 260 días-año laborables.

1. Capacidad instalada

La capacidad instalada es el volumen total de producción de la maquinaria, utilizando el 100% de producción; siendo también la capacidad máxima que puede brindar la empresa en cuanto a producción.

Para la producción de jalea de fresa según la maquinaria va de 0 a 10 kg por hora, lo que significa que podemos producir hasta 10,000 gramos de jalea de fresa por hora, por lo cual necesitamos conocer cuál es la capacidad instalada en presentaciones de producto en tarrinas de 225 gramos por hora, lo cual representa una capacidad instalada de 240.000,00 gramos en el día (24 hora) o 44 unidades del producto por hora.

Es importante indicar que debido a que la presentación de nuestro producto es de 225 gramos, se ha creído conveniente conocer cuál es nuestra capacidad instalada en número de productos según nuestra presentación, es así que se puede identificar que nuestra capacidad instalada representada en unidades de producto de nuestra presentación es de 44 unidades por hora.

Capacidad Instalada en gramos

• 10.000 gramos por hora
• $10.000 * 24 \text{ horas} = 240.000,00$

Capacidad instalada representada en presentación de (tarrina 225 gramos)

• $240.000,00 \text{ gramos} / 225 \text{ gramos} = 1.066,67 \text{ productos al día.}$
• $1.066,67 / 24 = 44 \text{ unidades de productos por hora.}$

Capacidad instalada

Productos por hora	44 tarrinas de 225 gramos
Unidades por día	44*24 =1,056 unidades
Unidades semana	1.056*7= 7.392 unidades
Unidades al año	7.392*52= 384.383 unidades

Cuadro #34: CAPACIDAD INSTALADA

Fuente: Proceso de producción

Elaboración: La Autora

2. Capacidad utilizada

Es la cantidad de productos que se van a producir tomando en cuenta la capacidad instalada de la maquinaria. Para determinar la capacidad utilizada se tomó en consideración la capacidad instalada, que es de 240.000,00gramos al día o representada en unidades del producto 1.056,00 productos en el día, que además representa una capacidad para producir de 44 unidades de productos por hora.

Cabe recalcar que debido al proceso productivo de nuestro producto se creído conveniente trabajar con 38 unidades de 225 gr. por hora.

Cuadro #35: CAPACIDAD UTILIZADA

Productos por hora	38 tarrinas de 225 gr
Unidades por día	38 * 8= 309unidades
Unidades al año	309 * 261= 80.888 unidades

Elaboración: La Autora

Si tomamos en consideración que cada empresa que se inicia en cualquier tipo de negocio, es siempre menos del 100% de su capacidad instalada. Esto se debe a muchos factores como: introducción del producto en el mercado, selección de la mano de obra, materiales a utilizarse, etc.

Es por eso que la capacidad utilizada para el primer y segundo año de vida útil se utilizará el 80%, para el tercero y cuarto el 85%, para el quinto y sexto año el 90%, para

Aplicando una regla de tres con los datos obtenidos y explicados anteriormente, determinamos que nuestra participación en el mercado es de un 9,14%.

3. Localización del proyecto

La toma de decisiones sobre la localización de la empresa es fundamental para el cumplimiento de los objetivos que la presente empresa pretende alcanzar de ahí que se deba encontrar una localización adecuada, y que preste todas las garantías para la buena marcha de la presente empresa en sus actividades productivas y administrativas. Para definir la localización de la empresa “**MIALED**”; es decir el lugar físico en el que se desarrollara la actividad productiva debe tomarse en consideración algunos factores importantes:

- **Macro localización**

Ubicación

La empresa “**MIALED**” ;se dedicará a la producción de Jalea de fresa 100% natural, se encontrará ubicado en la región 7 del Ecuador en el cantón Loja, provincia de Loja.

Gráfico N°28: MAPA PROVINCIA DE LOJA



Fuente: Mapa de Loja

Elaboración: La Autora

Micro localización.

La empresa **MIALED** se ubicará en las calles Nicaragua entre Sevilla de Oro y Guinea Ecuatorial; Barrio: Peñón del Oeste, parroquia Sucre en el cantón Loja, la misma que se encuentra a fuera de la ciudad y es perfecto para la producción ya que este lugar es de fácil acceso ya que cuenta con vías en perfecto estado para hacer llegar las materias primas y la mano de obra y se puede distribuir fácilmente el producto.

Gráfico N°29



Fuente: Google maps

Elaboración: La Autora

- **Factores de localización**

Una vez determinado el sitio donde se instalará la empresa de producción de Jalea de Fresa “MIALED”, se detallan los aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, el cual reúne los factores básicos, que a continuación se anuncian:

- ✓ **Mercado.** - Puesto que el mercado es la ciudad de Loja la ubicación estratégica en esta parroquia urbana facilita la comercialización del producto; además por sus características productivas no enfrenta ningún tipo de impedimento legal.

- ✓ **Proveedores.** -La materia prima que se obtendrá para la producción del Jalea de Fresa será de origen local debido a la cercanía por los diferentes centros de abasto y las empresas comercializadoras que permite un abastecimiento oportuno a los requerimientos empresariales.

- ✓ **Servicios Básicos.** -El lugar que hace referencia la micro localización cuenta con todos los servicios básico como son: agua, luz eléctrica, teléfono, los elementos antes mencionados son importantes para el desarrollo de la producción de Jalea de Fresa.

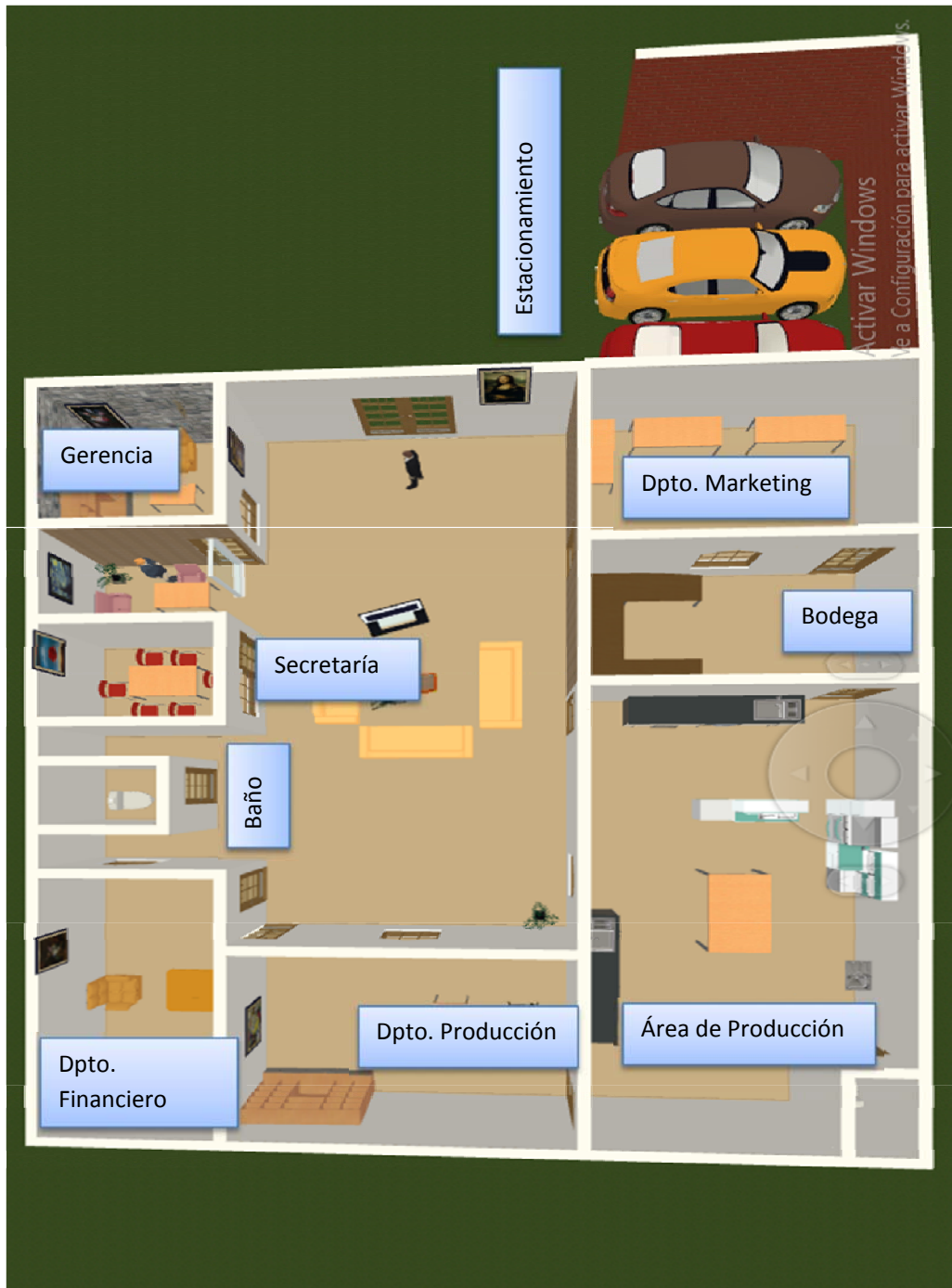
- ✓ **Infraestructura Sanitaria.** -El sitio cuenta con redes para el desalojo de residuos a través del alcantarillado sanitario y los vehículos recolectores de desechos degradables y no degradables.

- ✓ **Infraestructura Vial.** -Al estar dentro del área urbana se cuenta con vías de primer orden lo cual facilita el abastecimiento de la empresa y el mercado.

4. **Infraestructura física**

Para el funcionamiento de la empresa no se recurrirá a construcción de un edificio propio, se busca adquirir un espacio de 100 m los cuales se adecuarán las oficinas y la planta de producción de acuerdo al gráfico siguiente:

Gráfico N° 30
Infraestructura física



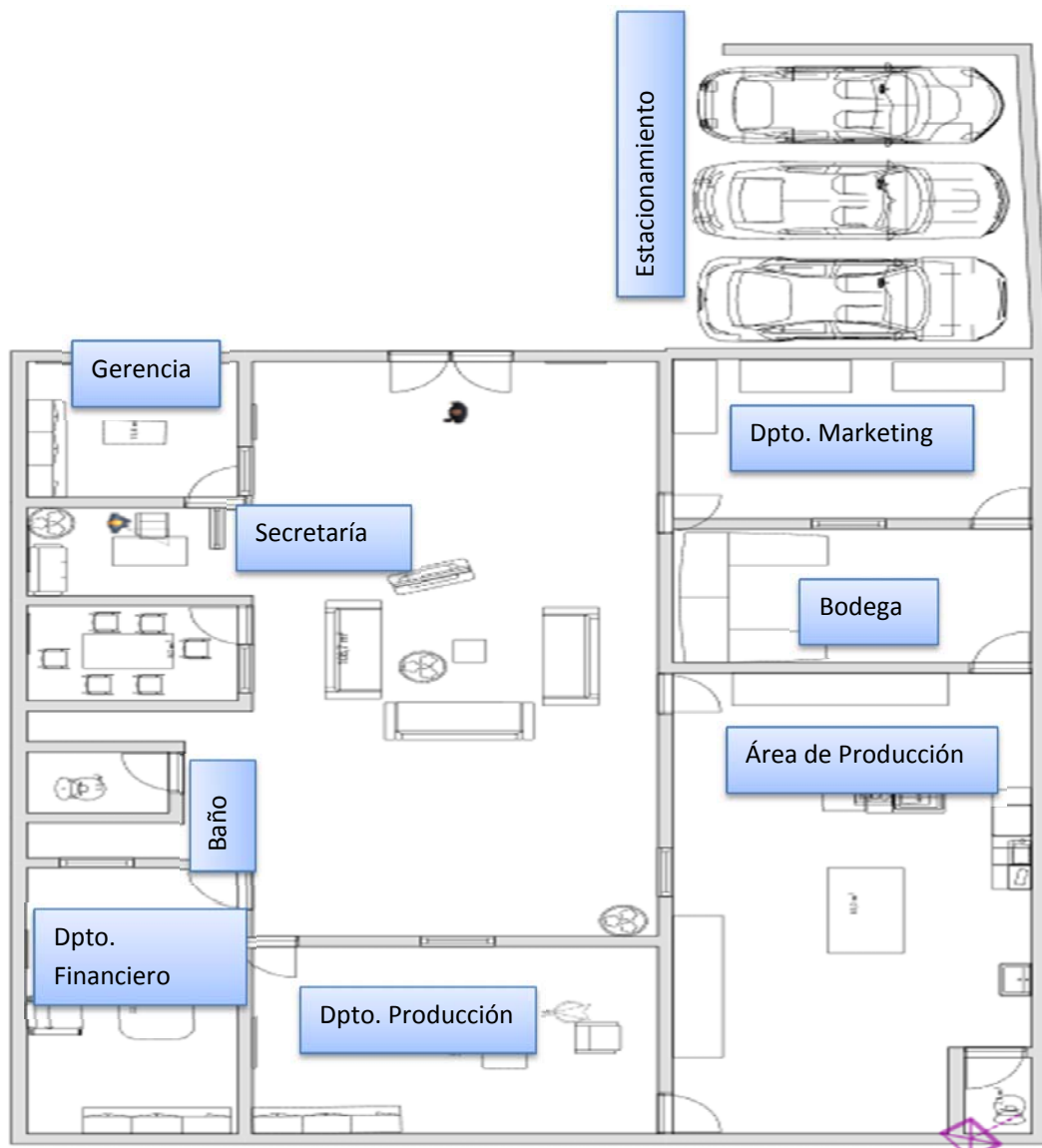
Fuente: Live Home 3D

Elaborado por: La Autora.

5. DISTRIBUCIÓN EN PLANTA

La distribución diseñada es la que permite que el proceso productivo se realice de tal forma que no existen interferencias entre las actividades, esta distribución se muestra en el gráfico siguiente con dimensiones de 150m²

GRÁFICO N°31



Fuente: Live Home 3D

Elaborado por: La Autora.

6. Balance de Materia Prima

Cuadro # 37: MATERIA PRIMA

Materia Prima	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Fresa	Kilogramos	55	1.50	82,50
Pectina	Gramos	1000	0.02	20.00
Azúcar	Kilogramos	36	1.00	36.00
Total del día				138.00

ELABORACIÓN: La Autora

Ingeniería del proyecto.

El objetivo del estudio del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. En ésta parte del estudio determinamos los aspectos relacionados con la tecnología necesaria, el proceso de producción, la infraestructura física requerida, así como, los equipos necesarios para la operación de la planta.

El proceso productivo es la aplicación de las formas y métodos para cambiar y transformar un conjunto de materias primas, mediante la utilización de equipos, herramientas, maquinarias y mano de obra necesarios, en un producto terminado.

Descripción del producto y del proceso.

La Jalea de Fresa es una conserva que se obtiene por la cocción de una mezcla de fresa y de azúcar, hasta obtener un producto de aspecto sólido y de sabor muy dulce, el cual generalmente se empaqueta en tarrinas para su venta y consumo. Aunque, por tradición en la elaboración de la jalea se emplea azúcar blanca.

El proceso consiste en el cortado de la fruta y la concentración de sólidos mediante la eliminación de agua y la agregación de azúcar, hasta alcanzar entre 72° y 75 ° centígrados.

Componente tecnológico

En la producción de la Jalea de Fresa se contará con tecnología de punta el mismo que nos permitirá obtener el producto en el menor tiempo posible se utilizará una marmita eléctrica y una licuadora.

Para la producción utilizaremos lo siguiente:

Tecnología

Gráfico N° 32



Fuente: Hnos. Ochoa

Elaborado por: La Autora.

Marmita volcarle 250 KG

Fabricada en acero inoxidable, garantizando higiene y durabilidad en los procesos de producción, produce de 0 a 10 kg de pulpa de fruta, vida útil 10 años.FISHBAM, \$3500,00

Licudora oster industrial

Gráfico #33



\$161

Fuente: Hnos. Ochoa

Elaborado por: La Autora.

MATERIA PRIMA

Fresa: Este ingrediente será el elemento principal para la elaboración de la jalea de fresa, lo cual tiene que ser lavado y cortado para su elaboración.

Gráfico N°34



Fuente: Internet

Elaborado por: La Autora.

Azúcar: Sustancia cristalina, generalmente blanca, muy soluble en agua y de sabor muy dulce, que se encuentra en el jugo de muchas plantas y se extrae especialmente de la caña dulce y de la remolacha; se emplea en alimentación como edulcorante nutritivo y generalmente se presenta en polvo de cristales pequeños.

Gráfico N° 35



Fuente: Internet

Elaborado por: La Autora.

PECTINA: Son sustancias gelatinizantes, que tienen su origen en los vegetales.

Gráfico N°36



Fuente: Internet

Elaborado por: La Autora.

PROCESO PRODUCTIVO

1. Nombre del producto

JALEA DE FRESA “DULCE CAPRICHO”

2. PRESENTACIÓN

El producto se comercializará en unidades de ½ libra

3. COMPONENTES

JALEA DE FRESA “DULCE CAPRICHO” es un producto espeso que consta de los siguientes componentes: fresa, azúcar, agua y pectina.

4. PROCESO PRODUCTIVO

Para elaborar la JALEA DE FRESA “DULCE CAPRICHO” se sigue el siguiente proceso:

1) Recepción de la Materia Prima

En esta etapa se reciben las fresas que serán adquiridos a los agricultores de la zona, previamente ubicados y pactados las condiciones de entrega.

2) Selección de la materia prima (fresa)

La selección de la materia prima se la realiza con el fin de separar los productos por su calidad, y así eliminar las fresas que se encuentren en mal estado, sea por alguna enfermedad o por haber sido maltratados durante su cosecha o transportación. La materia prima seleccionada será almacenada.

Se tiene la mala creencia que para la fabricación de jaleas se debe emplear frutos de mala calidad, esto no es así, las frutas seleccionadas deben ser de óptima calidad y con el grado de madurez necesario, caso contrario no se obtendrán los resultados deseados.

3) Lavado

Esta etapa tiene como finalidad quitar toda la suciedad que siempre está presente en las materias primas, y con ello eliminar las bacterias externas de las fresas.

Este proceso se lo lleva a cabo con abundante agua potable.

4) Extracción de la Pulpa

Utilizando la licuadora se extraerá la pulpa ya que está destinada a la elaboración de mermeladas y Jaleas.

5) Agregación de Ingredientes

Una vez obtenida la pulpa, se agregará el resto de ingredientes que darán consistencia, sabor y textura a la jalea.

Estos ingredientes son:

- Azúcar
- Pectina

6) Cocción

La jalea deberá cocerse (hervir) para que se concentren todos los ingredientes especialmente el azúcar, moviéndola constantemente para evitar que se queme y altere su sabor.

7) Envasado

El envasado será por medio de una envasadora manual se llenarán las tarrinas hasta el nivel correctos (90%) para crear un vacío debajo de la tapa a medida que el producto se enfríe.

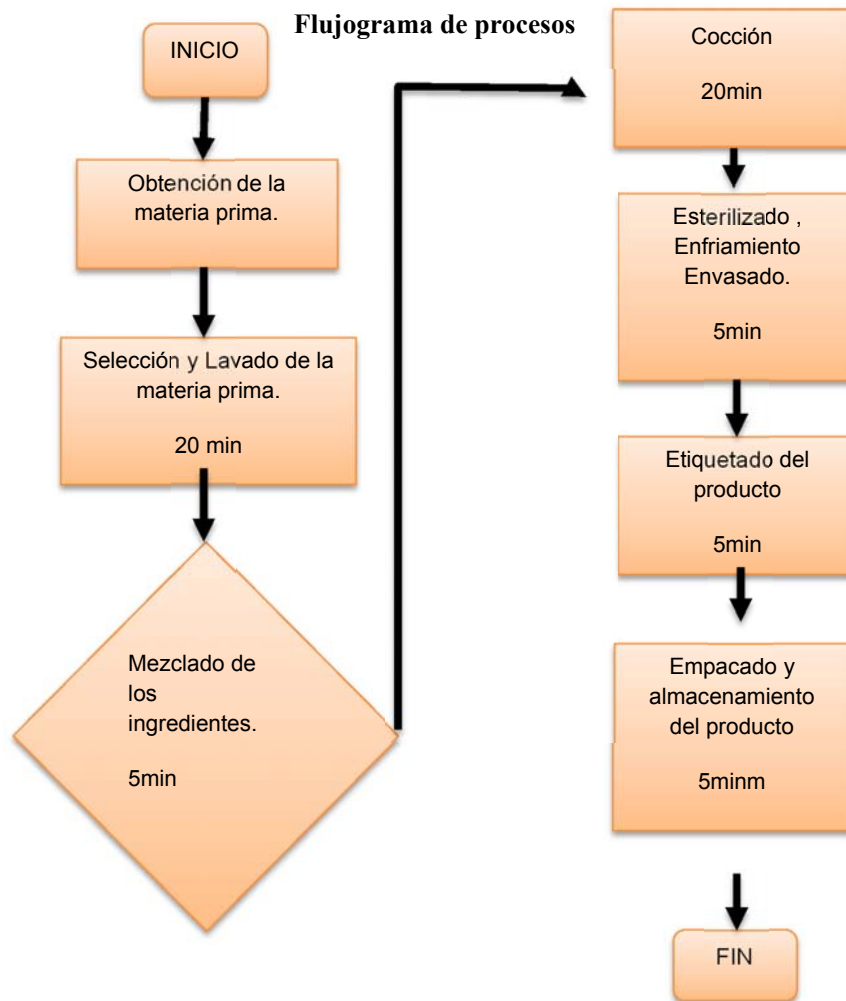
8) Enfriado

El enfriado se lo realizará lo más pronto posible, colocando las tarrinas cerca del ventilador. Cuando la jalea esté al ambiente se puede verificar su esterilización observando que las tapas plásticas presenten un pequeño hundimiento en su centro.

9) Etiquetado y Almacenado

Una vez enfriados los productos se procederá a limpiarlos, a colocarles las etiquetas y a ordenarlos en cajas para que sean almacenados posteriormente.

Flujograma de procesos para la elaboración de jalea de fresa



Fuente: Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de Jalea de Fresa en la ciudad de Loja.

Elaboración: La Autora

Diagrama de flujos.

Al hablar de diagrama de flujos se refiere a las diferentes etapas por las cuales se transforman determinadas materias primas e insumos para obtener un producto terminado, en si la actividad que se desarrolla se la puede hacer representativa de la siguiente manera.







CUADRO # 38
DESCRIPCION DE PROCESO

SIMBOLOGIA

Operación	Inspección	Demora	Almacenamiento
○	□	▷	▽

Fuente: Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de Jalea de Fresa en la ciudad de Loja.

Elaboración: La Autora

FASES	OPERACIÓN	INSPECCION	ESPERA	ALMCENAMIENTO	DESCRIPCION DEL PROCESO (ACTIVIDADES)	TIEMPO (MINUTOS)
1					Selección y lavado de materia prima.	120 m.
2					Mezclado de los ingredientes	35 m.
3					Cocción	120 m.
4					Envasado	90 m.
5					Etiquetado del producto.	55 m.
6					Empacado y almacenamiento del producto.	60 m.
					TOTAL	8 horas

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

Una de las partes fundamentales para implementar un proyecto es la organización, pues para su funcionamiento debe contar con procesos legales y administrativos.

Organización Legal

Para la organización jurídica se ha previsto la implementación de una Compañía de Responsabilidad Limitada, de conformidad con el Art. 93 de la Ley de Compañías, que en su parte pertinente dice que “La Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo su razón social o denominación objetiva, a lo que analizará, en todo caso, las palabras Compañía Limitada a su correspondiente abreviatura”.

ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA “MIALED”

Señor Notario:

En el Registro de Escrituras a su cargo, sírvase incorporar una en la que conste la constitución de una compañía de responsabilidad limitada al tenor de las siguientes cláusulas.

PRIMERA: Comparecientes: Comparecen a otorgar esta escritura la siguiente persona: Sra. Dayana Mishel Lozada Jiménez y el Sr. Edwin Vinicio Armijos Suquilanda, todos ellos de nacionalidad ecuatoriana, quien, por sus propios derechos, acuerda constituir una compañía de responsabilidad limitada que se regirá por las disposiciones de la Ley de Compañías y de los presentes Estatutos.

SEGUNDA: ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA:

Art. 1.- Denominación. - La Compañía que se constituye mediante este contrato se denominará: “MIALED Cía. Ltda.”.

Art. 2.- Objeto. - La empresa como tal, tendrá su objeto social en la producción y comercialización de JALEA DE FRESA.

Art. 3.- Domicilio. - El domicilio principal de la compañía es la ciudad de Loja, pero podrá establecer agencias o sucursales en cualquier lugar del país, previa autorización de la Junta General de Accionistas.

Art. 4.- Plazo. - El plazo por el cual se constituye la compañía es de diez (10) años que se contarán a partir de la fecha de inscripción del contrato en el Registro Mercantil, plazo que podrá ser ampliado o restringido procediendo en la forma que se determina en la Ley de Compañías y estos Estatutos.

Art. 5.- Capital. -De acuerdo a lo establecido por la Ley de Compañías, art.102 el capital social estará conformado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías.

Art. 6.- Plazo para la integración del capital. - Los socios pagarán en efectivo el 50% no pagado de las aportaciones que cada uno de ellos ha hecho, en el plazo máximo de un año;

Art. 7.- De la Junta General. - La Junta General de Accionistas es el organismo supremo de la compañía y se integrará por los socios de la misma en número suficiente para formar quórum, por lo que las decisiones que ella tome conforme la Ley y estos Estatutos obligan a todos los socios hayan o no contribuido con sus votos o hayan o no asistido a la sesión;

Art. 8.- Sesiones. - Las sesiones de la Junta General son ordinarias o extraordinarias, y en uno u otro caso se reunirán en el domicilio principal de la compañía previa convocatoria hecha en forma legal. En el caso que estuvieren juntos los socios que representen la totalidad del capital social podrán constituirse en Junta General, sin requerir convocatoria previa, siempre que así lo resolvieren por unanimidad y estuvieren de acuerdo a los asuntos a tratarse.

Las Juntas Ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico; las extraordinarias cuantas veces

fueren convocadas. En las Juntas Generales solo podrán tratarse los asuntos puntualizados en la convocatoria;

Art. 9.- Convocatoria. - Las Juntas Generales serán convocadas por el Presidente o el Gerente de la Compañía, por medio de la prensa, en uno de los periódicos de mayor circulación, en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación por lo menos al fijado para la reunión, o mediante comunicación por escrito a todos los socios con anticipación de por lo menos cuarenta y ocho horas al día fijado para la sesión. En todo lo relacionado al quórum y a las decisiones se estará a lo dispuesto a la Ley de Compañías.

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

Art. 11.- Atribuciones de la Junta General.- Son atribuciones de la Junta General las siguientes: a) Designar y remover Presidente, Gerente y Administradores de la compañía; b) Señalarles sus remuneraciones, c) Nombrar Fiscalizador de la compañía y determinar la forma en que organizará la fiscalización, d) Aprobar las cuentas y los balances que presenten los Administradores y Gerentes; e) Resolver el reparto de utilidades, la formación de los fondos de reserva generales y especiales, el aumento o reducción del capital y la reforma de los estatutos; f) Acordar la prórroga o reducción del plazo de la compañía o su liquidación anticipada; g) Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios; h) Acordar la exclusión del socio o de los socios de acuerdo a las causales establecidas por la Ley; i) Resolver sobre el establecimiento de Sucursales o Agencias; j) Resolver la venta o gravamen de inmuebles de la compañía; k) Interpretar en forma obligatoria las disposiciones de estos estatutos;

Art. 12.- Administración. - La Administración de la compañía corresponde conjuntamente al Presidente y al Gerente, no siendo necesario ser socio de la compañía para poder ser elegido para estos cargos, durarán dos años en el ejercicio de los mismos.

Art. 13.- Del Gerente.- El Gerente es la máxima autoridad ejecutiva de la compañía y tendrá la representación legal, judicial y extrajudicial de la misma, correspondiéndole las siguientes atribuciones: a) Convocar e intervenir como Secretario en las sesiones de la Junta General y suscribir con el Presidente las actas correspondientes; b) Suscribir los certificados de aportaciones a cada ejercicio económico; c) Administrar y representar legalmente a la compañía y obligarla en toda clase de actos y contratos del giro ordinario de la compañía, necesitando autorización de la Junta General para vender o gravar los inmuebles de ella; d) Las demás establecidas en la Ley de Compañías. A falta de Gerente, éste será subrogado por el Presidente con todas sus atribuciones hasta que la Junta General resuelva lo conveniente;

Art. 14.- Del Presidente. - Le corresponde conjuntamente con el Gerente la administración de la compañía y deberá suscribir las actas de la Junta General y los certificados de aportaciones;

Art. 15.- Reemplazo de funcionarios. - Los funcionarios elegidos por los períodos señalados en estos Estatutos continuarán en el desempeño de sus cargos hasta ser legalmente reemplazados aun cuando haya vencido el plazo para el cual fueron elegidos, salvo el caso de destitución;

Art. 16.-Disolución de la Compañía. - Las causas de disolución de la compañía serán las determinadas por la Ley, y para su liquidación actuará como liquidador el Gerente con las atribuciones determinadas por la Ley;

Art. 17.- Fondo de Reserva. - La compañía formará un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, para lo cual se destinará de las utilidades líquidas de cada año cuando menos el cinco por ciento;

Art. 19.- Fiscalización. - Anualmente, la Junta General designará un Fiscalizador, que podrá ser socio o no, con derecho ilimitado de inspección y vigilancia sobre todas las operaciones sociales;

Art. 20.- Representación Legal de la Compañía. - De conformidad con lo establecido en el artículo décimo cuarto de estos Estatutos, la representación legal de la compañía corresponde al Gerente, y al socio han convenido en designar para el cargo a la accionista Sra. Dayana Mishel Lozada Jiménez, quien manifiesta aceptar sus cargos, quedando expresamente facultados para obtener la aprobación legal de la compañía y su respectiva inscripción.

.....

Firma: El Abogado

Estructura Administrativa Interna

Es necesario determinar un modelo de estructura administrativa que le permita, a la nueva empresa, realizar funciones de la manera más eficiente

Niveles Administrativos

Los niveles administrativos de la Empresa MIALED Cía. Ltda., está establecida por 5 niveles jerárquicos que son:

Nivel Legislativo

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

Nivel Ejecutivo

Planea, orienta y dirige la vida administrativa e interpreta planes, programas y más directivas técnicas y administrativas de alto nivel y los trámites a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución.

Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad bajo su mando, puede delegar autoridad más no responsabilidad. El nivel ejecutivo es unipersonal, cuando exista un gerente.

Nivel Asesor

Este nivel no tiene autoridad de mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica. Lo constituye la persona que la empresa contratará en forma temporal según las necesidades de la misma, estará integrada por un Asesor Jurídico.

Nivel Auxiliar o de Apoyo

Este nivel ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia, y se encuentra conformado por la Secretaria.

Nivel Operativo

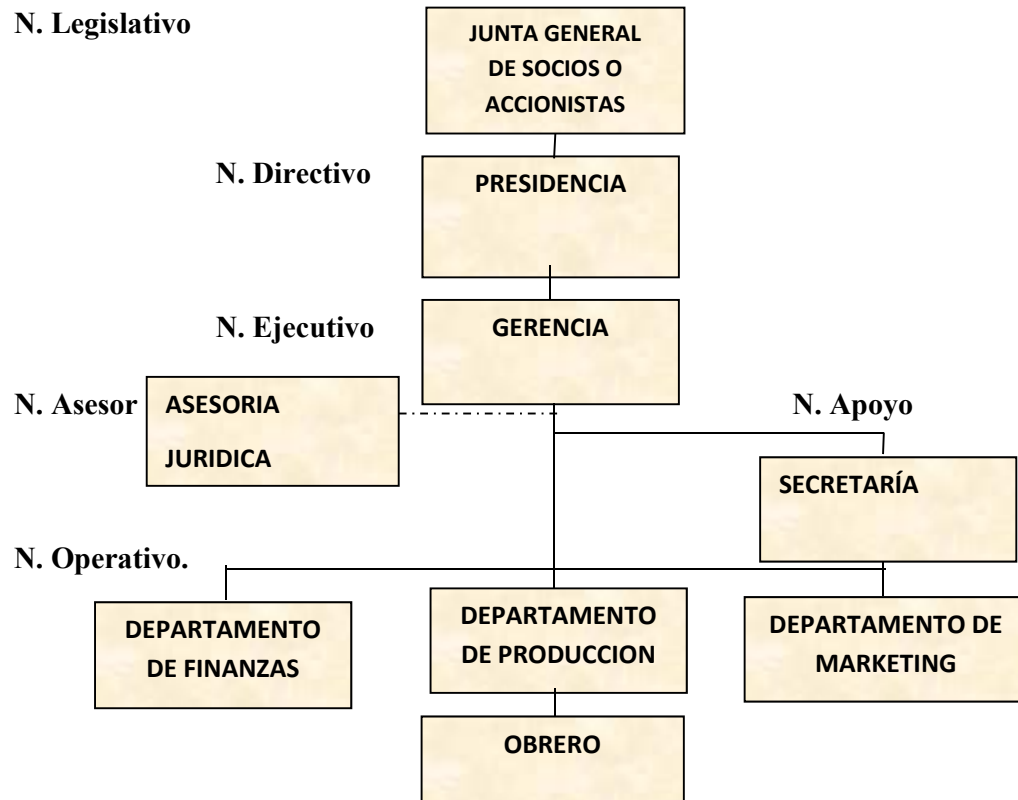
El nivel operativo es responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa. Dentro de este nivel estará el Departamento de Producción, Finanzas y Ventas.

ORGANIGRAMAS

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

MIALED Cía. Ltda.

Organigrama Estructural

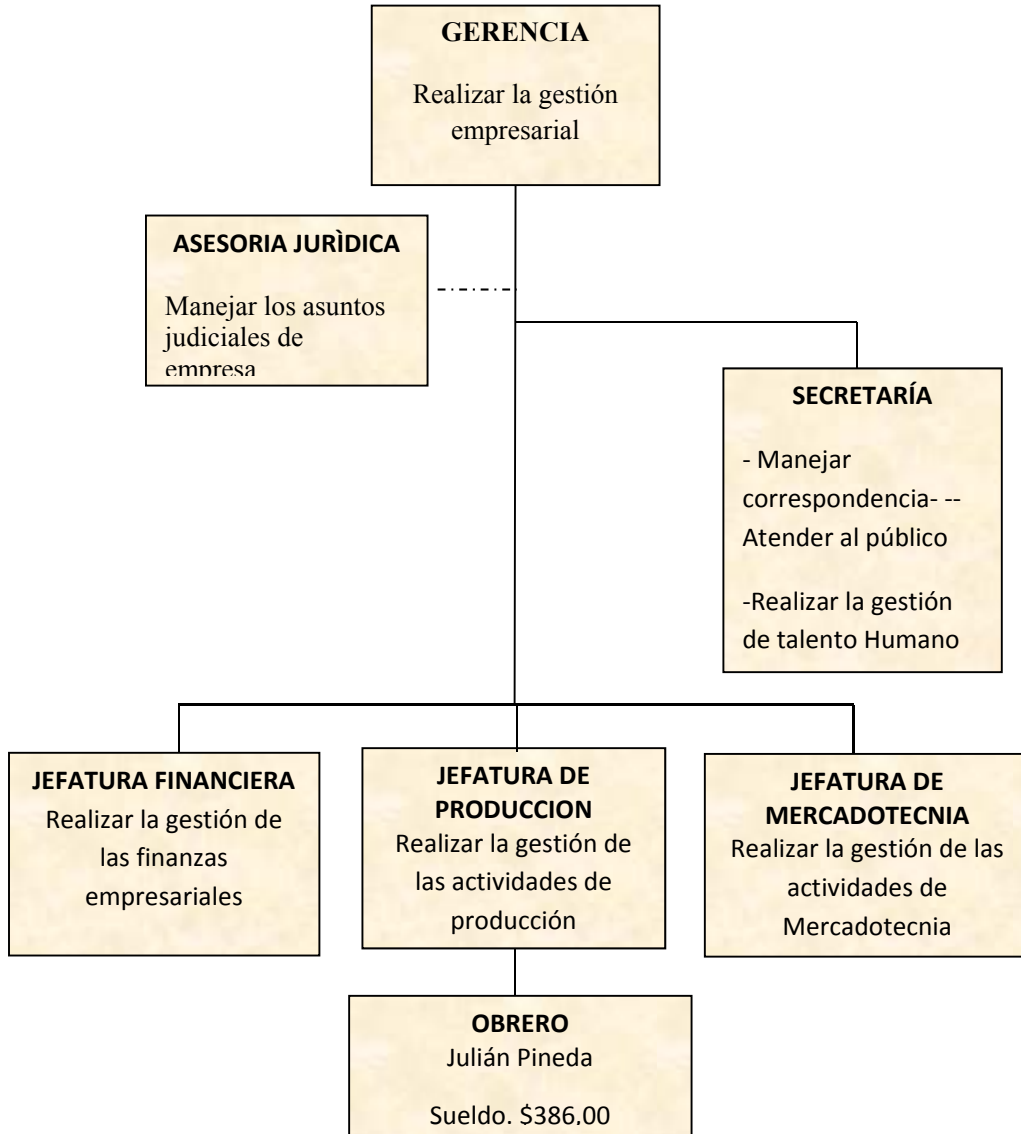


Fuente: Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de Jalea de Fresa en la Ciudad de Loja.

Elaboración: La Autora

MIALED Cía. Ltda.

Organigrama Funcional

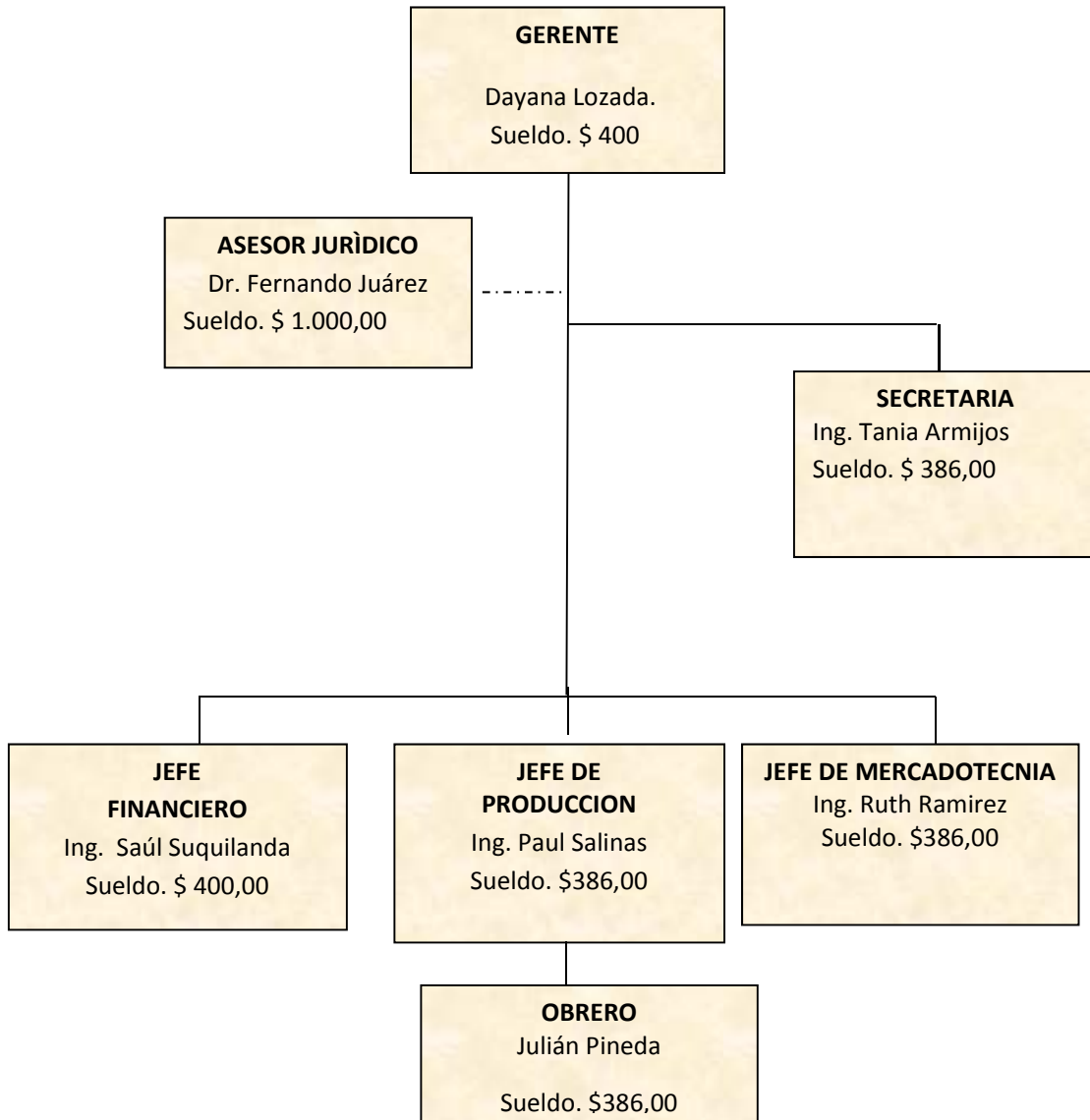


Fuente: Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de Jalea de Fresa en la Ciudad de Loja.

Elaboración: La Autora

MIALED Cía. Ltda.

Organigrama Posicional




Fuente: Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de elaboración y comercialización de Jalea de Fresa en la Ciudad de Loja.


Elaboración: La Autora

MANUALES DE FUNCIONES

<p>“MIALED Cía. Ltda.”</p>	<p>MANUAL DE FUNCIONES</p> <p>GERENTE</p> <p>“MIALED Cía. Ltda.”</p>	<p>CÓDIGO</p>	<p>001</p>
		DULCE CAPRICHOS	
I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	GERENTE		
UNIDAD DE DEPENDENCIA	Asamblea general de socios		
SUBALTERNOS	Todo el personal		
NIVEL JERÁRQUICO	Ejecutivo		
II. NATURALEZA DEL PUESTO			
Llevar el proceso administrativo de la Compañía			
III. FUNCIONES TÍPICAS			
<ul style="list-style-type: none"> • Planifica lo que va a realizar la empresa. • Organizar en forma coordinada los recursos y actividades materiales, técnicas y humanas. • Ejecutar la planificación estratégica trazada. • Controlar la ejecución del plan para realizar los ajustes correspondientes. • Representar legalmente a la empresa • Seleccionar al personal idóneo para que trabaje en la empresa. • Hacer cumplir la ley, los estatutos y las resoluciones de la junta general. • Delegar bajo su responsabilidad, funciones específicas en otro funcionario de la empresa. 			
IV. CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE			
<ul style="list-style-type: none"> • Responsabilidad económica, técnica y administrativa en la ejecución de las tareas. • Iniciativa y criterio para resolver problemas que se pudieran presentar en la empresa. 			
V. REQUISITOS MÍNIMOS			
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Título en Ingeniería Comercial o afines • Tener conocimientos de informática como: Excel, Word, etc. • Espíritu de liderazgo, emprendedor y motivador • Experiencia Mínima de 2 años en trabajos afines. 		

Elaboración: La Autora


“MIALED Cía. Ltda.” 	MANUAL DE FUNCIONES DEL ASESOR JURÍDICO “MIALED Cía. Ltda.”	CÓDIGO	002
		DULCE CAPRICHOS	
I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN			
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO		ASESOR JURÍDICO	
UNIDAD DE DEPENDENCIA		Gerente	
SUBALTERNOS		Ninguno	
NIVEL JERÁRQUICO		Asesor	
II. NATURALEZA DEL PUESTO			
Asesorar e informar sobre proyectos relacionados con la empresa, así como también intervenir en los asuntos legales y jurídicos de la empresa.			
III. FUNCIONES TÍPICAS			
<ul style="list-style-type: none"> • Revisar y analizar actividades relacionadas con la compra de bienes e inmuebles, derechos, acciones y más. • Facilitar asesoría o requerimientos de la Junta general de Socios, gerencia o demás unidades de la empresa. • Preparar informes y dictámenes de orden legal. • Patrocinar en defensa de la empresa en juicios de cualquier índole relacionado con sus actividades. • Participar en reuniones en Junta de socios. • Preparar memorándums, informes sobre orden jurídico que sean solicitados por los miembros ejecutivos de la empresa. 			
IV. CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE			
<ul style="list-style-type: none"> • Se caracteriza por mantener autoridad funcional y tener una participación eventual en la empresa, pero no toma decisiones. 			
V. REQUISITOS MÍNIMOS			
EDUCACIÓN		<ul style="list-style-type: none"> • Título en Doctor en Jurisprudencia. • Experiencia de dos años en funciones similares. 	


<p align="center">“MIALED Cía. Ltda.”</p> 	<p align="center">MANUAL DE FUNCIONES DE SECRETARIA- CONTADORA</p> <p align="center">“MIALED Cía. Ltda.”</p>	<p align="center">CÓDIGO</p>	<p align="center">003</p>
		<p align="center">DULCE CAPRICHOS</p>	
<p align="center">I.DATOS DE IDENTIFICACIÓN</p>			
<p align="center">DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</p>	<p align="center">SECRETARIA</p>		
<p align="center">UNIDAD DE DEPENDENCIA</p>	<p align="center">Gerente</p>		
<p align="center">SUBALTERNOS</p>	<p align="center">Conserje- guardián</p>		
<p align="center">NIVEL JERÁRQUICO</p>	<p align="center">Auxiliar</p>		
<p>II. NATURALEZA DEL PUESTO</p>			
<p align="center">Brindar a su jefe un apoyo incondicional con las tereas establecida, además de acompañar en la vigilancia de los procesos a seguir</p>			
<p>III. FUNCIONES TÍPICAS DE LA SECRETARÍA</p>			
<ul style="list-style-type: none"> • Registrar tarjetas de control de los empleados • Elaborar oficios y guías • Elaborar órdenes de pago • Atender y orientar al público que solicite los servicios productos de una manera cortés amable para que la información sea más fluida y clara • Redactar actas de las cesiones de la Junta general de Accionistas • Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado al gerente de los compromisos y demás asuntos. • Elaborar cuadros de rutas de los diferentes trabajos de cadames • Elaborar contratos de trabajo 			

IV. FUNCIONES TÍPICAS DE LA CONTADORA	
<ul style="list-style-type: none"> • Administrar los recursos financieros de la empresa para realizar operaciones como: compra de materia prima, adquisiciones de máquinas y equipos, pago de salarios entre otros. • Planear, obtener y usar los fondos para maximizar el valor de la organización. • Elaboración de presupuestos que muestren la situación económica y financiera de la empresa • Manejo y supervisión de la contabilidad y responsabilidades tributarias con el SRI. Asegura también la existencia de información financiera y contable razonable y oportuna para el uso de la gerencia. <p>Encargado de todos los temas administrativos relacionados con recursos humanos, nómina, préstamos, descuentos, vacaciones, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manejo del archivo administrativo y contable. 	
V. CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE	
<ul style="list-style-type: none"> • Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente, para que todos estén informados. 	
VI. REQUISITOS MÍNIMOS	
EDUCACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Título de tecnóloga en secretariado ejecutivo o Ingeniero en finanzas, Contabilidad o Carreras afines • Buena presencia. • Facilidad de expresión verbal y escrita. • Facilidad para interactuar en grupos. • Dominio de Windows, Microsoft Office, Internet • Manejar los programas informáticos contables. • Capacidad para trabajar en equipo • Persona de buen trato, amable, cortés y seria. • Persona proactiva y organizada. • Experiencia Mínima de 1 años en trabajos afines.

Elaboración: La Autora

Elaboración: La Autora

<p>“MIALED Cía. Ltda.”</p> 	<p>MANUAL DE FUNCIONES DEPARTAMENTO DE VENTAS “MIALED Cía. Ltda.”</p>	<p>CÓDIGO</p>	<p>006</p>
<p>I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</p>		<p>DULCE CAPRICHO</p>	
<p>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</p>	<p>DEPARTAMENTO DE VENTAS</p>		
<p>UNIDAD DE DEPENDENCIA</p>	<p>Gerente</p>		
<p>SUBALTERNOS</p>	<p>Ninguno</p>		
<p>NIVEL JERÁRQUICO</p>	<p>Operativo</p>		
<p>II. NATURALEZA DEL PUESTO</p>			
<p>Lograr metas establecidas en el presupuesto de ventas de la empresa, manteniendo de forma activa las relaciones con el cliente, logrando una fidelización del mismo.</p>			
<p>III. FUNCIONES TÍPICAS</p>			
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar prospecciones, organizar el tiempo, intentar descubrir nuevos sectores, establecer contacto previo con el cliente, preparar las rutas, preparar las visitas. • Administrar coherentemente su agenda de trabajo. • Vender los productos que ofrece empresa. • Realizar investigaciones constantes acerca del mercado y sus precios. • Asesorar de manera real y objetiva a los clientes y sus necesidades. • Brindar información de los descuentos y promociones de los servicios • Prestar atención a las opiniones de los clientes 			
<p>IV. CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE</p>			
<ul style="list-style-type: none"> • Consolidar la imagen corporativa de la organización. • Mejorar continuamente nuestro desempeño hacia el cliente 			
<p>V. REQUISITOS MÍNIMOS</p>			
<p>EDUCACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Título de Tecnólogo en Ventas o afines. • Contar con una buena expresión oral, léxico, actitud y presentación personal • Hoja de vida con todos los documentos en regla (cedula/certificado de votación, record policial) • Referencias personales del trabajo anterior • Facilidad para interactuar en grupos. • Experiencia Mínima de 1 años en trabajos afines. 		

<p>“MIALED Cía. Ltda.”</p> 	<p align="center">MANUAL DE FUNCIONES OBRERO</p> <p align="center">“MIALED Cía. Ltda.”</p>	<p>CÓDIGO</p>	<p align="center">007</p>
<p align="center">DULCE CAPRICHO</p>			
<p align="center">I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN</p>			
<p>DESCRIPCIÓN DEL PUESTO</p>	<p align="center">OBREROS</p>		
<p>UNIDAD DE DEPENDENCIA</p>	<p align="center">Gerente</p>		
<p>SUBALTERNOS</p>	<p align="center">Ninguno</p>		
<p>NIVEL JERÁRQUICO</p>			
<p align="center">II. NATURALEZA DEL PUESTO</p>			
<p align="center">Cumplir a cabalidad con los procesos de producción establecidos por la empresa para de esta manera brindar un buen producto al cliente.</p>			
<p align="center">III. FUNCIONES TÍPICAS</p>			
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar jalea de fresa • Ocuparse de la limpieza y mantenimiento de la empresa 			
<p align="center">IV. CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE</p>			
<ul style="list-style-type: none"> • Consolidar la imagen corporativa de la organización. • Mejorar continuamente nuestros procesos productivos. 			
<p align="center">V. REQUISITOS MÍNIMOS</p>			
<p>EDUCACIÓN</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Título de Bachiller. • Contar con una buena expresión oral, léxico, actitud y presentación personal • Hoja de vida con todos los documentos en regla (cedula/certificado de votación, record policial) • Referencias personales del trabajo anterior • Facilidad para interactuar en grupos. • Persona de buen trato, amable, cortés y seria. 		

Elaboración: La Autora
Elaboración: La Autora

ESTUDIO FINANCIERO

Inversiones

Las inversiones de un proyecto, representan los recursos financieros o capitales necesarios para el inicio y funcionamiento del mismo. Para el presente proyecto, las inversiones fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado y empresas nacionales importadoras de equipo de producción.

Activos: Son todos los bienes y derechos de propiedad de la empresa. Es un bien que la empresa posee y que puede convertirse en dinero u otros medios líquidos equivalentes. En el presente proyecto se originan 3 clases de activos: Activo Fijo, Activo Diferido y Activo Circulante o Capital de Trabajo.

Activo fijo

Son los bienes tangibles que posee una empresa que están destinados a explotación, sin que sean objetos de transacciones comerciales en el transcurso de sus operaciones, tienen una duración mayor a un año y que están sujetos a depreciaciones. Entre estos activos tenemos.

Especificaciones de los activos fijos

Para el proyecto objeto de estudio, se incluirá como activos fijos los rubros de: equipo de producción, utensilios de producción, muebles y enseres, equipo de oficina, vehículo y equipo de cómputo que son indispensables para la realización del mismo.

- **Equipo de Producción.** - El precio del equipo se obtuvo mediante catálogos, proformas e investigaciones en empresas locales e internacionales (Internet) que se dedican a la venta de los mismos.
- **Utensilios de producción.** - Objetos diseñados para facilitar la realización de una tarea mecánica que requiere del uso de una cierta fuerza.

- **Muebles y Enseres.** - Se refiere a los muebles y enseres de oficina que se requieren para desarrollar las actividades administrativas.

- **Equipo de oficina.** - Conjunto de máquinas y dispositivo que se necesitan para llevar a cabo tareas propias de una oficina.

- **Equipo de Cómputo.** - Son todos los Equipos de Cómputo Electrónicos que pertenecen a la compañía: Computadoras, CPU, Monitores, Teclados, Mouses, Servidores, RACK, Drivers, Scanner, Plotters, etc.

Activo fijo

Cuadro # 38: ACTIVO FIJO

ACTIVOS FIJOS	
DETALLE	VALOR
Maquinaria y Equipo	\$2.265,00
materiales y herramientas	\$16,50
Muebles de oficina	\$310,00
Equipo de Oficina	\$43,00
Equipo de Computo	\$1.299,82
TOTAL	\$3.934,32

Elaboración: La autora

Activo Diferido

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

Cuadro # 39: ACTIVO DIFERIDO

DETALLE	VALOR
Permiso de funcionamiento	\$150
Organización	\$250
Instalaciones	\$237
Patente	\$1.000
estudios preliminares	\$700
TOTAL	\$2.337

Elaboración: La autora

Activo Circulante o Capital de Trabajo

Este activo está constituido por valores necesarios para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, el valor de este activo se lo detalla a continuación.

Cuadro # 40: ACTIVO CIRCULANTE

Detalle	Valor
Materia prima directa	\$3.304,17
Materia prima indirecta	\$471,68
Mano de Obra Directa	\$546,83
Mano de obra indirecta	\$545,48
Sueldos administrativos	\$1.192,92
Agua	\$10,36
Teléfono	\$12,00
Luz	\$41,20
Suministros de oficina	\$1,38
Útiles de aseo	\$3,65
Arriendo	\$350,00
Gastos de venta	\$599,98
Publicidad y Propaganda	\$55,00
Total	\$7.134,64

Elaboración: La autora

Total, de inversión

El resumen de la inversión total se demuestra en el siguiente cuadro.

Cuadro # 41: RESUMEN DE INVERSIÓN

TOTAL DE INVERSION	
DETALLE	VALOR
Activo fijo	\$3.934,32
Activo corriente	\$7.134,64
Activo diferido	\$2.336,54
TOTAL DE INVERSION	\$13.405,50

Elaboración: La autora

Fuente de Financiamiento

Una vez que se conoce el monto a invertir en la empresa, se procede a buscar las fuentes de financiamiento para ello se toma en cuenta dos fuentes, mismos que se detalla a continuación:

Fuente Interna: Constituida por el aporte de los socios.

Será aportado con dinero en efectivo por parte de los socios que conforman la empresa. Esta suma asciende a **\$8.405,50**dólares americanos; que representa al **63%** de la inversión.

Fuente Externa: Constituida normalmente por las entidades financieras, privadas y estatales, a las cuales se incurre para solicitar un préstamo y financiar el proyecto. Este proyecto será financiado por el Banco del Ecuador, adquiriendo un préstamo de **\$5.000** dólares americanos que representa el **37%** del total de la inversión.

Cuadro # 42: FUENTES DE FINANCIAMIENTO

Inversión total	VALOR
Capital propio	\$8.405,50
Crédito	\$5.000
Total	\$13.405,50

Elaboración: La autora

Estructura de costos y establecimiento de ingresos del proyecto

La estructura de los costos comprende los Costos de Producción y de Operación, en nuestra empresa.

Cuadro # 43: ESTRUCTURA DE COSTOS

AÑO1	1AÑO	2 AÑO	3AÑO	4AÑO	5AÑO	6AÑO	7AÑO	8AÑO	9AÑO	10AÑO
PRODUCTO										
Jalea de fresa	647.10	64.710	68.754	68.754	72.799	72.799	76.843	76.843	80.888	80.888
COSTO										
Costo primo	\$58.417,99	\$59.090,98	\$62.308,43	\$62.631,33	\$65.864,66	\$66.203,84	\$69.453,86	\$69.810,13	\$73.077,68	\$73.451,92
Costo de fabricación	\$5.190,50	\$5.313,65	\$5.439,86	\$5.569,20	\$5.701,75	\$5.837,93	\$5.977,14	\$6.119,80	\$6.266,01	\$6.415,84
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	\$63.608,49	\$64.404,63	\$67.748,29	\$68.200,53	\$71.566,41	\$72.041,77	\$75.431,00	\$75.929,94	\$79.343,69	\$79.867,76
COSTO DE OPERACIÓN										
Costo administrativo	\$14.138,61	\$14.496,55	\$14.843,84	\$15.199,77	\$15.564,56	\$15.524,59	\$15.907,78	\$16.300,51	\$16.703,02	\$17.115,55
Costo de venta	\$7.859,79	\$8.065,11	\$8.265,93	\$8.471,75	\$8.682,70	\$8.898,90	\$9.120,48	\$9.347,58	\$9.580,33	\$9.818,88
Costos financieros	\$497,74	\$446,69	\$395,64	\$344,59	\$293,54	\$242,49	\$191,44	\$140,39	\$89,34	\$38,29
Total costo de operación	\$22.496,13	\$23.008,35	\$23.505,40	\$24.016,11	\$24.540,80	\$24.665,98	\$25.219,70	\$25.788,47	\$26.372,69	\$26.972,72
COSTO TOTAL	\$86.104,62	\$87.412,98	\$91.253,70	\$92.216,63	\$96.107,21	\$96.707,74	\$100.650,69	\$101.718,41	\$105.716,38	\$106.840,48

Elaboración: La autora

Los ingresos se han establecido dividiendo el costo total del número de unidades de producto producido en este caso jalea de fresa, para lo cual se considera un margen de utilidad bruta por unidad de producto del 15% en función de la competencia.

Cuadro # 44: DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS

Detalle	Producción	Costo unitario	% utilidad	Margen de utilidad	Precio de venta	Precio ajustado P.V.P.	Ingreso x venta
1AÑO	64.710	\$1,33	15%	\$0,20	\$1,53	1,55	\$100.301,12
2AÑO	64.710	\$1,35	15%	\$0,20	\$1,55	1,55	\$100.301,12
3AÑO	68.754	\$1,33	15%	\$0,20	\$1,53	1,55	\$106.569,94
4 AÑO	68.754	\$1,34	15%	\$0,20	\$1,54	1,55	\$106.569,94
5AÑO	72.799	\$1,32	15%	\$0,20	\$1,52	1,55	\$112.838,76
6AÑO	72.799	\$1,33	15%	\$0,20	\$1,53	1,55	\$112.838,76
7AÑO	76.843	\$1,31	15%	\$0,20	\$1,51	1,55	\$119.107,58
8AÑO	76.843	\$1,32	15%	\$0,20	\$1,52	1,55	\$119.107,58
9AÑO	80.888	\$1,31	15%	\$0,20	\$1,50	1,55	\$125.376,40
10AÑO	80.888	\$1,32	15%	\$0,20	\$1,52	1,55	\$125.376,40

Elaboración: La autora

Análisis: en el primer año con un porcentaje de utilidad del 15% el precio de venta al público es de \$1,53 mientras que en el año 5 con el mismo margen de utilidad el precio de venta es de \$1,52 ctvs., pero para ello se reajustara el precio a un valor de \$1,55. Para todos los años del proyecto.

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Es un documento Contable que presenta los resultados obtenidos en un período económico, sean estos pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un período.

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, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas.

El Estado de Pérdidas y Ganancias llamado también Estado de Resultados nos demuestra cual es la utilidad o pérdida que se ha obtenido durante un período económico y como se ha producido, cuyos resultados sirven para obtener mediante un análisis, conclusiones que permitan conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

INGRESOS:

Están conformados por el resultado de las ventas u otros ingresos.

EGRESOS:

Se forma por la sumatoria del Costo Primo, Gastos de Proceso de Producción, Gastos de Operación y Gastos Financieros.

Cuadro # 45: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

SIGNOS	DESCRIPCION	1AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4AÑO	5AÑO	6AÑO	7AÑO	8AÑO	9AÑO	10 AÑO
	Ingreso por ventas	\$100.301,12	\$100.301,12	\$106.569,94	\$106.569,94	\$112.838,76	\$112.838,76	\$119.107,58	\$119.107,58	\$125.376,40	\$125.376,40
(-)	Costos de Producción	\$63.608,49	\$64.404,63	\$67.748,29	\$68.200,53	\$71.566,41	\$72.041,77	\$75.431,00	\$75.929,94	\$79.343,69	\$79.867,76
(=)	Utilidad Bruta	\$36.692,63	\$35.896,49	\$38.821,65	\$38.369,41	\$41.272,35	\$40.796,99	\$43.676,58	\$43.177,64	\$46.032,71	\$45.508,64
(-)	Costos de Operación	\$22.496,13	\$23.008,35	\$23.505,40	\$23.505,40	\$24.540,80	\$24.665,98	\$25.219,70	\$25.788,47	\$26.372,69	\$26.972,72
(=)	Utilidad Neta	\$14.196,50	\$12.888,14	\$15.316,24	\$14.864,01	\$16.731,55	\$16.131,02	\$18.456,89	\$17.389,17	\$19.660,02	\$18.535,92
(-)	15% Utilidad Trabajadores	\$2.129,48	\$1.933,22	\$2.297,44	\$2.229,60	\$2.509,73	\$2.419,65	\$2.768,53	\$2.608,38	\$2.949,00	\$2.780,39
(=)	Utilidad Antes de Imp. Renta	\$12.067,03	\$10.954,92	\$13.018,81	\$12.634,41	\$14.221,82	\$13.711,36	\$15.688,35	\$14.780,79	\$16.711,02	\$15.755,53
(-)	22% Impuesto Renta	\$2.654,75	\$2.410,08	\$2.864,14	\$2.779,57	\$3.128,80	\$3.016,50	\$3.451,44	\$3.251,77	\$3.676,42	\$3.466,22
(=)	Utilidad Antes de Reserva Legal	\$9.412,28	\$8.544,84	\$10.154,67	\$9.854,84	\$11.093,02	\$10.694,86	\$12.236,92	\$11.529,02	\$13.034,60	\$12.289,32
(-)	10% Reserva Legal	\$941,23	\$854,48	\$1.015,47	\$985,48	\$1.109,30	\$1.069,49	\$1.223,69	\$1.152,90	\$1.303,46	\$1.228,93
(=)	Utilidad Liquida	\$8.471,05	\$7.690,35	\$9.139,20	\$8.869,36	\$9.983,72	\$9.625,38	\$11.013,22	\$10.376,12	\$11.731,14	\$11.060,38

Elaboración: La autora

PRESUPUESTO DE OPERACIÓN O GENERAL

Una vez conocidos los costos en que incurrirá y los ingresos que generara el proyecto se debe elaborar los presupuestos correspondientes para la vida útil del proyecto, esta información es fundamental para la evaluación financiera. Se consideró el 2,49% de Inflación Anual del año 2017 según los indicadores económicos del Banco Central del Ecuador.

Cuadro # 46: PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO4	AÑO5	AÑO6	AÑO7	AÑO8	AÑO9	AÑO10
COSTO PRIMO										
Materia prima directa	\$39.650,00	\$40.637,29	\$43.177,12	\$43.177,12	\$45.716,95	\$45.716,95	\$48.256,78	\$48.256,78	\$50.796,61	\$50.796,61
Materia prima indirecta	\$5.660,20	\$5.801,14	\$6.163,71	\$6.163,71	\$6.526,28	\$6.526,28	\$6.888,85	\$6.888,85	\$7.251,42	\$7.251,42
Mano de Obra directa	\$6.562,00	\$6.339,39	\$6.497,24	\$6.659,03	\$6.824,84	\$6.994,77	\$7.168,94	\$7.347,45	\$7.530,40	\$7.717,91
Mano de obra indirecta	\$6.545,79	\$6.313,17	\$6.470,36	\$6.631,48	\$6.796,60	\$6.965,84	\$7.139,29	\$7.317,05	\$7.499,25	\$7.685,98
Total costo primo	\$58.417,99	\$59.090,98	\$62.308,43	\$62.631,33	\$65.864,66	\$66.203,84	\$69.453,86	\$69.810,13	\$73.077,68	\$73.451,92
GASTOS DE FABRICACION										
Depreciación maquinaria	\$203,85	\$203,85	\$203,85	\$203,85	\$203,85	\$203,85	\$203,85	\$203,85	\$203,85	\$203,85
Arriendo	\$4.200,00	\$4.304,16	\$4.410,90	\$4.520,29	\$4.632,40	\$4.747,28	\$4.865,01	\$4.985,67	\$5.109,31	\$5.236,02
Depreciación instalaciones	\$21,29	\$21,29	\$21,29	\$21,29	\$21,29	\$21,29	\$21,29	\$21,29	\$21,29	\$21,29
Teléfono	\$144,00	\$147,59	\$151,26	\$155,03	\$158,89	\$162,84	\$166,90	\$171,05	\$175,31	\$179,68
Agua potable	\$124,32	\$127,42	\$130,59	\$133,84	\$137,17	\$140,59	\$144,09	\$147,68	\$151,35	\$155,12
Energía eléctrica	\$494,40	\$506,71	\$519,33	\$532,26	\$545,51	\$559,10	\$573,02	\$587,29	\$601,91	\$616,90

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO4	AÑO5	AÑO6	AÑO7	AÑO8	AÑO9	AÑO10
Depreciación Herramientas	\$2,64	\$2,64	\$2,64	\$2,64	\$2,64	\$2,99	\$2,99	\$2,99	\$2,99	\$2,99
Total Gasto de Fabricación	\$5.190,50	\$5.313,65	\$5.439,86	\$5.569,20	\$5.701,75	\$5.837,93	\$5.977,14	\$6.119,80	\$6.266,01	\$6.415,84
GASTO DE OPERACION										
Sueldos administrativo	\$13.528,99	\$13.885,43	\$14.231,18	\$14.585,53	\$14.948,71	\$15.320,94	\$15.702,43	\$16.093,42	\$16.494,15	\$16.904,85
Depreciación muebles y encerados	\$27,90	\$27,90	\$27,90	\$27,90	\$27,90	\$27,90	\$27,90	\$27,90	\$27,90	\$27,90
Depreciación equipo de computo	\$97,60	\$97,60	\$97,60	\$97,60	\$97,60	\$103,75	\$103,75	\$103,75	\$103,75	\$103,75
Depreciación de equipos de oficina	\$3,87	\$3,87	\$3,87	\$3,87	\$3,87	\$3,87	\$3,87	\$3,87	\$3,87	\$3,87
Suministros de oficina	\$16,50	\$16,91	\$17,33	\$17,76	\$18,21	\$18,66	\$19,12	\$19,60	\$20,09	\$20,59
Amortización activo diferido	\$420,00	\$420,00	\$420,00	\$420,00	\$420,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
UTILES DE ASEO	\$43,75	\$44,84	\$45,96	\$47,10	\$48,27	\$49,47	\$50,71	\$51,97	\$53,26	\$54,59
total gastos administrativos	\$14.138,61	\$14.496,55	\$14.843,84	\$15.199,77	\$15.564,56	\$15.524,59	\$15.907,78	\$16.300,51	\$16.703,02	\$17.115,55
GASTOS VENTAS										
Sueldo de jefe de ventas	6159,788	\$6.322,78	\$6.480,22	\$6.641,57	\$6.806,95	\$6.976,44	\$7.150,15	\$7.328,19	\$7.510,67	\$7.697,68
Gastos de transporte	\$1.040,00	\$1.065,90	\$1.092,44	\$1.119,64	\$1.147,52	\$1.176,09	\$1.205,38	\$1.235,39	\$1.266,15	\$1.297,68
Publicidad	\$660,00	\$676,43	\$693,28	\$710,54	\$728,23	\$746,37	\$764,95	\$784,00	\$803,52	\$823,53
Total Gastos de Venta	\$7.859,79	\$8.065,11	\$8.265,93	\$8.471,75	\$8.682,70	\$8.898,90	\$9.120,48	\$9.347,58	\$9.580,33	\$9.818,88
GASTOS FINANCIEROS										
Interés por préstamo	497,74	\$446,69	\$395,64	\$344,59	\$293,54	\$242,49	\$191,44	\$140,39	\$89,34	\$38,29
Total Gastos Financiero	\$497,74	\$446,69	\$395,64	\$344,59	\$293,54	\$242,49	\$191,44	\$140,39	\$89,34	\$38,29
TOTAL COSTOS	\$86.104,62	\$87.412,98	\$91.253,70	\$92.216,63	\$96.107,21	\$96.707,74	\$100.650,69	\$101.718,41	\$105.716,38	\$106.840,48

Elaboración: La autora

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

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

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

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

Cuadro # 47: COSTOS FIJOS Y VARIABLES

DETALLE	1er AÑO		5to AÑO		10mo AÑO	
	costos fijos	costos variables	costos fijos	costos variables	costos fijos	costos variables
COSTO PRIMO						
Materia prima directa		\$39.650,00		\$45.716,95		\$50.796,61
Materia prima indirecta		\$5.660,20		\$6.526,28		\$7.251,42
Mano de Obra Directa		\$6.562,00		\$6.824,84		\$7.717,91
Mano de obra indirecta	\$6.545,79		\$6.796,60		\$7.685,98	
Total Costo	\$6.545,79	\$51.872,20	\$6.796,60	\$59.068,06	\$7.685,98	\$65.765,94
Total Costo Primo	\$58.417,99		\$65.864,66		\$73.451,92	
GASTOS DE FABRICACION						
Depreciación maquinaria	\$203,85		\$203,85		\$203,85	
Arriendo	\$4.200,00		\$4.632,40		\$5.236,02	
Depreciación instalaciones	\$21,29		\$21,29		\$21,29	
Teléfono	\$144,00		\$158,89		\$179,68	
Agua potable	\$124,32		\$137,17		\$155,12	
Energía eléctrica		\$494,40		\$545,51		\$616,90
Depreciación herramientas	\$2,64		\$2,64		\$2,99	
Total Gasto de Fabricación	\$4.696,10	\$494,40	\$5.156,23	\$545,51	\$5.798,95	\$616,90
GASTO DE OPERACION						
Sueldos administrativo	\$13.528,99		\$14.948,71		\$16.904,85	
Depreciación muebles y enseres	\$27,90		\$27,90		\$27,90	
Depreciación equipo de computo	\$97,60		\$97,60		\$103,75	
Depreciación de equipos de oficina	\$3,87		\$3,87		\$3,87	
Suministros de oficina	\$16,50		\$18,21		\$20,59	
	1er AÑO		5to AÑO		10mo AÑO	
Amortización activo diferido	\$420,00		\$420,00			
UTILES DE ASEO	\$43,75		\$48,27		\$54,59	

total gastos administrativos	\$14.138,61		\$15.564,56		\$17.115,55	
GASTOS VENTAS						
Sueldo de jefe de ventas	\$6.159,79		\$6.806,95		\$7.697,68	
Gastos de transporte		\$1.040,00		\$1.147,52		\$1.297,68
Publicidad	\$660,00		\$728,23		\$823,53	
Total Gastos de Venta	\$6.819,79	\$1.040,00	\$7.535,18	\$1.147,52	\$8.521,21	\$1.297,68
GASTOS FINANCIEROS						
Interés por préstamo	\$497,74		293,5375		\$38,29	
Total Gastos Financiero	\$497,74		293,5375		\$38,29	
TOTAL COSTOS	\$32.698,02	\$53.406,60	\$35.346,12	\$60.761,09	\$39.159,97	\$67.680,51
	\$86.104,62		\$96.107,21		\$106.840,48	

Elaboración: La autora

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como PUNTO MUERTO, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Cuando los ingresos y los gastos son iguales se produce el punto de equilibrio, cuyo significado es que no existen utilidades ni pérdidas, es decir, si vendemos menos que el punto de equilibrio tendremos pérdidas y si vendemos más que el punto de equilibrio obtendremos utilidades.

Para realizar este cálculo es necesario clasificar los costos en Fijos y en Variables, los mismos que detallamos en los cuadros que integran el presente trabajo y que llevan el nombre de "Costos Fijos y Variables" para los años 1 ,5 y 10 de vida útil del proyecto.

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 1

EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PECI = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

$$PECI = \frac{32.698,02}{100.301,12 - 53.406,60} \times 100$$

$$PECI = 69,73\%$$

EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

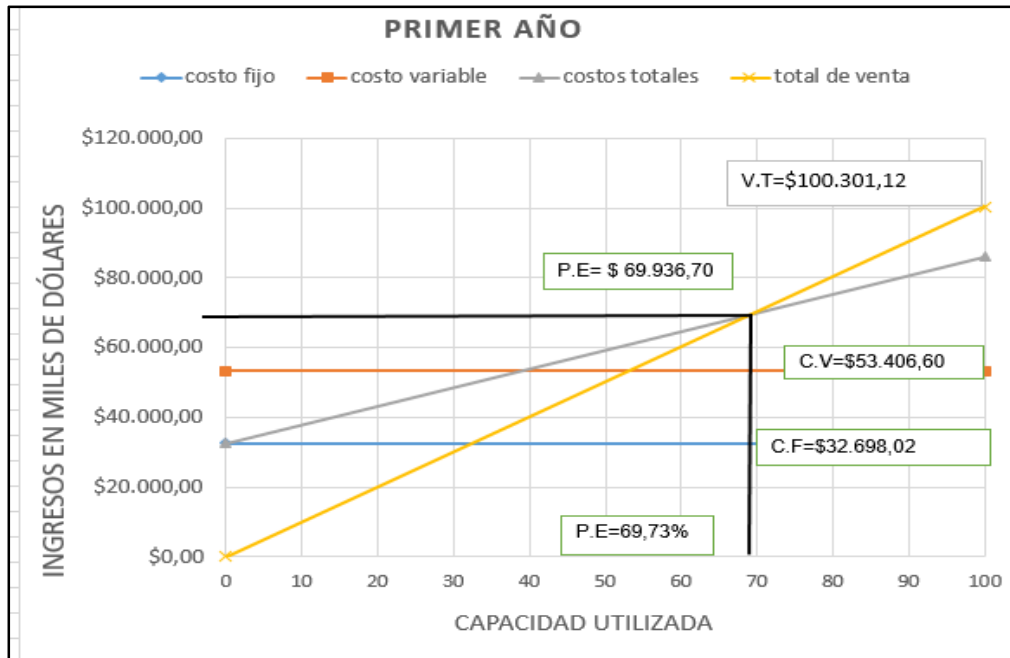
$$P.E.VENTAS = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$P.E.VENTAS = \frac{32.698,02}{1 - \frac{53.406,60}{100.301,12}}$$

$$P.E.VENTAS = 69.936,70$$

**PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD
INSTALADA AÑO 1**

Gráfico N° 37



Elaboración: La autora

**PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5
EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA**

$$PECI = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

$$PECI = \frac{35.346,12}{112.838,76 - 60.761,09} \times 100$$

$$PECI = 67,87\%$$

EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

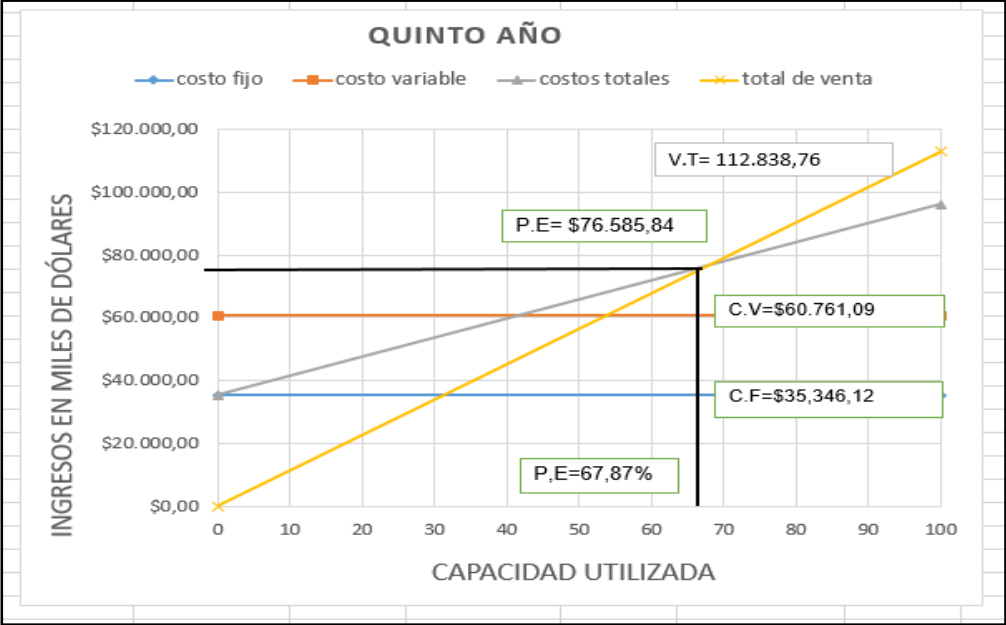
$$P.E. VENTAS = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$P.E. VENTAS = \frac{35.346,12}{1 - \frac{60.761,09}{112.838,76}}$$

$$P.E. VENTAS = 76.585,84$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA AÑO 5

Gráfico N° 38



Elaboración: La autora

PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 10

EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD INSTALADA

$$PECI = \frac{CF}{VT - CV} \times 100$$

$$PECI = \frac{39.159,97}{125.376,40 - 67.680,51} \times 100$$

$$PECI = 67,87\%$$

EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS

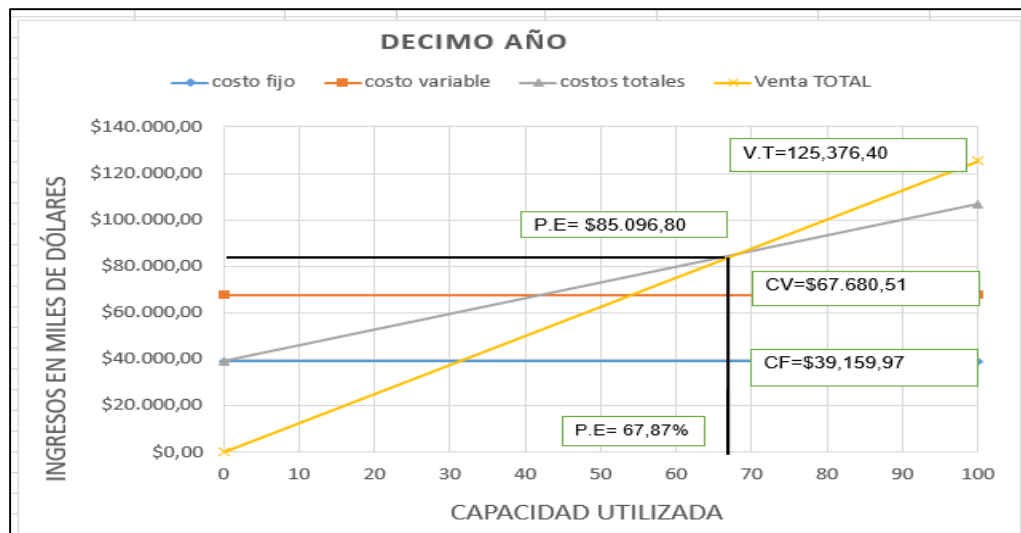
$$P.E.VENTAS = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{VT}}$$

$$P. E. VENTAS = \frac{39.159,97}{1 - \frac{67.680,51}{125.376,40}}$$

$$P. E. VENTAS = 85.096,80$$

PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN DE LAS VENTAS Y CAPACIDAD INSTALADA AÑO 10

Gráfico N° 39



Elaboración: La autora

EVALUACIÓN FINANCIERA

La Evaluación Financiera tiene como objetivo determinar el mérito de un proyecto, estimándose como tal el grado o nivel de utilidad que obtiene el empresario privado como premio al riesgo de utilizar su capital y su capacidad empresarial en la implementación de un proyecto.

Flujo de caja

El Flujo de Caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto, permite cubrir todos los requerimientos de

efectivo del mismo, posibilitando además que el inversionista cuente con el suficiente origen de recursos para cubrir sus necesidades de efectivo.

Cuadro # 48: 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
INGRESOS											
Ventas	\$0,00	\$100.301,12	\$100.301,12	\$106.569,94	\$106.569,94	\$112.838,76	\$112.838,76	\$119.107,58	\$119.107,58	\$125.376,40	\$125.376,40
Crédito banco de Loja	\$5.000,00										
Capital propio	\$8.405,50										
Valor residual maquinaria y equipos											\$226,50
Valor residual muebles y enseres											\$31,00
Valor residual equipo de computo						\$122,00					\$137,96
Valor residual equipos de oficina											\$4,30
Valor residual de materiales y herramientas						\$3,30					\$3,73
Total de ingresos	\$13.405,50	\$100.301,12	\$100.301,12	\$106.569,94	\$106.569,94	\$112.964,06	\$112.838,76	\$119.107,58	\$119.107,58	\$125.376,40	\$125.803,55
EGRESOS											
Activo Fijo	\$3.934,32										
Activo Diferido	\$2.336,54										
Activo Circulante	\$7.134,64										
Presupuesto de operación		\$86.104,62	\$87.412,98	\$91.253,70	\$92.216,63	\$96.107,21	\$96.707,74	\$100.650,69	\$101.718,41	\$105.716,38	\$106.840,48
Depreciación y Amortización A.D.		\$777,15	\$777,15	\$777,15	\$777,15	\$777,15	\$363,64	\$363,64	\$363,64	\$363,64	\$363,64
15% Utilidad a los trabajadores		\$2.129,48	\$1.933,22	\$2.297,44	\$2.229,60	\$2.509,73	\$2.419,65	\$2.768,53	\$2.608,38	\$2.949,00	\$2.780,39
22% Impuesto a la Renta		\$2.654,75	\$2.410,08	\$2.864,14	\$2.779,57	\$3.128,80	\$3.016,50	\$3.451,44	\$3.251,77	\$3.676,42	\$3.466,22
Amortización de Capital		\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00	\$500,00
Total de egresos	\$13.405,50	\$92.165,99	\$93.033,43	\$97.692,42	\$98.502,95	\$103.022,89	\$103.007,54	\$107.734,31	\$108.442,20	\$113.205,45	\$113.950,73
FLUJO DE CAJA	\$0,00	\$8.135,13	\$7.267,69	\$8.877,52	\$8.066,99	\$9.941,17	\$9.831,22	\$11.373,27	\$10.665,38	\$12.170,95	\$11.852,82

Elaboración: La autora

VALOR ACTUAL NETO.

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. Alternativamente esta actualización puede aplicarse al flujo neto y en definitiva corresponde a la estimación al valor presente de los ingresos y gastos que se utilizarán en todos y cada uno de los años de operación económica del proyecto.

En términos matemáticos el VAN es la sumatoria de los beneficios netos multiplicado por el factor de descuento o descontados a una tasa de interés pagada por beneficiarse el préstamo a obtener.

El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

- Si el VAN es > 1 el proyecto tendrá rentabilidad mayor a 0.
- Si el VAN es $= 1$ el proyecto es indiferente.
- Si el VAN es < 1 el proyecto no es rentable.

Cuadro # 40: VALOR ACTUAL NETO

AÑOS	FLUJO NETO O DE CAJA	FACTOR ACTUAL 10,21%	FLUJO ACTUALIZADO
0	\$13.405,50		
1	\$8.135,13	\$0,91	\$ 7.381,48
2	\$7.267,69	\$0,82	\$ 5.983,49
3	\$8.877,52	\$0,75	\$ 6.631,76
4	\$8.066,99	\$0,68	\$ 5.467,99
5	\$9.941,17	\$0,62	\$ 6.114,10
6	\$9.831,22	\$0,56	\$ 5.486,32
7	\$11.373,27	\$0,51	\$ 5.758,89
8	\$10.665,38	\$0,46	\$ 4.900,14
9	\$12.170,95	\$0,42	\$ 5.073,83
10	\$11.852,82	\$0,38	\$ 4.483,44
SUMA DE VAN			\$ 57.281,43
INVERSION			\$ 13.405,50
VAN ACTUALIZADO.			\$ 43.875,93

Elaboración: La autora

En el presente trabajo de investigación el Valor Actual Neto es de \$ **43.875,93**; lo que significa que el proyecto proporciona esa cantidad de remanente por sobre lo exigido por el inversionista o en otras palabras es la cantidad que renta más de lo esperado.

TASA INTERNA DE RETORNO

La tasa interna de retorno constituye un método de evaluación, que toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto. Además, se la define como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

Se podría interpretar a la Tasa Interna de Retorno, como la más alta tasa de interés que se podría pagar por un préstamo que financiara la inversión, si el préstamo con los intereses acumulados a esta tasa dada, se fuera abonando con los ingresos provenientes del proyecto, a medida que estos van siendo generados a través de toda la vida útil del proyecto.

También es conocida como la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada.

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

- Si la TIR es mayor que el costo del capital debe aceptarse el proyecto.
- Si la TIR es igual que el costo del capital es indiferente llevar a cabo el proyecto.
- Si la TIR es menor que el costo del capital debe rechazarse el proyecto.

Para el presente proyecto la TIR es 61,00% siendo este valor satisfactorio para realizar el proyecto, es decir que se encuentra sobre la tasa de oportunidad que le brinda la banca. Así cómo se demuestra que tiene la capacidad de pagar un interés de hasta el 62,00%.

Cuadro #41: TASA INTERNA DE RETORNO

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION			
		FACTOR ACT.	VAN MENOR	FACTOR ACT.	VAN MAYOR
		61,00%		62,00%	
0	13.405,50		13.405,50		13.405,50
1	8.135,13	0,621118	5.052,88	0,617284	5.021,69
2	7.267,69	0,385788	2.803,78	0,381039	2.769,28
3	8.877,52	0,239620	2.127,23	0,235210	2.088,08
4	8.066,99	0,148832	1.200,63	0,145191	1.171,25
5	9.941,17	0,092442	918,98	0,089624	890,97
6	9831,22094	0,057418	564,48	0,055324	543,90
7	11373,2724	0,035663	405,61	0,034150	388,40
8	10665,3753	0,022151	236,25	0,021080	224,83
9	12170,9522	0,013758	167,45	0,013013	158,38
10	11852,8229	0,008546	101,29	0,008032	95,21
SUMA VAN			13.578,58		13.351,98
INVERSION			13.405,50		13.405,50
TOTAL VAN MENOR			173,08	TOTAL VAN MAYOR	-53,52

Elaboración: La autora

CÁLCULO DE LA TASA INTERNA DE RETORNO

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

$$TIR = 61,00 + 1 \left(\frac{173,08}{173,08 - (-53,52)} \right)$$

$$TIR = 61,84\%$$

RELACIÓN BENEFICIO / COSTO

La relación beneficio/costo en un proyecto, se la define como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, tomando en consideración lo siguiente para la correcta toma de decisiones:

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

En el presente proyecto, la relación beneficio-costo es mayor que uno (1.06) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que, por cada dólar invertido, se recibiría 0.10 centavos de utilidad.

Cuadro # 42: RELACIÓN BENEFICIO- COSTO

AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION INGRESOS		
	COSTO TOTAL ORIG.	FACTOR ACT.	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR ACT.	INGRESO ACTUALIZADO
		10,21%			10,21%	
1	\$ 92.165,99	0,907359	\$ 83.627,61	\$ 100.301,12	0,907359	\$ 91.009,09
2	\$ 93.033,43	0,823300	\$ 76.594,40	\$ 100.301,12	0,823300	\$ 82.577,89
3	\$ 97.692,42	0,747028	\$ 72.978,99	\$ 106.569,94	0,747028	\$ 79.610,75
4	\$98.502,95	0,677823	\$ 66.767,52	\$ 106.569,94	0,677823	\$ 72.235,50
5	\$ 103.022,89	0,615028	\$ 63.361,98	\$ 112.964,06	0,615028	\$ 69.476,08
6	\$ 103.007,54	0,558051	\$ 57.483,47	\$ 112.838,76	0,558051	\$ 62.969,80
7	\$ 107.734,31	0,506353	\$ 54.551,54	\$ 119.107,58	0,506353	\$ 60.310,42
8	\$ 108.442,20	0,459443	\$ 49.823,05	\$ 119.107,58	0,459443	\$ 54.723,19
9	\$ 113.205,45	0,416880	\$ 47.193,08	\$ 125.376,40	0,416880	\$ 52.266,90
10	\$ 113.950,73	0,378260	\$ 43.102,96	\$ 125.803,55	0,378260	\$ 47.586,40
			\$ 615.484,60			\$ 672.766,03

Elaboración: La autora

CÁLCULO DEL INDICADOR RELACIÓN BENEFICIO/COSTO

$$R. B. C. = \frac{\text{Ingreso Actualizado}}{\text{Costo Actualizado}}$$

$$R. B. C. = \frac{\$672.766,03}{\$615.484,60}$$

R. B. C. = 1,09 → Por cada dólar invertido, se recibiría 0.09 centavos de utilidad.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital. En el siguiente cuadro se muestra el tiempo requerido para que nuestra empresa recupere la inversión inicial de capital.

Cuadro # 43: PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

AÑOS	INVERSION	FLUJO DE CAJA	FLUJO ACUMULADO
0	\$13.405,50		
1		\$8.135,13	\$8.135,13
2		\$7.267,69	\$15.402,82
3		\$8.877,52	\$24.280,34
4		\$8.066,99	\$32.347,33
5		\$9.941,17	\$42.288,50
6		\$9.831,22	\$52.119,72
7		\$11.373,27	\$63.492,99
8		\$10.665,38	\$74.158,37
9		\$12.170,95	\$86.329,32
10		\$11.852,82	\$98.182,14

Elaboración: La autora

CÁLCULO DEL PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

$$P. C. R. = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión inicial} - \sum \text{Primeros Flujos}}{\text{Flujo Neto del año que supera la Inv.}}$$

$$P. C. R. = 2 + \frac{\$13.405,50 - \$15.402,82}{\$. 267,69}$$

$$P. C. R. = 1,73$$

$$P. C. R. = 1 \text{ Año}$$

$$P. C. R. = 0,73 \times 12 = 8,76 \text{ Meses}$$

$$P. C. R. = 0,76 \times 30 = 22,8 \text{ Días}$$

NOTA: La inversión se recuperará en 1 año, 8 meses y 22 días.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto dos situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Las variables que presentan mayor incertidumbre son los ingresos y los costos, por ello el análisis se lo efectúa tomando como parámetros un aumento del 5,39% en los costos y una disminución del 4,90% en los ingresos.

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

En el presente proyecto, los valores de sensibilidad son POSITIVOS y menores a 1, por lo tanto, no afectan al proyecto los cambios en los ingresos y los costos disminuidos o incrementados en un 10,47% y en un 9,00%, respectivamente; es decir, el proyecto no es sensible a estos cambios como quedó demostrado al calcular los demás índices.

Cuadro # 44: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 10,21% EN LOS COSTOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		10,47%			38,00%		39,00%	
						-13.405,50	43,00	-13.405,50
1	86.104,62	95.119,77	100.301,12	5.181,35	0,72464	3.754,60	0,71942	3.727,59
2	87.412,98	96.565,12	100.301,12	3.736,00	0,52510	1.961,77	0,51757	1.933,65
3	91.253,70	100.807,96	106.569,94	5.761,98	0,38051	2.192,48	0,37235	2.145,50
4	92.216,63	101.871,71	106.569,94	4.698,23	0,27573	1.295,44	0,26788	1.258,56
5	96.107,21	106.169,63	112.838,76	6.669,13	0,19980	1.332,52	0,19272	1.285,27
6	96.707,74	106.833,04	112.838,76	6.005,72	0,14479	869,54	0,13865	832,68
7	100.650,69	111.188,82	119.107,58	7.918,76	0,10492	830,81	0,09975	789,87
8	101.718,41	112.368,33	119.107,58	6.739,25	0,07603	512,36	0,07176	483,61
9	105.716,38	116.784,88	125.376,40	8.591,52	0,05509	473,32	0,05163	443,54
10	106.840,48	118.026,68	125.376,40	7.349,72	0,03992	293,41	0,03714	272,98
						110,76		-232,27

Elaboración: La autora

CÁLCULO DE LA NUEVA TIR

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

$$NTIR = 38 + 1,00 \left(\frac{110,76}{110,76 - (-232,27)} \right)$$

$$NTIR = 38,32\%$$

$$TIR \text{ DEL PROYECTO} = 61,84\%$$

a. DIFERENCIA DE TIR

DIFERENCIA DE TIR= TIR DEL PROYECTO – NUEVA TIR

DIFERENCIA DE TIR= 61,84% - 38,32%

DIFERENCIA DE TIR= 23,52%

b. PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% VARIACIÓN= (Diferencia de TIR/ TIR del proyecto) X 100

% VARIACIÓN= (23,52% / 61,84%) x 100

% VARIACIÓN= 38,03%

c. SENSIBILIDAD

SENSIBILIDAD= % VARIACIÓN / NUEVA TIR

SENSIBILIDAD= 38,03 / 38,32%

SENSIBILIDAD= 0,99

ANÁLISIS:

En el presente caso se considera que el porcentaje máximo de incremento en los costos es de 10,47% ya que hasta este porcentaje permite obtener flujos positivos por cuanto se deduce que el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 y es positivo lo que indica que el proyecto es rentable.

Cuadro # 45: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 9,00% EN LOS INGRESOS

AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
			9,00%		38,00%		39,00%	
						-13.405,50		-13.405,50
1	86.104,62	100.301,12	91.274,02	5.169,40	0,7246	3.745,94	0,7194	3.718,99
2	87.412,98	100.301,12	91.274,02	3.861,04	0,5251	2.027,43	0,5176	1.998,36
3	91.253,70	106.569,94	96.978,65	5.724,95	0,3805	2.178,38	0,3724	2.131,71
4	92.216,63	106.569,94	96.978,65	4.762,01	0,2757	1.313,03	0,2679	1.275,65
5	96.107,21	112.838,76	102.683,27	6.576,06	0,1998	1.313,92	0,1927	1.267,34
6	96.707,74	112.838,76	102.683,27	5975,5284	0,1448	865,17	0,1386	828,49
7	100.650,69	119.107,58	108.387,90	7.737,20	0,1049	811,77	0,0997	771,76
8	101.718,41	119.107,58	108.387,90	6.669,49	0,0760	507,06	0,0718	478,60
9	105.716,38	125.376,40	114.092,52	8.376,15	0,0551	461,46	0,0516	432,43
10	106.840,48	125.376,40	114.092,52	7.252,05	0,0399	289,51	0,0371	269,35
						108,18		-232,83

Elaboración: La autora

CÁLCULO DE LA NUEVA TIR

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

$$NTIR = 38 + 1,00 \left(\frac{108,18}{108,18 - (-232,83)} \right)$$

$$NTIR = 38,32\%$$

$$TIR \text{ DEL PROYECTO} = 61,84\%$$

DIFERENCIA DE TIR

DIFERENCIA DE TIR= TIR DEL PROYECTO – NUEVA TIR

DIFERENCIA DE TIR= 61,84 – 38,32%

DIFERENCIA DE TIR= 23,52%

a. PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% VARIACIÓN= (Diferencia de TIR/ TIR del proyecto) X 100

% VARIACIÓN= (23,52% / 61,84%) x 100

% VARIACIÓN= 38,04%

b. SENSIBILIDAD

SENSIBILIDAD= % VARIACIÓN / NUEVA TIR

SENSIBILIDAD= 38,04% / 38,32%

SENSIBILIDAD= 0,99

ANÁLISIS:

En el presente caso se considera que el porcentaje máximo de disminución en los ingresos es de 9,00% ya que hasta este porcentaje permite obtener flujos positivos por cuanto se deduce que el coeficiente de sensibilidad es menor a 1 y es positivo lo que indica que el proyecto es rentable

h) CONCLUSIONES

Al finalizar el presente trabajo de investigación, se llegó a determinar las siguientes conclusiones:

- En el estudio de mercado, se evidencia que en la ciudad de Loja existe gran demanda de jalea de fresa y no está siendo atendida actualmente en su totalidad por, distribuidoras, supermercados, tiendas, bodegas y autoservicios de la localidad.
- La jalea de fresa que se pretende ofrecer a la población de la ciudad de Loja contará con normas de calidad INEN en base a los gustos y preferencias del consumidor para obtener un mayor posicionamiento de mercado.
- El proceso productivo evidencio la utilización de máquinas y equipos adecuados, lo que será garantía para obtener un producto de calidad y a precios moderados.
- El estudio de factibilidad establecido nos permitió el ingreso al nicho de mercado de dulces, mermeladas, jaleas elaboradas a base de fruta, abriendo puertas en el mundo del comercio de la ciudad de Loja, por medio de nexos del BAN Ecuador que nos ayudara con el financiamiento necesario para impulsar este proyecto.
- La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: El VAN del presente proyecto arroja un valor positivo de 43.875,93dólares, la Tasa Interna de Retorno es de 61,84%, muy superior al costo de oportunidad del capital, lo que demuestra la rentabilidad del proyecto, el tiempo que se requeriría para recuperar la inversión original sería 1 año, 8 meses y 22 días.
- El proyecto también es socialmente factible, por la generación de empleos, y de altos beneficios sociales que hace que sea rentable para la ciudad de Loja.
- Los valores de sensibilidad son menores que uno, por lo tanto, no afectan al proyecto los cambios en los costos y los ingresos incrementados 10,47% y disminuidos en un 9,00%, respectivamente, es decir el proyecto no es sensible a estos cambios.

- El costo unitario por cada presentación de 250 gramos de jalea de fresa es de \$1,33 más el margen de utilidad que es de 15% quedando un precio de venta al público de \$1.55 ctvs.

- Los estudios efectuados determinan, que es factible la implementación de una empresa productora de jalea de fresa para la ciudad de Loja, y adicionalmente debemos indicar que cada uno de los objetivos planteados en el proyecto de investigación fueron desarrollados satisfactoriamente en el trabajo.

i) RECOMENDACIONES

Luego de haber expuesto las conclusiones, se consideran importantes las siguientes recomendaciones orientadas a la creación de la empresa de elaboración y comercializadora de jalea de fresa en la ciudad de Loja.

- Es recomendable poner en ejecución el presente proyecto, ya que en base a los resultados obtenidos del estudio financiero demostrados en los respectivos índices de evaluación arrojan una respuesta positiva de inversión, idea de negocio que permitirá aprovechar los recursos y posicionar esta propuesta productiva como modelo para incentivar el desarrollo económico de la ciudad de Loja.
- Para la implementación de la empresa es aconsejable realizar un buen estudio de mercado ya que es el punto de partida del proyecto con lo cual podemos reducir cualquier tipo de peligro que pudiese existir de tal manera que su rentabilidad y éxito sea garantizado.
- Para el posicionamiento del producto, se recomienda realizar una buena publicidad en los medios de comunicación más utilizados (redes sociales, radio, televisión); en donde se dará a conocer el producto y la empresa, con la finalidad de obtener una mayor aceptación del mismo en el mercado.
- Se recomienda la contratación de mano de obra local ya que es importante para reducir en algo el gran problema de desocupación que se suscita en nuestra ciudad y provincia.
- Es necesario realizar una buena promoción del producto con el objeto de difundir y persuadir en la mente de los consumidores sobre las características que presenta el mismo y así lograr una mayor apreciación en el mercado.
- Es recomendable poner en ejecución el presente proyecto, ya que en base a los resultados obtenidos de la evaluación financiera demostrados en los respectivos índices de evaluación arrojan una respuesta positiva de inversión, idea de negocio que permitirá aprovechar los recursos y posicionar esta propuesta productiva como modelo para incentivar el desarrollo económico de la ciudad de Loja.

j) BIBLIOGRAFÍA

- Baca Urbina gabriel. (2010). *Evaluacion de Proyectos* (4ta Edicion ed.). McGRAW-HILL.
- Benjamin Franklin. (2009). *Organizacion De Empresas*. McGRAW-HILL.
- Chain, N. S. (2007). *Proyectos de Inversion: Formulación y Evaluación*. Mexico: Pearson.
- Cordova Marcial. (2011). *formulacion y evaluacion de proyectos*. McGRAW-HILL.
- Erossa Martin, V. E. (2004). *Proyectos de Inversion en Ingenieria*.
- Espinoza Guillermo. (2007). *evaluacion y fundamentos de proyectos de inversion*.
- Fores Uribe, J. A. (2016). *matematica financiera en la evaluacion de proyectos*. ECOE EDICIONES.
- Mercedes Bravo. (2011). *Contabilidad General*. Nuevo Dia.
- Ortega Alfonso. (2010). *Introduccion a las finanzas*. McGraw Hill,.
- Pasaca Mora, M. E. (2017). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Loja: GRAFICPLUS.
- Pasaca Mora, M. E. (2017). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Loja: GRAFICPLUS.
- Philip Kotler & Armtrong Gary. (2013). *Fundamentos Del Marketing*.PEARSON.
- RANDALL Geoffreyl. (2003). *Principios de Marketing*. Ohio: Thomson Editores.
- Raúl Coss Bu. (2005). *Analisis y Evaluacion de Proyectos de Inversion*. Limusa.
- Sapage Nasir Chain. (2008). *Preparacion y Evaluacion de Proyectos*. Bogota: McGRAW-HILL.

- Sarmiento Ruben. (2010). *Contabilidad De Costos*.
- Urbina, B. G. (2010). *Evaluacion de Proyectos*. McGRAW-HILL.

- NETGRAFÍA
- EROSKI. (2003). www.frutas.consumer.es/documentos/frescas/fresa/intro.php.
CONSUMER EROSKI, 1.
- WEB. (s.f.). www.trabajo.com. Expresa.
- www.politicaempresarial.com. (s.f.).
- www.frutas.consumer.es/documentos/frescas/fresa/intro.php. Pág. 1

k) ANEXOS

Anexo 1: FICHA RESUMEN DEL PROYECTO

1. TEMA:

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE JALEA DE FRESA EN LA CIUDAD DE LOJA”

2. PROBLEMÁTICA

Dentro de un contexto global, donde todo se encuentra en un constante avance y lleno de cambios. La creación de una empresa o microempresa, es de suma importancia la misma que busca satisfacer las nuevas necesidades surgidas generadas por el hombre en base al desarrollo global, teniendo en cuenta gustos y preferencias personales, además de generar oportunidad laboral, ingresos económicos y satisfacción de necesidades además de mantener un desarrollo global positivo.

Toda empresa busca la satisfacción de necesidades, además de ser reconocida en el mercado y obtener gran utilidad de ingresos, la industria de la alimentación es muy competente por lo cual cada nuevo producto que ingrese en este nicho de mercado debe ser innovador, de buena calidad, precio accesible y mantener un buen sabor, de igual manera una buena presentación. Existe un gran número de microempresas, dedicadas a la comercialización de comida rápida en la actualidad, por lo que se debe implementar mayor número de negocios dedicados a productos naturales y así generar conciencia en el ser humano sobre el cuidado de la salud.

En la actualidad en la ciudad de Loja no existe una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de jalea de fresa o sus derivados, debido a la falta de interés de los ciudadanos por el cuidado de la salud los mismos que prefieren consumir una serie de productos determinados en el mercado como comida chatarra. De igual manera el miedo de no instalar una empresa debido a la falta de conocimientos para el manejo de la

misma en cuanto a leyes, economía, permisos requeridos para el funcionamiento, esto es otra causante de impedimento para la creación de una empresa en nuestro medio.

Debido a estas circunstancias en la ciudad de Loja, se estima conveniente realizar **la creación de una empresa de elaboración y comercialización de jalea de fresa en la ciudad de Loja**, dicho producto busca generar conciencia acerca del cuidado de la salud personal, mejorar la alimentación y por ende tener un mejor estilo de vida en base a un fruto natural de buena calidad. Fomentando la comercialización de productos nativos de nuestra localidad

3. JUSTIFICACIÓN

a. Justificación académica: Se justifica la elaboración de este proyecto de factibilidad como un requisito básico para el proceso de enseñanza-aprendizaje que permite formar profesionales con fundamentos teóricos-prácticos a través de la aplicación de los conocimientos adquiridos durante todos los años de estudio de la carrera de administración de empresas y las asignaturas recibidas durante todos estos periodos de estudio.

b. Justificación social. El presente proyecto pretende ayudar por medio de la construcción de empresa a la problemática de desempleo que afronta el país para así, proporcionar alternativas que cubran las necesidades de empleo. Por tanto, se aprovecharán los recursos y el conocimiento que se tiene en el área administrativa para la construcción del plan de negocios y el surgimiento del mercado, contribuyendo con el desarrollo y convirtiéndolo en un sector competitivo en la producción de jaleas.

c. Justificación económica. El proyecto pretende mejorar la rentabilidad, y contribuir con el incremento de los ingresos económicos del productor e incrementar nuevas plazas de trabajo para distintas familias de la ciudad de Loja y a través de la misma fomentar el desarrollo empresarial y de esta manera aportar a la reducción del desempleo en la actualidad, como también se va enmarcar a mejorar la matriz productiva de la localidad lojana, creando rentabilidad para que inversionistas recuperen su dinero generando utilidad y permita el crecimiento y reconocimiento de la misma en el mercado nacional.

4. OBJETIVOS

a. Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una empresa de elaboración y comercialización de jalea de fresa en la ciudad de Loja.

b. Objetivos específicos

4.2.1 Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y la demanda de jalea de fresa en la ciudad de Loja.

4.2.2 Determinar un estudio técnico para determinar la capacidad de producción de la empresa, ingeniería del proyecto, estructura de la empresa y manual de funciones.

4.2.3 Efectuar un estudio financiero para determinar los costos y gastos en lo que incurra mediante la implementación del proyecto y durante su vida útil.

4.2.4 Realizar la evaluación financiera para establecer la rentabilidad y factibilidad que tendrá el proyecto al momento de ser implementada

Anexo 2: Encuesta

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

En calidad de estudiante de la Universidad Nacional de Loja me permito solicitarle de la manera más comedida se sirva responder al siguiente cuestionario cuya información tiene por objeto determinar la demanda para la elaboración y comercialización de JALEA DE FRESA en la ciudad de Loja. La información es confidencial y será manejada exclusivamente por el investigador.

1) ¿Consume en su familia fresa o sus derivados?

- a) Si ()
- b) No ()

2) ¿Qué tipo de elaborados de fresa usted consume?

- a) Mermelada ()
- b) Pulpa ()
- c) Helado ()
- d) Jalea ()
- e) otros.....

3) ¿Con qué frecuencia consume los elaborados de fresa?

- a) Diario ()
- b) Semanal ()
- c) Mensual ()
- d) Trimestral ()
- e) Anual ()

4) ¿Cuándo consume elaborados de fresa, en que cantidad lo hace?

- a) 112 gr = 4 onz ()
- b) 225 gr = ½ libra ()
- c) 450 gr = 1 libra ()
- d) 900 gr = 2 libras ()
- e) 1800 gr = 3 libras ()
- f) 1800 gr o más ()

5) ¿Dónde realiza usted la compra de estos elaborados de fresa?

- a) Supermercado ()
- b) Mercado ()
- c) Tiendas ()
- d) Micromercado ()
- e) Autoservicio ()
- f) Bodegas ()

g)Otros.....

6) ¿A qué precio adquiere los 225 gr de elaborados de fresa?

- A) 75 ctvs a \$1,00 ()
- B) \$ 1,00 a \$1,25 ()
- C) \$1,25 a \$1,50 ()
- D) \$1,50 a \$2,00 ()
- E) \$2,00 o más ()

7) ¿Ha consumido alguna vez en su familia jalea de fresa?

- A) Si ()
- B) No ()

8) ¿En qué presentación ha consumido jalea de fresa?

- a) Tetrapack ()
- b) Envase de vidrio ()
- c) Tarrina ()
- d) Envase de plástico ()
- e) Otros.....

9) ¿El producto que consume es de producción?

- a) Local ()
- b) Nacional ()

10) Si se implementará una empresa dedicada a la producción de jalea de fresa estaría ud. dispuesto a consumirlo

- A) Si ()
- B) No ()

11) ¿Qué cantidad jalea de fresa en gramos estaría dispuesto a comprar mensualmente?

- a) 112 gr = 4 onzas ()
- b) 225 gr = ½ libra ()
- c) 450 gr = 1 libra ()
- d) 900 gr = 2 libras ()
- e) 1800 gr = 3 libras ()
- f) Más de 1800 gr ()

12) ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por el envase de 225 gramos de este producto?

- A) 75 ctvs. a \$1,00 ()
- B) \$ 1,00 a \$1,25 ()
- C) \$1,25 a \$1,50 ()
- D) \$1,50 a \$2,00 ()
- E) \$2,00 o más ()

13) Indique que características le gustaría en el nuevo producto

- a) Buena calidad ()
- b) Exquisito sabor ()
- c) Precio cómodo ()
- d) Presentación innovadora ()
- e) Otros.....

14) ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se promocioe este producto?

- a) Radio ()
- b) Tv ()
- c) Prensa escrita ()
- d) Internet ()
- e) Otros.....

15) ¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir por comprar este producto?

- a) Descuento del 5% en una compra de más de \$10. ()
- b) Por cada 10 productos, lleve otro gratis ()
- c) otros.....

16) Sugerencias

.....
.....
.....
.....
.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 3: Entrevista

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

En calidad de estudiante de la Universidad Nacional de Loja me permito solicitarle de la manera más comedida se sirva responder al siguiente cuestionario cuya información tiene por objeto determinar la oferta para la elaboración y comercialización de JALEA DE FRESA en la ciudad de Loja. La información es confidencial y será manejada exclusivamente por el investigador.

1. ¿En su negocio ofrece de venta al público jalea de fresa?

Si ()

No ()

2. ¿Qué marca de producto de jalea de fresa Ud. ofrece en su negocio?

Gustadina ()

Nestlé ()

Caseras ()

Otro ()

3. ¿Qué cantidad de jalea de fresa vende semanalmente?

112 = 4 onz ()

225 = ½ libra ()

450 = 1 libra ()

900 = 2 libras ()

1800 = 3 libras ()

4. ¿Qué precio tiene establecido para la cantidad de 225 gramos de jalea de fresa en el mercado?

\$1,00 ()

\$1,25 ()

\$1,50 ()

\$2,00 ()

5. ¿En su negocio ofrece algún tipo de promoción por la compra de jalea de fresa?

Si ()

No ()

Anexo 4: Presupuestos

**Presupuesto de materia prima directa
Cuadro #49**

Materia prima	Unidad de medida	Cantidad	Valor unitario	Valor total
fresa	Kilogramo	55	\$1,5	\$83
Azúcar	kilogramo	50	\$1,00	\$50,00
Pectina	Gramos	1000	\$0,02	\$20,00
Total día				\$152,50
total año 1				\$39.650,00
total año 2				\$33.442,50

Elaboración: La autora

Nota: EL valor del primer año se lo obtiene multiplicando el total del día por 5 para sacar la semana y por 52 semanas para el valor del primer año, El segundo año se obtiene a través de una regla de tres.

$$\begin{array}{r}
 64.710,40 \quad 39.650,00 \\
 \qquad \qquad \qquad \times \\
 \hline
 64.710,40 \quad X
 \end{array}$$

$$= (64.710,40) (39.850,00) / 64.710,40 = 39.650,00 = \text{valor del segundo año}$$

$$= (39.650,00 \times 2,49\%) + 39.650,00 = 40.637,29 = \text{valor proyectado con el 2,49\% de inflación}$$

**Cuadro #50
Proyección de materia prima directa**

Años	valor total incremento 2,49%
1	\$39.650,00
2	\$40.637,29
3	\$43.177,12
4	\$43.177,12
5	\$45.716,95
6	\$45.716,95
7	\$48.256,78
8	\$48.256,78
9	\$50.796,61
10	\$50.796,61

Elaboración: La autora

Cuadro #51
Presupuesto de materiales indirectos

Cantidad	Descripción	Valor u.	Valor total
309	tarrina plástico	0,05	\$15,55
309	Etiquetas	0,02	\$6,22
Total día			\$21,77
Total semana			\$108,85
Total mes			\$435,40
Total año1			\$5.660,20
Total año 2			\$5.801,14

Elaboración: La autora

Nota: EL valor del primer año se lo hace multiplicando el total del día por 5 para sacar el valor de la semana y por 52 semanas para el valor del primer año, El segundo año se obtiene a través de una regla de tres.

$$\begin{array}{r}
 5.660,20 \quad 5.660,20 \\
 \quad \\
 \quad 64.710,40 \quad \times
 \end{array}$$

$$= (64.710,40) (5.660,20) / 5.660,20 = 5.660,20 = \text{valor del segundo año}$$

$$= (5.660,20 \times 2,49\%) + 5.660,20 = 5.801,14 = \text{valor proyectado con el 2,49\% de inflación}$$

Cuadro #52

Proyección de materia prima indirecta

Años	Incremento 2,49%
1	\$5.660,20
2	\$5.801,14
3	\$6.163,71
4	\$6.163,71
5	\$6.526,28
6	\$6.526,28
7	\$6.888,85
8	\$6.888,85
9	\$7.251,42
10	\$7.251,42

Elaboración: La autora

Cuadro #53

Presupuesto de mano de obra directa

DENOMINACION	OBRERO
Básico	386,00
Décimo tercero 1/12	32,17
Décimo cuarto SBU/12	32,17
Vacaciones 1/24	16,08
Aporte patronal 11,15%	44,39
Aporte SECAP 0,5%	1,93
Aporte IECE 0,5%	1,93
Fondo de reserva	32,17
Total	546,83
# Obreros	1
Total mes	546,83
Total año	6562,00
total año sin fondos de reserva	6176,00

Elaboración: La autora

Cuadro #54

Proyección para mano de obra directa

Años	Incremento 2,49%
1	\$6.176,00
2	\$6.339,39
3	\$6.497,24
4	\$6.659,03
5	\$6.824,84
6	\$6.994,77
7	\$7.168,94
8	\$7.347,45
9	\$7.530,40
10	\$7.717,91

Elaboración: La autora

Nota: Los fondos de reserva se toman en consideración a partir el segundo año para realizar la proyección.

Cuadro # 55

Presupuesto de mano de obra indirecta

DENOMINACION	JEFE DE PRODUCCION
Básico	386,00
Décimo tercero 1/12	32,17
Décimo cuarto SBU/12	32,17
Vacaciones 1/24	16,08
Aporte patronal 11,15%	43,04
Aporte SECAP 0,5%	1,93
Aporte IECE 0,5%	1,93
Fondo de reserva	32,17
Total	545,48
# Obreros	1
Total mes	545,48
Total año	6545,79
total año sin fondo de reserva	6159,79

Elaboración: La autora

Cuadro #56

Proyección para mano de obra indirecta

Años	Incremento 2,49%
1	\$6.159,79
2	\$6.313,17
3	\$6.470,36
4	\$6.631,48
5	\$6.796,60
6	\$6.965,84
7	\$7.139,29
8	\$7.317,05
9	\$7.499,25
10	\$7.685,98

Elaboración: La autora

Nota: Los fondos de reserva se toman en consideración a partir el segundo año para realizar la proyección.

Cuadro # 57
Presupuesto para arriendo

Denominación	Cant.	V/mens.	Valor anual
Arriendo	1	350,00	4.200,00
Total año			4.200,00

Elaboración: La autora

Cuadro #58
Proyección para arriendo

Años	Valor total inc. 2,49%
1	4200,00
2	4304,58
3	4411,76
4	4521,62
5	4634,21
6	4749,60
7	4867,86
8	4989,07
9	5113,30
10	5240,62

Elaboración: La autora

Cuadro #59
Presupuesto para equipo para producción

Detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Balanza	1	\$90,00	\$90,00
Licuadora	1	\$150,00	\$150,00
Marmita	1	\$2.000,00	\$2.000,00
Tina de enfriamiento	1	\$25,00	\$25,00
Total		\$2.265,00	\$2.265,00

Elaboración: La autora

Cuadro # 60

Depreciación de equipo para producción

Valor del activo= 2.265,00	Años de vida útil= 10		Depreciación 10%	
Años	Valor activo	Valor residual	Depreciación	Valor activo
0	2265,00	226,50		2038,50
1	2038,50		203,85	1834,65
2	1834,65		203,85	1630,80
3	1630,80		203,85	1426,95
4	1426,95		203,85	1223,10
5	1223,10		203,85	1019,25
6	1019,25		203,85	815,40
7	815,40		203,85	611,55
8	611,55		203,85	407,70
9	407,70		203,85	203,85
10	203,85		203,85	0,00

Elaboración: La autora

Cuadro # 61

Presupuesto para instalaciones

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Lámparas LED	3	5,00	15,00
Interruptores	3	0,30	0,90
Rollo de alambre N° 12	1	7,00	7,00
Rollo de alambre N° 10	1	9,00	9,00
Medidor	1	180,00	180,00
Breaker con caja	2	10,00	20,00
Otros 2%			4,64
TOTAL			236,54

Elaboración: La autora

Cuadro # 62**Depreciación para instalaciones**

Valor activo=236,54	Vida útil=10año		10% depreciación	
Años	Valor activo	Valor residual	Depreciación	Valor activo
0	236,54	23,65		212,88
1	212,88		21,29	191,60
2	191,60		21,29	170,31
3	170,31		21,29	149,02
4	149,02		21,29	127,73
5	127,73		21,29	106,44
6	106,44		21,29	85,15
7	85,15		21,29	63,87
8	63,87		21,29	42,58
9	42,58		21,29	21,29
10	21,28842		21,29	0,00

Elaboración: La autora**Cuadro #63****Presupuesto para consumo de energía eléctrica**

Descripción	Cant. (kw/h)	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Consumo de energía eléctrica	400	0,103	41,20	494,4
Total				494,4

FUENTE: EERSSA**Elaboración:** La autora

Cuadro #64**Proyección para consumo de energía eléctrica**

Años	Valor total inc. 2,49%
1	494,40
2	506,71
3	519,33
4	532,26
5	545,51
6	559,10
7	573,02
8	587,29
9	601,91
10	616,90

Elaboración: La autora**Cuadro #65****Presupuesto para consumo de agua potable**

Descripción	Cant. (m3)	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Consumo de agua potable	28	0,37	10,36	124,32
Total				124,32

Fuente: Unidad Municipal de Agua Potable**Elaboración:** La autora**Cuadro #66****Proyección por consumo de agua potable**

Años	Valor total inc. 2,49%
1	124,32
2	127,42
3	130,59
4	133,84
5	137,17
6	140,59
7	144,09
8	147,68
9	151,35
10	155,12

Elaboración: La autora

Cuadro # 67**Presupuesto para consumo de teléfono**

Descripción	Minutos	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Consumo telefónico	100	0,12	12,00	144
Total				144

Fuente: Cnt

Elaboración: La autora

Cuadro #68**Proyección para consumo de teléfono**

Años	Valor total inc. 2,49%
1	144,00
2	147,59
3	151,26
4	155,03
5	158,89
6	162,84
7	166,90
8	171,05
9	175,31
10	179,68

Elaboración: La autora

Cuadro # 69**PRESUPUESTO ACTIVO DIFERIDO**

DETALLE	VALOR
Permiso de funcionamiento	\$150
Organización	\$250
instalaciones	\$237
Patente	\$1.000
estudios preliminares	\$700
TOTAL	\$2.337

Elaboración: La autora

Cuadro # 70
AMORTIZACIÓN ACTIVO DIFERIDO

AÑOS	VAL. ACT. DIF.	AMORTIZACIÓN	VALOR TOTAL
1	2.100,00	420,00	1.680,00
2	1.680,00	420,00	1.260,00
3	1.260,00	420,00	840,00
4	840,00	420,00	420,00
5	420,00	420,00	0,00

Elaboración: La autora

Cuadro # 71
Presupuesto para sueldos administrativos

DENOMINACION	SECRETARIA- CONTADORA	GERENTE	ASESOR JURIDICO	
Básico	\$386,00	\$400,00		
Décimo tercero 1/12	\$32,17	\$33,33		
Décimo cuarto SBU/12	\$32,17	\$32,17		
Vacaciones 1/24	\$16,08	\$16,67		
Aporte patronal 11,15%	\$43,04	\$44,60		
Aporte SECAP 0,5%	\$1,93	\$2,00		
Aporte IECE 0,5%	\$1,93	\$2,00		
Fondo de reserva	\$32,17	\$33,33		
Total	\$545,48	\$564,10		
# Empleados	\$1,00	\$1,00		
Total mes	\$545,48	\$564,10		
Total año	\$6.545,79	\$6.769,20	\$1.000,00	
TOTAL SUELDOS				\$14.314,99
SUELDOS sin fondos de reserva	\$6.159,79	\$6.369,20	\$1.000,00	
total año sin fondos de reserva				\$13.528,99

Elaboración: La autora

Cuadro # 72**Proyección para sueldos administrativos**

Años	Incremento 2,49%
1	\$13.528,99
2	\$13.885,43
3	\$14.231,18
4	\$14.585,53
5	\$14.948,71
6	\$15.320,94
7	\$15.702,43
8	\$16.093,42
9	\$16.494,15
10	\$16.904,85

Elaboración: La autora

Nota: los fondos de reserva se toman en consideración a partir el segundo año para realizar la proyección.

Cuadro # 73**Presupuesto para muebles de oficina**

Descripción	Cantidad	Valor unit.	Valor total
Escritorio	3	\$75,00	\$225,00
Silla para oficina	3	\$25,00	\$75,00
Archivadores	2	\$5,00	\$10,00
Total		\$140,00	\$310,00

Fuente: Almacenes de la ciudad

Elaboración: La autora

Cuadro # 74**Depreciación de muebles de oficina**

Vida útil=10años	Valor activo=310,00		10% depreciación	
Años	Valor activo	Valor residual	Depreciación	Valor activo
0	310,00	31,00		279,00
1	279,00		27,90	251,10
2	251,10		27,90	223,20
3	223,20		27,90	195,30
4	195,30		27,90	167,40
5	167,40		27,90	139,50
6	139,50		27,90	111,60
7	111,60		27,90	83,70
8	83,70		27,90	55,80
9	55,80		27,90	27,90
10	27,9		27,90	0,00

Elaboración: La autora**Cuadro # 75****Presupuesto para equipos de oficina**

Descripción	Cantidad	Valor un.	Valor total
Teléfono	1	\$15,00	\$15,00
Calculadora	1	\$12,00	\$12,00
Grapadora	1	\$6,00	\$6,00
Perforadora	1	\$10,00	\$10,00
Total		\$43,00	\$43,00

Fuente: Almacenes de la ciudad**Elaboración:** La autora

Cuadro # 76

Vida útil=10años	Valor activo=43,00		10% depreciación	
Años	Valor activo	Valor residual	Depreciación	Valor activo
0	43,00	4,30		38,70
1	38,70		3,87	34,83
2	34,83		3,87	30,96
3	30,96		3,87	27,09
4	27,09		3,87	23,22
5	23,22		3,87	19,35
6	19,35		3,87	15,48
7	15,48		3,87	11,61
8	11,61		3,87	7,74
9	7,74		3,87	3,87
10	3,87		3,87	0,00

Depreciación de equipos de oficina

Elaboración: La autora

Cuadro # 77

Presupuesto para suministros de oficina

Detalle	Cantidad	VALOR UNI.	VALOR TOTAL
Facturero	1	\$10,00	\$10,00
Sello	1	\$4,00	\$4,00
Resma de papel	1	\$2,50	\$2,50
Total			\$16,50

Fuente: La reforma

Elaboración: La autora

Cuadro #78

Proyección de suministros de oficina

Años	Valor total inc. 2,49%
1	16,50
2	16,91
3	17,33
4	17,76
5	18,21
6	18,66
7	19,12
8	19,60
9	20,09
10	20,59

Elaboración: La autora

Cuadro # 79**Presupuesto para publicidad y propaganda**

Detalle	Cantidad / cuña	Costo	Total
Radio boquerón f.m	22	\$2,50	\$55,00
Total mes			\$55,00
Total año			\$660,00

Fuente: Medios de comunicación

Elaboración: La autora

Cuadro # 80**Proyección por publicidad y propaganda**

Años	Valor total inc. 2,49%
1	660,00
2	676,43
3	693,28
4	710,54
5	728,23
6	746,37
7	764,95
8	784,00
9	803,52
10	823,53

Elaboración: La autora

Cuadro # 81**Presupuesto para útiles de aseo**

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Tachos de basura	2	2,00	4,00
Escobas	2	1,50	3,00
Trapeadores	3	2,00	6,00
Detergente 2kg	2	5,00	10,00
Desinfectantes	1	4,50	4,50
Fundas de Basura X 100	1	1,50	1,50
Toallas de Baño	2	1,80	3,60
Recogedor de Basura	3	1,30	3,90
Jabón antibacterial	5	0,75	3,75
Cloro galón	1	3,50	3,50
TOTAL			43,75

Fuente: Almacenes de la ciudad

Elaboración: La autora

Cuadro #82
Proyección para útiles de aseo

Años	Valor total inc. 2,49%
1	43,75
2	44,84
3	45,96
4	47,10
5	48,27
6	49,47
7	50,71
8	51,97
9	53,26
10	54,59

Elaboración: La autora

Cuadro # 83
Presupuesto para equipo de cómputo

Descripción	Cantidad	Valor
computadora laptop CORE 3	1	\$500,00
Impresora CANON	1	\$110,00
Total		\$610,00

Elaboración: La autora

Cuadro # 84
Depreciación de equipo de cómputo

Años	Valor activo	Valor residual	Depreciación	Valor activo
0	610,00	122,00		488,00
1	488,00		97,60	390,40
2	390,40		97,60	292,80
3	292,80		97,60	195,20
4	195,20		97,60	97,60
5	97,60		97,60	0,00

Elaboración: La autora

Cuadro # 85**Reinversión de equipo de cómputo**

Años	Valor total inc. 2,49%
1	\$610,00
2	\$625,19
3	\$640,76
4	\$656,71
5	\$673,06
6	\$689,82

Elaboración: La autora

Cuadro # 86**Depreciación de reinversión de equipo de cómputo**

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION	VALOR ACTIVO
0	656,71	137,96		518,75
1	518,75		103,75	415,00
2	415,00		103,75	311,25
3	311,25		103,75	207,50
4	207,50		103,75	103,75
5	103,75		103,75	0,00

Elaboración: La autora

Cuadro #87**Préstamo**

Préstamo	5000,00
Interés	10,21%
Tiempo	10 años

Fuente: Banco Del Ecuador

Elaboración: La autora

Cuadro #88

Amortización de préstamo

TIEMPO= 10 AÑOS	INTERES = 10,21%			
Semestre	Capital	interés	dividendo	Capital. Red
0				5000,00
1	250,00	255,25	\$505	4750,00
2	250,00	242,49	492,49	4500,00
3	250,00	229,73	479,73	4250,00
4	250,00	216,96	466,96	4000,00
5	250,00	204,20	454,20	3750,00
6	250,00	191,44	441,44	3500,00
7	250,00	178,68	428,68	3250,00
8	250,00	165,91	415,91	3000,00
9	250,00	153,15	403,15	2750,00
10	250,00	140,39	390,39	2500,00
11	250,00	127,63	377,63	2250,00
12	250,00	114,86	364,86	2000,00
13	250,00	102,10	352,10	1750,00
14	250,00	89,34	339,34	1500,00
15	250,00	76,58	326,58	1250,00
16	250,00	63,81	313,81	1000,00
17	250,00	51,05	301,05	750,00
18	250,00	38,29	288,29	500,00
19	250,00	25,53	275,53	250,00
20	250,00	12,76	262,76	0,00

Elaboración: La autora

RESUMEN ACTIVOS:

Cuadro # 89

Presupuesto para sueldo de venta

DENOMINACION	JEFE DE MARKETING
Básico	386,00
Décimo tercero 1/12	32,17
Décimo cuarto SBU/12	32,17
Vacaciones 1/24	16,08
Aporte patronal 11,15%	43,04
Aporte SECAP 0,5%	1,93
Aporte IECE 0,5%	1,93
Fondo de reserva	32,17
Total	545,48
# Obreros	1
Total mes	545,48
Total año	6545,79
TOTAL SIN FONDOS DE RESERVA	\$6.159,79

Cuadro # 90
Proyección para sueldo de venta

años	incremento 2,49%
1	\$6.159,79
2	\$6.322,78
3	\$6.480,22
4	\$6.641,57
5	\$6.806,95
6	\$6.976,44
7	\$7.150,15
8	\$7.328,19
9	\$7.510,67
10	\$7.697,68

Cuadro # 91
Presupuestos para gastos de transporte

DESCRPCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
ALQUILER DE VEHICULO (FLETE)	4	20	80,00	1040,00
TOTAL				1040,00

Cuadro # 92
Proyección para gastos de transporte

AÑOS	VALOR TOTAL INC 2,49%
1	1040,00
2	1065,90
3	1092,44
4	1119,64
5	1147,52
6	1176,09
7	1205,38
8	1235,39
9	1266,15
10	1297,68

Cuadro # 93
Resumen activo fijos

DETALLE	VALOR
Maquinaria y Equipo	\$2.265,00
materiales y herramientas	\$16,50
Muebles de oficina	\$310,00
Equipo de Oficina	\$43,00
Equipo de Computo	\$1.299,82
TOTAL	\$3.934,32

Cuadro # 94
Resumen activo corrientes

ACTIVOS CORRIENTES	
DETALLE	VALOR
Materia prima directa	\$3.304,17
Materia prima indirecta	\$471,68
Mano de Obra directa	\$546,83
Mano de obra indirecta	\$545,48
Sueldos administrativos	\$1.192,92
Agua	\$10,36
Teléfono	\$12,00
Luz	\$41,20
Suministros de oficina	\$1,38
Útiles de aseo	\$3,65
Arriendo	\$350,00
Gastos de venta	\$599,98
Publicidad y propaganda	\$55,00
Total	\$7.134,64

Elaboración: La autora

Cuadro # 95
Resumen activo diferido

DETALLE	VALOR
Permiso de funcionamiento	\$150
Organización	\$250
Instalaciones	\$237
Patente	\$1.000
estudios preliminares	\$700
TOTAL	\$2.337

Elaboración: La autora

Cuadro # 96
Total,de la inversión

TOTAL DE INVERSION	
DETALLE	VALOR
Activo fijo	\$3.934,32
Activo corriente	\$7.134,64
Activo diferido	\$2.336,54
TOTAL DE INVERSION	\$13.405,50

Elaboración: La autora

NOTA: para la proyección y presupuestos de los sueldos se tomó en cuenta los fondos de reserva desde el año 2 en adelante.

Además, se realiza una reinversión del equipo de cómputo debido al tiempo de vida útil del proyecto, es decir se realiza la depreciación del activo en 5 años y se realiza la reinversión para los 5 años restantes.

Para la proyección de los activos se tomó en consideración una tasa de inflación del 2,49%, el cual se obtuvo de promediar las tasas de inflación anuales de los 5 años anteriores según datos del Banco Central del Ecuador.

ÍNDICE

CARÁTULA	i
CERTIFICACIÓN	ii
AUTORÍA	iii
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
a) TÍTULO	1
b) RESUMEN	2
ABSTRACT	5
c) INTRODUCCIÓN	7
d) REVISIÓN DE LITERATURA	9
e) MATERIALES Y MÉTODOS	40
f) RESULTADOS	47
g) DISCUSIÓN	73
h) CONCLUSIONES	148
i) RECOMENDACIONES	150
j) BIBLIOGRAFÍA	151
k) ANEXOS	153
ÍNDICE	180

