



Universidad
Nacional
de Loja

Universidad Nacional de Loja

Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Carrera de Administración de Empresas

“Estudio de pre-factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de dulce de leche de cabra en la ciudad de Loja, año 2022”

Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de Ingeniera en Administración de Empresas

AUTORA:

Jéssica Stefanía Córdova Córdova

DIRECTORA:

Ing. Talía del Rocío Quizhpe Salazar

Loja – Ecuador

2023

Loja, 04 de enero de 2023

Ing. Talía del Rocío Quizhpe Salazar, MAE

DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Titulación denominado: **Estudio de pre-factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de dulce de leche de cabra en la ciudad de Loja, año 2022**, previo a la obtención del título de **Ingeniera en Administración de Empresas**, de la autoría de la estudiante **Jéssica Stefania Córdova Córdova**, con **cédula de identidad Nro. 1105417446**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación del mismo para su respectiva sustentación y defensa.

Ing. Talía del Rocío Quizhpe Salazar

DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Autoría

Yo, **Jéssica Stefanía Córdova Córdova**, declaro ser autora del presente Trabajo de Titulación y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos, de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido del mismo. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi Trabajo de Titulación, en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma

Cédula de Identidad: 1105417446

Fecha: 24 de febrero de 2023

Correo Electrónico: jessica.cordova@unl.edu.ec

Teléfono o Celular: 0959524171

Carta de autorización por parte de la autora, para la consulta, reproducción parcial o total y/o publicación electrónica del texto completo, del Trabajo de Titulación

Yo, **Jéssica Stefanía Córdova Córdova**, declaro ser autora del Trabajo de Titulación denominado: “**Estudio de pre-factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de dulce de leche de cabra en la ciudad de Loja, año 2022.**”, como requisito para optar por el título de **Ingeniera en Administración de Empresas**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que, con fines académicos, muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar en contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, 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 del Trabajo de Titulación que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los veinticuatro días del mes de febrero de dos mil veintitrés.

Firma

Autora: Jéssica Stefanía Córdova Córdova

Cédula: 1105417446

Dirección: Ciudadela San Pedro

Correo Electrónico: jessica.cordova@unl.edu.ec

Teléfono: 0959524171

DATOS COMPLEMENTARIOS

Directora del Trabajo de Titulación: Ing. Talía del Rocío Quizhpe Salazar

Dedicatoria

Una vez culminada una etapa más de mi vida, quiero agradecer primero que nada a Dios y a San Vicente Ferrer, quienes me permitieron día a día despertar con salud y con la fortaleza necesaria para no rendirme.

A mi ángel que desde el cielo me cuida y protege, “Mi madre”, a quien a diario venero, y admiro, la razón de ser quien soy.

Ni una palabra es suficiente para agradecer a mi padre Julio Córdova, el hombre más valiente y trabajador que he conocido, aquel hombre que luchó contra quien sea y lo que sea por sacar adelante a sus tres hijos, y decirle que si existe otra vida, espero tener el privilegio de volver a ser su hija.

A mis abuelitos Gilber y América, por compartir conmigo su sabiduría y amor de madre respectivamente, por habernos apoyado toda la vida de una u otra manera sin pedir nada a cambio.

A mis hermanos por ser mis compañeros de vida, aconsejarme y apoyarme cuando más lo he necesitado.

Finalmente a mi familia y amigos que siempre han estado presentes en todo este arduo camino que he recorrido, por siempre tener una palabra de aliento para no darme por vencida y por saber impulsarme cada día a ser una mejor versión de mí misma, las palabras se quedan cortas para expresar mis sentimientos y agradecimientos a cada uno de ustedes.

Jéssica Stefanía Córdova Córdova

Agradecimiento

En este apartado quiero agradecer a Dios por las bendiciones que recibo día a día, por darme la valentía necesaria para a diario buscar una nueva razón para seguir adelante.

Agradezco infinitamente a mi apreciada Ing. Gretty del Pilar Salinas Ordóñez, quien en todo el transcurso de mi vida universitaria ha sabido apoyarme y compartir sus conocimientos conmigo, una mujer maravillosa que ha sabido tenerme paciencia y ayudarme en todo momento.

De la misma manera expresar mi agradecimiento a mi directora de tesis Ing. Talía del Rocío Quizhpe Salazar, que me ha guiado en mi trabajo de titulación y ha estado pendiente de mí y de culminar con éxito mi carrera.

Por último agradecer a cada uno de los docentes de esta carrera que me han enseñado muchas de las cosas que hoy por hoy sé y que indudablemente me servirán a lo largo de mi vida.

Jéssica Stefanía Córdova Córdova

Índice de Contenidos

Portada.....	i
Certificación.....	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento	vi
Índice de Contenidos.....	vii
Índice de Tablas	xiii
Índice de Figuras.....	xviii
Índice de Anexos	xxi
1. Título.....	1
2. Resumen.....	2
2.1 Abstract.....	3
3. Introducción	4
4. Marco teórico.....	6
4.1 Marco Teórico.....	6
4.1.1 Empresa.....	6
4.1.1.1 Clasificación de las Empresas	6
4.1.2 Proyecto	7
4.1.2.1 Proyecto de inversión.....	7
4.1.2.2 Tipos de proyecto de Inversión	7
4.1.2.3 Ciclo de los proyectos de inversión	8
4.1.3 Estudio de Mercado	9
4.1.3.1 El mercado	9
4.1.3.2 Tipos de mercado	9
4.1.3.3 La demanda.....	10
4.1.3.4 La oferta.....	10
4.1.3.5 Demanda Insatisfecha	10

4.1.3.6	Plan de Comercialización.....	10
4.1.4	Estudio Técnico.....	11
4.1.4.1	Tamaño de la empresa.....	11
4.1.4.2	Localización.....	12
4.1.4.3	Ingeniería del proyecto.....	12
4.1.4.4	Infraestructura física	12
4.1.4.5	Proceso de producción	13
4.1.4.6	Diseño del producto	13
4.1.4.7	Balance de materiales.....	13
4.1.5	Estudio Organizacional	14
4.1.5.1	Organización Jurídica	14
4.1.5.2	Filosofía Empresarial	14
4.1.6	Estudio Económico	16
4.1.6.1	Inversiones	16
4.1.6.2	Financiamiento.....	17
4.1.6.3	Análisis de costos.....	17
4.1.6.4	Costo Unitario de producción	18
4.1.6.5	Precio de Venta.....	18
4.1.6.6	Clasificación de los costos	18
4.1.6.7	Costos Fijos.....	18
4.1.6.8	Costos Variables	19
4.1.6.9	Punto De Equilibrio	19
4.1.6.10	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	19
4.1.7	Evaluación Financiera.....	19
4.1.7.1	Flujo de caja.....	19
4.1.7.2	Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR).....	19
4.1.7.3	Valor actual Neto (VAN).....	19
4.1.7.4	Tasa interna de retorno (TIR).....	20
4.1.7.6	Relación Costo Beneficio (RCB)	21

4.1.7.7	Análisis de sensibilidad (AS).....	21
4.2	Marco Referencial.....	22
4.2.1	Antecedentes de la Materia Prima a utilizarse	24
4.2.1.1	Leche de cabra	24
4.2.1.2	Origen y distribución	24
4.2.1.3	Propiedades	25
4.2.2	La Caprinocultura en Ecuador	25
4.2.2.1	Razas caprinas presentes en Ecuador	25
4.2.2.2	Producción de leche de cabra y derivados en Ecuador	26
4.2.3	El Análisis de la Leche de Cabra activó este negocio.....	27
4.3	Marco Conceptual	28
5.	Metodología	32
5.1	Materiales.....	32
5.2	Métodos.....	32
5.3	Técnicas	32
5.3.1	Observación	32
5.3.2	Encuesta.....	33
5.3.3	Entrevista	33
5.4	Instrumentos.....	33
5.4.1	Cuestionario	33
5.5	Población y Muestra	33
5.5.1	Población de consumidores.....	33
5.5.1.1	Proyección de la Población	33
5.5.2	Muestra	35
5.5.2.1	Tamaño de la muestra	35
5.5.3	Población de Proveedores	36
5.5.4	Procedimiento	37
6.	Resultados.....	38
6.1	Estudio de mercado.....	38

6.1.1	Análisis e interpretación de la encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja...	38
6.1.2	Entrevista aplicada a los oferentes de dulce de leche de cabra de la ciudad de Loja...	61
6.1.3	Entrevista aplicada a los proveedores de materia prima para la elaboración del dulce de leche de cabra.....	61
7.	Discusión.....	62
7.1	Análisis de la demanda	62
7.1.1	Demanda Potencial	62
7.1.2	Demanda Real.....	63
7.1.3	Demanda Efectiva.....	63
7.1.4	Demanda Insatisfecha	64
7.2	Plan de Comercialización.....	65
7.2.1	Producto.....	65
7.2.1.1	Producto Secundario	67
7.2.1.2	Producto Sustituto.....	67
7.2.1.3	Productos complementarios	68
7.2.1.4	Mercado Demandante	68
7.2.1.5	Estrategia de diferenciación:.....	68
7.2.2	Precio	68
7.2.3	Plaza.....	68
7.2.3.1	Promoción	69
7.2.3.2	Publicidad	70
7.3	Estudio Técnico	73
7.3.1	Tamaño del Proyecto	73
7.3.1.1	Capacidad Diseñada.....	73
7.3.1.2	Capacidad Instalada	74
7.3.1.3	Capacidad Utilizada.....	75
7.3.1.4	Participación en el Mercado.....	76
7.3.2	Localización del Proyecto.....	76
7.3.2.1	Macro localización.....	76

7.3.2.2	Micro localización.....	77
7.3.3	Ingeniería del Proyecto	78
7.3.3.1	Requerimientos para el funcionamiento de la planta	78
7.3.4	Infraestructura física	89
7.3.4.1	Distribución de la planta	89
7.3.5	Proceso de producción	90
7.3.5.1	Descripción del proceso de producción	90
7.3.5.2	Flujograma de Procesos	90
7.3.5.3	Diagrama de Flujo.....	91
7.3.6	Balance de Materiales	92
7.4	Estudio Organizacional.....	94
7.4.1	Organización Jurídica	94
7.4.1.1	Base Legal.....	94
7.4.2	Base Administrativa.....	98
7.4.2.1	Misión	99
7.4.2.2	Visión.....	99
7.4.2.3	Objetivos Estratégicos.....	99
7.4.2.4	Valores estratégicos	99
7.4.2.5	Políticas.....	100
7.4.2.6	Estructura Organizacional.....	100
7.5	Estudio Financiero	111
7.5.1	Inversiones	111
7.5.1.1	Activos Fijos	111
7.5.1.2	Activos Diferidos	115
7.5.1.3	Activo Circulante	116
7.5.1.4	Resumen de inversión del proyecto	143
7.5.1.5	Financiamiento.....	143
7.5.2	Análisis de Costos.....	144
7.5.2.1	Costos totales de producción.....	144

7.5.2.2	Depreciación de Activos Fijos	144
7.5.2.3	Amortización de Activos Diferidos	145
7.5.2.4	Amortización del préstamo	146
7.5.3	Costo Unitario de Producción	149
7.5.4	Precio de Venta	149
7.5.5	Ingresos	150
7.5.6	Clasificación de los Costos	150
7.5.6.1	Costos Fijos.....	150
7.5.6.2	Costos Variables	150
7.5.7	Punto de Equilibrio	153
7.5.7.1	Determinación del Punto de Equilibrio en el Primer Año.	153
7.5.7.2	Determinación del Punto de Equilibrio en el Quinto Año	155
7.5.8	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	156
7.5.9	Flujo de Caja	159
7.6	Evaluación Financiera.....	161
7.6.1	Valor Actual Neto (VAN).....	161
7.6.2	Tasa Interna de Retorno	161
7.6.3	Periodo de Recuperación del Capital	162
7.6.4	Relación Beneficio Costo.....	163
7.6.5	Análisis de Sensibilidad	164
8.	Conclusiones	169
9.	Recomendaciones	171
10.	Bibliografía	172
11.	Anexos	176

Índice de Tablas

Tabla 1	Proyección de la Población.....	34
Tabla 2	Distribución muestral de las encuestas	36
Tabla 3	Proveedores de la materia prima.....	36
Tabla 4	Integrantes por familia	38
Tabla 5	Consumo de productos elaborados a base de leche de cabra.....	39
Tabla 6	Producto en base a la leche de cabra consumido con más frecuencia	40
Tabla 7	Escala de la importancia del consumo de productos en base a la leche de cabra en el diario vivir.....	41
Tabla 8	¿Sabía usted que la leche de cabra es una alternativa para los intolerantes a la lactosa, es rica en nutrientes y reemplaza a la leche materna?.....	42
Tabla 9	Consumo de dulce de leche de cabra	42
Tabla 10	¿El dulce de leche de cabra que consume, lo compra?.....	43
Tabla 11	Compra de dulce de leche mensual.....	44
Tabla 12	Cantidad de consumo de dulce de leche de cabra al mes.....	45
Tabla 13	Precio que paga por ½ libra de dulce de leche de cabra	46
Tabla 14	Precio que paga por el producto le pareció.....	47
Tabla 15	Lugar donde adquiere el producto	47
Tabla 16	Marcas de dulce de leche de cabra que consume.....	48
Tabla 17	¿Cómo conoció esas marcas?.....	49
Tabla 18	Problemas e inconvenientes por los que alguna vez NO ha realizado la compra de dulce de leche de cabra.....	50
Tabla 19	Factores que influyen en la decisión de compra	51
Tabla 20	Disposición de compra de dulce de leche de cabra.....	52
Tabla 21	Cantidad de dulce de leche de cabra que compraría mensualmente	53
Tabla 22	Presentación del dulce de leche de cabra	54
Tabla 23	Consistencia del producto	55
Tabla 24	Valor calórico del producto	56
Tabla 25	Lugar de adquisición del dulce de leche de cabra.....	57
Tabla 26	Tipo de promociones más llamativas.....	58
Tabla 27	Medios de comunicación por los que les gustaría informarse de nuevos productos y promociones.....	59
Tabla 28	Proyección de la población de las familias de la ciudad de Loja.....	62
Tabla 29	Demanda Potencial de dulce de leche de cabra	63
Tabla 30	Demanda Real Dulce de leche de cabra.....	63
Tabla 31	Demanda Efectiva Dulce de leche de cabra.....	64

Tabla 32	Demanda Insatisfecha Dulce de leche de cabra	64
Tabla 33	Presupuesto de la Promoción	69
Tabla 34	Presupuesto de la Publicidad	70
Tabla 35	Capacidad Diseñada.....	73
Tabla 36	Capacidad Instalada	74
Tabla 37	Capacidad Utilizada	75
Tabla 38	Producción de dulce de leche de cabra en envases de 210gr	75
Tabla 39	Participación en el mercado	76
Tabla 40	Maquinaria y Equipo.....	78
Tabla 41	Utensilios de cocina	80
Tabla 42	Vehículo.....	81
Tabla 43	Muebles y Enseres de Planta.....	81
Tabla 44	Muebles y Enseres Administración	82
Tabla 45	Muebles y Enseres Ventas	83
Tabla 46	Equipo de Oficina	84
Tabla 47	Equipo de Cómputo	84
Tabla 48	Útiles de oficina	85
Tabla 49	Útiles de aseo	86
Tabla 50	Indumentaria de Trabajo	87
Tabla 51	Implementos de Seguridad.....	88
Tabla 52	Simbología del Flujograma de Procesos.....	91
Tabla 53	Cantidad de materia prima anual y mensual	93
Tabla 54	Manual de Funciones del Gerente de “AMEC Cía. Ltda.”	105
Tabla 55	Manual de Funciones de la Secretaria de “AMEC Cía. Ltda.”	106
Tabla 56	Manual de Funciones de la Contadora de “AMEC Cía. Ltda.”	106
Tabla 57	Manual de Funciones de Asesor Jurídico “AMEC Cía. Ltda.”	107
Tabla 58	Manual de Funciones de Jefe de Producción “AMEC Cía. Ltda.”	108
Tabla 59	Manual de Funciones de Jefe de Ventas “AMEC Cía. Ltda.....	109
Tabla 60	Manual de Funciones de Obreros “América Cía. Ltda.	109
Tabla 61	Manual de Funciones de Chofer - Vendedor “AMEC Cía. Ltda.	110
Tabla 62	Maquinaria y Equipo.....	111
Tabla 63	Vehículo.....	112
Tabla 64	Muebles y Enseres de planta.....	112
Tabla 65	Muebles y Enseres de Administración.....	112
Tabla 66	Muebles y Enseres de Ventas	113
Tabla 67	Equipo de Oficina	113
Tabla 68	Equipo de Cómputo	113

Tabla 69 Reinversión Equipo de Cómputo.....	114
Tabla 70 Implementos de Seguridad.....	114
Tabla 71 Resumen de Activos Fijos	115
Tabla 72 Activos Diferidos	116
Tabla 73 Materia Prima Directa.....	116
Tabla 74 Proyección Materia Prima Directa.....	117
Tabla 75 Mano de Obra Directa.....	117
Tabla 76 Proyección Mano de Obra Directa.....	118
Tabla 77 Resumen Costos de Producción.....	118
Tabla 78 Materia Prima indirecta.....	119
Tabla 79 Proyección Materia Prima indirecta.....	119
Tabla 80 Mano de Obra Indirecta	120
Tabla 81 Proyección Mano de Obra Indirecta	120
Tabla 82 Agua Potable de Producción.....	121
Tabla 83 Proyección Agua Potable.....	121
Tabla 84 Prorrateo Agua Potable de Producción	121
Tabla 85 Energía Eléctrica.....	122
Tabla 86 Proyección Energía Eléctrica.....	122
Tabla 87 Prorrateo Energía Eléctrica de Producción	122
Tabla 88 Indumentaria de Trabajo.....	123
Tabla 89 Proyección Indumentaria de Trabajo	123
Tabla 90 Arriendo Producción.....	123
Tabla 91 Proyección Arriendo	124
Tabla 92 Prorrateo Arriendo de Producción	124
Tabla 93 Suministros de Seguridad	124
Tabla 94 Proyección Suministros de Seguridad	125
Tabla 95 Utensilios de cocina	125
Tabla 96 Proyección Utensilios de Cocina	125
Tabla 97 Útiles de Aseo Producción.....	126
Tabla 98 Proyección Útiles de Aseo Producción.....	126
Tabla 99 Resumen Costos Indirectos de Fabricación	127
Tabla 100 Sueldos de Administración	128
Tabla 101 Proyección Sueldos de Administración	128
Tabla 102 Prorrateo Agua Potable Administración	129
Tabla 103 Prorrateo Energía Eléctrica Administración	129
Tabla 104 Consumo Teléfono.....	129
Tabla 105 Proyección Consumo Teléfono.....	130

Tabla 106 Internet.....	130
Tabla 107 Proyección Internet.....	130
Tabla 108 Prorrateso Arriendo de Administración.....	131
Tabla 109 Útiles de Oficina.....	131
Tabla 110 Proyección Útiles de Oficina.....	132
Tabla 111 Útiles de Aseo Administración.....	132
Tabla 112 Proyección Útiles de Aseo Administración.....	132
Tabla 113 Resumen Gastos de Administración.....	133
Tabla 114 Sueldo Personal de Ventas.....	134
Tabla 115 Proyección Sueldo Personal de Ventas.....	134
Tabla 116 Combustible.....	135
Tabla 117 Proyección Combustible.....	135
Tabla 118 Matrícula Vehículo.....	135
Tabla 119 Proyección Matrícula Vehículo.....	136
Tabla 120 Mantenimiento Vehículo.....	136
Tabla 121 Proyección Mantenimiento Vehículo.....	136
Tabla 122 Prorrateso Energía Eléctrica Ventas.....	137
Tabla 123 Prorrateso Arriendo de Ventas.....	137
Tabla 124 Promoción.....	138
Tabla 125 Proyección Promoción.....	138
Tabla 126 Publicidad.....	138
Tabla 127 Proyección Publicidad.....	139
Tabla 128 Útiles de Oficina Ventas.....	139
Tabla 129 Proyección Útiles de Oficina.....	139
Tabla 130 Útiles de Aseo Ventas.....	140
Tabla 131 Proyección Útiles de Aseo.....	140
Tabla 132 Presupuesto Facturación.....	140
Tabla 133 Proyección Facturación.....	141
Tabla 134 Resumen Gastos de Ventas.....	141
Tabla 135 Resumen Presupuesto de Capital de Trabajo.....	142
Tabla 136 Resumen de inversión del proyecto.....	143
Tabla 137 Financiamiento.....	143
Tabla 138 Depreciación Activos Fijos.....	145
Tabla 139 Amortización de Activos Diferidos.....	145
Tabla 140 Amortización del préstamo.....	146
Tabla 141 Presupuesto de Costos.....	147
Tabla 142 Costo Unitario de Producción.....	149

Tabla 143 Precio de Venta.....	149
Tabla 144 Ingresos Totales	150
Tabla 145 Cuadro de Costos	151
Tabla 146 Impuesto a la renta.....	157
Tabla 147 Cálculo impuesto a la renta.....	157
Tabla 148 Estado de Pérdidas y Ganancias	158
Tabla 149 Flujo de Caja.....	160
Tabla 150 Valor Actual Neto.....	161
Tabla 151 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	162
Tabla 152 Periodo de Recuperación del Capital	163
Tabla 153 Relación Beneficio Costo	164
Tabla 154 Análisis de Sensibilidad con Aumento en Costos.....	165
Tabla 155 Análisis de Sensibilidad con Disminución en Ingresos	167

Índice de Figuras

Figura 1 Censo caprino en Ecuador del año 2002 al 2019.....	26
Figura 2 Producción de leche fresca de cabra en Ecuador.....	26
Figura 3 Integrantes por familia.....	38
Figura 4 Consumo de productos elaborados a base de leche de cabra.....	39
Figura 5 Producto en base a la leche de cabra consumido con más frecuencia.	40
Figura 6 Escala de la importancia del consumo de productos en base a la leche de cabra en el diario vivir.	41
Figura 7 ¿Sabía usted que la leche de cabra es una alternativa para los intolerantes a la lactosa, es rica en nutrientes y reemplaza a la leche materna?.....	42
Figura 8 Consumo de dulce de leche de cabra.....	43
Figura 9 ¿El dulce de leche de cabra que consume, lo compra?.....	43
Figura 10 Compra de dulce de leche de cabra mensual.....	44
Figura 11 Cantidad de consumo de dulce de leche de cabra de acuerdo a la frecuencia indicada.....	45
Figura 12 Precio que paga por ½ libra de dulce de leche de cabra.....	46
Figura 13 Precio que paga por el producto le pareció.....	47
Figura 14 Lugar donde adquiere el producto.....	48
Figura 15 Marcas de dulce de leche de cabra que consume.....	49
Figura 16 ¿Cómo conoció esas marcas?.....	50
Figura 17 Problemas e inconvenientes por los que alguna vez NO ha realizado la compra de dulce de leche de cabra.....	51
Figura 18 Factores que influyen en la decisión de compra.....	52
Figura 19 Disposición de compra de dulce de leche de cabra.....	53
Figura 20 Cantidad de dulce de leche de cabra que compraría mensualmente.....	54
Figura 21 Presentación del dulce de leche de cabra.....	55
Figura 22.....	56
Figura 23.....	57
Figura 24 Lugar de adquisición del dulce de leche de cabra.....	58
Figura 25 Tipo de promociones más llamativas.....	59
Figura 26 Medios de comunicación por los que les gustaría informarse de nuevos productos y promociones.....	60
Figura 27 Presentación del dulce de leche de cabra.....	66
Figura 28 Etiqueta del producto.....	67
Figura 29 Canal de distribución.....	69
Figura 30 Stand de Promoción.....	70
Figura 31 Publicidad mediante Facebook.....	71

Figura 32	Publicidad mediante Facebook.....	71
Figura 33	Publicidad mediante Facebook.....	72
Figura 34	Macro localización empresa AMEC.....	77
Figura 35	Micro localización empresa “AMEC”.....	77
Figura 36	Pasteurizador de leche	78
Figura 37	Máquina Envasadora	78
Figura 38	Etiquetadora.....	79
Figura 39	Balanza Digital	79
Figura 40	Olla Industrial.....	79
Figura 41	Balde de plástico.....	80
Figura 42	Cucharón Metálico	80
Figura 43	Jarra medidora	80
Figura 44	Cuchillo	80
Figura 45	Cuchara.....	80
Figura 46	Vehículo Furgón Hyundai HD55	81
Figura 47	Mesa	81
Figura 48	Percha	81
Figura 49	Silla Plástica	82
Figura 50	Escritorio	82
Figura 51	Estante	82
Figura 52	Sillón sala de espera	82
Figura 53	Silla de Escritorio	82
Figura 54	Escritorio	83
Figura 55	Estante	83
Figura 56	Sillón sala de espera	83
Figura 57	Silla de Escritorio	83
Figura 58	Calculadora.....	84
Figura 59	Teléfono Inalámbrico	84
Figura 60	Computadora	84
Figura 61	Impresora.....	84
Figura 62	Grapadora	85
Figura 63	Perforadora	85
Figura 64	Grapas.....	85
Figura 65	Resma de hojas bond	85
Figura 66	Carpetas Archivadoras.....	85
Figura 67	Caja de Clips.....	85
Figura 68	Esfero.....	86

Figura 69 Corrector.....	86
Figura 70 Escoba y recogedor.....	86
Figura 71 Trapeador.....	86
Figura 72 Dispensador de papel Higiénico	86
Figura 73 Papel higiénico	86
Figura 74 Desinfectante	87
Figura 75 Franela	87
Figura 76 Delantal.....	87
Figura 77 Guantes	87
Figura 78 Caja Mascarillas	87
Figura 79 Gorros de cocina.....	87
Figura 80 Extintor	88
Figura 81 Botiquín de primeros auxilios.....	88
Figura 82 Letreros preventivos	88
Figura 83 Diseño y distribución de la planta	89
Figura 84 Flujograma de proceso de producción del dulce de leche de cabra.....	92
Figura 85 Materia prima directa.....	92
Figura 86 Materia prima indirecta	93
Figura 87 Organigrama Estructural de “AMEC Cía. Ltda.”	102
Figura 88 Organigrama Funcional de “AMEC Cía. Ltda.”	103
Figura 89 Organigrama Posicional de “AMEC Cía. Ltda.”	104
Figura 90 Punto de Equilibrio en el año 1	154
Figura 91 Punto de Equilibrio en el año 5	156

Índice de Anexos

Anexo 1. Encuesta a los Consumidores	176
Anexo 2. Entrevista a Proveedores	180
Anexo 3. Certificado de Traducción del Resumen	181

1. Título

Estudio de pre-factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de dulce de leche de cabra en la ciudad de Loja, año 2022

2. Resumen

El estudio de prefactibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de dulce de leche de cabra en la ciudad de Loja, se planteó los siguientes objetivos: realizar un estudio de mercado para determinar la oferta, demanda y definir las estrategias de marketing; determinar los requerimientos técnicos, administrativos y legales; calcular la inversión, buscar la mejor fuente de financiamiento, elaborar los presupuestos de egresos e ingresos y los estados financieros y; determinar la factibilidad financiera de acuerdo a los indicadores financieros, VAN, TIR, Periodo de recuperación, relación beneficio-costos, análisis de sensibilidad. El tipo de investigación es descriptiva, se utilizó métodos que ayudaron a la recolección de información. El segmento de población escogido fueron las familias de la ciudad de Loja, la población total de la misma es de 58.266 familias, la tasa de crecimiento de la población es de 2,65%, mientras que el tamaño de la muestra fue de 382 familias, mismas que fueron encuestadas. Se ha determinado que el proyecto es rentable en base a los siguientes resultados: el Valor Actual Neto (VAN) es de \$41.576,02; la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 43,96%; mientras que el Periodo de Recuperación del Capital es de 3,14 lo que quiere decir que la empresa recuperará su inversión en 3 años, 1 mes y 19 días; la Relación Beneficio Costo (RBC) es de 1,16 lo que quiere decir que por cada dólar invertido la empresa tendrá una ganancia de 0,16 centavos, el Análisis de Sensibilidad con aumento de costos es de 0,9960 recalando además que solo se puede aumentar los costos en un 4,85%, mientras que por disminución de ingresos es de 0,9989 diciendo a su vez que la empresa puede soportar una disminución de hasta 4,87% en sus ingresos. Siendo así, se considera que el proyecto es rentable y viable.

Palabras clave: Proyecto de inversión, pre-factibilidad, dulce de leche de cabra.

2.1 Abstract

The pre-feasibility study for the implementation of a company that produces and markets of goat milk sweet in Loja City, raised the following objectives: carry out a market study to determine supply, demand and define marketing strategies; determine the technical, administrative and legal requirements; calculate the investment, find the best source of financing, prepare the income and expense budgets and the financial statements and; determine financial feasibility according to financial indicators, VAN, IRR, recovery period, benefit-cost ratio, sensitivity analysis. The type of research is descriptive, methods that helped to collect information were used. The segment of the population chosen were the families of the city of Loja, the total population of the same is 58,266 families, the population growth rate is 2.65%, while the size of the sample was 382 families, which were surveyed. It has been determined that the project is profitable based on the following results: the Net Present Value (VAN) is \$41,576.02; the Internal Rate of Return (IRR) is 43.96%; while the Capital Recovery Period is 3.14, which means that the company will recover its investment in 3 years, 1 month and 19 days; the Cost Benefit Ratio (RBC) is 1.16, which means that for each dollar invested the company will have a profit of 0.16 cents, the Sensitivity Analysis with increased costs is 0.9960, also emphasizing that only it can increase costs by 4.85%, while due to a decrease in income it is 0.9989, saying in turn that the company can support a decrease of up to 4.87% in its income. Thus, it is considered that the project is profitable and viable.

Keywords: Investment project, pre-feasibility, goat milk sweet.

3. Introducción

El estudio de factibilidad es la calificación del potencial del éxito del proyecto, la posibilidad de que la realización de un producto haya sido aprobada y se obtengan los resultados esperados. Es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo. Además, determina si dicho negocio contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente (Luna , 2009).

Alrededor del 70% de la población mestiza del Ecuador es, en cierto grado, intolerante a la lactosa, sin embargo en su mayoría, son casos que no presentan síntomas (Ecuador C. , 2020)

A través de los años, la población lojana ha comenzado a tener mayor interés en adquirir productos que sean naturales, libres de conservantes y que aporten propiedades a su organismo.

Se ha hecho noticia que los productos en base a la leche de cabra ayudan a solucionar los problemas de intolerancia a la lactosa, lamentablemente en la ciudad de Loja no hay mucha cultura del consumismo de productos derivados del ganado caprino, por esta razón, este estudio tiene la finalidad de establecer una empresa que beneficie a la ciudadanía, satisfaciendo sus necesidades, ofreciendo un producto de calidad y con un sinnúmero de propiedades nutricionales; dicho así, el tema de este proyecto es “Estudio de prefactibilidad para la producción y comercialización de dulce de leche de cabra en la ciudad de Loja, año 2022”.

Los puntos más destacados del contenido del presente proyecto son:

La revisión de la literatura en la cual se encuentran datos teóricos como el marco referencial, mismo que contiene estudios realizados por otros autores, para de esta manera hacer una comparación con los resultados obtenidos, además se incluye el marco teórico que contiene información de autores sobre proyectos de inversión y sus procedimientos.

La metodología da a conocer cada uno de los materiales y métodos utilizados en el desarrollo del proyecto, el tipo de investigación utilizada fue la descriptiva, en la que se usaron métodos como el inductivo, deductivo y analítico; las técnicas utilizadas fueron la encuesta y entrevista que permitieron la recolección de la información y datos necesarios para el estudio.

En base a esto, se efectuaron los siguientes estudios:

El estudio de mercado permitió recolectar información sobre los gustos y preferencias de la ciudadanía lojana, donde se determinó una demanda real de 96.297 libras de dulce de leche de cabra, una demanda efectiva de 83.191 libras de dulce de leche y una demanda insatisfecha de 37.734.757 gramos de dulce de leche de cabra y así mismo se realizó un plan de comercialización donde se muestra el diseño de la etiqueta, logotipo, promociones y publicidades que pretende lanzar la empresa.

En el estudio técnico se abordó sobre el tamaño del proyecto, donde se obtuvo una capacidad diseñada de 118.879.852 gr de dulce de leche, una capacidad instalada de 19.459.440 gr y una capacidad utilizada de 19.459.440 gr anuales, además se calculó que en un año la empresa producirá 92.665 envases del producto. Se determinó la macro localización y la micro localización de la empresa; misma que estará ubicada en la ciudadela San Pedro; se muestra también el diseño y la distribución de la planta y todo el componente tecnológico necesario para la realización del proyecto.

El estudio organizacional muestra la constitución legal de la empresa, la misión, visión y valores estratégicos de la misma, además se incluye los organigramas estructural, funcional y posicional, así como los manuales de funciones.

El estudio financiero muestra los costos, presupuestos e inversiones del proyecto, la inversión total del proyecto es de \$44.930,30 que será financiada en un 55,49% por capital propio de los socios y el 44,51% por capital externo, además se muestra el costo total de producción que es de 156.506,41 para el primer año. En su primer año, la empresa tendrá un costo unitario de producción de \$1,69 con un porcentaje de utilidad del 15,75%, el precio de venta al intermediario es de \$1,96, mientras que el precio de venta al público es de \$2,30.

La evaluación financiera mostró los siguientes resultados; el Valor Actual Neto es de \$41.576,02 dólares, ayudando a calcular la Tasa Interna de Retorno que dio un total de 43,96%; el Periodo de Recuperación del Capital es de 3 años, 1 mes y 19 días; la Relación Beneficio Costo dio un total de 1,16 lo que quiere decir que por cada dólar invertido la empresa tendrá una ganancia de 16 centavos y finalmente, el análisis de sensibilidad determinó que el proyecto puede soportar un incremento de costos del 4,85% y una disminución de ingresos de 4,87%. Finalmente se concluye que el proyecto sí es rentable y se puede ejecutar en la ciudad de Loja.

4. Marco teórico

4.1 Marco Teórico

4.1.1 Empresa

La empresa es una organización compuesta por un conjunto de personas que tiene la finalidad de lucrar dinero o atender una necesidad de la sociedad, el objetivo como el lucro o la atención de una necesidad social (Chiavenato, 1993).

4.1.1.1 Clasificación de las Empresas

Según (Romero, 2016) Las empresas se clasifican bajo ciertos aspectos:

Según su tamaño:

- Microempresa: Poseen entre 1 a 5 trabajadores
- Pequeña empresa: Comprenden de 6 a 50 trabajadores
- Mediana empresa: Tiene entre 50 a 400 empleados
- Gran empresa: Usualmente suele tener más de 400 empleados.

Según su actividad:

- Comerciales: Compra y venta de bienes de insumos.
- Servicios: Comercio de intangibles y de prestación de servicios.
- Financieras: Su principal objetivo es ser intermediario financiero y prestar servicios financieros y de negocios.
- Industriales: Su función es transformar la materia prima en productos terminados.

Según el origen de capital:

- Publicas: Su capital pertenece al Estado.
- Privadas: El capital de estas empresas proviene de particulares.
- Mixtas: El Estado y los particulares comparten su capital.

De acuerdo a la Ley de Compañías vigente en el Ecuador las empresas se clasifican según su constitución Jurídica en (Compañías, 2017).

- Compañía en nombre colectivo: Esta compañía se contrae entre dos o más personas que realizan el comercio bajo una razón social. El capital de la compañía en nombre colectivo se compone de los aportes que cada uno de los socios entrega o a su vez promete entregar.

- Compañía en comandita simple: Esta compañía existe bajo una razón social y se compone de dos tipos de socios: los comanditarios, que aportan el capital, y socios

gestores que son los encargados de administrar la sociedad.

- La compañía de responsabilidad limitada: La compañía se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales.

- La compañía anónima: Este tipo de compañía es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

- La compañía de economía mixta: El Estado, las municipalidades, los consejos provinciales y las entidades u organismos del sector público, participarán conjuntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de dicha compañía.

- La compañía en comandita simple dividida por acciones: El capital de este tipo de compañía será dividida en acciones nominativas de un valor nominal igual o cupones de acción y suministrado por socios cuyo nombre no figura en la escritura social.

- Extranjeras: Para que una compañía u otra persona extranjera pueda operar y ejercer actividades en el Ecuador, tendrá que cumplir con lo previsto en la Sección Décimo Tercera de la Ley de Compañías.

4.1.2 Proyecto

El proyecto, no es más que la planificación interrelacionada y coordinada de actividades, ejecutadas por una persona o una entidad encaminadas a conseguir un objetivo específico (Tejada, 2014, citado en (Romero, 2016)).

4.1.2.1 Proyecto de inversión

Un proyecto de inversión es un documento escrito que le permite al inversionista conocer si su idea es viable, el mismo contiene una planificación técnica y económica desarrolladas para solucionar un problema, tomando en cuenta los recursos humanos, materiales y tecnológicos disponibles (Córdoba M. , 2011).

4.1.2.2 Tipos de proyecto de Inversión

Meza Orozco en su libro “Evaluación financiera de proyectos” menciona que los proyectos de inversión se clasifican en tres categorías (Meza, 2013):

Según la categoría:

- Los proyectos de producción de bienes se dirigen a la transformación de recursos primarios en productos para el consumo.
- Los proyectos de prestación de servicios tienen por objetivo satisfacer las

necesidades humanas usando bienes ya producidos por el hombre.

Según la actividad económica:

- Proyectos clasificados según el sector económico que atienden, así como: proyectos agropecuarios, industriales, de servicios, pecuarios, agroindustriales, industriales, turísticos, comerciales, etc.

Según su carácter y entidad que los suscita:

- Los proyectos privados se ejecutan cuando existe una demanda real en el mercado y le otorgan a la entidad que los procura una rentabilidad que satisface sus expectativas de rendimiento.

- Los proyectos de inversión pública tienen como objetivo mejorar el bienestar de una comunidad a través de la prestación de un servicio o del suministro de un bien.

4.1.2.3 Ciclo de los proyectos de inversión

“Las etapas que recorre el proyecto, desde la concepción de la idea hasta su materialización en una obra o acción concreta, deberá presentar suficientes elementos para profundizar en las subsiguientes, de tal manera que el paso de una etapa a otra se realiza como resultado de una toma de decisión” (Meza, 2013).

Según este autor, el ciclo de vida de un proyecto contiene cuatro facetas: idea, preinversión, inversión y operación.

4.1.2.3.1 La idea

Se refiere a la identificación de problemas que puedan solucionarse y las oportunidades de negocio que puedan aprovecharse.

4.1.2.3.2 Preinversión

(Meza, 2013) recalca que en dicha fase se realizan todos los estudios necesarios antes de tomar la decisión de la inversión. También es llamada como la Formulación y Evaluación del proyecto de inversión, que dependiendo la calidad de la información recolectada se realiza a nivel de Perfil, Prefactibilidad (anteproyecto) o Factibilidad (proyecto definitivo):

- **Formulación del proyecto:** La formulación de un proyecto parte de la determinación de un problema, o de una oportunidad de negocio, a través de él, se establece cuál sería el bien o servicio necesario que aporte una solución al problema. La formulación del proyecto se puede realizar en tres niveles:

- a. **Perfil:** Un estudio de preinversión a nivel de perfil se realiza a partir de la información existente de origen secundario o bibliográfico relacionada con el proyecto.

- b. Prefactibilidad: En esta etapa se investiga en fuentes primarias y secundarias, lo que significa que además de la información obtenida en fuentes bibliográficas se debe realizar investigaciones de campo.
- c. Factibilidad: Los temas del estudio de factibilidad, que incluye: estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y estudio financiero, son parecidos a los de prefactibilidad, salvo que en el primero la investigación va más a fondo, estableciendo estrategias para la realización del proyecto.

4.1.2.3.3 Inversión

En esta faceta se plasman las acciones, que dan como resultado la obtención de bienes o servicios y finaliza cuando el proyecto empieza a originar beneficios (Meza, 2013).

4.1.2.3.4 Operación

Se trata de una etapa permanente de producción de bienes o a la prestación de un servicio. Al entrar el proyecto en operación se comienza su ciclo de vida útil que culmina en el momento de su disolución (Meza, 2013).

A continuación, se detalla algunos estudios que forman parte del proyecto de prefactibilidad.

4.1.3 Estudio de Mercado

4.1.3.1 El mercado

El estudio de mercado es la primera fase de todo proyecto de inversión, el cual se sustenta en una serie de métodos y procedimientos útiles para conseguir y analizar la información concerniente a la demanda, oferta, precios y comercialización de un bien o servicio (Gómez, 2001).

Según (Meza, 2013) “La importancia del estudio de mercado está en que recoge toda la información sobre los productos o servicios que supone suministrará el proyecto, y porque aporta información valiosa para la decisión final de invertir o no en un proyecto de inversión” (pág. 22)

4.1.3.2 Tipos de mercado

El mercado se puede clasificar de algunas maneras, Geográficamente, incluye los mercados locales, regionales, nacionales, globales; Según el tipo de productos disponibles o el consumo de los usuarios, pueden ser mercados manufacturados o de servicios; finalmente según la demanda que exista, se cataloga como mercado disponible, real, potencial y meta. (Fernández E. S., 2011).

4.1.3.3 La demanda

La demanda es la compra de un bien o servicio por parte del consumidor para satisfacer una necesidad (Fernández E. S., 2011).

4.1.3.3.1 Demanda Potencial

Se refiere a la cuantificación de los requerimientos de bienes o servicios de la población, independientemente de que ésta pueda o no adquirirlos en un momento determinado (Morales & Morales, 2009).

4.1.3.3.2 Demanda Real

Consiste en la cantidad de bienes o servicios que la población puede adquirir, se encuentra estrechamente ligada a la capacidad adquisitiva de los demandantes (Morales & Morales, 2009).

4.1.3.3.3 Demanda Efectiva

Cantidad de bienes o servicios que los consumidores desean y pueden adquirir a cambio de un precio en un momento determinado (Westreicher, 2019).

4.1.3.4 La oferta

“Cantidad de bienes o servicios que un cierto número de ofertantes (productores) están dispuestos a poner a disposición en el mercado”. (Pasaca, 2011)

4.1.3.5 Demanda Insatisfecha

Es aquella parte de la población demandante que no ha sido cubierta por el mercado de un bien o servicio. Se obtiene realizando la diferencia entre la oferta y la demanda (Fernández E. S., 2011).

4.1.3.6 Plan de Comercialización

Es un plan diseñado con el objetivo de hacer llegar los productos o servicios al consumidor, en un tiempo y lugar determinado (Pasaca, 2011).

4.1.3.6.1 Producto

(Córdoba M. , 2011) Determina al producto como “Cualquier cosa que pueda ser ofrecida a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad, incluyendo bienes físicos, servicios, experiencias, eventos, personas, lugares, propiedades, organizaciones, información e ideas”.

4.1.3.6.2 Precio

Según (Pasaca, 2011) el precio es la suma de valores que intercambian los consumidores por los beneficios de poseer o utilizar el producto o servicio.

4.1.3.6.3 Plaza

La plaza o distribución es colocar al producto o servicio, a disposición del consumidor final o comprador industrial en la cantidad requerida, en un lugar y tiempo determinado (Córdoba M. , 2006).

4.1.3.6.4 Promoción

Es una actividad que actúa como estímulo directo al producto el cual pretende darle un valor adicional, esta incluye actividades promocionales, publicidad, propaganda y el empaque (Morales & Morales, 2009).

4.1.3.6.5 Publicidad

Córdoba Padilla manifiesta que la publicidad, es cualquier forma de presentación y promoción no personal de carácter visual, escrita y auditiva; cuya función es informar y persuadir al consumidor sobre un producto o servicio (Córdoba M. , 2011).

4.1.4 Estudio Técnico

El estudio técnico, permite analizar la ubicación ideal para el proyecto, analizando las perspectivas de macro y micro localización, además del tamaño óptimo de planta, los procesos que se realizarán en ella, la mano de obra y la materia prima requerida para fabricar el producto (Salvador, Jurado, Rodriguez, Revelo, & Haro, 2017)

4.1.4.1 Tamaño de la empresa

Hace referencia a la capacidad de producción que existe durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto del que se trata, se expresa en número de unidades del producto medido en función de peso, volumen, área, etc. que se puede elaborar en un período de tiempo que puede ser: año, mes, día, horas (Viñán , Puente, Ávalos, & Córdoba, 2018)

4.1.4.1.1 Capacidad Instalada

La capacidad instalada es el máximo de unidades que se pueden fabricar por una unidad de tiempo en una planta (Córdoba M. , 2011).

4.1.4.1.2 Capacidad Utilizada

Es la cantidad de producción que es posible realizar en la planta, tomando en cuenta la maquinaria, equipo disponible y la productividad de los trabajadores (Córdoba M. , 2011).

4.1.4.1.3 Capacidad de Reserva

Hace referencia a la capacidad de producción que no se está utilizando y se encuentra a la espera de que las condiciones de mercado permitan incrementar la producción (Pasaca, 2011).

4.1.4.2 Localización

La localización hace referencia a la ubicación más adecuada para la implementación del proyecto, tomando en cuenta el menor costo y la disposición de los consumidores y la comunidad (Salvador, Jurado, Rodríguez, Revelo, & Haro, 2017)

4.1.4.2.1 Macro localización

La macro localización tiene la finalidad de establecer el proyecto en la zona más conveniente, ya sea país, región, zona urbana o rural (Salvador, Jurado, Rodríguez, Revelo, & Haro, 2017).

4.1.4.2.2 Micro localización

La micro localización se refiere al sitio puntual y concreto donde se va a instalar la empresa, tomando en cuenta: la existencia de vías de comunicación y medios de transporte, servicios públicos básicos, topografía y estudios de suelos, condiciones ambientales y de salubridad, control ecológico, sistema de circulación, financiamiento, y Conservación del Patrimonio Histórico-Cultural (Salvador, Jurado, Rodríguez, Revelo, & Haro, 2017).

4.1.4.3 Ingeniería del proyecto

“La ingeniería del proyecto tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto cuya disposición en planta conlleva a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos. También se ocupa del almacenamiento y distribución del producto, de métodos de diseño, de trabajos de laboratorio, de empaques de productos, de obras de infraestructura y de sistemas de distribución” (Córdoba M. , 2011, pág. 122)

4.1.4.4 Infraestructura física

Hace referencia exclusivamente a la parte física de la empresa, en este apartado se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades a desarrollar en la empresa (Pasaca, 2011).

4.1.4.4.1 Distribución de la planta

Se refiere a ordenar de manera física los elementos que forman parte de una planta productiva, usualmente se debe tomar en cuenta los espacios necesarios para el movimiento, almacenamiento y las distintas actividades que se realicen dentro la misma (Pasaca, 2011).

4.1.4.5 Proceso de producción

Consiste en un procedimiento técnico donde se transforma cada uno de los insumos o materias primas para la obtención de un producto mediante la intervención de la tecnología, los materiales y las distintas fuerzas de trabajo (Viñán , Puente, Ávalos, & Córdoba, 2018, pág. 43).

4.1.4.5.1 Descripción de proceso de producción

Este proceso determina la forma como una serie de insumos (materias primas) se transforman en producto terminados, por medio de la aplicación de una determinada tecnología que combina mano de obra, maquinaria y equipos, y procedimientos de operación (Córdoba M. , 2011).

4.1.4.5.2 Flujograma de procesos

El flujograma de proceso se refiere a una herramienta que detalla paso a paso las actividades que integran el proceso de producción (Pasaca, 2011).

4.1.4.5.3 Diagrama de Flujo

Diagramar es representar gráficamente los hechos, sucesos o situaciones de gran variedad, utilizando símbolos que facilitan ver, conocer y entender las interrelaciones de diversos factores (Córdoba M. , 2011).

4.1.4.6 Diseño del producto

El producto tiene que ser diseñado de tal manera que contenga todas las características que el consumidor desea en el con el objetivo de lograr una completa satisfacción de su necesidad. Al diseño del producto se debe tomar en cuenta algunos aspectos importantes, entre ellos: forma, medidas, presentación, unidad de medida, tiempo de vida, entre otros (Pasaca, 2011).

4.1.4.7 Balance de materiales

Constituye la cuantificación de la cantidad de materia prima que se requiere para la obtención de una unidad de producto, se lo realiza con la finalidad de presentar la inversión necesaria para dichos elementos (Pasaca, 2011).

4.1.5 Estudio Organizacional

Consiste en proporcionar una estructura formal encaminados al logro de objetivos propuestos, asignando actividades a los diferentes niveles y definiendo cada uno de los mecanismos de coordinación (Córdoba M. , 2011).

4.1.5.1 Organización Jurídica

“Comprende la actividad empresarial y los proyectos que se derivan de la misma, están incorporados a un determinado ordenamiento jurídico encargado de regular el marco legal en el cual los agentes económicos se desarrollarán” (Sapag Chain & Sapag Chain, 2010)

4.1.5.1.1 Base Legal

Consiste en regular las diferentes relaciones de los miembros de una empresa, mismos que deben estar encaminados y en cumplimiento de la constitución y la ley del país donde se encuentra la empresa (Córdoba M. , 2011).

4.1.5.2 Filosofía Empresarial

Conforma un sistema de ideas generales que son la base del comportamiento individual o colectivo de la empresa, es una construcción ideada de dentro hacia fuera de la organización, independiente del entorno externo, y está compuesta por los principios, valores y objetivos de su misión (Nosnik, 2005)

4.1.5.2.1 Misión

“Es la razón de ser de una organización, hace referencia a lo que pretende cumplir en un entorno específico, es aquello que la empresa realiza en el presente y la manera en que atiende a diferentes grupos de interés, tales como accionistas, colaboradores, consumidores, comunidad y gobierno, entre otros” (Maestres, 2015).

4.1.5.2.2 Visión

Es la declaración de aspiración de la empresa a mediano y largo plazo, es decir como se ve la empresa en un futuro (García J. , 2015).

4.1.5.2.3 Objetivos Estratégicos

Según (Córdoba M. , 2011) se refiere al resultado que se desea alcanzar o lograr dentro de un periodo de tiempo determinado, estos a su vez están relacionados con:

- Estrategias: se formula el ¿cómo? (pág. 164)
- Planes de acción: Dan respuesta al ¿cómo? (pág. 164)
- Presupuesto: es el compromiso de la empresa y se materializa en números (pág. 164).

4.1.5.2.4 Valores

“Son las creencias y conceptos básicos que tiene una organización, estos forman la médula de su cultura. Son las concepciones compartidas de lo que es importante y por lo tanto deseable, que al ser aceptadas por los miembros de una organización influyen en su comportamiento y orientan sus decisiones” (Maestres, 2015, pág. 8)

4.1.5.2.5 Políticas

Las políticas se refieren a los planteamientos generales o maneras de comprender que guían o canalizan el pensamiento y la acción en la toma de decisiones de todos los miembros de la organización (Koontz & O'donell, 1972).

4.1.5.2.6 Estructura Organizacional

Comprende toda actividad organizada donde se plantea una división del trabajo y una coordinación de esas tareas para llegar al trabajo final (Córdoba M. , 2011, pág. 168)

4.1.5.2.6.1 Niveles Jerárquicos de la Empresa

De acuerdo a (Gavilanez , 2016), los niveles jerárquicos son la dependencia y relación que tienen las personas dentro de la empresa, estos son:

- Nivel Legislativo: Sus principales funciones son legislar políticas, crear normas y procedimientos que debe seguir la organización. Su objetivo es realizar también reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa.
- Nivel ejecutivo: Es el segundo al mando de la organización, es el responsable del manejo de la organización, su principal función es hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo, también tiene que planificar, dirigir, organizar, orientar y controlar las tareas administrativas de la empresa.
- Nivel asesor: No tiene autoridad en el mando, su función es aconsejar, informar y preparar proyectos en materia jurídica, económica, financiera, contable, industrial y demás áreas que tengan que ver con la empresa.
- Nivel auxiliar o de apoyo: Apoya a los otros niveles administrativos, como en la prestación de servicios, de forma oportuna y eficiente.
- Nivel operativo: Conformar el nivel más importante de la empresa y es el responsable directo de la ejecución de cada una de las actividades básicas de la empresa.

4.1.5.2.6.2 Organigrama Estructural

Un organigrama estructural es aquel que, partiendo de una cadena de mando, muestra la estructura administrativa en una organización, indicando así como se determinan los diferentes puestos, de manera que se conozca el grado de autoridad y responsabilidad (Pasaca, 2011).

4.1.5.2.6.3 Organigrama Funcional

Se trata de un esquema que muestra y especifica, con el máximo detalle, las funciones, las competencias y las atribuciones de cada departamento de una organización (Pasaca, 2011).

4.1.5.2.6.4 Organigrama Posicional

Este organigrama recoge los nombres de las personas, así como el valor de los sueldos de cada uno de los integrantes de la compañía (Pasaca, 2011).

4.1.5.2.6.5 Manual de Funciones

Constituye el documento formal que compila las diferentes descripciones de puestos de trabajo de una organización (Consultores , 2019).

4.1.6 Estudio Económico

“El estudio financiero permite determinar la factibilidad del proyecto objeto de estudio, a través del cálculo del Estados financieros proyectados, y la posterior evaluación financiera, basada en el análisis de sus principales indicadores” (Salvador, Jurado, Rodriguez, Revelo, & Haro, 2017, pág. 98)

4.1.6.1 Inversiones

Son todas las erogaciones que se presentan en la fase pre operativa y operativa de la vida de un proyecto, estos representan desembolsos de dinero en efectivo para la adquisición de activos, involucra activos fijos, diferidos y el capital de trabajo (Pasaca, 2011).

4.1.6.1.1 Activos fijos

Representa la inversión de bienes tangibles utilizados en el proceso productivo y que son el complemento necesario para la operación de la empresa (Pasaca, 2011).

4.1.6.1.2 Activos diferidos

Son los valores que corresponden a los costos ocasionados en la fase de formulación e implementación del proyecto antes de entrar en operación (Pasaca, 2011).

4.1.6.1.3 Activos circulantes

Comprende todos los recursos económicos indispensables para el funcionamiento de las operaciones que se desarrollan en la planta (Salvador, Jurado, Rodriguez, Revelo, & Haro, 2017).

4.1.6.1.3.1 Costos de Producción

Los costos de producción son las salidas de dinero ocasionadas por la materia prima, la mano de obra directa y los gastos de fabricación (Salvador, Jurado, Rodriguez, Revelo, & Haro, 2017).

4.1.6.1.3.2 Costos de Operación

Comprenden los costos administrativos, generados específicamente por el área de administración, los gastos de ventas, que son valores incurridos en la gestión de mercadotecnia, publicidad, las promociones, entre otros y los gastos financieros, que son los intereses generados por un préstamo en el banco (Salvador, Jurado, Rodriguez, Revelo, & Haro, 2017).

4.1.6.2 Financiamiento

Comprende la búsqueda de los recursos necesarios para que la empresa pueda operar; las fuentes de financiamiento pueden ser de dos formas (Viñán , Puente, Ávalos, & Córdoba, 2018).

- Fuentes Internas: dinero propio, utilidades no repartidas, venta de activos, depreciación (pág. 68)
- Fuentes Externas: constituidas por los créditos de entidades financieras a corto o largo plazo, inversores, entre otros (pág. 68)

4.1.6.3 Análisis de costos

Para realizarlo se recurre a la contabilidad de costos, con el objetivo de determinar el costo real al producir un bien o un servicio, a partir de estos datos se puede fijar el precio de venta al público del nuevo producto (Pasaca, 2011).

4.1.6.3.1 Costo Total de Producción

El costo total de producción se conforma de dos componentes básicos: El costo de producción y el costo de operación de un producto (Pasaca, 2011).

4.1.6.3.2 Depreciación de Activos Fijos

Se refiere a la utilización normal de los activos durante la etapa de operación de la empresa, al pasar el tiempo se desgastan y pierden sus características de funcionalidad y

operatividad (Pasaca, 2011). Es indispensable mencionar que cada activo posee un tiempo de vida útil y un porcentaje de depreciación diferente al otro.

4.1.6.3.3 Amortización de Activos Diferidos

La amortización de los diferidos supone naturalmente la disminución del activo diferido, al tiempo que se debe reconocer el gasto o costo correspondiente del periodo (Pasaca, 2011).

4.1.6.3.4 Amortización de Capital

Se refiere al pago de un préstamo, de manera total o parcial, incluidos los intereses (Pasaca, 2011).

4.1.6.4 Costo Unitario de producción

“El costo unitario es el resultado de dividir el costo total de producción para el número de productos fabricados” (Jiménez & Espinoza , 2007)

$$C.U = \frac{\text{Costo total de producción}}{\text{Numero de productos fabricados}}$$

4.1.6.5 Precio de Venta

El precio de venta al público es la cantidad de dinero que paga un cliente por un producto o servicio (Jiménez & Espinoza , 2007). Para su desarrollo se utiliza la siguiente fórmula:

$$P.V.P = \text{Costo unitario} + \text{margen de utilidad}$$

4.1.6.6 Clasificación de los costos

En todo proceso productivo los costos en que se incurren no son de la misma magnitud e incidencia en la capacidad de producción, por esta razón, es necesario clasificarlos de acuerdo a su origen y naturaleza siendo estos: los costos fijos y variables (Pasaca, 2011).

4.1.6.7 Costos Fijos

Son los valores monetarios que la empresa incurre por el solo hecho de existir sin tomar en cuenta si hay o no hay producción (Pasaca, 2011).

4.1.6.8 Costos Variables

Son los valores monetarios que la empresa incurre en función de su capacidad de producción, están estrechamente ligados a los niveles de producción de la empresa (Pasaca, 2011).

4.1.6.9 Punto De Equilibrio

Según (Pasaca, 2011) “El punto de equilibrio es la cantidad de ingresos que igualan a la totalidad de costos y gastos en que incurre normalmente una empresa” (pág. 219).

4.1.6.10 Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias mide las utilidades de la unidad de producción o de prestación de servicios durante el período proyectado (Córdoba M. , 2011). Como ingresos se toman en cuenta las ventas realizadas y como costos a los costos de producción, gastos de administración y ventas.

4.1.7 Evaluación Financiera

Es la medición de factores concurrentes y coadyuvantes cuya naturaleza permite definir la factibilidad de ejecución del proyecto, es decir se fundamenta en la necesidad de establecer las técnicas para determinar lo que está sucediendo en la organización (Córdoba M. , 2011).

4.1.7.1 Flujo de caja

El flujo de caja es la herramienta que permite determinar las necesidades reales de capital para el desarrollo de la empresa, comparando los ingresos recibidos con los egresos pagados (Córdoba M. , 2006).

4.1.7.2 Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

Es también llamada costo de capital o tasa de descuento, es un porcentaje que normalmente, lo determinan los socios que va a invertir en un proyecto. Esta tasa se usa como referencia para determinar si el proyecto le puede generar ganancias o no, tomando en cuenta la inflación y el premio al riesgo de su dinero (Córdoba M. , 2006).

4.1.7.3 Valor actual Neto (VAN)

(Pasaca, 2011) Define el valor actual neto del proyecto como el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto sumando sus costos de oportunidad. Es necesario decir que los valores obtenidos en el flujo de caja se convierten en valores actuales, esto mediante la aplicación de una fórmula matemática.

Los criterios de decisión para para estudiar el VAN son los siguientes:

- Si el VAN es positivo se acepta el proyecto, lo que quiere decir que el valor de la empresa aumentara.
- Si el VAN es negativo se rechaza la inversión, debido a que perderá valor en el tiempo.
- Si el VAN es igual a cero, la inversión quedará a criterio del inversionista, puesto que la empresa a lo largo de su vida útil mantiene el valor de la inversión en términos de poder adquisitivo.

El VAN se obtiene aplicando la siguiente fórmula:

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

$$VANP = (\sum VA_i^n) - Inversión$$

En donde:

VANP= Valor Actual Neto del Periodo

$\sum VA$ = Sumatoria del Valor Actual

FN= Flujo Neto

$(1 + i)^{-n}$ = Factor de actualización

n= Numero de periodos

4.1.7.4 Tasa interna de retorno (TIR)

Constituye la tasa de rendimiento que oferta el proyecto, se la considera también la tasa de interés que podría pagarse por un crédito que financie la inversión (Pasaca, 2011).

Para aplicar la TIR se toma como referencia lo siguiente:

- Si la TIR es mayor que el costo de oportunidad o de capital el proyecto será aceptado.
- Si la TIR es igual al costo de oportunidad o de capital, el inversionista decidirá si se realiza la inversión.
- Si la TIR es menor que el costo de oportunidad o de capital, el proyecto será rechazado.

La Tasa Interna de Retorno se calcula aplicando la siguiente fórmula:

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

VAN T_M = valor actual a la tasa mayor

4.1.7.5 Periodo de Recuperación de Capital (PRC)

Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de la inversión (Pasaca, 2011). Es conveniente actualizar los valores por cuanto ellos serán recuperados a futuro y aun con la dolarización en el Ecuador el dinero pierde su poder adquisitivo en el tiempo:

$$PRC = ASI \frac{Inversion - \sum FASI}{FNASI}$$

En donde:

ASI= Año que supera la inversión

$\sum FASI$ = Sumatoria de flujos hasta el año que supera la inversión

FNASI= Flujo Neto del Año que supera la inversión.

4.1.7.6 Relación Costo Beneficio (RCB)

Permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio (Pasaca, 2011):

- Si la relación Beneficio/Costo es = 1 el proyecto es indiferente.
- Si la relación Beneficio/Costo es mayor a 1 el proyecto es rentable.
- Si la relación Beneficio/Costo es menor a 1 el proyecto no es rentable

Para determinar la relación beneficio-costo se utiliza la siguiente fórmula:

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

4.1.7.7 Análisis de sensibilidad (AS)

Los análisis de sensibilidad son estimaciones sobre las variables que intervienen en el proceso, las mismas que están sujetas a cambios por fluctuaciones que pueden producirse a lo largo de la vida útil del proyecto, donde los ingresos y los costos tienen las variaciones más sensibles a un incremento o disminución de los precios. En pocas palabras el Análisis de Sensibilidad (AS) es el procedimiento por medio del cual se puede saber que tan sensible es el proyecto. La TIR ante cambios en determinadas variables del proyecto (Sapag Chain & Sapag Chain, 2010).

El análisis de sensibilidad se basa en lo siguiente:

- Si el coeficiente es mayor que 1 el proyecto será sensible.
- Si el coeficiente es menor que 1 el proyecto no será sensible.
- Si el coeficiente es igual a 1 no habrá efectos sobre el proyecto.

El análisis de sensibilidad será calculado de la siguiente manera:

$$1. \text{ NTIR} = tm + DT \left(\frac{\text{VAN } Tm}{\text{VAN } Tm - \text{VAN } TM} \right)$$

En

donde:

$$2. \text{ TIR.R} = \text{TIR.O} - \text{NTIR}$$

NTIR= Nueva TIR

$$3. \% \text{ Variación} = \frac{\text{TIR.R}}{\text{TIR.O}} \times 100$$

$$4. \text{ Sensibilidad} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{NTIR}}$$

TIR.O= TIR Original o del proyecto

Tm= Tasa menor

DT= Diferencias de Tasas VAN m= Valor actual menor VAN M= Valor actual

Mayor

Dif. TIR= Diferencia de tasas internas de retorno

4.1.7.7.1 Análisis de sensibilidad en Disminución en Ingresos

Según (Sapag Chain & Sapag Chain, 2010), el análisis de sensibilidad con disminución en ingresos evalúa hasta que porcentaje la empresa puede soportar una disminución de sus ingresos sin que esto le ocasione problemas financieros.

4.1.7.7.2 Análisis de sensibilidad en Incremento en Costos

Este parámetro ayuda a evaluar hasta qué nivel la empresa puede soportar un incremento en los costos.

4.2 Marco Referencial

Para empezar un proyecto de investigación se partió por referencias tanto empíricamente e investigaciones realizadas por otros autores, lo que servirá como guía referente al tema desarrollado, para de esta manera poder sustentar y argumentar el mismo, por esta razón se ha tomado como referencia los siguientes estudios:

(Sarango, 2015) En su trabajo de investigación sobre “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MANJAR DE LECHE DE CABRA, EN EL CANTÓN ZAPOTILLO, DE LA PROVINCIA DE LOJA”, indica que el proyecto es una herramienta de dirección que integra los principales documentos normativos y a la vez es una ejecución útil para lanzar una nueva empresa o una actividad en empresas existentes. Ante esto se puede mencionar que los proyectos nacen de la necesidad conceptual, metodológica y de

gestión que permite materializar las estrategias en términos técnicos, económicos, tecnológicos y financieros.

Este autor afirma que el proyecto de factibilidad es un estudio técnico que se lo usa como herramienta de negocio para de esta manera crear o lanzar una empresa nueva al mercado, esto con la finalidad de captar un conocimiento de los estudios que lo componen, su producto es el manjar elaborado a base de leche de cabra realizando el estudio de mercado, técnico y financiero, para saber si su proyecto es rentable.

(Sarango, 2015) Dirigió su proyecto a las familias del Cantón Zapotillo, aplicando encuestas de gustos y preferencias a 356 de ellas y a su vez a 5 oferentes del mercado local, la tasa de crecimiento que usó fue del 0,92%. Además, la demanda potencial en su proyecto fue de 57%; la demanda real fue de 60%; mientras que la demanda efectiva fue del 80%. La presentación del producto será en tarrina de plástico de 1 libra con su slogan que identifique a la empresa. El precio de venta al público será de \$3,90. El producto será vendido por medio de intermediarios y será difundido a través de la radio local de Zapotillo. La capacidad instalada será de 18.250 libras del producto al año, mientras que la capacidad utilizada será de 13000 libras al año. La empresa se ubicará en el Cantón Zapotillo, en el barrio Hermano Miguel. Además la compañía será de Responsabilidad Limitada, que contará con nivel legislativo, ejecutivo, asesor, auxiliar y operativo. El activo circulante de la empresa en el primer mes es de \$4.090,11; el activo fijo es de \$2.606; y el activo diferido es de \$760,00. Por otro lado, la empresa pedirá un financiamiento al Banco Nacional de Fomento de \$2.000. y finalmente el punto de equilibrio para que la empresa no gane ni pierda, tendrá que tener utilidades de 44.060,49 para el primer año.

(Cuenca, 2015) En su “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MANJAR DE LECHE DE VACA EN EL CANTÓN LOJA, PROVINCIA DE LOJA”. Defiende que un proyecto de factibilidad es una herramienta de decisión que ayuda a analizar si el proyecto es rentable para de esta manera implementarlo pero si no resulta rentable debe abandonarse. Este proyecto surge con el fin de contribuir al desarrollo socio económico del cantón Loja.

Para sustentar este proyecto el autor aplicó un total de 397 encuestas a las familias del Cantón Loja, aplicando la tasa de crecimiento anual de 2,65%, la demanda potencial del estudio de mercado fue de 2.171,769 libras anuales, la demanda real fue de 1.281,344 libras y

la demanda efectiva fue de 1.268,53 libras. La capacidad instalada del proyecto fue de 72.270 libras de manjar y la capacidad instalada de 16.632 libras anuales, produciendo de esta manera 66 libras diarias. La localización de la empresa fue en el Cantón Loja, Parroquia El Valle. Además el monto total de la inversión es de \$10.438,55 que pertenece al activo fijo, circulante y diferido. Para su proyecto el autor realizó un crédito al Banco de Fomento por un total de \$4.000,00. Finalmente, en la evaluación financiera, se tiene el VAN de \$25.015,67 y una TIR de 53,95% lo que demuestra que el proyecto es factible para su implementación.

4.2.1 Antecedentes de la Materia Prima a utilizarse

4.2.1.1 Leche de cabra

Desde el punto de vista tecnológico, la composición de la leche determina su calidad nutritiva, sus propiedades y su valor como materia prima para fabricar productos alimenticios. La leche de cabra posee los mejores valores nutricionales y terapéuticos; sólo la supera la leche materna humana con alta calidad nutricional y de sabor agradable; las propiedades terapéuticas de la leche de cabra se reconocen desde los inicios de la civilización, al mostrar poder contra los malestares gastrointestinales (Flores , Pérez, Basurto, & Jurado, 2009)

4.2.1.2 Origen y distribución

La cabra fue el primer animal domesticado por el hombre capaz de producir alimento, hace cerca de 10 000 años. Desde entonces, siempre acompañó la historia de la humanidad, conforme testifican los diversos relatos históricos, mitológicos y bíblicos, que mencionan a los caprinos. A pesar de eso, pocas veces tuvo su valor debidamente reconocido (Doria , 1997).

Las cabras están bastante difundidas en las zonas áridas y semiáridas y generalmente se mantienen en pequeños rebaños compuestos de dos a diez animales. La leche de cabra se produce ampliamente en África occidental, pero también en el Caribe y África central, generalmente para el consumo en el hogar, aunque a veces se comercializa en el interior de la comunidad. Comparada con la de las vacas lecheras, la curva de lactación de las cabras es más plana, con picos menos prominentes y una mayor persistencia (FAO, 2022).

Aunque la mayoría de las cabras lecheras se encuentran en los países en desarrollo, los programas de mejoramiento se concentran en Europa y América del Norte. La selección genética de las cabras lecheras ha dado lugar a aumentos considerables de los rendimientos y a períodos de lactancia más prolongados (FAO, 2022)

4.2.1.3 Propiedades

La leche de cabra es cercana a ser un alimento casi perfecto con una estructura sorprendentemente similar a la leche materna. Estas diferencias en muchísimos casos repercuten en una gran cantidad de ventajas nutricionales de esta leche por sobre muchas de las fuentes tradicionales (Chacón, 2005).

La leche de cabra es una alternativa válida como sustituto de la humana, pues sus valores nutritivos son en gran medida aproximados. El sabor de la leche de cabra difiere muy poco del gusto de la de vaca, presenta similar cantidad de hierro, proteínas, grasa, vitamina C y D; exhibiendo mayor contenido de calcio, potasio, manganeso y fósforo, como también de vitaminas A y B. Esta noble sustancia es indicada por médicos y nutricionistas como alimento alternativo en personas alérgicas a la leche bovina, así como a intolerantes a la lactosa. Además, resulta aconsejable para individuos mayores que revelan perturbaciones intestinales. Muy importante es destacar, que la corporación médica internacional certifica que la leche de cabra consigue revertir problemas alérgicos en niños que van del 50 al 80 %. Un dato no menos importante, reside en que los pequeños que sufren estas afecciones, ascienden al 7 % de la población mundial (Fuenmayor, 2012).

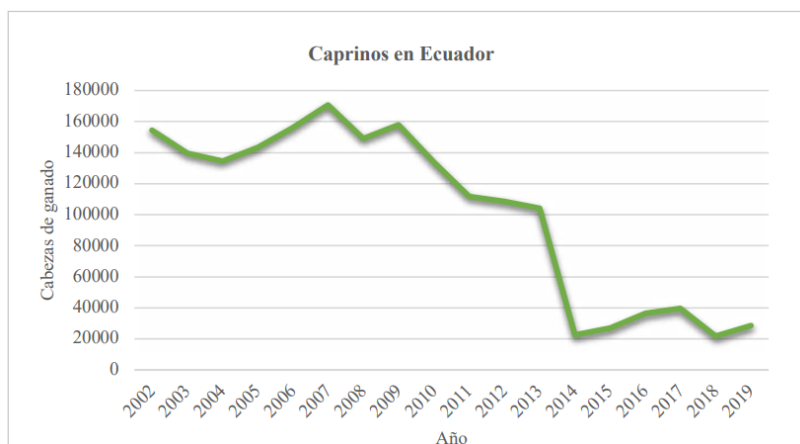
4.2.2 La Caprinocultura en Ecuador

El sector caprino ha ido ganando espacio e incrementando su población, de poco más de 902 millones en 2008 a 1.045 millones de cabras registradas en el mundo en el año 2018 (Faostat, 2020). Sin embargo, en Ecuador la población caprina adulta ha decrecido mucho en los últimos años, pasando de más de 170.000 cabezas en el año 2006 a 28.000 animales censados en el 2019 (INEC, 2020).

4.2.2.1 Razas caprinas presentes en Ecuador

Los principales genotipos de cabras que existen en el país, y de acuerdo a la zona geográfica son: Criolla y Boer (que poseen aptitud cárnica), Saanen y Alpina (para la producción de leche) y Anglo Nubia (doble propósito para carne y leche). En la región de La Sierra (región andina del país) se encuentran los cinco genotipos de cabras, en cambio, en la región Costa únicamente existe Anglo Nubia, Boer y la Criolla; y, en la región Oriente (región amazónica) e Insular (Islas Galápagos) se localiza la raza Criolla (Pesántez, 2013) No obstante, la raza Anglo Nubia es la raza más difundida en el país, especialmente en las zonas cálidas y deforestadas con serios problemas de erosión eólica e hídrica, esto es, en las provincias ecuatorianas de Loja, Santa Elena y Manabí.

Figura 1
Censo caprino en Ecuador del año 2002 al 2019



Nota: Tomado de (INEC, 2020)

4.2.2.2 Producción de leche de cabra y derivados en Ecuador

Según (Faostat, 2020), la producción de leche fresca de cabra en Ecuador en el año 2008 alcanzó los valores más altos de producción con 3.077 toneladas, mientras que los más bajos fueron obtenidos en el año 2018, en torno a unas 418 toneladas. Estos valores de producción están en relación con el decrecimiento en el tamaño de la población caprina en el país.

Figura 2
Producción de leche fresca de cabra en Ecuador



Nota: Tomado de (Faostat, 2020)

4.2.3 El Análisis de la Leche de Cabra activó este negocio

La revista Líderes (2021) en su artículo titulado “El Análisis de la Leche de Cabra activó este negocio” mencionan que Davinia Sánchez y Axel Pimentel son los fundadores de la Finca La Jaira, un emprendimiento que se dedica a la producción de leche de cabra y derivados como yogur, quesos y dulces. El emprendimiento surgió debido a la necesidad de investigar al sector caprino en Ecuador y contribuir a su desarrollo.

Sánchez, quien tiene un doctorado y PhD en Producción de Caprinos, investiga la leche de cabra desde el 2012, hizo estudios que comprobaron la presencia de ácidos grasos linoléico y transpalmítico que tienen propiedades anticancerígenas y además regulan los niveles de grasa corporal. Además, tiene un alto contenido proteico distinto al de la leche de vaca, por lo que es ideal para personas alérgicas a las proteínas (Líderes, 2021).

La revista “La Ciencia y el hombre” menciona que desde hace mucho tiempo se han reconocido las propiedades benéficas de la leche de cabra en la salud humana, la cual tiene diferencias y algunas ventajas respecto a la leche bovina, lo que la hace adecuada para un consumo saludable. Destaca su color blanco mate, distinto al de la vaca –blanco-amarillento–, debido a que no contiene caroteno sino vitamina A, completamente asimilable, origen también del color más blanco de los quesos; además, su sabor es más dulzón, de olor neutro y una viscosidad más baja que la leche de vaca. Es isocalórica, es decir, aporta la misma cantidad de energía por unidad de volumen; en la leche de cabra, las materias grasas y proteicas aportan la energía, mientras que en la leche humana lo hace la lactosa (Verdalet , López del Castillo, Aquino, & Cruz, 2014)

La leche de cabra se digiere mejor que la de vaca porque las caseínas que contiene son más solubles y la cuajada que se forma en el estómago es más fina, suave y recorre en menos tiempo el trayecto gástrico-intestinal, lo cual trae grandes beneficios a las personas que sufren problemas de estreñimiento. De igual manera, deja menos residuos sin digerir, por lo que evita fermentaciones indeseables en el colon y facilita su absorción. Lo anterior se demuestra en un estudio con ratas a las que se les había extirpado parcialmente el intestino delgado; éstas, previa dieta a base de leche de cabra, mostraron un índice de crecimiento superior frente a aquéllas sometidas a una dieta de leche de vaca o a una dieta estándar (Verdalet , López del Castillo, Aquino, & Cruz, 2014).

Otra diferencia importante es que el perfil de proteínas de la leche de cabra se asemeja más a la leche humana que a la de vaca; contiene una menor cantidad de caseína (5% del total

de las proteínas en comparación con 35% en la leche de vaca), en tanto la leche humana carece de caseínas, las cuales son responsables de la mayoría de las alergias asociadas a la leche de vaca, explicación de por qué un bebé intolerante a ésta responde bien al consumo de la de cabra (Verdalet , López del Castillo, Aquino, & Cruz, 2014).

La leche de cabra tiene asimismo un mayor porcentaje de ácidos grasos libres de cadena media, de bajo peso molecular e hidrosolubilidad, lo que también contribuye a su mejor digestión. Su alto contenido de triglicéridos de cadena media hace que se le absorba en los primeros tramos del intestino delgado, sin necesitar de las sales biliares (Verdalet , López del Castillo, Aquino, & Cruz, 2014).

Los triglicéridos de la leche de cabra tienen efectos beneficiosos cuando existen condiciones desfavorables en los recién nacidos o prematuros debido a que su metabolismo aún está inmaduro, pero también en pacientes con enfermedades hepáticas, escasa inmunidad o que reciben alimentación parenteral. Además, se han estudiado dichos triglicéridos por su gran absorción y porque previenen la obesidad conforme los ácidos grasos contenidos se oxidan rápidamente en el hígado sin modificar el aporte energético, lo que ocasiona una sensación de saciedad, disminuye los depósitos de grasa y ayuda al control de peso (Verdalet , López del Castillo, Aquino, & Cruz, 2014)

Los glóbulos grasos de la leche caprina tienen un menor tamaño que los de vaca y son más parecidos a los de la leche humana. Entre menor es su tamaño, menor es el tiempo que permanecen en el tracto gastrointestinal, favoreciendo su absorción y digestibilidad (Verdalet , López del Castillo, Aquino, & Cruz, 2014).

Los resultados de las investigaciones sugieren que un régimen a base de leche de cabra mejora la digestión de la materia grasa, reduce las pérdidas fecales, disminuye los triglicéridos en el plasma, aumenta la secreción biliar y provoca una disminución del nivel de colesterol en el plasma sanguíneo (Verdalet , López del Castillo, Aquino, & Cruz, 2014).

4.3 Marco Conceptual

Amortización: Los autores (García, Moreno E, & Silva, 2017) consideran que la amortización es la acción donde el beneficiario de un financiamiento devuelve el capital y los intereses a través de cuotas pagadas en un tiempo determinado previo acuerdo con el prestamista.

Caseína: La caseína es una proteína de alto valor biológico que se encuentra en la leche en forma de un complejo soluble de calcio y fósforo. Supone el 80% de las proteínas de

la leche de vaca, y se necesita para la absorción de calcio y fosfato en el intestino. Al ser una proteína de alto valor biológico y de absorción más lenta respecto al suero de leche, aporta nutrientes de forma gradual y continua durante el sueño (Healt, 2022)

Enfermedad Hepática: se aplica a muchas enfermedades que impiden que el hígado funcione o evitan que trabaje bien. El dolor abdominal, el color amarillo de la piel o los ojos (ictericia) o los resultados anormales de las pruebas de la función hepática pueden sugerir que usted padece una enfermedad hepática (Solutions, 2022)

Erogación: Las erogaciones son los desembolsos de dinero que se realizan en un período de tiempo, con el fin de obtener a cambio un beneficio de bienes o servicios (Hernandez , 2017)

Fluctuación: se relaciona al movimiento u oscilación que pueden presentarse en las acciones, ya sea, como fue mencionado antes, hacia arriba o hacia abajo, fenómeno que puede llegar a ocurrir en casi todas las sesiones de negociación (Redacción, 2021)

Inflación: (Fernández J. , 2002) define la Inflación como un fenómeno de alza pronunciada, continua, generalizada y desordenada de los precios de bienes y servicios que trae como consecuencia una pérdida sensible del poder adquisitivo de la unidad monetaria del país. Destaca que solamente el cambio en los niveles generales de precios debe ser tomado como inflación, y no el cambio producido a nivel específico de un bien o servicio.

Según (Fernández J. , 2002) la inflación puede ser considerada como una enfermedad de la economía cuya causa principal es la existencia de mucho circulante en poder del público y poca producción de bienes y servicios. Esta situación hace que cumpliendo con la teoría de la oferta la demanda se produzca un alza de precios al existir mayor demanda que oferta.

Intolerancia: La lactosa es el azúcar predominante de la leche. La causa de la intolerancia a la lactosa es la incapacidad del intestino para digerirla y transformarla en sus constituyentes (glucosa y galactosa). Esta incapacidad resulta de la escasez de un enzima (proteína) denominado lactasa, que se produce en el intestino delgado (Scielo, 2006).

Isocalórico: Que con el mismo peso produce la misma cantidad de calorías que otro.

Ley de Compañías: es el ordenamiento jurídico principal que regula a las sociedades mercantiles y cuya normativa define a la compañía como el “contrato mediante el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades” (Ecuador D. , 2009)

Operatividad: Según el autor (Ramos, 2017) menciona que “Es un modelo de gestión compuesto por un conjunto de tareas y procesos enfocados a la mejora de las organizaciones internas, con el fin de aumentar su capacidad para conseguir sus propósitos” (pág. 56).

Plan de Acción: Según (Suárez, 2002) el plan de acción son: “documentos debidamente estructurados que forman parte del planteamiento estratégico de una investigación de carácter cualitativo, se busca materializar los objetivos estratégicos previamente establecidos, dotándose de un elemento cuantitativo verificable a lo largo del proyecto” (pág. 40).

Metodología: La metodología es la disciplina que estudia el conjunto de técnicas o métodos que se usan en las investigaciones para alcanzar los objetivos planteados (Significado, 2013)

Método Cuantitativo: Un método cuantitativo es aquel que basa su sistema en la objetividad y los números, valiéndose de la estadística y las matemáticas para procesar datos y obtener resultados (Significado, 2013)

Método Cualitativo: Un método cualitativo es el que investiga y expone los resultados de manera descriptiva. Son procedimientos propios de la investigación social y, como su nombre indica, prestan más atención a la cualidad (Significado, 2013)

Método Inductivo: es una estrategia de razonamiento que se basa en la inducción, para ello, procede a partir de premisas particulares para generar conclusiones generales (Significado, 2013)

Método Deductivo: El método deductivo es una estrategia de razonamiento empleada para deducir conclusiones lógicas a partir de una serie de premisas o principios (Significado, 2013)

Método analítico: Es un procedimiento que se emplea con el fin de estudiar un fenómeno, problema, hecho u objeto. Se le clasifica como un modelo de investigación científica, y pretende dar soluciones ante cualquier tipo de problema (Significado, 2013)

Observación: Consiste en examinar los sucesos o individuos que intervienen en la investigación sin influir en ellos, con la finalidad de registrar datos, actividades o comportamientos relevantes (Significado, 2013).

Encuesta: Es una técnica que se utiliza en estudios colectivos para extraer datos a través de una serie de preguntas formuladas con el fin de definir rasgos comunes entre los participantes del estudio (Significado, 2013)

Entrevista: La entrevista es una conversación, entre el investigador y el sujeto investigado, destinada a la obtención de datos relevantes para el estudio (Significado, 2013)

5. Metodología

El tipo de investigación del presente estudio es descriptiva, misma que permitió obtener información precisa del objeto estudiado y donde se pretende explicar el problema de estudio, partiendo desde cada uno de los componentes que lo conforman. Los enfoques que se utilizó fueron el cualitativo y el cuantitativo, el primero permitió la recopilación y análisis de información obtenida a través de diversas fuentes, mientras que para el segundo se usó herramientas estadísticas y matemáticas con el propósito de cuantificar los resultados que posibiliten conocer si el proyecto es factible o no.

5.1 Materiales

En la presente investigación se utilizó los siguientes materiales: computadora, celular, flash memory, servicio de internet, fotocopias, esferos color azul y negro.

5.2 Métodos

Para realizar el proyecto investigativo se hizo uso de los métodos y técnicas que se presentan a continuación:

- **Método Inductivo:** Permitted conocer las necesidades, los gustos y preferencias del segmento de mercado en el que se pretende ingresar y permitió conocer la factibilidad de cada estudio para llegar a una conclusión general.
- **Método Deductivo:** Ayudó a desarrollar el marco teórico donde se buscó información en textos, tesis, documentos con contenidos teóricos que fueron de mucha ayuda para sustentar científicamente el trabajo.
- **Método Analítico:** Mediante este método se analizó la información obtenida de los diferentes estudios realizados, para luego dar una solución y definir las mejores estrategias por las que debe optar la nueva empresa.

5.3 Técnicas

Las fuentes de información a considerar en esta investigación fueron las primarias y secundarias:

5.3.1 Observación

Esta técnica ayudó a observar los fenómenos que ocurren en el mercado al que la empresa se dirigirá, para de esta manera obtener información y así tomar decisiones.

5.3.2 Encuesta

Para la recolección de información en el presente trabajo investigativo se utilizó la encuesta conformada por un total de 23 preguntas, mismas que fueron aplicadas a una muestra de 382 familias de la ciudad de Loja, permitiendo comprender de mejor manera el comportamiento del mercado y competencia.

5.3.3 Entrevista

Se desarrolló la entrevista a los proveedores, a fin de obtener información sobre la cantidad para el cálculo del tamaño de la planta.

Las variables a medir fueron: las características del producto, oferta del insumo, precios, estrategias y ubicación.

5.4 Instrumentos

5.4.1 Cuestionario

Para el presente estudio, se hizo necesario el uso de cuestionarios, mismo que aportó una serie de preguntas que posteriormente se eligió las más adecuadas para la aplicación de las encuestas a las familias de la ciudad de Loja.

5.5 Población y Muestra

5.5.1 Población de consumidores

La población de estudio para el proyecto de prefactibilidad, fueron las familias lojanas, tal población se determinó realizando una segmentación geográfica de la ciudad, y posteriormente se realizó segmentación demográfica gracias a los datos aportados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) mismo que indica que en la ciudad de Loja hay un total de 233.062 habitantes. En base a algunas observaciones y análisis, el producto se recomienda para las familias de la ciudad de Loja, ya que son quienes comprarían este producto para consumir en casa, por lo que se dividió el total de la población de la ciudad de Loja para cuatro miembros por familia, dando así un resultado de 58.266 familias.

5.5.1.1 Proyección de la Población

Para realizar la proyección de la población de la ciudad de Loja para el año 2022, se utilizó datos del censo poblacional en el año 2010 según el Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censo, utilizando la tasa de crecimiento del 2,65%, los resultados se los

obtuvo mediante la aplicación de la siguiente fórmula.

$$Pf = PT (1 + Tc)^n$$

Pf= Población Final

Pt= Población total

1= Constante

Tc= Tasa de crecimiento poblacional

N= Número de años

$$Pf = PT (1 + Tc)^n$$

$$Pf \text{ 2022} = (170.280) (1 + 0,0265)^{12}$$

$$Pf \text{ 2022} = 233.061,79$$

$$Pf \text{ 2022} = 233.062$$

En el año 2022 la ciudad de Loja tendría 233.062 habitantes.

Tabla 1

Proyección de la Población

Periodo	Año	Familias
0	2010	42.570
1	2011	43.698
2	2012	44.856
3	2013	46.045
4	2014	47.265
5	2015	48.518
6	2016	49.803
7	2017	51.123
8	2018	52.478
9	2019	53.868
10	2020	55.296
11	2021	56.761
12	2022	58.266

Nota. Datos obtenidos de Instituto Nacional de Estadísticas y Censo

5.5.2 Muestra

La muestra considerando que la población es de 58.266 familias, se obtuvo a través de la siguiente fórmula:

5.5.2.1 Tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

n= tamaño de la muestra

N= Tamaño de la Población

Z= Distribución normalizada (Z= 1,96 porcentaje de confiabilidad de 95%)

e= Margen de error deseado 5%

p= Proporción de aceptación deseado 50%

q= Proporción de rechazo 50%

$$n = \frac{1,96^2(0,5)(0,5) 58.266}{0,05^2(58.266 - 1) + 1,96^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{1,96^2(0,5)(0,5) 58.266}{0,05^2(58.266 - 1) + 1,96^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{55958,67}{146,62}$$

$$n = 381,66$$

$$n = 382$$

El número de encuestas que se realizó una vez resuelta la fórmula es de 382, que se distribuye de la siguiente manera:

Tabla 2
Distribución muestral de las encuestas

Parroquias	Familias	Porcentaje	Encuestas
El Valle	11.071	19%	73
Sucre	15.149	26%	99
Sagrario	8739,9	15%	57
San Sebastián	15.149	26%	99
Carigán	3.496	6%	23
Punzara	4.661	8%	31
TOTAL	58.266	100%	382

Nota. Tomado de “Indicadores Socio Económicos de Parroquias del Cantón Loja, UTPL”

5.5.3 Población de Proveedores

Para la selección de los proveedores, se realizó un análisis y comparación de precios, calidad y ubicación entre ellos, llegando así a la selección de los más convenientes. A continuación, se desglosa cada uno de ellos.

Tabla 3
Proveedores de la materia prima

Materia Prima	Proveedor	Localización
Leche de Cabra	Gilber Córdova	Lucarqui
Leche de Cabra	Ramiro Balcázar	Limón
Azúcar	Micro mercado “Magaly”	Loja
Bicarbonato	Micro mercado “Magaly”	Loja

Nota. Tomado de entrevista a proveedores

5.5.4 Procedimiento

- 1) Para realizar el estudio de mercado y lograr su cumplimiento exitoso, se requirió usar encuestas y entrevistas, mismas que fueron aplicadas a las familias de la ciudad de Loja y a los proveedores. Esto ayudó a determinar la demanda potencial, real, efectiva e insatisfecha y a su vez definir las mejores estrategias de marketing, las variables a medir fueron: los precios, gustos y preferencias.
- 2) Para realizar el estudio técnico se hizo un análisis de los factores locacionales lo que ayudó a determinar la localización de la planta; para definir el tamaño del proyecto, se calculó las capacidades, tales como: diseñada, instalada y utilizada. Se analizó además distintos factores que permitieron distribuir la planta productiva, y además se desarrolló cada uno de los pasos del proceso productivo.
- 3) Para cumplir con el estudio legal y administrativo, se acudió a un experto legal para decidir el tipo de empresa y requisitos para su constitución y puesta en marcha. En el estudio organizacional se diseñó la estructura orgánica, funcional y posicional de la empresa, además se realizó los manuales de funciones donde se describieron los puestos de trabajo.
- 4) Para el cumplimiento del estudio económico – financiero se determinó la inversión con el apoyo de proformas en las distintas casas comerciales, así mismo, se buscó la mejor fuente de financiamiento para así calcular los presupuestos de costos e ingresos y estados financieros.
- 5) La evaluación financiera se determinó a través de los indicadores financieros como el Valor Actual Neto, la Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio – Costo, Periodo de Recuperación del Capital y el Análisis de Sensibilidad, lo que permitió determinar la factibilidad del proyecto.

6. Resultados

6.1 Estudio de mercado

El presente estudio de mercado tuvo como objetivo la debida recolección de datos de los demandantes; tales como gustos, preferencias e inclinaciones.

También se determinó el nivel de la competencia existente en el mercado, así como por último se realizó un diagnóstico y análisis de los principales factores que inciden en el mercado en el que se introdujo el producto, de esta manera se desarrolló las mejores estrategias para conocer el posicionamiento del dulce de leche de cabra en la fase de su introducción en el mercado.

6.1.1 Análisis e interpretación de la encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja.

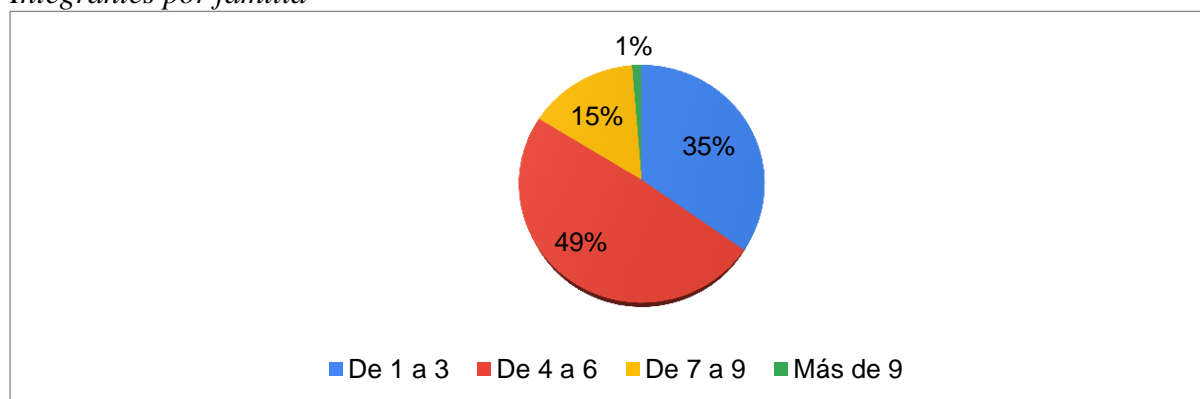
A continuación, se presenta los resultados de la investigación de mercado aplicada a las familias de la ciudad de Loja que fueron el segmento de mercado escogido.

Tabla 4
Integrantes por familia

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
De 1 a 3	133	35%
De 4 a 6	187	49%
De 7 a 9	57	15%
Más de 9	5	1%
Total general	382	100%

Nota. Investigación de mercado

Figura 3
Integrantes por familia



Nota. Información tomada de la tabla 4

Análisis e Interpretación

De acuerdo a los datos recolectados, el 49% de las familias de la ciudad de Loja tienen de 4 a 6 integrantes, seguido del 35% de las familias que se conforman de hasta 3 integrantes, el 15% de las familias tienen de 7 a 9 integrantes y finalmente el 1% de familias están integradas por más de 9 personas en su hogar, lo que quiere decir que el número de frascos de dulce de leche que se puede vender por familia será mayor.

Tabla 5

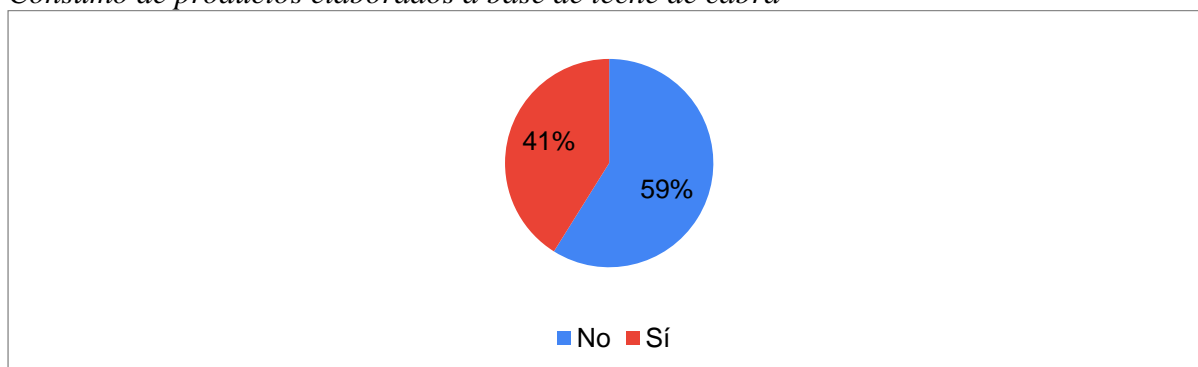
Consumo de productos elaborados a base de leche de cabra

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
No	225	58,90%
Sí	157	41,10%
Total general	382	100%

Nota. Investigación de mercado

Figura 4

Consumo de productos elaborados a base de leche de cabra



Nota. Información tomada de la tabla 5

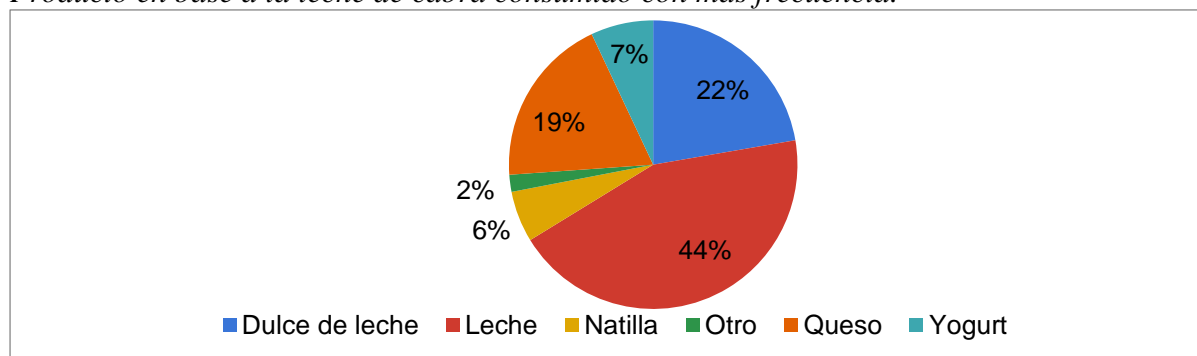
Análisis e Interpretación

En base a los resultados obtenidos. El 58,90% de las familias no consumen productos elaborados a base de leche de cabra, mientras que el 41,10% de las familias sí consumen estos productos, se les preguntó las razones por las que no consumían este producto y de manera abismal manifestaron que no existe oferta de estos productos, es decir, que no hay empresas que oferten, lo que quiere decir que se estará enfrentando a un mercado donde los productos en base a la leche de cabra no son muy consumidos ni conocidos, aquí se debe realizar mucha publicidad para dar a conocer los beneficios de la leche de cabra para de esta manera llegar a cada una de las familias de la ciudad de Loja.

Tabla 6*Producto en base a la leche de cabra consumido con más frecuencia*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Dulce de leche	35	22,29%
Leche	69	43,95%
Natilla	9	5,73%
Otro	3	1,91%
Queso	30	19,11%
Yogurt	11	7,01%
Total general	157	100%

Nota. Investigación de mercado

Figura 5*Producto en base a la leche de cabra consumido con más frecuencia.*

Nota. Información tomada de la tabla 6

Análisis e Interpretación

De las familias que consumen productos a base de la leche de cabra, el 43,95% de familias consumen la leche de cabra; el 22,29% consumen dulce de leche, seguido del 19,11% de las familias que consumen queso, el 7,01% consumen yogurt, el 5,73% consumen natilla y finalmente el 1,91% de las familias consumen otros productos, donde supieron manifestar entre ellos está el calostro y los helados de leche de cabra, esta pregunta además servirá para en un futuro poder expandir la línea de productos en la empresa y que de esta manera no sólo se quede con el dulce de leche de cabra, sino que se pueda aumentar otros productos.

Tabla 7

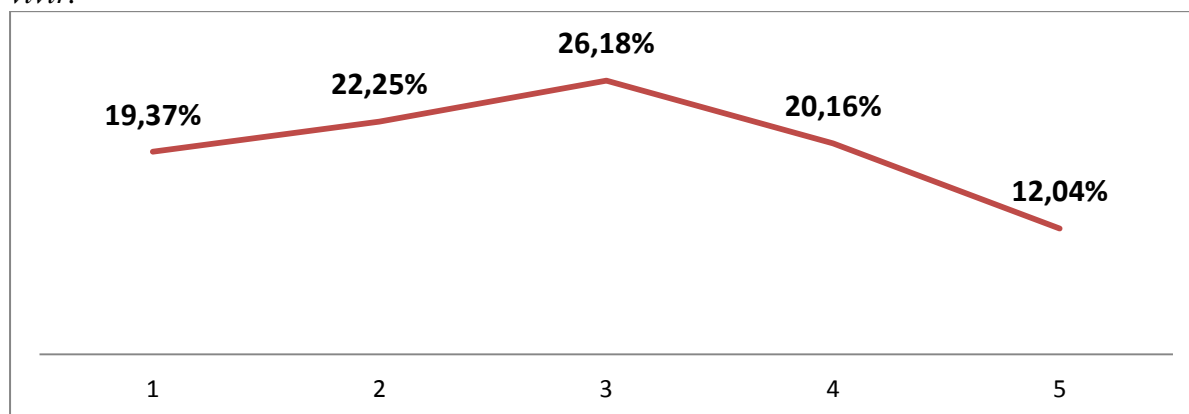
Escala de la importancia del consumo de productos en base a la leche de cabra en el diario vivir

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1	74	19,37%
2	85	22,25%
3	100	26,18%
4	77	20,16%
5	46	12,04%
Total general	382	100%

Nota. Investigación de mercado

Figura 6

Escala de la importancia del consumo de productos en base a la leche de cabra en el diario vivir.



Nota. Información tomada de la tabla 7

Análisis e Interpretación

En base a los resultados obtenidos. El 26,18% de las familias mencionan que el consumo de productos en base a la leche de cabra tiene una importancia de 3 en su diario vivir; seguido del 22,25% que acotan que tiene una importancia de 2; además el 20,16% que le dan un 4 de importancia; el 19,37% le dan una importancia de 1 y finalmente; un 12,04% le dan una importancia de 5. Estos datos dan a conocer que en su mayoría, las familias si le dan importancia al consumo de productos de leche de cabra pero en mediana medida, por lo que sí es posible que dando a conocer los beneficios, este consumo tenga mayor relevancia.

Tabla 8

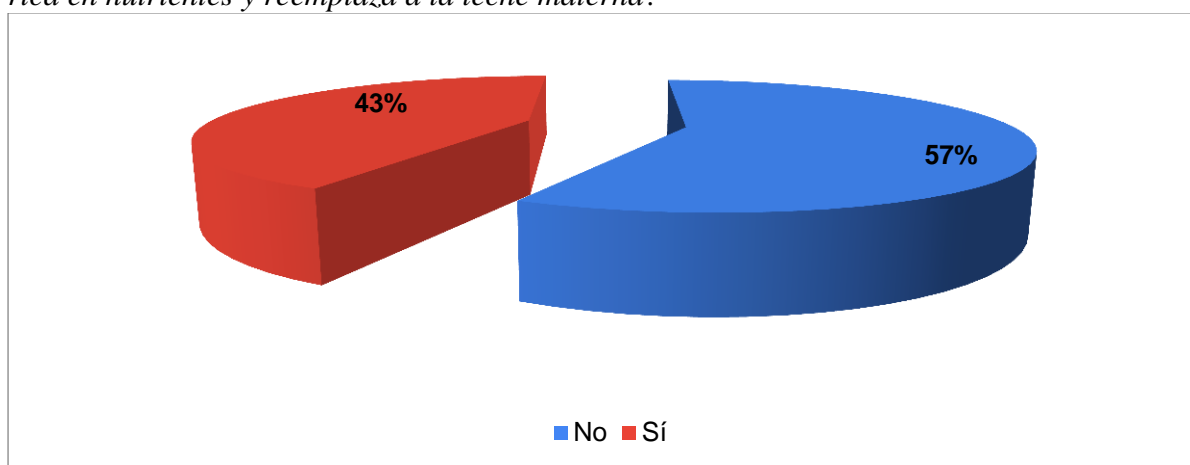
¿Sabía usted que la leche de cabra es una alternativa para los intolerantes a la lactosa, es rica en nutrientes y reemplaza a la leche materna?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
No	219	57,33%
Sí	163	42,67%
Total general	382	100%

Nota. Investigación de mercado

Figura 7

¿Sabía usted que la leche de cabra es una alternativa para los intolerantes a la lactosa, es rica en nutrientes y reemplaza a la leche materna?



Nota. Información tomada de la tabla 8

Análisis e Interpretación

En base a los resultados obtenidos; el 57,33% no conocen los beneficios que aporta la leche de cabra, mientras que un 42,67% sí saben los beneficios de la misma. Esta pregunta ayuda en el ámbito de la publicidad, donde habrá que enfocarse en dar a conocer los beneficios de la leche de cabra, para de esta forma obtener mayores interesados en el producto que se pretende lanzar al mercado.

Tabla 9

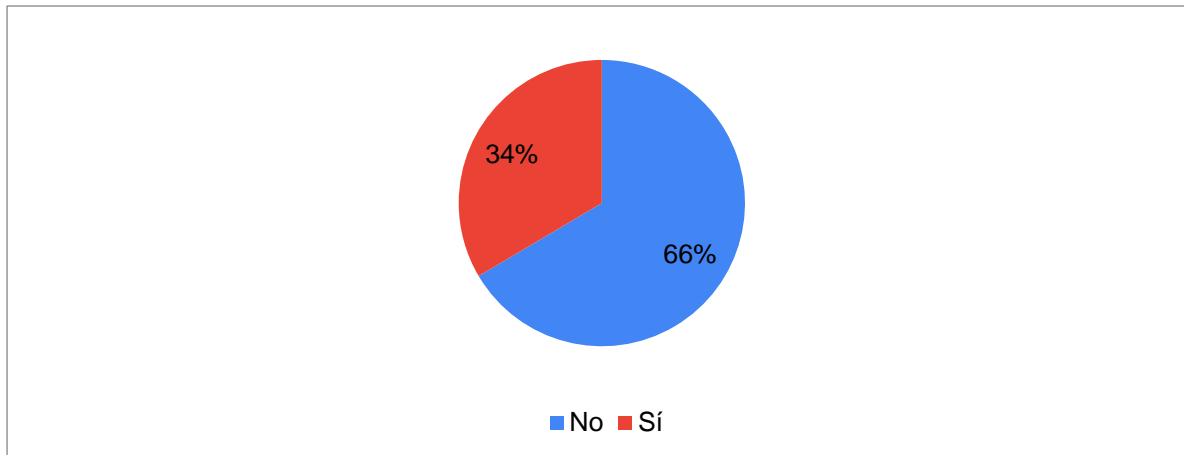
Consumo de dulce de leche de cabra

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
No	254	66,49%
Sí	128	33,51%
Total general	382	100%

Nota. Investigación de mercado

Figura 8

Consumo de dulce de leche de cabra



Nota. Información tomada de la tabla 9

Análisis e Interpretación

En base a los datos recaudados, el 66,49% de las familias no consumen dulce de leche de cabra, mientras que el 33,51% sí lo consumen. Esto quiere decir que debido a la poca oferta de este producto y por ende a la poca accesibilidad al mismo, las personas no lo consumen.

Tabla 10

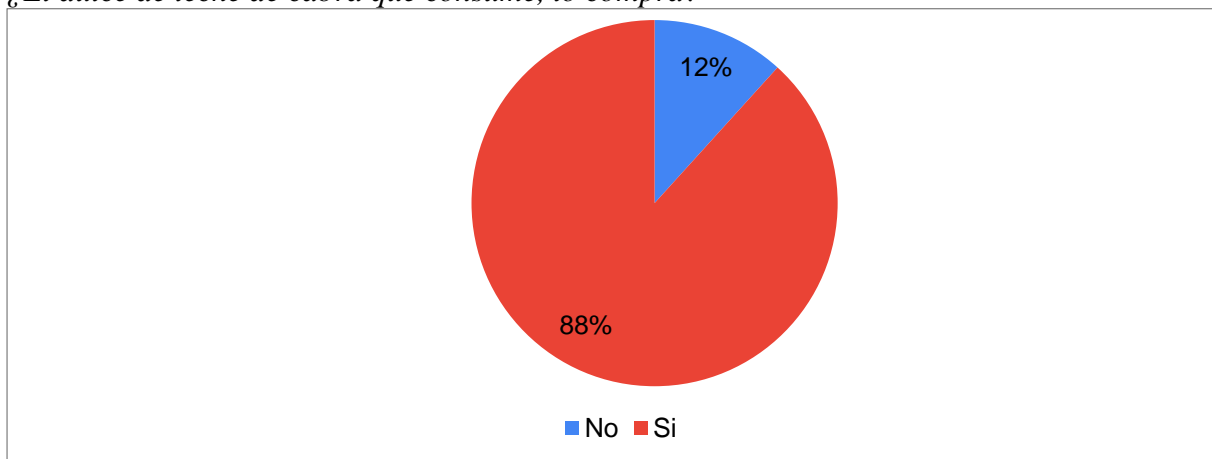
¿El dulce de leche de cabra que consume, lo compra?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
No	15	11,72%
Si	113	88,28%
Total general	128	100%

Nota. Investigación de mercado

Figura 9

¿El dulce de leche de cabra que consume, lo compra?



Nota. Información tomada de la tabla 10

Análisis e Interpretación

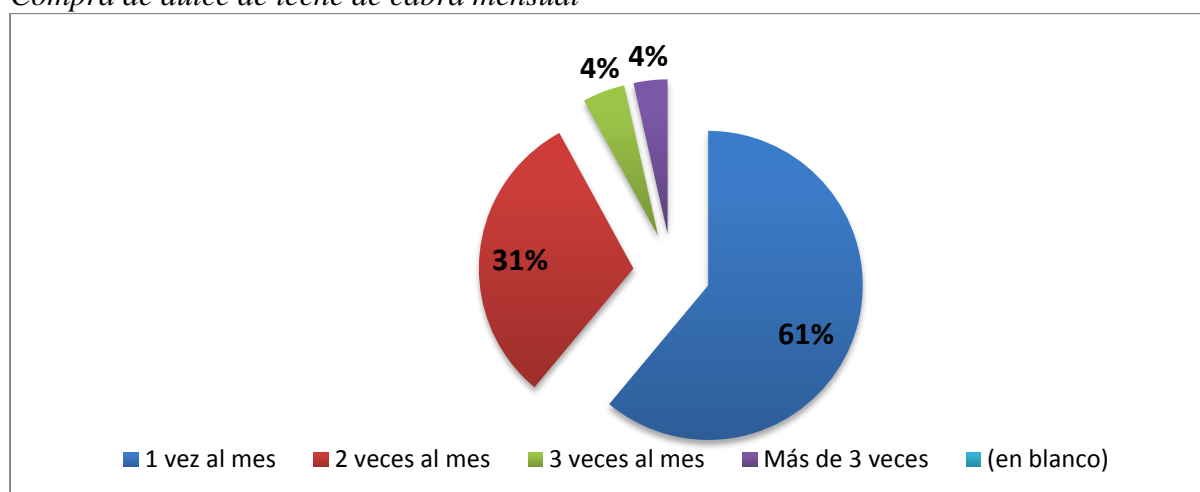
De acuerdo a los resultados obtenidos, el dulce de leche que consumen las familias que contestaron SÍ en la pregunta Nro. 7; el 88,28% lo compran, mientras que el 11,72% de las familias lo elaboran ellas mismas. Lo que quiere decir que las siguientes 7 preguntas solo se aplicarán a las 113 familias que respondieron que compran el dulce de leche de cabra.

Tabla 11
Compra de dulce de leche mensual

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
1 vez al mes	69	61,06%
2 veces al mes	35	30,97%
3 veces al mes	5	4,42%
Más de 3 veces	4	3,54%
Total general	113	100%

Nota. Investigación de mercado.

Figura 10
Compra de dulce de leche de cabra mensual



Nota. Información tomada de la tabla 11

Análisis e Interpretación

En base a los resultados obtenidos; el 61,06% de las familias señalan que la frecuencia de compra de dulce de leche al mes es de 1 vez al mes; el 30,97% de familias compran dulce de leche 2 veces al mes, por otro lado; el 4,42% de las familias compran más de 3 veces al mes, y por último; el 3,54% compran dulce de leche de cabra 3 veces al mes. En vista de estos resultados, en su mayoría las familias consumen este producto 1 vez al mes, las

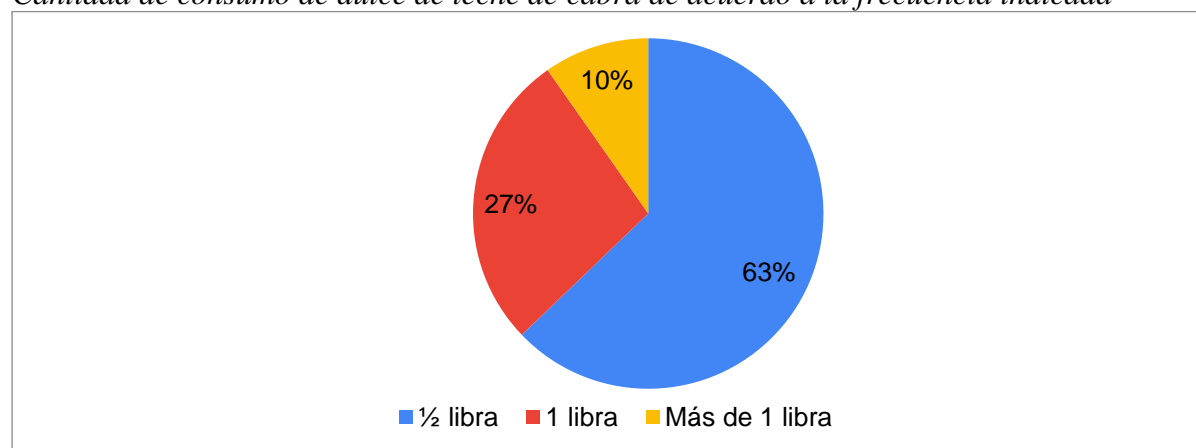
razones son porque la oferta es escasa y además porque el consumo de este producto en exceso no les parece muy bueno.

Tabla 12
Cantidad de consumo de dulce de leche de cabra al mes

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
½ libra	71	62,83%
1 libra	31	27,43%
Más de 1 libra	11	9,73%
Total general	113	100%

Nota. Investigación de mercado

Figura 11
Cantidad de consumo de dulce de leche de cabra de acuerdo a la frecuencia indicada



Nota. Información tomada de la tabla 12

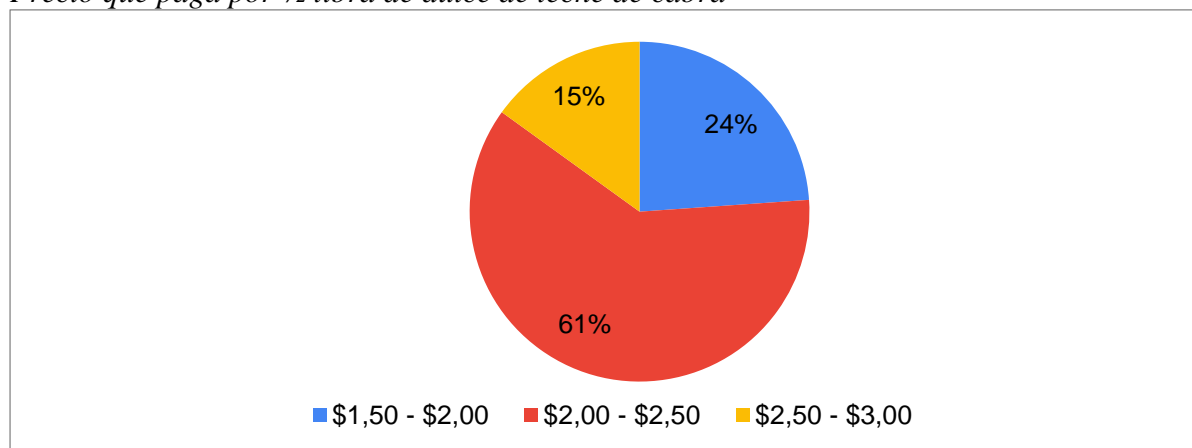
Análisis e Interpretación

En base a los resultados obtenidos; el 62,83% de las familias, indicaron que consumirían ½ libra mensualmente; el 27,43% acotan que consumirían 1 libra al mes y finalmente; el 9,73% consumirían más de 1 libra mensual. Esto quiere decir que en su mayoría las personas quisieran consumir un producto en medida moderada, ya que supieron manifestar que de esta manera se comería lo normal y además no se dañaría el producto. Siendo así, se podría ofrecer un producto en un envase mediano, con el fin de tener más compras, ya que, si se hace en un frasco mediano, las personas adquirirían más producto.

Tabla 13*Precio que paga por ½ libra de dulce de leche de cabra*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
\$1,50 - \$2,00	27	23,89%
\$2,00 - \$2,50	69	61,06%
\$2,50 - \$3,00	17	15,04%
Total general	113	100%

Nota. Investigación de mercado

Figura 12*Precio que paga por ½ libra de dulce de leche de cabra*

Nota. Información tomada de la tabla 13

Análisis e Interpretación

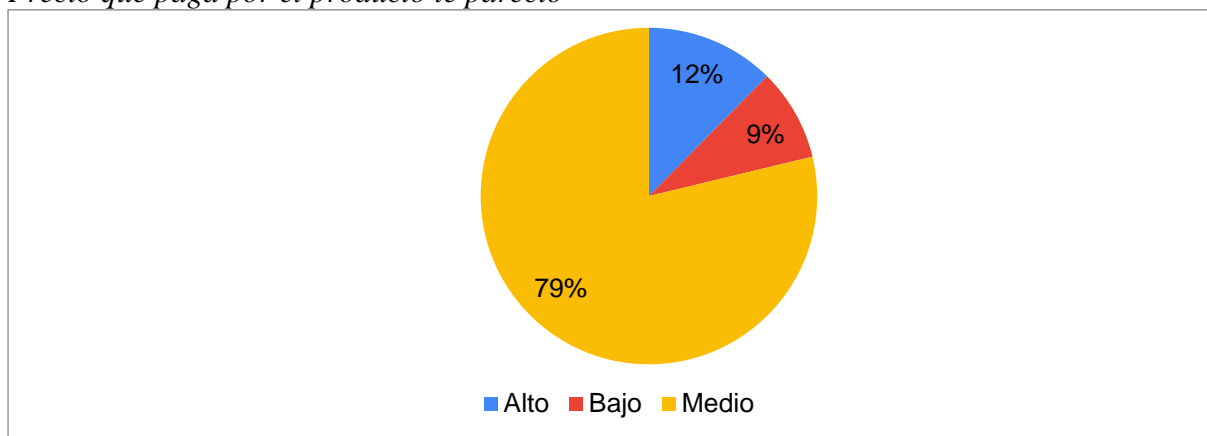
En base a los resultados obtenidos; el 61,06% de las familias pagan de \$2,00 a \$2,50 por ½ libra de dulce de leche de cabra, el 23,89% pagan de \$1,50 a \$2,00 y finalmente, el 15,04% de familias pagan de \$2,50 a \$3,00 por cada ½ libra de dulce de leche de cabra. En base a esto, ya se tiene un promedio de lo que están dispuestas a pagar las familias lojanas, y poder basarse en esto para poner un precio al producto que se pretende lanzar al mercado, un precio cómodo pero que a la vez beneficie a la empresa.

Tabla 14
Precio que paga por el producto le pareció

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Alto	14	12,39%
Bajo	10	8,85%
Medio	89	78,76%
Total general	113	100%

Nota. Investigación de mercado

Figura 13
Precio que paga por el producto le pareció



Nota. Información tomada de la tabla 14

Análisis e Interpretación

De acuerdo a los datos recogidos; el 78,76% de las familias manifiestan que el precio que pagan por el producto les parece medio, por otro lado; el 12,39% afirman que el precio les parece bajo y el otro 8,85% que les parece el precio alto. Analizando la información de cada una de las preguntas, se ha deducido que en base al precio que tiene mayor porcentaje en la pregunta anterior, les parece adecuado y cómodo. Por lo que se deduce cuál es el valor que estaría dispuesto a pagar por cada producto.

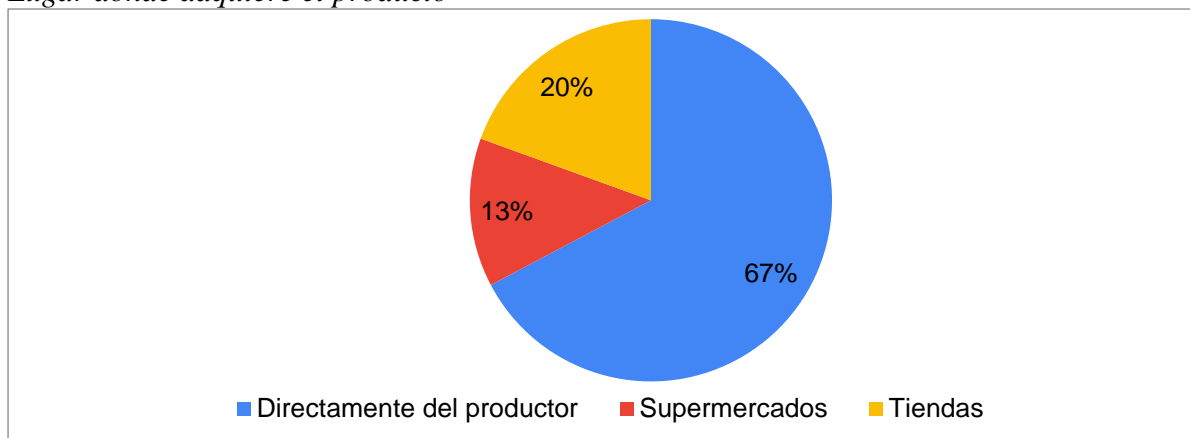
Tabla 15
Lugar donde adquiere el producto

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Directamente del productor	76	67,26%
Supermercados	15	13,27%
Tiendas	22	19,47%
Total general	113	100%

Nota. Investigación de mercado.

Figura 14

Lugar donde adquiere el producto



Nota. Información tomada de la tabla 15

Análisis e Interpretación

En base a los resultados obtenidos; el 67,26% de las familias adquieren el producto directamente del productor, seguido del 19,47% que adquieren el dulce de leche en las tiendas y por último; el 13,27% de las familias adquieren el producto en los supermercados. Además, basándose en las respuestas de las familias; en su mayoría adquieren el producto directamente del consumidor, debido a que la oferta es poca y son pocos los lugares donde venden este producto y por lo general es en los sectores rurales de la ciudad.

Tabla 16

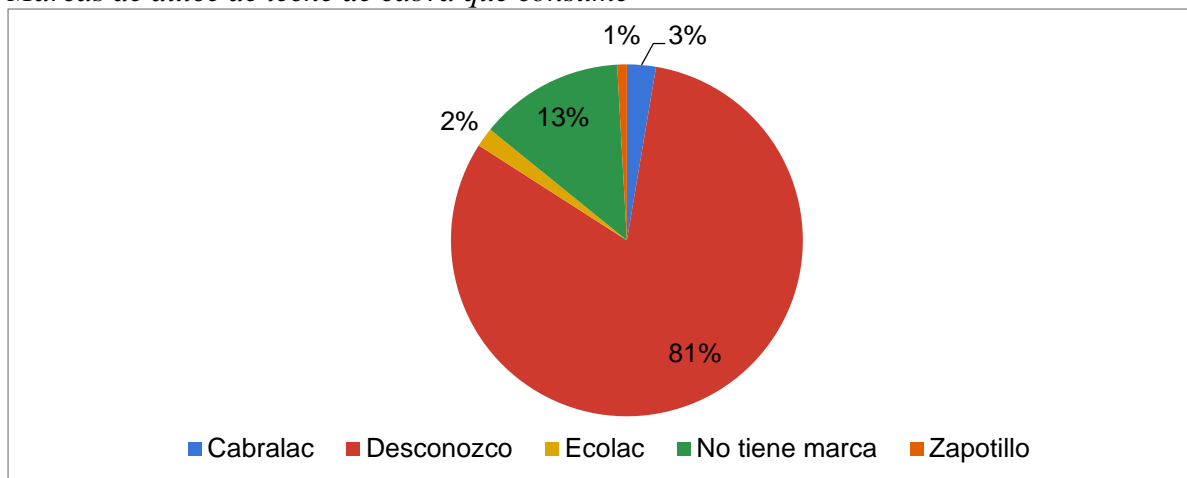
Marcas de dulce de leche de cabra que consume

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Cabralac	3	2,65%
Desconozco	92	81,42%
Ecolac	2	1,77%
No tiene marca	15	13,27%
Zapotillo	1	0,88%
Total general	113	100%

Nota. Investigación de mercado

Figura 15

Marcas de dulce de leche de cabra que consume



Nota. Información tomada de la tabla 16

Análisis e Interpretación

En base a los datos recogidos, se puede observar que el 81,42% de familias desconocen la marca del dulce de leche que han consumido, mientras que el 13,27% comentan que el dulce de leche no tiene marca, lo que quiere decir que es artesanal, seguido del 2,65% de encuestados que han consumido la marca cabralac; el 1,77% de familias han consumido Ecolac y finalmente; el 0,88% respondió que consumen dulce de leche de Zapotillo. Siendo así, no hay una marca que sea conocida o que esté posicionada en el mercado, es decir no existe mucha publicidad o la etiqueta del producto no causa impacto en las personas, además se puede decir que existen productos que no tienen marca, son simplemente artesanales.

Tabla 17

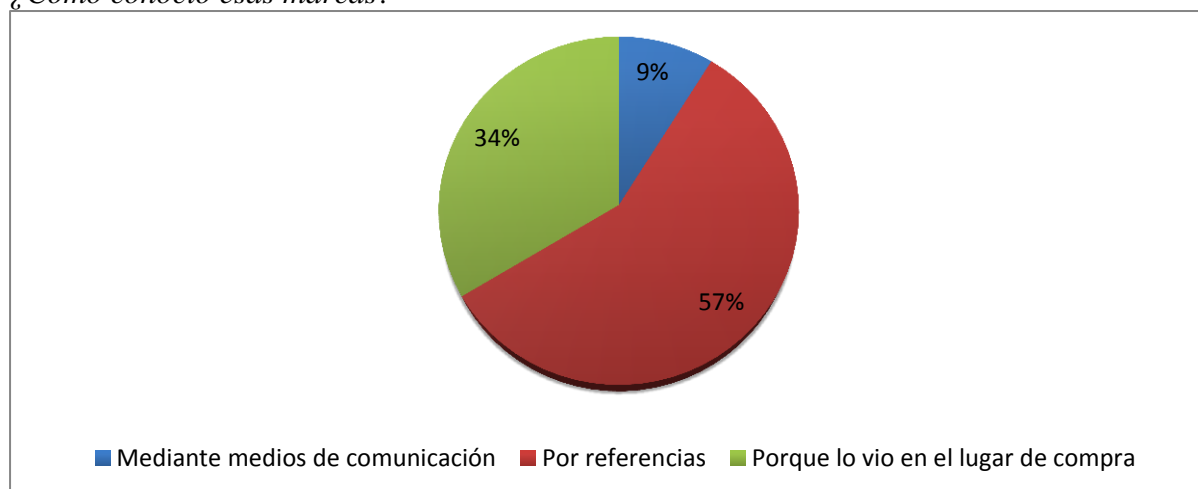
¿Cómo conoció esas marcas?

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Mediante medios de comunicación	10	8,85%
Por referencias	65	57,52%
Porque lo vio en el lugar de compra	38	33,63%
Total general	113	100%

Nota. Investigación de mercado

Figura 16

¿Cómo conoció esas marcas?



Nota. Información tomada de la tabla 17

Análisis e Interpretación

En base a los resultados obtenidos, el 57,52% de las familias conocieron las marcas mediante referencias, ya sea de familiares, amigos o conocidos; el 33,63% de las familias conocieron las marcas porque lo vieron en el lugar de compra, mientras que el 8,85% mediante medios de comunicación. Esta pregunta es de mucha ayuda, ya que se puede observar que la parte de publicidad mediante redes sociales es muy poca, habría que enfocarse en ellas para de esta manera tener mayor alcance en el mercado que se pretende ingresar.

Tabla 18

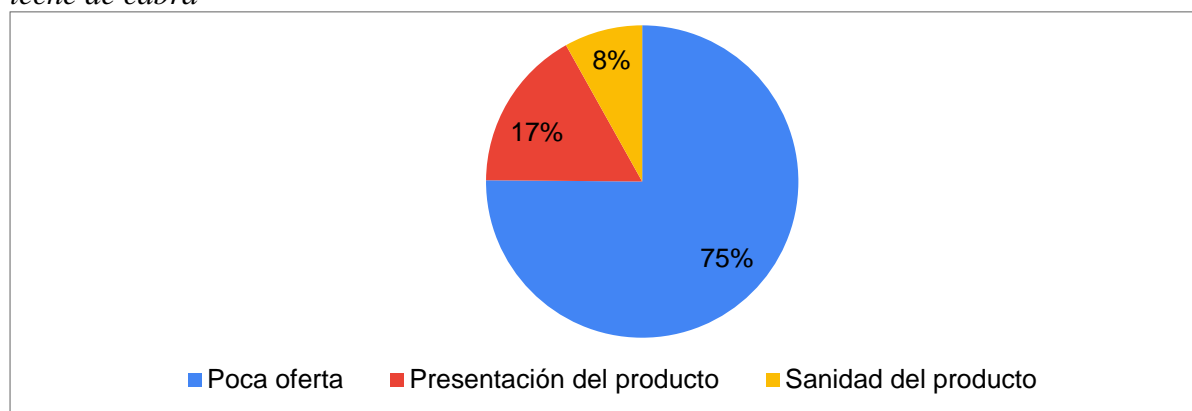
Problemas e inconvenientes por los que alguna vez NO ha realizado la compra de dulce de leche de cabra

Detalle	Frecuencia	Promedio
Poca oferta	287	75,13%
Presentación del producto	64	16,75%
Sanidad del producto	31	8,12%
Total general	382	100%

Nota. Investigación de mercado

Figura 17

Problemas e inconvenientes por los que alguna vez NO ha realizado la compra de dulce de leche de cabra



Nota. Información tomada de la tabla 18

Análisis e Interpretación

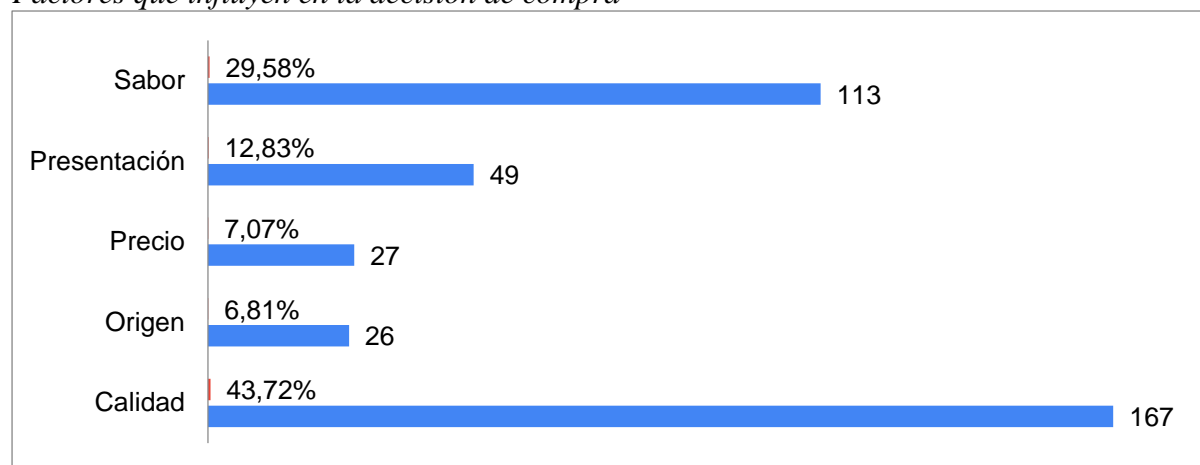
En base a los resultados obtenidos, el 75,13% de las familias no han comprado dulce de leche de cabra debido a la poca oferta de mismo, seguido del 16,75% debido a la presentación del producto y finalmente; el 8,12% no han comprado debido a la sanidad del producto. Esto quiere decir que la oferta de este producto es demasiado escasa, no existe ni una empresa que abarque al menos un buen porcentaje de la ciudad de Loja. Este es el problema del poco consumo del dulce de leche, la poca oferta hace que las personas no conozcan mucho del producto y que de esta manera no se conozca los beneficios del dulce de leche de cabra.

Tabla 19

Factores que influyen en la decisión de compra

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	167	43,72%
Origen	26	6,81%
Precio	27	7,07%
Presentación	49	12,83%
Sabor	113	29,58%
Total general	382	100%

Nota. Investigación de mercado

Figura 18*Factores que influyen en la decisión de compra*

Nota. Información tomada de la tabla 19

Análisis e Interpretación

En base a los resultados obtenidos, el factor que más influye en la decisión de compra del 43,72% de las familias es la calidad del producto; el 29,58% se fijan en el sabor del mismo; para el 12,83% es muy importante la presentación del producto, el factor que es importante para el 7,07% de las familias es el precio y finalmente para el 6,81% el origen influye en su decisión de compra.

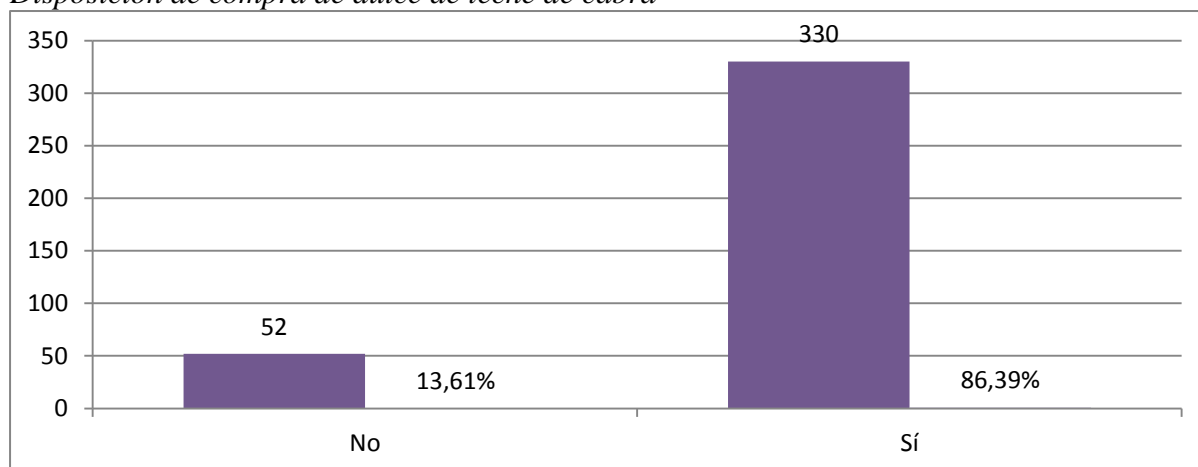
Tabla 20*Disposición de compra de dulce de leche de cabra.*

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
No	52	13,61%
Sí	330	86,39%
Total general	382	100%

Nota. Investigación de mercado

Figura 19

Disposición de compra de dulce de leche de cabra



Nota. Información tomada de la tabla 20

Análisis e Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos; el 86,39% de familias sí consumirían el producto que se pretende ofrecer en caso que se implemente una empresa productora y comercializadora de dulce de leche de cabra, mientras que el 13,61% de familias no consumirían este producto, algunas de las razones que manifestaron fue que no les gusta los productos en base a la leche de cabra, o bien que su inclinación es hacia los productos en base a la vaca.

Tabla 21

Cantidad de dulce de leche de cabra que compraría mensualmente

Detalle	Xm	F	Xm*F	%
½ libra	0,5	147	73,5	44,55 %
1 libra	1	131	131	39,70 %
2 libras	2	42	84	12,73 %
3 libras	3	10	30	3,03 %
Total general		330	318,5	100 %

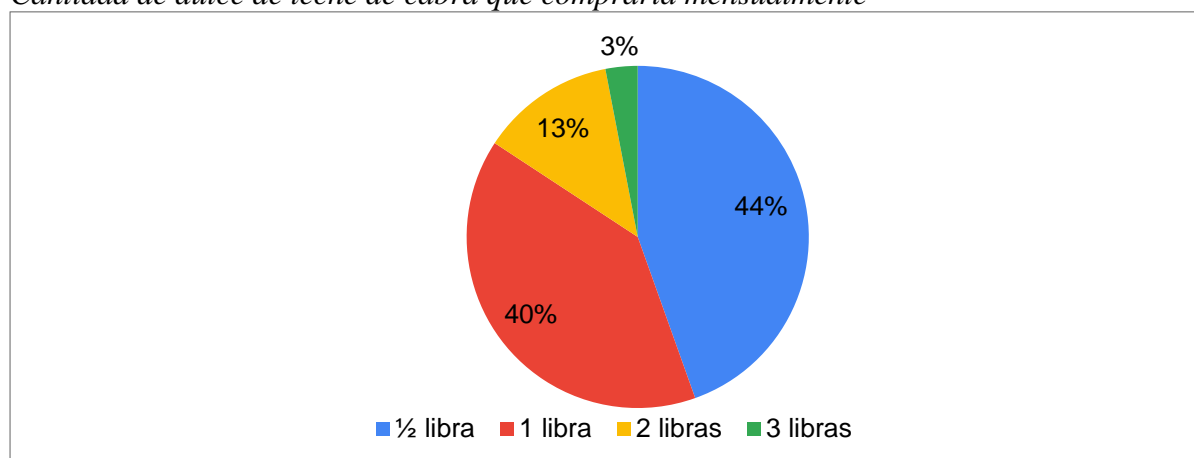
Nota. Investigación de mercado

$$\frac{\Sigma F (Xm)}{F} = \frac{318,5}{330} = 0,97 \text{ lb}$$

0,97*12= 12 libras anualmente

Figura 20

Cantidad de dulce de leche de cabra que compraría mensualmente



Nota. Información tomada de la tabla 21

Análisis e Interpretación

En base a los resultados obtenidos, el 44,55% de familias consumirían ½ libra de dulce de leche de cabra al mes; seguido del 39,70% de los encuestados consumirían 1 libra, por otro lado el 12,73% consumirían 2 libras y finalmente; el 3,03% de familias consumirían 3 libras de dulce de leche de cabra. Además el consumo promedio por familia es de 0,97 lb de dulce de leche de cabra al mes.

Tabla 22

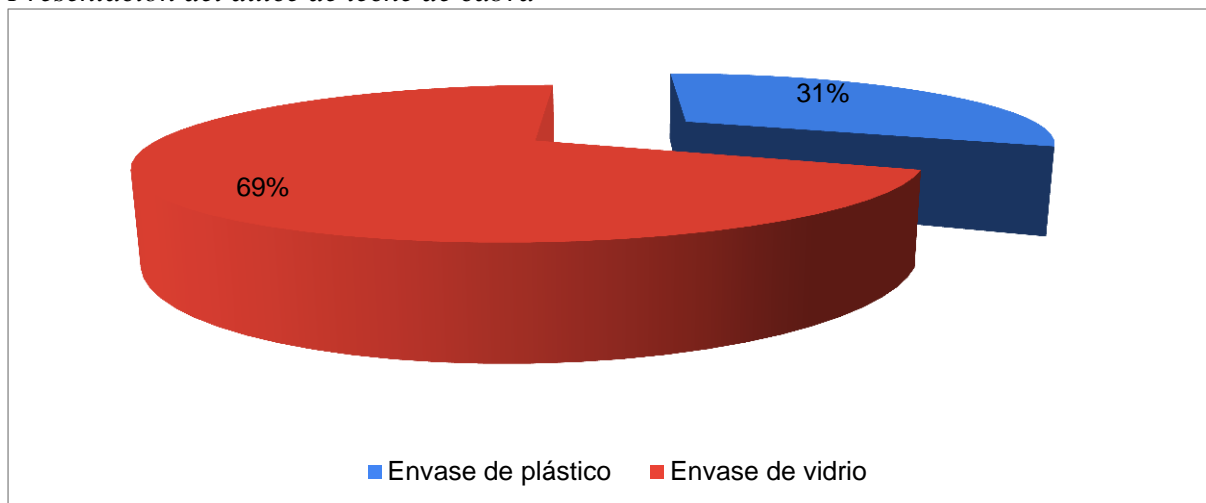
Presentación del dulce de leche de cabra

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Envase de plástico	102	30,91%
Envase de vidrio	228	69,09%
Total general	330	100%

Nota. Investigación de mercado

Figura 21

Presentación del dulce de leche de cabra



Nota. Información tomada de la tabla 22

Análisis e Interpretación

En base a los resultados obtenidos; el 69,09% de las familias quisieran la presentación del producto en envase de vidrio, mientras que el 30,91% de las familias les gustaría la presentación del producto en envase de plástico. Esto quiere decir que el producto que se ingresará en el mercado debe ser presentado en envase de vidrio, ya que fue el que más llamó la atención de las familias.

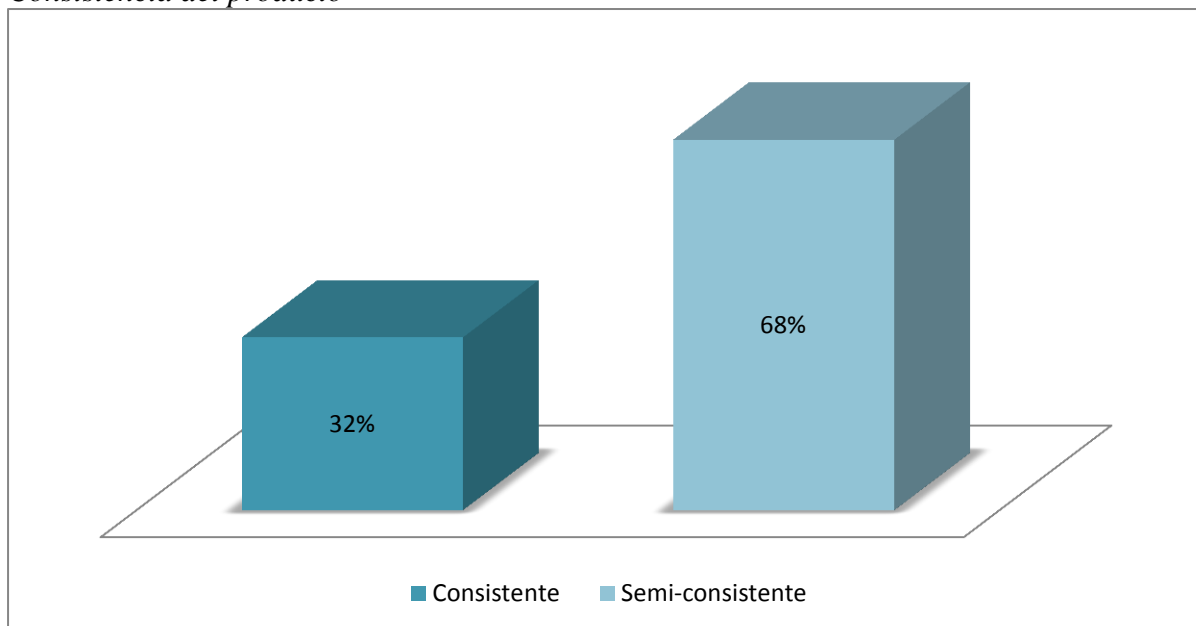
Tabla 23

Consistencia del producto

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Consistente	105	31,82%
Semi-consistente	225	68,18%
Total general	330	100%

Nota. Investigación de mercado

Figura 22
Consistencia del producto



Nota. Información tomada de la tabla 23

Análisis e Interpretación

En base a los resultados obtenidos; el 68,18% de las familias quisieran la textura del producto semi-consistente, mientras que el 31,82% de las familias les gustaría una textura consistente. Esto quiere decir que el producto que se ingresará en el mercado debe ser de textura semi-consistente ya que es la preferencia de las familias de la ciudad de Loja.

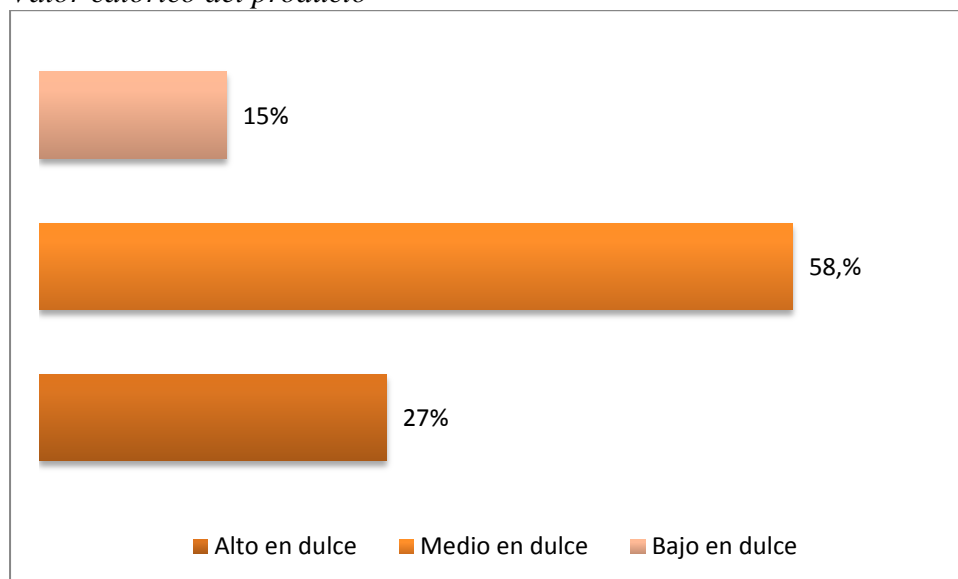
Tabla 24
Valor calórico del producto

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Alto en dulce	89	26,97%
Medio en dulce	193	58,48%
Bajo en dulce	48	14,55%
Total general	330	100%

Nota. Investigación de mercado

Figura 23

Valor calórico del producto



Nota. Información tomada de la tabla 24

Análisis e Interpretación

En base a los datos recogidos; el 58,48% de las familias quisieran que el producto sea medio en dulce, el 26,97% de las familias quisieran que el valor calórico del producto sea alto en dulce y finalmente el 14,55% quisieran el producto bajo en dulce. Esto quiere decir que el producto que se desarrollará tiene que ser medio en dulce, tal como lo acotaron las familias encuestadas.

Tabla 25

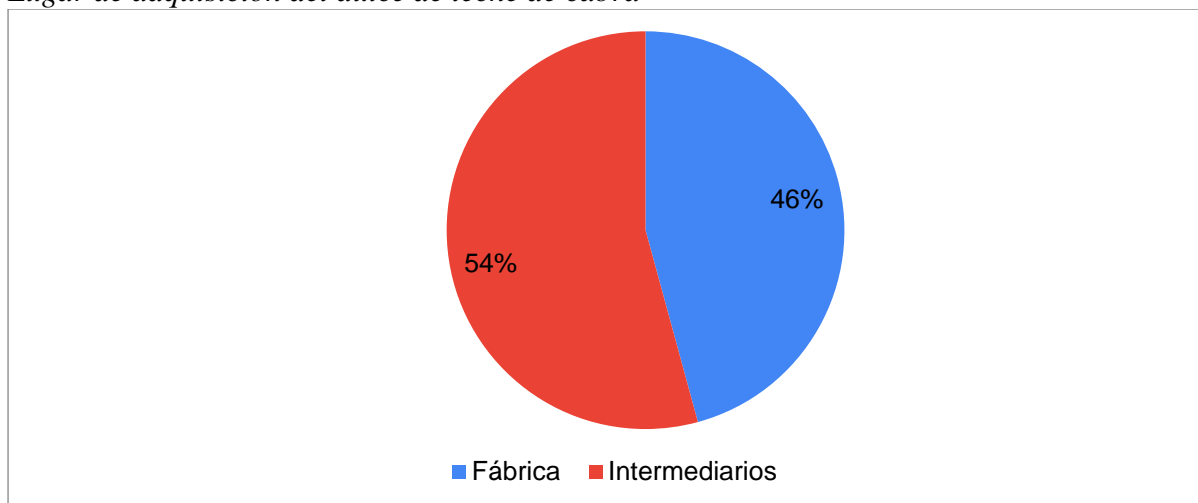
Lugar de adquisición del dulce de leche de cabra

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Fábrica	151	45,76%
Intermediarios	179	54,24%
Total general	330	100%

Nota. Investigación de mercado

Figura 24

Lugar de adquisición del dulce de leche de cabra



Nota. Información tomada de la tabla 25

Análisis e Interpretación

Es base a los resultados obtenidos; al 54,24% de las familias les gustaría adquirir el producto por medio de intermediarios, por otro lado; el 45,76% de las familias quisieran adquirir el producto directamente desde fábrica. Esto da una pauta para comercializar el producto mediante intermediarios, como tiendas, supermercados, entre otros. Además, manifestaron que si se pudiera adquirir el producto mediante intermediarios, este tendría más alcance y sería más conocidos por las personas.

Tabla 26

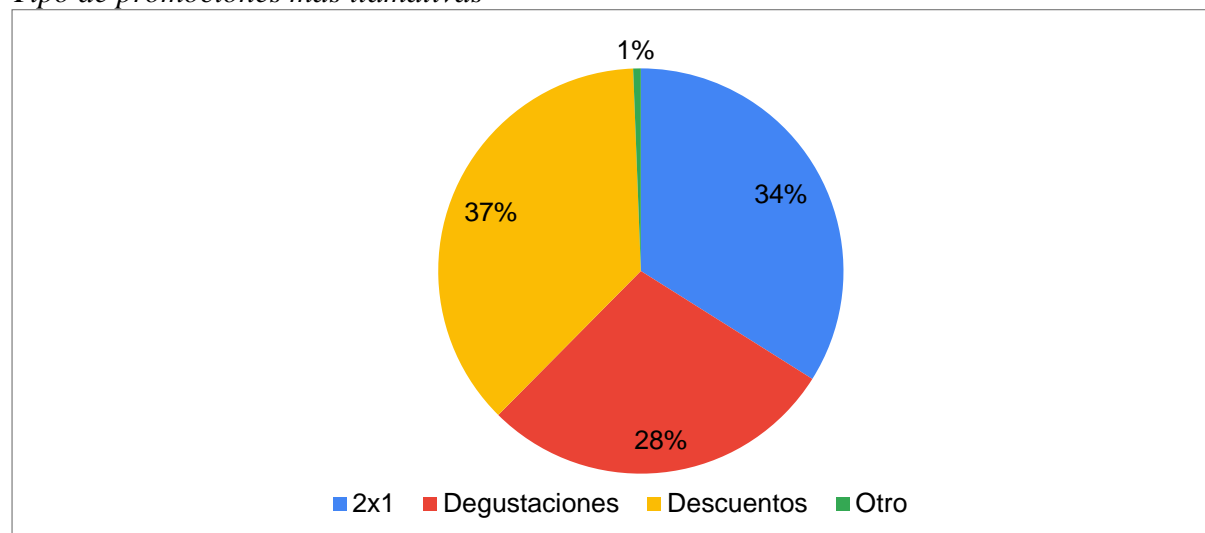
Tipo de promociones más llamativas

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
2x1	112	33,94%
Degustaciones	94	28,48%
Descuentos	122	36,97%
Otro	2	0,61%
Total general	330	100%

Nota. Investigación de mercado

Figura 25

Tipo de promociones más llamativas



Nota. Información tomada de la tabla 26

Análisis e Interpretación

En base a los datos recogidos, se ha podido observar que al 36,97%, les gustaría recibir promociones tales como los descuentos; seguido del 33,94% de las familias les gustaría recibir promociones de 2x1, el 28,48% quisieran recibir degustaciones de los productos, y finalmente; un 0,61% de las personas, les gustaría recibir otro tipo de promociones, tales como cupones.

Tabla 27

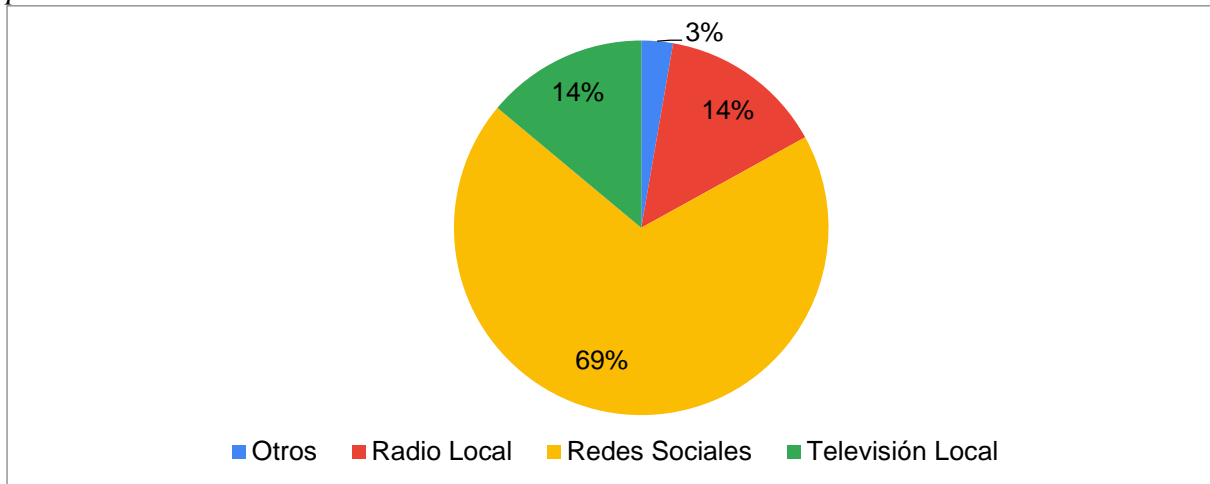
Medios de comunicación por los que les gustaría informarse de nuevos productos y promociones

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Otros	9	2,73%
Radio Local	47	14,24%
Redes Sociales	228	69,09%
Televisión Local	46	13,94%
Total general	330	100%

Nota. Investigación de mercado

Figura 26

Medios de comunicación por los que les gustaría informarse de nuevos productos y promociones



Nota. Información tomada de la tabla 27

Análisis e Interpretación

Mediante los resultados obtenidos, se ha llegado a la conclusión de que el 69,09% de familias, quisiera recibir información sobre promociones y nuevos productos, mediante las redes sociales, en su mayoría acotaron que les gustaría que se haga por medio de la red social Facebook, pues es la plataforma más usada por las familias lojanas; seguido del 14,24% de familias que quisieran que esta actividad se dé por medio de la radio local, entre las frecuencias más nombradas, fueron radio macarena y Ecotel; luego el 13,94% de encuestados que quisieran que se haga mediante la televisión local, la más nombrada fue Ecotel y por último; el 2,73% de las familias quisiera mediante otros medios de comunicación, tales como vallas publicitarias o anuncios.

6.1.2 Entrevista aplicada a los oferentes de dulce de leche de cabra de la ciudad de Loja.

Es imprescindible mencionar que se hizo una observación directa de muchos de los establecimientos de la ciudad de Loja, tales como supermercados, tiendas, entre otros, en los cuales no existía productos a base de la leche de cabra, mucho menos el dulce de leche, por lo que se asumió que no hay competencia directa de este producto.

Sí existe competencia indirecta de productos que satisfacen la misma necesidad, tales como; dulce de leche de vaca, dulces de frutas como guayaba, piña, etc., pero no se los consideró oferta porque no cubren las propiedades nutricionales que tiene el dulce de leche de cabra. Se les preguntó a cada una de las empresas las razones por las que prescindían de estos productos y simplemente supieron manifestar que nunca han llegado a ofrecer estos productos, y que hay personas que si buscan comprar los mismos, pero que simplemente no han llegado a ofertar en su establecimiento.

6.1.3 Entrevista aplicada a los proveedores de materia prima para la elaboración del dulce de leche de cabra.

La entrevista se realizó el día sábado 30 de julio del 2022, de manera presencial al Sr. Gilber Córdova, propietario de empresa productora y comercializadora de leche de cabra, al Sr. Ramiro Balcázar, propietario de empresa productora y comercializadora de leche de cabra, las empresas a las que se realizó la entrevista se encuentran ubicadas en los Barrio Lucarqui y El Limón, del Cantón Paltas, Provincia de Loja respectivamente. Estas empresas se dedican a la comercialización de leche de cabra en la ciudad de Catacocha, distribuyen 900 litros y 700 litros respectivamente a la semana.

Para Gilber Córdova la calidad de la leche que produce es de cabra 100% de raza pura, que son vigiladas y constantemente se les da los cuidados necesarios; tales como desparasitantes, medicinas para prevenir enfermedades. Son alimentadas con alfalfa y pasto verde, además de algarroba. A la leche la hierva antes de su debida comercialización para de esta manera eliminar cualquier tipo de bacteria. Mientras que para Ramiro Balcázar la leche es tratada correctamente, además el ganado caprino está estabulado mismo que está bajo cuidados netamente estrictos, de tal manera que la leche que se produzca sea de buena calidad, además añade que el lugar donde se encuentran las mismas es acorde al clima en el que deberían estar. El costo del litro de leche de cabra es de \$1,05. Finalmente se les preguntó

si estarían dispuestos en vender la leche de cabra a la empresa que se pretende implementar y su respuesta fue positiva.

7. Discusión

7.1 Análisis de la demanda

Para el desarrollo de la presente investigación se realizó la segmentación geográfica, tomando así a las familias de la ciudad de Loja. Para la proyección de la demanda potencial se ha tomado los datos recogidos del censo poblacional realizado en el año 2010 por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), mismos que fueron proyectados al año actual 2022, dando de esta manera una población de 58.266 familias de la ciudad de Loja, posteriormente se proyectará para los 5 años de vida útil que tiene el proyecto con la tasa de crecimiento poblacional de 2,65%.

Tabla 28

Proyección de la población de las familias de la ciudad de Loja

Años	Tasa de Crecimiento	Familias Ciudad de Loja
0		58266
1		59810
2		61395
3	2,65%	63022
4		64692
5		66406

Nota. Información obtenida de la tabla 1

7.1.1 Demanda Potencial

La demanda potencial, es la demanda que podría tener el dulce de leche de cabra, es decir, el número de compradores que comprenderían las familias de la ciudad de Loja que consumen dicho producto. La demanda potencial se calculó en base a los datos recopilados de la tabla 5 de la encuesta a los demandantes, donde al 41,10% de las familias si consumen productos elaborados a base de la leche de cabra.

Tabla 29
Demanda Potencial de dulce de leche de cabra

Años	Familias de la ciudad de Loja	% de aceptación	Demanda Potencial	Consumo en libras	Demanda potencial (libras)
0	58.266		23.947	12	287.368
1	59.810		24.582	12	294.983
2	61.395		25.233	12	302.800
3	63.022	41,10%	25.902	12	310.824
4	64.692		26.588	12	319.061
5	66.406		27.293	12	327.516

Nota. Datos obtenidos de la tabla 5 y tabla 28.

7.1.2 Demanda Real

Se analiza la demanda real con el objetivo de conocer el número de familias que consumen actualmente el dulce de leche de cabra, que se obtiene en base a la tabla 9, dando como resultado el 33,51% de familias que si lo consumen, a este porcentaje se lo multiplica por la demanda potencial y así obtener la demanda real del producto.

Tabla 30
Demanda Real Dulce de leche de cabra

Años	Demanda Potencial	% de aceptación	Demanda Real	Consumo en libras	Demanda real (libras)
0	23.947		8.025	12	96.297
1	24.582		8.237	12	98.849
2	25.233		8.456	12	101.468
3	25.902		8.680	12	104.157
4	26.588	33,51%	8.910	12	106.917
5	27.293		9.146	12	109.751

Nota. Datos obtenidos de la tabla 9 y tabla 29.

7.1.3 Demanda Efectiva

La demanda efectiva son los demandantes reales dispuestos a adquirir el producto, los datos son obtenidos en base a la tabla 20 de la investigación de mercado, donde se tiene el 86,39% de familias que si lo consumirían, por lo tanto a este porcentaje se lo multiplica por la demanda real del producto y de esta manera obtener la demanda efectiva.

Tabla 31*Demanda Efectiva Dulce de leche de cabra*

Años	Demanda Real	% de aceptación	Demanda Efectiva	Consumo en libras	Demanda efectiva (libras)
0	8.025		6.933	12	83.191
1	8.237		7.116	12	85.396
2	8.456		7.305	12	87.659
3	8.680	86,39%	7.498	12	89.981
4	8.910		7.697	12	92.366
5	9.146		7.901	12	94.814

Nota. Datos obtenidos de la tabla 20 y tabla 30

7.1.4 Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha es la diferencia entre la oferta y la demanda, a continuación se tiene la cantidad en libras y en gramos del dulce de leche de cabra.

Tabla 32*Demanda Insatisfecha Dulce de leche de cabra*

Años	Demanda Efectiva (libras)	Oferta	Demanda Insatisfecha (libras)	Demanda Insatisfecha gramos
0	83.191	0	83.191	37.734.772
1	85.396	0	85.396	38.734.942
2	87.659	0	87.659	39.761.421
3	89.981	0	89.981	40.814.662
4	92.366	0	92.366	41.896.479
5	94.814	0	94.814	43.006.872

Nota. Datos obtenidos de la tabla 31.

Como se puede observar en la tabla 30, en el primer año la demanda insatisfecha es de 37.734.772 gramos de dulce de leche de cabra, lo que para el año 5 asciende a un total de 43.006.872 gramos del producto.

7.2 Plan de Comercialización

Se desarrolla este plan de comercialización con el fin de tener una mejor aceptación de la empresa y del producto en el mercado que se pretende ingresar al mercado de la ciudad de Loja.

7.2.1 Producto

El producto que se pretende introducir en el mercado es el dulce de leche “América”, cuya producción cubrirá el mercado de la ciudad de Loja, mismo que es elaborado a partir de la leche de cabra, 100% natural; se trata de una alternativa para aquellas personas que son intolerantes a la lactosa, o bien que no les gusta los productos elaborados a base de leche de vaca, la importancia de emprender este proyecto radica en fomentar la industrialización y comercialización de la misma.

Objetivos del producto

- Posicionarse en el mercado como líder en la línea de productos en base a la leche de cabra.
- Fidelizar al cliente con la marca

Características

- Nombre: Dulce de leche de cabra “América”
- Textura: Semi-consistente
- Color: Café claro
- Presentación: Envase de vidrio transparente, mismo que contará con la etiqueta, logotipo, cantidad de producto e información fundamental del producto.

- Vida útil: 2 meses en refrigeración. Una vez abierto el producto, tiene una vida útil de 1 mes.

- Calidad: El dulce de leche es elaborado a base de materia prima seleccionada.
- No contiene preservantes: Este producto no contiene químicos, es un producto 100% artesanal y aporta una gran variedad de nutrientes al organismo de las familias de la ciudad de Loja.

Descripción del producto

Dulce de leche de cabra “América”, es un producto lácteo de la Empresa “AMEC”, producido con leche de cabra 100% pura. Es un producto que contiene gran variedad de beneficios, tales como: aportar calcio a los huesos, solucionar problemas de anemia, es una alternativa para personas intolerantes a la leche del ganado vacuno, es de fácil digestión,

además la principal ventaja de la leche de cabra es que se digiere mejor que la leche de vaca, al tener menos lactosa; y finalmente, la leche de cabra contiene mayor cantidad de vitaminas A y B, siendo así la única leche que tiene proteínas similares a la leche materna.

Figura 27

Presentación del dulce de leche de cabra



Nota: Desarrollado en la plataforma Adobe Express.

A continuación se presentan otras características del producto que se pretende introducir en el mercado:

Presentación: La presentación del dulce de leche de cabra es en envase de vidrio de 120gr, el envase tiene su respectiva etiqueta, en donde se muestra el logotipo y la información nutricional del producto. La tapa que porta el producto es twist off dorada, lo que hace que el producto se conserve más tiempo, garantizando así una llegada del producto condiciones óptimas al consumidor final.

Etiqueta: La etiqueta del producto tiene aspectos importantes del mismo; tales como el semáforo nutricional, los ingredientes del producto, el peso neto del mismo. El nombre del producto es "América". Los colores que se ha usado para la etiqueta del producto han sido el amarillo que logra resaltar entre los demás colores y capta la atención del cliente.

Figura 28
Etiqueta del producto



Nota. Elaborado en la plataforma Adobe Express.

La etiqueta comprende los siguientes aspectos:

- **Ingredientes:** Se da a conocer los ingredientes con los que está elaborado el producto final.
- **Indicaciones:** Se señala el tiempo de duración del producto y cómo conservarlo al mismo.
- **Información nutricional:** Contiene valores energéticos y los nutrientes.
- **Peso:** Contiene el peso del producto, considerando el peso del envase y la tapa del mismo.
- **Logo:** Es la imagen que se usa para dar una identidad al producto y que de esta manera se pueda diferenciar del resto.

7.2.1.1 Producto Secundario

Durante el proceso de elaboración del dulce de leche de cabra, no se obtiene ningún tipo de residuos, por lo que no se genera la posibilidad de ingreso para la propuesta de inversión, por lo que se puede decir que no se obtiene ningún producto adicional proveniente del producto principal.

7.2.1.2 Producto Sustituto

Como producto sustituto del dulce de leche de cabra, se tiene el dulce de leche de vaca, que tiene gran acogida en el mercado nacional e internacional, lo cual varía por su elaboración, materia prima y por último valor nutricional.

7.2.1.3 Productos complementarios

El dulce de leche de cabra es un excelente acompañante y se lo puede complementar con productos como: galletas, pan, relleno de pasteles y helados.

7.2.1.4 Mercado Demandante

El dulce de leche de cabra está dirigido al mercado de las familias de la ciudad de Loja, debido a que por lo general las familias adquieren estos productos para acompañar sus comidas, debido a su calidad y aporte nutricional.

7.2.1.5 Estrategia de diferenciación:

El dulce de leche “América” tiene como estrategia de diferenciación ser el primer dulce de leche en el mercado Lojaño, esto quiere decir que al ser un producto nuevo, no tiene competencia directa, la estrategia a implementarse, consiste en colocar los beneficios del dulce de leche de cabra en el producto, logrando cautivar al mercado con los diferentes beneficios del mismo, esto crea una ventaja competitiva en el mercado de los dulces de leche, mismos que son de vaca y no de cabra.

7.2.2 Precio

La empresa determinó el precio del dulce de leche, basándose en el análisis de costos, mismo que permitió conocer qué precio es el adecuado para el producto, ya que se tomó en cuenta los costos de producción, el margen de utilidad y el precio de la competencia con el fin de tener una referencia para el precio que tiene el producto.

El costo unitario de producción de un frasco de dulce de leche de cabra para el primer año es de \$1,69; el precio de venta al público es de \$2,30; mientras que el precio de venta al intermediario es de \$1,96, esto con un margen de utilidad de 15,75%.

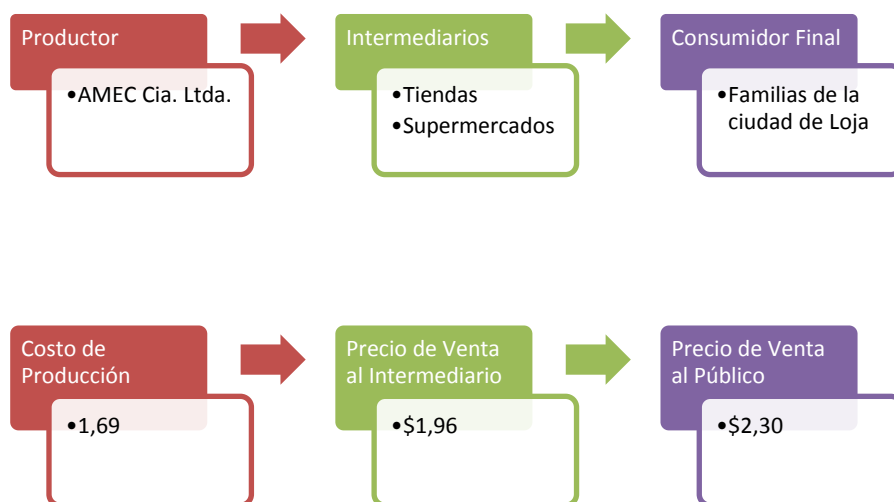
7.2.3 Plaza

La empresa se ubica en la Ciudad de Loja y la distribución del producto es mediante intermediarios, tales como tiendas y supermercados.

- **Canales de distribución**

Los canales de distribución que se utilizó para la comercialización del producto son de manera indirecta a las tiendas y supermercados de la ciudad de Loja, para así ser vendidos al consumidor final.

Figura 29
Canal de distribución



7.2.3.1 Promoción

En este apartado se pretende influir sobre el cliente, para que realice la compra del dulce de leche “América” y de esta manera fidelizar a los mismos y así lograr un posicionamiento en el mercado.

Se obsequia muestras gratis en un puesto fuera de las instalaciones de alguno de los locales que son los intermediarios, esto se lleva a cabo durante los 6 primeros meses desde la constitución de la empresa.

Tabla 33
Presupuesto de la Promoción

DETALLE	UNIDAD MEDIDA	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Puesto de muestras	Unidad	240,00	240,00	240,00
Muestras	Dólares	25,00	25,00	150,00
TOTAL			265,00	390,00

Nota. En la tabla se incluyen los gastos en promoción que la empresa realizará durante los 6 primeros meses desde la constitución de la empresa.

Figura 30
Stand de Promoción



Nota: Elaborado en la Plataforma Adobe Express

7.2.3.2 Publicidad

En base a la investigación de mercado, la población desea conocer información y ofertas del producto mediante redes sociales; la red social que usan las personas con más frecuencia es Facebook, por lo que en esta plataforma se debería lanzar publicidad significativa que logre captar la atención de las personas. Se lanzará anuncios, imágenes, datos sobre la leche de cabra y sus beneficios a la salud de las personas, entre otros. Además se hará pasar unos cortos anuncios por la televisión en el canal local de la ciudad de Loja “Ecotel”.

Tabla 34
Presupuesto de la Publicidad

DETALLE	CANTIDAD (ANUNCIOS)	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Facebook	4,00	3,00	12,00
Televisión "Ecotel"	2,00	30,00	60,00
TOTAL MENSUAL			72,00
TOTAL AL AÑO			864,00

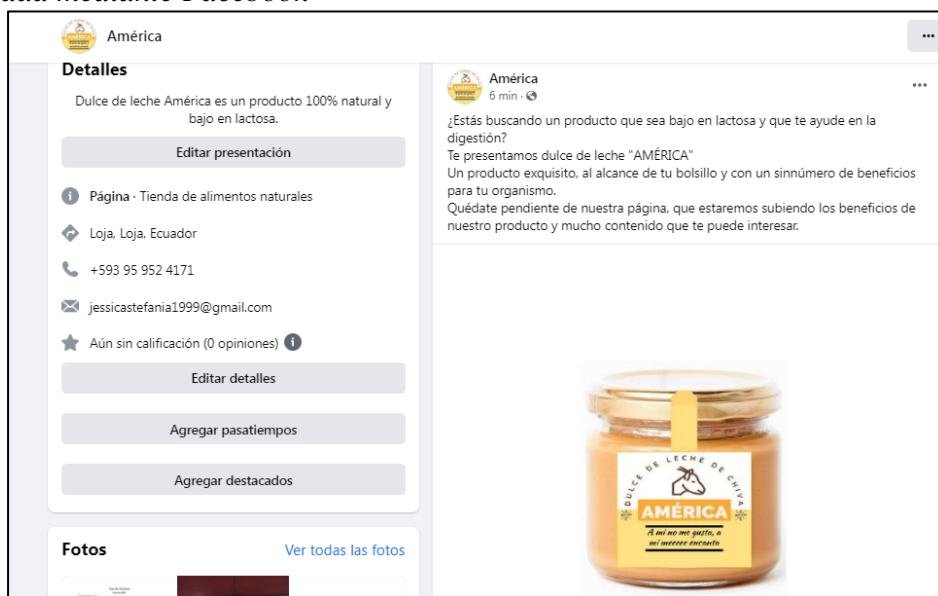
Nota. En la tabla se muestran los gastos en publicidad que realizará la empresa en un año.

Figura 31
Publicidad mediante Facebook



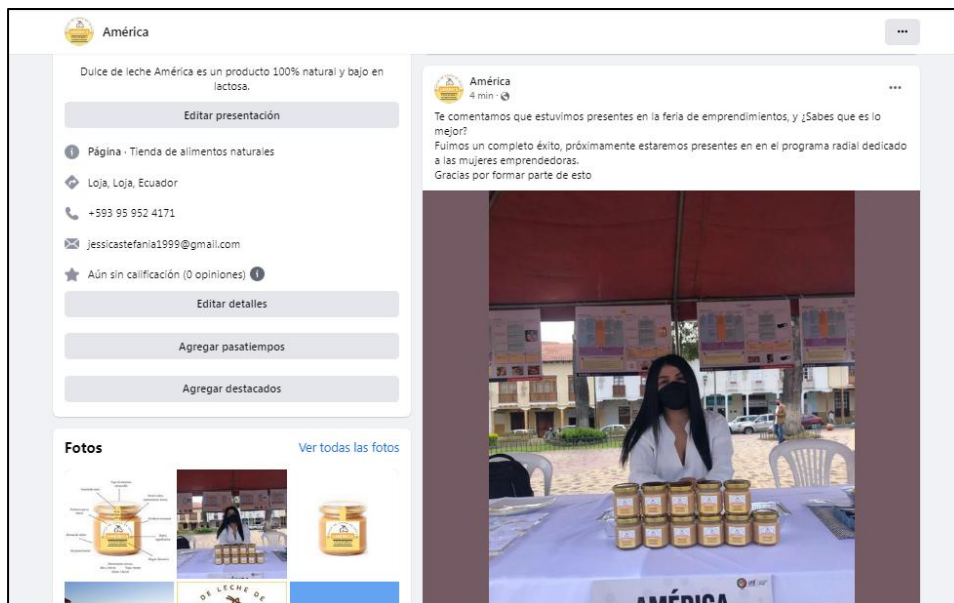
Nota. Tomado de la página de facebook de la empresa

Figura 32
Publicidad mediante Facebook



Nota. Tomado de la página de Facebook de la empresa

Figura 33
Publicidad mediante Facebook



Nota. Tomado de la página de Facebook de la empresa.

7.3 Estudio Técnico

El objetivo de este estudio es analizar la factibilidad desde el ámbito operativo y tecnológico del proyecto, se realizará el proceso de producción, la macro y micro localización, la distribución de la planta, tamaño de la empresa, el flujograma de procesos, el personal necesario para la elaboración del dulce de leche de cabra.

7.3.1 Tamaño del Proyecto

El proyecto está estimado para una producción de 5 años de vida útil.

En este apartado se define la capacidad de producción que tendrá que producir la empresa en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se realizará.

7.3.1.1 Capacidad Diseñada

La capacidad diseñada es el volumen de producción que realizará la pasteurizadora en un proceso de producción, para poder operar en el nivel máximo de producción.

La pasteurizadora realiza un total de 24.948 gramos en un tiempo de 110 minutos, a esto le calculamos para los 1.440 minutos que hay en un día, siendo así el resultado de estas operaciones da una producción de 326.593 gramos en un día y calculando para un año, la producción es de 118.879.852 gramos.

Operaciones

- $24 \text{ horas} * 60 \text{ m/h} = 1440 \text{ m/día}$ /
- $1440 \text{ m/día} * 24.947 / 110 \text{m/día} = 326.593 \text{ gr / día}$
- $326.593 \text{ gr/día} * 7 \text{ días semana} = 2.286.151 \text{ gr / sem}$
- $2.286.151 * 52 \text{ semanas} = 118.879.852 \text{ gr /año}$

Tabla 35
Capacidad Diseñada

Pasteurizadora	Capacidad de Producción diaria (gramos)	Capacidad de Producción semanal (gramos)	Capacidad de producción anual (gramos)
Procesa 24.948 gr en 110 minutos	$1440 * 24.948 / 110$	$326.593 \text{ gr} * 7 \text{ días semana}$	$2.286.151 \text{ gr} * 52 \text{ semanas}$
Hay 1440 minutos en un día	326.593	2.286.151	118.879.852

Nota. Capacidad diseñada en base a la pasteurizadora

7.3.1.2 Capacidad Instalada

La capacidad instalada es la capacidad máxima de producción que puede alcanzar la empresa en un tiempo determinado, en el que se desglosará los recursos necesarios para que los mismos sean aprovechados al cien por ciento de su capacidad.

La capacidad máxima de la pasteurizadora de leche es de 24.948 gr, procesándolas así en un total de 160 minutos. Siendo así, para calcular la capacidad de producción diaria se multiplica los 24.948 gr por 480 minutos que contienen las 8 horas laborables y dividiendo este resultado para 160 minutos que demora un proceso de producción; para calcular la producción semanal se multiplica el total de gramos que se realiza en un día por los 5 días laborales y finalmente para calcular la producción anual, se multiplica el resultado de la producción semanal por 52 semanas al año que se trabaja, a continuación se muestran las operaciones.

Operaciones

- $(24.948 \text{ gr} \times 480 \text{ min}) / 160 = 74.844 \text{ gr} / \text{día}$
- $74.844 \text{ gr} / \text{día} \times 5 \text{ días} = 374.220 \text{ gr} / \text{sem}$
- $374.220 \text{ gr} / \text{sem} \times 52 \text{ semanas} = 19.459.440 \text{ gr} / \text{año}$

Tabla 36
Capacidad Instalada

Procesos Productivos	Capacidad de Producción diaria (gramos)(8 horas)	Capacidad de producción semanal (gramos)(5 días)	Capacidad de producción anual (gramos)(52 semanas)
Procesa 24.948 gr en 160 minutos	$(24.948 \text{ gr} \times 480 \text{ min}) / 160$	$74.844 \times 5 \text{ días}$	$374.220 \times 52 \text{ semanas}$
Total	74.844	374.220	19.459.440

Nota. Capacidad Instalada del Proceso Productivo en días, semanas y años.

7.3.1.3 Capacidad Utilizada

La capacidad utilizada es la capacidad en gramos de dulce de leche de cabra que se podrá producir tomando en cuenta la capacidad instalada de la empresa.

Tabla 37
Capacidad Utilizada

Años	Capacidad Instalada (gramos)	Porcentaje de Capacidad	Capacidad Utilizada (gramos)
1	19.459.440	100%	19.459.440
2	19.459.440	100%	19.459.440
3	19.459.440	100%	19.459.440
4	19.459.440	100%	19.459.440
5	19.459.440	100%	19.459.440

Nota. Información tomada de la tabla 36

La empresa de dulce de leche de cabra comercializará en envase de vidrio de 210gr, ya que de acuerdo a la encuesta realizada a las familias de la ciudad de Loja quisieran en envase de vidrio de tamaño pequeño. Para saber la cantidad de envases que serán producidos en el año, se divide la cantidad de producción anual de dulce de leche para los 210 gramos que contiene cada envase, siendo así, se realizará una producción de 92.660 envases de dulce de leche de cabra anual.

Para conocer la cantidad de frascos de dulce de leche de cabra que se producirá mensualmente, se divide la cantidad de frascos que se produce anualmente para los 12 meses que tiene el año, luego para calcular semanalmente, se divide la producción anual para 52 semanas y para calcular la producción diaria, se divide la producción anual para los 261 días del año.

Tabla 38
Producción de dulce de leche de cabra en envases de 210gr

Capacidad Producción anual gramos	Producción Anual (Fascos)	Producción Mensual (Fascos)	Producción Semanal (Fascos)	Producción Diaria (fascos)
19.459.440	92.665	7.723	1.783	356
19.459.440	92.665	7.723	1.783	356
19.459.440	92.665	7.723	1.783	356
19.459.440	92.665	7.723	1.783	356
19.459.440	92.665	7.723	1.783	356

Nota. Información recuperada de la tabla 37

7.3.1.4 Participación en el Mercado

La participación en el mercado permite saber cuál será el porcentaje que ocupará la empresa sobre el total de las ventas del mercado.

Tabla 39

Participación en el mercado

Años	Demanda Insatisfecha (gramos)	Capacidad de producción al año (gramos)	% Participación
1	37.734.757	19.459.440	52%
2	38.734.728	19.459.440	50%
3	39.761.199	19.459.440	49%
4	40.814.870	19.459.440	48%
5	41.896.464	19.459.440	46%

Nota. Información recuperada de la tabla 32 y tabla 37

Para obtener el porcentaje de participación que tendrá la empresa en el mercado, se multiplica la capacidad de producción al año en gramos por 100% y a este resultado se lo divide para la demanda insatisfecha en gramos, obteniendo el 52% de participación en el primer año.

7.3.2 Localización del Proyecto

En este apartado se analizará el lugar donde se encontrará ubicada la planta y donde se desarrollarán las actividades operacionales de la misma, lo que permitirá seleccionar la mejor opción donde se ubicará.

7.3.2.1 Macro localización

Para la macro localización se analizaron los factores climáticos, geográficos, económicos y culturales, en base a esto, la empresa productora y comercializadora de dulce de leche de cabra “AMEC Cía. Ltda.” se encontrará ubicada en la región sur del Ecuador, provincia de Loja, ciudad de Loja.

Figura 34
Macro localización empresa AMEC

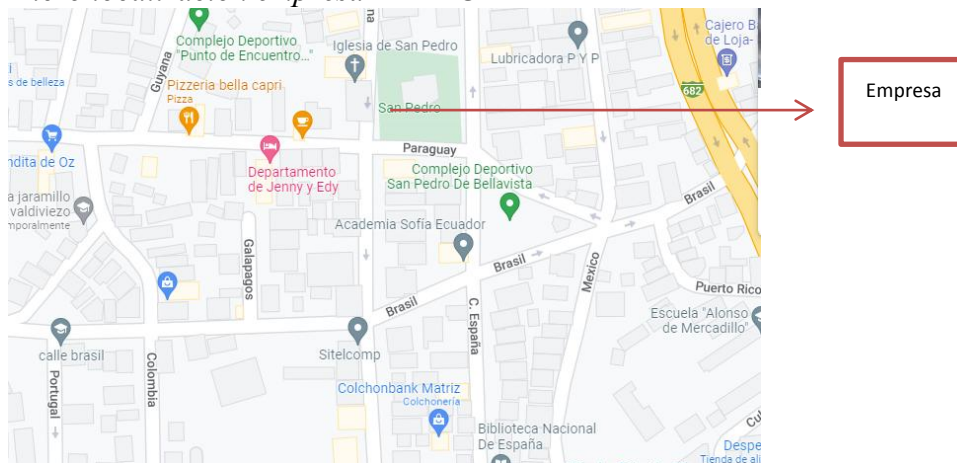


Nota: <http://lascronicasdeleo.blogspot.com/2018/09/loja-la-castellana-cronica-de-una.html>

7.3.2.2 Micro localización

La empresa se encontrará ubicado en la ciudadela San Pedro, en la Ciudad de Loja, cerca del Parque de La Música, en las calles Argentina, entre Brasil y Paraguay.

Figura 35
Micro localización empresa “AMEC”



Nota. En el gráfico se muestra la micro localización de la empresa

7.3.3 Ingeniería del Proyecto

En la ingeniería del proyecto se analiza varios requerimientos, tales como; maquinaria, personal que trabajará en la empresa, materiales, herramientas, materiales tecnológicos para el pleno funcionamiento, distribución de la planta y descripción del proceso administrativo.

7.3.3.1 Requerimientos para el funcionamiento de la planta

Se presentan los recursos materiales, humanos y tecnológicos que la planta requiere para el desarrollo de sus actividades. A continuación se enumeran cada uno de ellos, mismos que se encuentran en el mercado nacional y local.

Maquinaria y Equipo

Son las máquinas y equipos destinados para el proceso de producción del dulce de leche de cabra, entre los que tenemos: pasteurizador de leche, máquina envasadora, etiquetadora, balanza digital y olla industrial.

Tabla 40
Maquinaria y Equipo


Detalle	Descripción
<p>Figura 36 <i>Pasteurizador de leche</i></p> 	<p>Cantidad: 1 Precio: \$3.004,00 Características:</p> <ul style="list-style-type: none">- Capacidad de 45 litros- Máxima temperatura de 94C- Marca Milky- Material Acero Inoxidable- Medidas de 61cm de largo, 68cm de ancho, 52cm de alto.- Peso de 24kg.
<p>Figura 37 <i>Máquina Envasadora</i></p> 	<p>Precio: \$2,200,00 Características:</p> <ul style="list-style-type: none">- Máquina envasadora marca magusa- Modelo Volumétrico- 220V- Capacidad Máxima de llenado de 100ml- Altura 1800mm x 700mm x 700mm- Material de acero inoxidable

Figura 38
Etiquetadora



- Cantidad: 1
Precio: \$175,00
Características:
- Máquina de etiquetado manual redonda con asa
 - Marca Zonepack
 - Peso del artículo 11,02lbs
 - Tamaño ajustable
 - Fácil de usar
 - Diseño modular

Figura 39
Balanza Digital



- Cantidad: 1
Precio: \$29,00
Características:
- Medidas 37,4cms x 35,5cm x 13,3cms
 - Sistema computarizado
 - Memoria para precios
 - Batería interna
 - Trabaja a corriente 110v

Figura 40
Olla Industrial








- Cantidad: 2
Precio: \$54,00
Características:
- Olla alta industrial
 - 45cm x 45cm
 - Acero inoxidable marca UMCO.
 - Peso neto 11,88kg.

Nota. Información tomada de Milky.com – Mercado libre.

Utensilios de cocina

Cucharón metálico, cuchara de palo, baldes de plástico, jarra medidora, cuchillos y cucharas.

Tabla 41
Utensilios de cocina

Detalle	Descripción	Detalle	Descripción
<p>Figura 41 <i>Balde de plástico</i></p> 	<p>Cantidad: 2 Precio: \$28,00 Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marca Reyplast. - Capacidad 21,4 litros. - Medidas alto 38,1; diámetro 32,5cm. 	<p>Figura 42 <i>Cucharón Metálico</i></p> 	<p>Cantidad: 2 Precio: \$5,00 Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fox Run Mini Cucharón de acero inoxidable. - 2,75 x 2,25 x 6,5 pulgadas.
<p>Figura 43 <i>Jarra medidora</i></p> 	<p>Cantidad: 2 Precio: \$6,00 Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jarra medidora 500ml. - Plástico 	<p>Figura 44 <i>Cuchillo</i></p> 	<p>Cantidad: 2 Precio: \$22 Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 23,5cm x 1,4cm x 2,5cm - Fabricado por Tramontina - Acero inoxidable. - 0,18 kg
<p>Figura 45 <i>Cuchara</i></p> 	<p>Cantidad: 10 Precio: \$0,90 Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cucharas en acero inoxidable extra fino. - 7,3 pulgadas - Color plateado 		

Nota. Información tomada de Mercado Libre

Vehículo

Es el medio de transporte que servirá para distribuir el dulce de leche de cabra a los intermediarios de la ciudad de Loja.

Tabla 42*Vehículo*

Detalle	Descripción
Figura 46 <i>Vehículo Furgón Hyundai HD55</i> 	Cantidad: 1 Precio: \$20.900 Características: <ul style="list-style-type: none"> - Año 2019 - Recorrido de 80.000km - Camión pequeño de 3 a 6 toneladas - Calefacción - Tracción 4x2 - Combustible Diesel

Nota. Tomado de <https://ecuador.patiotuerca.com/vehiculo/pesados>.

Muebles y Enseres de Planta

Los muebles y enseres de planta son aquellos mobiliarios que la empresa necesita para poder cumplir con cada uno de los procesos de producción, comprendiendo las mesas y perchas.

Tabla 43*Muebles y Enseres de Planta*


Detalle	Descripción	Detalle	Descripción
Figura 47 <i>Mesa</i> 	Cantidad: 4 Precio: \$35 Características: <ul style="list-style-type: none"> - Mesa de trabajo en acero inoxidable. - Medida 1.20x60x90 - División en medio y piso. 	Figura 48 <i>Percha</i> 	Cantidad: 4 Precio: \$55 Características: <ul style="list-style-type: none"> - Marca Metal Ecuador - Ancho 100cm, profundidad 30cm, altura 200cm. - Cantidad de bandejas 5.

Figura 49
Silla Plástica



Cantidad: 2
 Precio: \$7,50
 Características:
 - Silla perugia reforzada plástica
 - No inflamable
 - Marca Aqihogar.

Nota. Información tomada de Mercado libre.

Muebles y Enseres Administración

Es cada uno de los mobiliarios que necesita la empresa para poder realizar sus actividades administrativas, como escritorios, estanterías, sillón de sala de espera, silla de escritorio.

Tabla 44
Muebles y Enseres Administración

Detalle	Descripción	Detalle	Descripción
<p>Figura 50 <i>Escritorio</i></p>	<p>Cantidad: 2 Precio: \$140 Características: - Escritorio con 2 cajones - Color nogal - Marca Tvilum - 31,89D x 57,13W x 30,24H. - Material Wood.</p>	<p>Figura 51 <i>Estante</i></p>	<p>Cantidad: 2 Precio: \$80 Características: - Estantería abierta de 3 niveles. - Color café expreso. - Madera reconstituida - Forma rectangular</p>
<p>Figura 52 <i>Sillón sala de espera</i></p>	<p>Cantidad: 2 Precio: \$110,00 Características: - Marca Flash Furniture - Negro - Material espuma - Dimensiones 23''D x 18,75''W x 32,25''H</p>	<p>Figura 53 <i>Silla de Escritorio</i></p>	<p>Cantidad: 2 Precio: \$56,00 Características: - Silla tapizada en color negro. - Marca Amazon Basics - Color Negro - Giro de 360 grados.</p>

pulgadas.





- Capacidad máxima de peso de 250 libras.

Nota. Información tomada de Amazon

Muebles y Enseres Ventas

Es cada uno de los mobiliarios que necesita la empresa para poder realizar sus actividades administrativas, como escritorios, estanterías, sillón de sala de espera, silla de escritorio.

Tabla 45
Muebles y Enseres Ventas


Detalle	Descripción	Detalle	Descripción
<p>Figura 54 <i>Escritorio</i></p> 	<p>Cantidad: 1 Precio: \$140 Características:</p> <ul style="list-style-type: none">- Escritorio con 2 cajones- Color nogal- Marca Tvilum- 31,89D x- 57,13W x- 30,24H.- Material Wood.	<p>Figura 55 <i>Estante</i></p> 	<p>Cantidad: 1 Precio: \$80 Características:</p> <ul style="list-style-type: none">- Estantería abierta de 3 niveles.- Color café expreso.- Madera reconstituida- Forma rectangular
<p>Figura 56 <i>Sillón sala de espera</i></p> 	<p>Cantidad: 1 Precio: \$110,00 Características:</p> <ul style="list-style-type: none">- Marca Flash Furniture- Negro- Material espuma- Dimensiones 23''D x- 18,75''W x- 32,25''H pulgadas.	<p>Figura 57 <i>Silla de Escritorio</i></p> 	<p>Cantidad: 1 Precio: \$56,00 Características:</p> <ul style="list-style-type: none">- Silla tapizada en color negro.- Marca Amazon Basics- Color Negro- Giro de 360 grados.- Capacidad máxima de peso de 250 libras.

Nota. Información tomada de Amazon

Equipo de oficina

Son los instrumentos que se necesitan para el funcionamiento de la parte administrativa de la planta, se usarán calculadoras y teléfono.

Tabla 46
Equipo de Oficina



Detalle	Descripción	Detalle	Descripción
<p>Figura 58 <i>Calculadora</i></p> 	<p>Cantidad: 2 Precio: \$30 Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marca Casio - Peso 110g - A pila - Idioma en inglés, español y portugués - 553 funciones - 165,5mm altura y 77mm de ancho. 	<p>Figura 59 <i>Teléfono Inalámbrico</i></p> 	<p>Cantidad: 2 Precio: \$48 Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marca Panasonic - Teléfono inalámbrico - Identificador de llamadas - Flash, redial, fecha con hora y alarma. - Directorio telefónico de 50 números.

Nota. Información tomada de Mercado Libre

Equipo de cómputo

Son los artefactos que la empresa adquirirá para realizar cada uno de los trabajos informáticos, se usará un computador e impresora.

Tabla 47
Equipo de Cómputo







Detalle	Descripción	Detalle	Descripción
<p>Figura 60 <i>Computadora</i></p> 	<p>Cantidad: 2 Precio: \$639 Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marca HP - Modelo AIO HP 20 - Intel Core i5 - Disco Duro de 1000GB - Ram 8GB - Windows 10 - Tamaño de la pantalla 21”. 	<p>Figura 61 <i>Impresora</i></p> 	<p>Cantidad: 2 Precio: \$229 Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Impresora Multifunciona l Epson - Color Negro - Garantía de 1 año - Tecnología de impresión con inyección de tinta.



Nota. Información tomada de Mercado Libre

Útiles de oficina

Aquellas herramientas básicas con las que los trabajadores podrán desarrollar las actividades eficazmente, tales como grapas, esferos, resma de hojas de papel, corrector, cajas de clips, carpetas archivadoras, grapadoras y perforadoras.

Tabla 48
Útiles de oficina

Detalle	Descripción	Detalle	Descripción
<p>Figura 62 <i>Grapadora</i></p> 	<p>Cantidad: 2 Precio: \$2,60 Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grapadora metálica - Marca Eagle 1088AS - Color griss 	<p>Figura 63 <i>Perforadora</i></p> 	<p>Cantidad: 2 Precio: \$9,00 Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Perforadora officemate - Capacidad de 30 hojas. - 6,22 x 4,53 x 3,03 pulgadas.
<p>Figura 64 <i>Grapas</i></p> 	<p>Cantidad: 1 caja Precio: \$2,10 Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Grapas Swingline - 5.000 grapas por caja 	<p>Figura 65 <i>Resma de hojas bond</i></p> 	<p>Cantidad: 1 Precio: \$3,25 Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Resma de papel de impresora A4 x 10. - Marca Repropal 75gr - 100 hojas.
<p>Figura 66 <i>Carpetas Archivadoras</i></p> 	<p>Cantidad: 3 Precio: \$22 Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Carpeta archivadora de oficina - Marca Liderpapel Documenta - Forrado PVC 	<p>Figura 67 <i>Caja de Clips</i></p> 	<p>Cantidad: 1 Precio: \$4,00 Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Caja de clips 500 unidades. - Para papel de 33mm

<p>Figura 68 <i>Esfero</i></p> 	<p>Cantidad: 3 Precio: \$1 Características: - Esferos - Marca Genérica - Aptos para grabado</p>	<p>Figura 69 <i>Corrector</i></p> 	<p>Cantidad: 2 Precio: \$0,80 Características: - Marca Lancer - Punta de metal - Color Blanco</p>
---	---	---	---

Nota. Información tomada de Mercado Libre

Útiles de aseo

Son aquellos implementos que servirán para asear cada una de las instalaciones de la empresa y que permitirán dar una buena imagen de la misma, tales como desinfectante, franelas, escobas, trapeadores, papel higiénico, recogedor de basura.

Tabla 49
Útiles de aseo





Detalle	Descripción	Detalle	Descripción
<p>Figura 70 <i>Escoba y recogedor</i></p> 	<p>Cantidad: 1 Precio: \$8,50 Características: - Material plástico más acero inoxidable - Para oficina - Diseño de hilo grueso.</p>	<p>Figura 71 <i>Trapeador</i></p> 	<p>Cantidad: 2 Precio: \$11,00 Características: - Trapeador spinmop giratorio de 360. - Mango reajutable incluida canasta metálica.</p>
<p>Figura 72 <i>Dispensador de papel Higiénico</i></p> 	<p>Cantidad: 2 Precio: \$15 Características: - Dispensador de papel higiénico industrial - Marca Flosoft - Medidas de 26cm x 28cm</p>	<p>Figura 73 <i>Papel higiénico</i></p> 	<p>Cantidad: 2 Precio: \$2,00 Características: - Papel Higiénico Industrial Bouquet - Doble Hoja - 180 m de largo.</p>

Figura 74 <i>Desinfectante</i>	Cantidad: 1 Precio: \$10 Características: - Desinfectante Lysol - Líquido - Galón - Mata 99,99% de bacterias	Figura 75 <i>Franela</i>	Cantidad: 2 Precio: \$2,00 Características: - Franela - Luber - 100x50cm - Algodón
--	--	------------------------------------	--



Nota. Información tomada de Mercado Libre

Indumentaria de trabajo

Son aquellos implementos que servirán para la protección y sanidad de los trabajadores de la empresa, tales como delantal, guantes, mascarillas y gorros.

Tabla 50
Indumentaria de Trabajo




Detalle	Descripción	Detalle	Descripción
Figura 76 <i>Delantal</i>	Cantidad: 4 Precio: \$12 Características: - Delantal Domitex - Material gabardina - 75cm x 90cm - 2 bolsillos	Figura 77 <i>Guantes</i>	Cantidad: 1 pack Precio: \$5 Características: - Guante de Nitrilo - 100 pares - Hipoalergénico - No contiene látex.
		Figura 78 <i>Caja Mascarillas</i>	Figura 79 <i>Gorros de cocina</i>
	Cantidad: 2 Precio: \$1,40 Características: - Mascarilla quirúrgica de polipropileno - 50 unidades por paquete		Cantidad: 1 pack Precio: \$1,80 Características: - Gorros de cocina 12 piezas - Marca Mr. Mold

Nota. Información tomada de Mercado Libre

Implementos de Seguridad

Son aquellos implementos que servirán para dar seguridad en el lugar de trabajo, para de esta manera estar precavidos ante cualquier accidente.

Tabla 51
Implementos de Seguridad

Detalle	Descripción	Detalle	Descripción
<p>Figura 80 <i>Extintor</i></p> 	<p>Cantidad: 1 Precio: \$34 Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Extintor modelo K10 - Capacidad 10lbs/4,5kg - Tiempo de descarga 14 segundos. - Recargable. 	<p>Figura 81 <i>Botiquín de primeros auxilios</i></p> 	<p>Cantidad: 1 Precio: \$35 Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Botiquín de primeros auxilios grande - 30cm x 40,5cm x 10,0cm - Fácil de instalar.
<p>Figura 82 <i>Letreros preventivos</i></p> 	<p>Cantidad: 1 pack Precio: \$25 Características:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Letreros de emergencia para alertar accidentes. 		

Nota. Información tomada de Mercado Libre

Talento Humano

Es de los factores más importantes que existe en la empresa, permite que se dé la elaboración del producto y así mismo que se maneje la maquinaria.

- Gerente: La empresa contará con un gerente, que será el encargado de liderar a la misma y tomar decisiones.
- Secretaria: Existirá una secretaria que asistirá en actividades de la administración, realizando su trabajo eficientemente y optimizando tiempo.
- Contadora: Se dispondrá de una contadora, encargada de realizar los informes financieros de la empresa, misma que prestará sus servicios 1 día a la semana y se le tomará en cuenta su remuneración como honorario profesional.
- Jefe de producción: El jefe de producción de la empresa, será el encargado de controlar las actividades en el área productiva, de manera que los procesos se estén

llevando a cabo como lo planificado.

- Obreros: Existirá un total de 4 obreros, mismos que realizarán los procesos de producción de la mano de la pasteurizadora.
- Jefe de ventas: El jefe de ventas realizará las estrategias de comercialización adecuadas para que la empresa llegue a puntos de venta nuevos y de fidelizar al cliente.
- Chofer - Vendedor: El chofer-vendedor se encargará de distribuir el producto a todos los intermediarios de la empresa y de la misma manera ofertar el producto y tratar de captar más clientes.

7.3.4 Infraestructura física

Corresponde al espacio que requerirá la empresa para su debido funcionamiento.

7.3.4.1 Distribución de la planta

La distribución de la planta comprende cada una de las áreas de la empresa, la ubicación y distribución de cada una de las máquinas y equipos de producción de tal manera que todas las actividades de la misma se puedan cumplir eficientemente.

Figura 83
Diseño y distribución de la planta



Nota. Elaborado en la plataforma home by me.

7.3.5 *Proceso de producción*

7.3.5.1 Descripción del proceso de producción

En cada proceso de producción se elaborará 55 libras de dulce de leche de cabra, en un tiempo de 160 minutos.

Recepción de Materia Prima (6 minutos)

En este apartado los proveedores entregan la materia prima que se necesita para la producción del dulce de leche de cabra.

Control de Materia Prima (6 minutos)

Aquí se procederá a realizar el control correspondiente, para de esta manera conocer la calidad de la leche y que la misma esté libre de impurezas.

Pesado de los ingredientes (7 minutos)

Se realizará el pesado de la materia prima con las cantidades que se necesitará para cada proceso de producción.

Preparación (110 minutos)

Se agregará cada uno de los ingredientes poco a poco, en primer lugar la leche de cabra, luego se añadirá el azúcar por cantidades moderadas hasta que se agregue la cantidad completa, y finalmente se añade el bicarbonato, primero la mitad y luego de unos minutos lo restante buscando de esta manera que no ocurra algún accidente debido a poner todos los ingredientes al mismo tiempo. En este punto, la pasteurizadora cumplirá con la función de mezclar.

Envasado (15 minutos)

Se procede a usar la máquina envasadora para que llene el contenido en cada uno de los envases en los que se va a comercializar el dulce de leche de cabra.



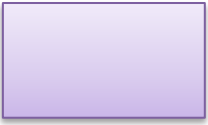

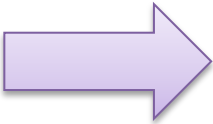

Etiquetado (16 minutos)

Una vez envasado el producto, con ayuda de la etiquetadora se fijará la respectiva etiqueta que se ha seleccionado como la cara de la empresa y el producto, esta debe ponerse muy bien y debe estar perfectamente realizada.

7.3.5.2 Flujograma de Procesos

El flujograma de procesos es la representación gráfica del proceso de producción del dulce de leche de cabra, donde constará cada una de las actividades que se realiza en el mismo y el tiempo que se destina a cada una de ellas.

Tabla 52
Simbología del Flujograma de Procesos

Símbolo	Nombre	Significado
	INICIO	Inicio del proceso de producción.
	OPERACIÓN	Es la combinación de varias actividades.
	INSPECCIÓN	Inspeccionar correctamente que cada operación se cumpla eficientemente.
	DEMORA	Cuando ocurren cuellos de botella en el proceso de producción.
	TRANSPORTE	Acción de mover de un lugar a otro alguna pieza o producto.
	ALMACENAMIENTO	Guardar la materia prima, producto en proceso o ya sea final.

Nota. El flujograma de procesos muestra la función de cada uno de los símbolos y la manera de aplicarlos en cada actividad del proceso productivo.

7.3.5.3 Diagrama de Flujo

El diagrama de flujo representa gráficamente el proceso de producción del dulce de leche de cabra.

Figura 84

Flujograma de proceso de producción del dulce de leche de cabra.



Nota. Elaborado por la autora

7.3.6 Balance de Materiales

Materia Prima Directa: La materia prima que se necesitará para la elaboración del dulce de leche de cabra es la siguiente:

Figura 85

Materia prima directa



Nota: Tomado de www.google.com

La cantidad de materia prima que se necesitará anualmente se la obtiene dividiendo la capacidad de producción que se produce anualmente, para 210 gramos que es la cantidad que tendrá cada frasco de dulce de leche de cabra.

Se elaboran 356 frascos de dulce de leche de cabra al día, para esto se utiliza: 110lts de leche de cabra, 55 lb de azúcar y 37gr de bicarbonato de sodio, luego todo esto se calculará para un año y así se conocerá la cantidad de materia prima anual.

Tabla 53
Cantidad de materia prima anual y mensual

DETALLE	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Leche cruda	Litros	2387	1,05	2.506,35	30.064,65
Azúcar	Quintales	12	47,05	564,60	6.775,20
Bicarbonato	Libra	2	9,5	19,00	209,00
TOTAL				3.089,95	37.048,85

Nota. En la tabla se observa la cantidad y el costo de la materia prima, tanto anual como mensualmente.

Materia Prima Indirecta

La materia prima indirecta que se necesita para para producir los 92 662 frascos de dulce de leche de cabra al año es de:

Figura 86
Materia prima indirecta



Nota. Tomado de www.vectorecuador.com

La empresa que será proveedora de los envases para el dulce de leche de cabra, será la empresa “Don Frasco”, una empresa lojana que importa productos de vidrio. El precio de cada docena de envases será de \$3,60; mientras que el rollo de papel adhesivo de 2550 etiquetas tiene un costo de \$3,00.

7.4 Estudio Organizacional

El objetivo del estudio administrativo es coordinar de manera eficaz cada uno de los recursos de la empresa, tales como; recursos humanos, materiales y financieros, para de esta manera lograr la máxima productividad de la empresa.

7.4.1 Organización Jurídica

La empresa productora y comercializadora de dulce de leche “América”, se constituirá legalmente cumpliendo cada una de las normas legales establecidas en el país, cumpliendo firmemente con cada una de ellas.

Siendo así, la empresa se conformará como una Compañía de Responsabilidad Limitada, siendo ésta la que se contrae entre dos o más personas, mismas que aportarán capital a la empresa. Para que una empresa se pueda constituir legalmente, la Superintendencia de Compañías exige el cumplimiento de los siguientes requisitos:

7.4.1.1 Base Legal

La base legal es aquella que permitirá constituir la empresa con los debidos requisitos que son exigidos por la ley.

Nombre de la Empresa

La razón social de la empresa es “AMEC Cía. Ltda.”

Domicilio

La empresa se encontrará ubicada en la ciudad de Loja, ciudadela San Pedro, Calles Argentina, entre Brasil y Paraguay.

Capital Social

De acuerdo a lo establecido por la Ley de Compañías, art 102, el capital social de la empresa estará conformado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por la Superintendencia de Compañías. Los tres socios de la compañía deberán entregar un valor de \$8.310,10 cada uno.

Objeto Social

El objeto social de la empresa “AMEC Cía. Ltda.” Será la producción y Comercialización de dulce de leche de cabra en la ciudad de Loja.

Duración de la Empresa

El plazo de duración de la empresa es de 5 años a partir de la fecha de suscripción de la misma en el Registro Mercantil. Pero podrá disolverse en cualquier tiempo o prórroga si así lo resuelve la junta general de socios, considerando además la forma prevista por la ley.

Acta Constitutiva de la empresa “AMEC CÍA. LTDA”

En la ciudad de Loja, a los cinco días del mes de septiembre de 2022, por propia iniciativa y con el asesoramiento del Dr. Diego Fernando Guamán Reyes, con C.I 1102345674, asisten los señores: Jéssica Stefanía Córdova Córdova, con C.I.: 1105417446; Amy Yajanua Gende Córdova, con C.I.: 2300783194 y Julio Ricardo Córdova Córdova, con C.I.: 1105417453, quiénes libre y voluntariamente han decidido formar parte de la empresa “AMEC CIA LTDA”, Con fines de lucro, misma que tendrá por objeto la producción y comercialización de dulce de leche de cabra en la ciudad de Loja.

Minuta de Constitución de la empresa productora y comercializadora de dulce de leche “AMEC Cía. Ltda.”

SEÑOR NOTARIO:

En el registro de escrituras públicas a su cargo, sírvase a insertar una minuta de constitución de la compañía dedicada a la producción y comercialización de dulce de leche de cabra “AMEC Cía. Ltda.”, con las cláusulas que se presentan a continuación:

PRIMERA.- COMPARECIENTES

Intervienen en la celebración de este contrato, los señores: Jéssica Stefanía Córdova Córdova, con C.I.: 1105417446; Amy Yajanua Gende Córdova, con C.I.: 2300783194 y Julios Ricardo Córdova Córdova, con C.I.: 1105417453, quienes comparecen por sus propios derechos a la constitución de la empresa “AMEC Cía. Ltda.”.

SEGUNDA.- DECLARACIÓN DE VOLUNTAD

Los comparecientes convienen en constituir la compañía de Responsabilidad Limitada “AMEC Cía. Ltda.”, dedicada a la producción y comercialización de dulce de leche de cabra , misma que será sometida a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenientes de las partes y a las normas del Código Civil.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA EMPRESA “AMÉRICA CÍA. LTDA.”

TÍTULO I.- DENOMINACIÓN, DOMICILIO, OBJETO Y DURACIÓN.-

Art. 1.- (Denominación).- La compañía de Responsabilidad Limitada, se denomina “AMEC Cía. Ltda.”

Art. 2.- (Domicilio).- El domicilio de la compañía tendrá su lugar en la ciudad de Loja, en la ciudadela San Pedro, Calle Argentina entre las calles Brasil y Paraguay.

Art. 3.- (Objeto).- La compañía tiene por objeto producir y comercializar dulce de leche de cabra en las familias de la ciudad de Loja.

Art. 4.- (Plazo – Duración).- El plazo de duración de la compañía es de cinco años, contados a partir de su suscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía, pero podrá disolverse en cualquier tiempo si así lo resuelve la junta general de socios, considerando además la forma prevista por la ley.

TÍTULO II.- CAPITAL, ACCIONES OBLIGACIONES Y AUMENTOS.

Art. 5.- (Capital).- El capital social de la compañía es de \$44.930,30 DÓLARES AMERICANOS. El capital está íntegramente suscrito y pagado conforme está especificado en las declaraciones.

Art. 6.- (Títulos de Acciones).- Los títulos de las acciones serán ordinarios y nominativos, de tal manera que deberán ser autorizados por las firmas del gerente de la empresa.

Art. 7.- (Derechos).- De acuerdo al valor pagado por cada acción, los socios tendrán su derecho a voto en la Junta General de Accionistas, además, para tomar parte en las juntas, es formalmente necesario que el accionista conste en el libro de acciones y accionistas.

Art. 8.- (Aumento del Capital).- El capital de la empresa podrá ser aumentado cuando el propietario de las acciones lo desee, ya sea por su propio capital o por la venta de cualquiera de sus acciones.

Art. 9.- (Libro de Acciones).- La compañía tendrá un libro de acciones y accionistas desde el momento en que se establezca la empresa, donde se registrará cada uno de los movimientos y modificaciones con relación a las acciones.

TÍTULO III.- DEL GOBIERNO Y DE LA ADMINISTRACIÓN.

Art. 10.- (Gobierno y Administración).- El gobierno corresponde al Gerente General de la empresa.

Art. 11.- (Convocatoria).- La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante nota dirigida a la dirección registrada por cada socio en ella.

El tiempo de anticipación de la convocatoria debe ser de por lo menos 8 días respecto de aquel en que se celebre la reunión.

Art. 12.- (Resoluciones).- Las resoluciones del directorio serán por simple mayoría de votos, aquellos votos que sean nulos o en blanco, se sumarán a aquellos que sean por mayoría.

Art. 13.- (Actas).- De cada sesión de directorio se levantará un acta, misma que será firmada por el presidente y secretario que actuaron como tales en la reunión.

Art. 14.- (Del presidente).- El presidente de la empresa será elegido por la Junta General de Accionistas y será elegido por un periodo de duración de 2 años, a cuyo término podrá ser reelegido.

Art. 15.- (Atribuciones y Deberes del Presidente).-

Corresponde al presidente:

- a) Presidir las reuniones de junta general a las que asista y suscribir, con el secretario, las actas respectivas;
- b) Suscribir con el gerente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio; y,
- c) Autorizar al Gerente General de la empresa, el otorgamiento y celebración de actos, contratos e inversiones para los que sea necesaria tal aprobación, esto en razón de la cuantía requerida.
- d) Subrogar al gerente en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se ausentare o estuviere impedido de actuar, temporal o definitivamente.

Art. 16.- (Del Gerente).- El gerente de la empresa será elegido por la Junta General de Accionistas y será elegido por un periodo de duración de 2 años, a cuyo término podrá ser reelegido.

Art. 17.- (Atribuciones y Deberes del Gerente).-

Corresponde al gerente:

- a) Convocar a las reuniones de junta general;
- b) Dirigir la gestión económica y financiera de la empresa
- c) Actuar de secretario de las reuniones de junta general a las que asista, y firmar, con el presidente, las actas respectivas;
- d) Nombrar empleados y fijar remuneraciones.
- e) Suscribir con el presidente los certificados de aportación, y extender el que corresponda a cada socio;
- f) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones del directorio.
- g) Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley de Compañías; y,
- h) Ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.
- i) Presentar ante el directorio el balance general, estado de pérdidas y ganancias, la

liquidación presupuestaria y la propuesta de distribución de beneficios dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico.

Art. 18.- (Disolución y Liquidación de la Empresa).- La disolución y liquidación de la empresa se regirá por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías.

Art. 19.- (Auditoría).- El directorio podrá contratar la auditoría o asesoría contable de cualquier persona natural o jurídica especializada.

TITULO IV.- INTEGRACIÓN Y PAGO DE CAPITAL

El aporte de cada uno de los socios ha sido suscrito y pagado mediante transferencia electrónica en una entidad bancaria a nombre de la compañía que hoy se constituye.

Los socios fundadores de la compañía de producción y comercialización del dulce de leche de cabra “AMEC Cía. Ltda.”, por acuerdo, nombra a la señorita JÉSSICA STEFANÍA CÓRDOVA CÓRDOVA, gerente de la misma, para el periodo determinado en este estatuto y la autorizan para que realice cada una de las funciones ya fijadas.

Hasta aquí la minuta que queda elevada a la calidad de escritura pública formalizado el presente instrumento.- Yo, el Notario, lo leí íntegramente al otorgante y firma en unidad de acto conmigo el Notario que doy Fe.

Dado y firmado en la ciudad de Loja, a los 5 días del mes de Septiembre del 2022.

Jéssica Stefanía Córdova Córdova
C.I. 1105417446

Amy Yajanua Gende Córdova
C.I. 2300783194

Julio Ricardo Córdova Córdova
C.I. 1105417453

7.4.2 Base Administrativa

Son cada una de las prácticas empresariales que la empresa productora y comercializadora de dulce de leche de cabra llevará a cabo con el propósito de alcanzar sus objetivos comerciales.

7.4.2.1 Misión

La misión de “AMEC Cía. Ltda.” es producir, comercializar y ofrecer un producto de calidad a las familias de la ciudad de Loja, aportando a su vez una múltiple cantidad de beneficios para el organismo.

7.4.2.2 Visión

Para el año 2027 la empresa productora y comercializadora de dulce de leche de cabra “AMEC Cía. Ltda.” Aspira ser una marca líder producción y comercialización de dulce de leche de cabra, para de esta manera lograr posicionarse a nivel nacional.

7.4.2.3 Objetivos Estratégicos

- ✚ Producir y comercializar un producto de calidad.
- ✚ Posicionarse en el mercado de la Ciudad de Loja, con el dulce de leche “América”.
- ✚ Innovar constantemente en muchos de los aspectos empresariales, para de esta manera satisfacer las distintas y nuevas necesidades que surgen de la sociedad.
- ✚ Capacitar constantemente a los empleados de la empresa, para que puedan ofrecer una atención de primera a los clientes.
- ✚ Inculcar y plasmar los valores profesionales en cada una de las personas que laboran en la empresa.

7.4.2.4 Valores estratégicos

Los valores estratégicos de la empresa, son aquellos que la definen y la representan a la misma, por lo que adoptarlas es de manera obligatoria.

- Unión: Trabajar en equipo hacia la misma dirección, donde la comunicación sea respetuosa y clara.
- Responsabilidad: Cumplir las actividades a cargo para que la empresa pueda funcionar con éxito.
- Respeto: Cordialidad y atención amable tanto con sus compañeros de trabajo como con los clientes.
- Honestidad: Actuar con ética y transparencia dentro de la empresa, para que de esta manera exista un buen ambiente laboral.
- Compromiso: Sentirse apasionados por lo que hacen, para lograr el cumplimiento de los objetivos de la empresa.
- Humildad: Trabajar por el bien de la compañía, actuando siempre con respeto y sinceridad, sin menospreciar o discriminar a otros.

- Creatividad: Tener una mente volátil, que le permita ver más allá de lo que aprecian sus ojos, para de esta manera aportar de manera positiva al avance de la empresa.
- Equidad: Tener una igualdad en el trato, tanto con hombres como mujeres, sin discriminación alguna y con el respeto ante todo.

7.4.2.5 Políticas

Las políticas que se adoptarán en la empresa permitirán que las acciones que se realicen en la misma vayan encaminadas hacia el logro de los objetivos planteados, por lo que a continuación se presentan las siguientes:

- ❖ Ofrecer un producto de calidad y satisfaciendo así las necesidades de las familias de la ciudad de Loja.
- ❖ Ofrecer un precio adecuado y accesible, donde se tenga un acceso más fácil a nuestro producto.
- ❖ Capacitar constantemente a los empleados para mejorar los procesos de la empresa.
- ❖ Brindar los beneficios que por ley le corresponden a cada uno de los empleados.
- ❖ Generar un ambiente de trabajo adecuado entre todos los niveles de la empresa, desarrollando así confianza y empatía entre todos.
- ❖ Brindar una atención agradable a los clientes, con el debido respeto hacia los mismos.
- ❖ Realizar controles mensuales en cada una de las áreas de la empresa, con el fin de analizar las fortalezas y debilidades en la misma.

7.4.2.6 Estructura Organizacional

En la estructura organizacional de “AMEC Cía. Ltda.”, cada una de las personas que trabajan en la misma, deberán asumir sus roles cumpliéndolos eficazmente. Es así que la compañía contará con un organigrama estructural, donde se detallará los niveles jerárquicos con los que cuenta la misma.

7.4.2.6.1 Niveles Jerárquicos

Estos se encuentran definidos de acuerdo al tipo de empresa y conforme lo establece la Ley de compañías en cuanto a la administración, más lo que son propios de toda organización productiva. En “AMEC Cía. Ltda.”, hemos señalado los siguientes niveles administrativos:

- **Nivel Legislativo**

Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará, está conformado por los socios de la empresa los cuales toman el nombre de Junta General de Socios.

- **Nivel Ejecutivo**

Este nivel está conformado por el Gerente, el cual será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito o fracaso empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

- **Nivel Asesor**

Este nivel está constituido por el Asesor Jurídico, el cual orienta las decisiones que merecen un tratamiento especial como es el caso de las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa, su servicios a la empresa será tomado en cuenta como honorario profesional.

- **Nivel Auxiliar**

A este nivel lo integra la Secretaria de la empresa, que será la encargada de asistir y prestar sus servicios administrativos con eficiencia.

- **Nivel Operativo**

Este nivel lo conforman los operarios de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar fundamental de la producción y comercialización, en este nivel están, el jefe de producción, el jefe de ventas, los obreros y la contadora que se le pagará por honorario profesional.

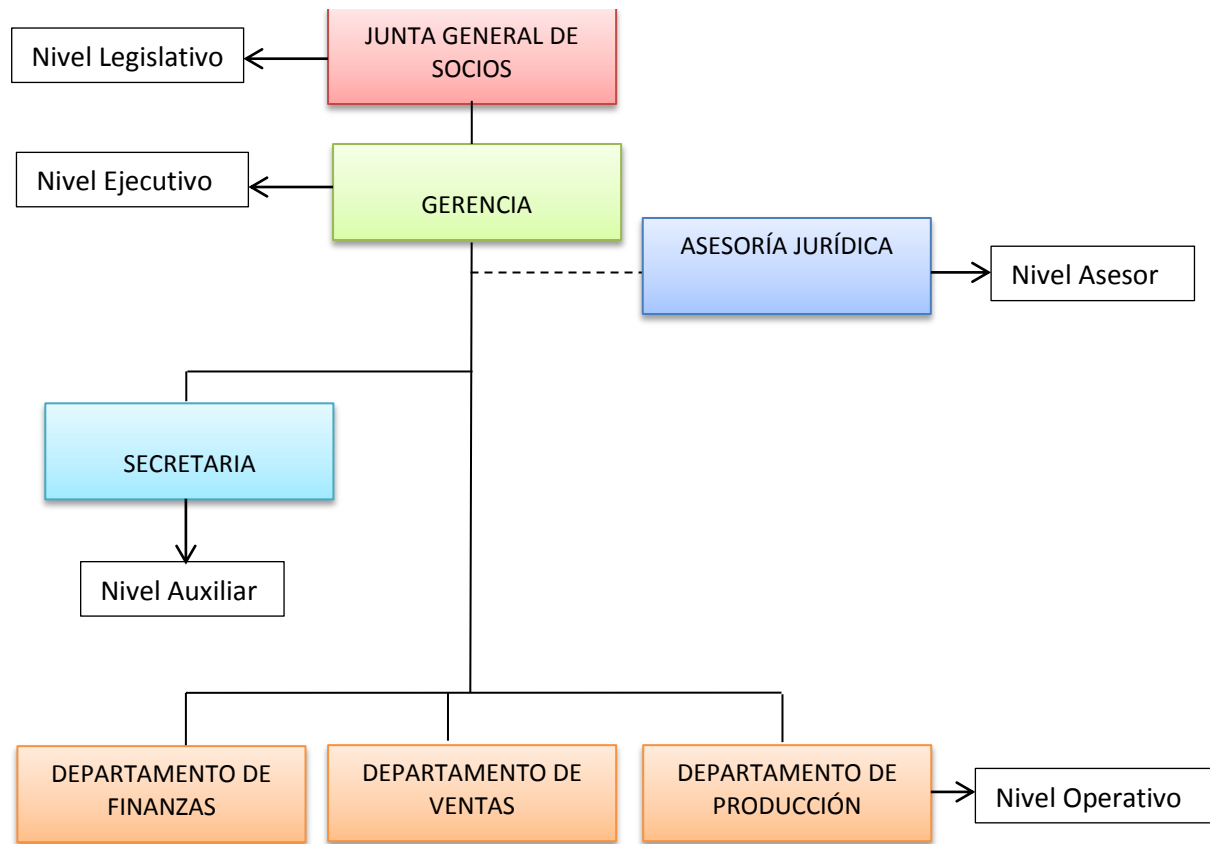
7.4.2.6.2 Organigrama Estructural

El organigrama que se ha establecido en nuestra compañía es el estructural, funcional y posicional.

A continuación, se detallan los organigramas:

El organigrama estructural de “AMEC Cía. Ltda.” Estará conformado por la junta general de accionistas, la gerencia, secretaría, departamento de producción, ventas y finanzas.

Figura 87
Organigrama Estructural de “AMEC Cía. Ltda.”



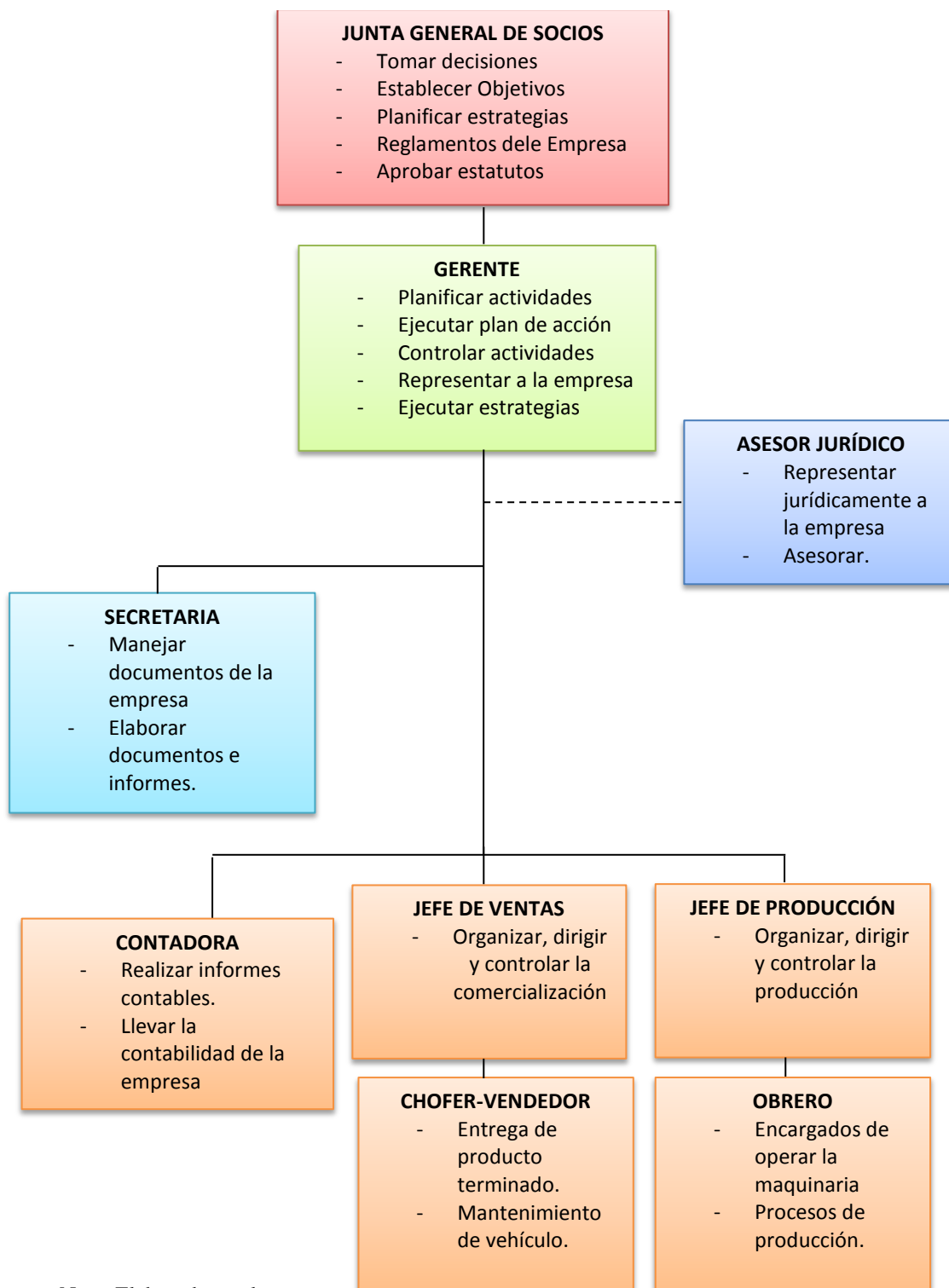
Nota. Elaborado por la autora

7.4.2.6.3 Organigrama Funcional

En la empresa también se contará con el organigrama funcional, donde se detallarán cada una de las funciones que se debe cumplir en los distintos departamentos de la empresa.

Figura 88

Organigrama Funcional de “AMEC Cía. Ltda.”



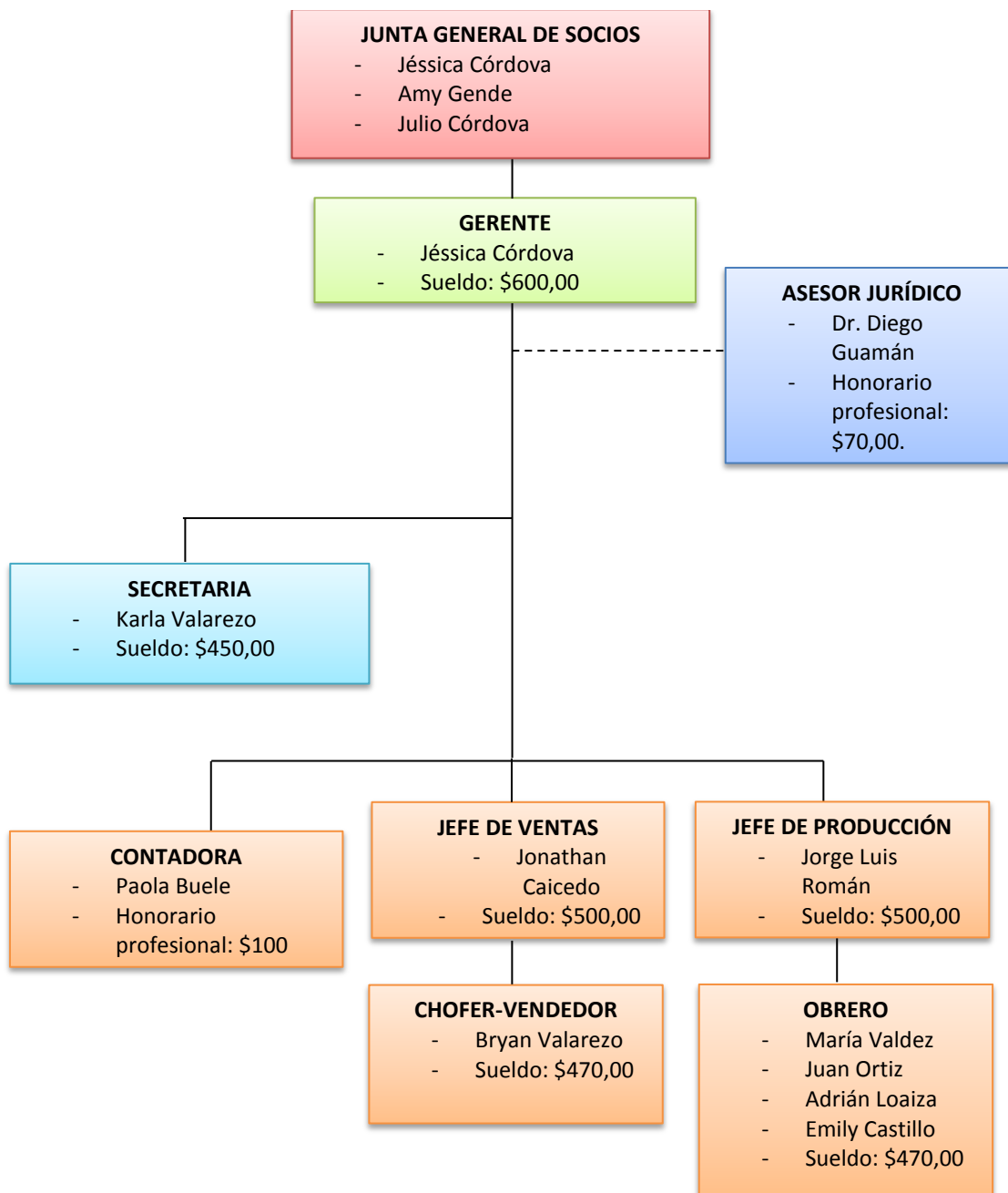
Nota. Elaborado por la autora

7.4.2.6.4 Organigrama Posicional

El organigrama posicional detalla el valor de los sueldos de los trabajadores de la empresa, así como sus nombres.

Figura 89

Organigrama Posicional de “AMEC Cía. Ltda.”



Nota. Elaborado por la autora

7.4.2.6.5 Manual de Funciones

El manual de funciones engloba aquellas habilidades, conocimientos y destrezas que tienen que reunir los trabajadores de la empresa para poder desarrollar eficientemente sus actividades. Los manuales de funciones de la empresa productora y comercializadora de dulce de leche de cabra, serán dirigidos al Gerente, Secretaria, Contadora, Asesor Jurídico, Jefe de Producción, Jefe de ventas y Obreros.

GERENTE GENERAL

Tabla 54
Manual de Funciones del Gerente de “AMEC Cía. Ltda.”

Código: 001	
Puesto: Gerente	
Nivel: Ejecutivo	
Supervisa a: Todo el personal de la empresa	
Naturaleza del Trabajo	<ul style="list-style-type: none"> - Planear, proponer, aprobar, dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la Empresa - Resolver los asuntos que requieran su intervención de acuerdo con las facultades delegadas por el Directorio.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> - Planificar las actividades que realizará en la empresa. - Organizar los recursos, actividades materiales, técnicas y humanas. - Ejecutar el plan de acción trazado. - Controlar la ejecución de las actividades para realizar los ajustes correspondientes. - Representar judicial y extrajudicialmente a la empresa. - Interpretar planes, programas y más directrices técnicas y administrativas del nivel legislativo. - Seleccionar el personal idóneo para que labore en la empresa. - Elaborar y ejecutar las estrategias de promoción y publicidad de la empresa. - Analizar las políticas de ventas - Determinar los lugares estratégicos y los intermediarios adecuados para la venta del producto.
Características de la clase	Responsabilidad administrativa económica y técnica en la ejecución de las tareas.
Requisitos Mínimos	<ul style="list-style-type: none"> - Título en Ingeniería Comercial - Experiencia mínima 1 año - Curso de Relaciones Humanas - Cursos de Mercadotecnia - Cursos de Administración - Cursos de Computación



SECRETARIA

Tabla 55

Manual de Funciones de la Secretaria de "AMEC Cía. Ltda."

Código: 002

Puesto: Secretaria

Nivel: Auxiliar

Supervisa a: No se aplica



Naturaleza del Trabajo - Manejar y tramitar documentos e información confidenciales de la empresa.

Tareas

- Mantener buenas relaciones interpersonales, tanto internas como externas.
- Manejar datos e información confidencial de la empresa
- Tramitar pedidos u órdenes del jefe.
- Enviar y recibir correspondencia de la empresa.
- Mantener la información administrativa al día.
- Realizar análisis financieros.

Características de la clase Responsabilidad técnica y económica en el manejo de los trámites administrativos y operaciones.

Requisitos - Título ser bachiller.

Mínimos

- Experiencia mínima 2 años
- Curso de Secretariado.
- Curso de Informática
- Cursos de Relaciones Humanas.

CONTADORA

Tabla 56

Manual de Funciones de la Contadora de "AMEC Cía. Ltda."

Código: 003

Puesto: Contadora

Nivel: Operativo

Supervisa a: No se aplica



Naturaleza del Trabajo - Ejecutar operaciones contables y realizar el análisis financiero.

Tareas

- Mantener buenas relaciones interpersonales, tanto internas como externas.
- Mantener la información administrativa al día.
- Llevar actualizado el sistema contable de la empresa.
- Preparar estados financieros de la empresa.
- Determinar el control previo sobre gastos.

	<ul style="list-style-type: none"> - Organizar en forma adecuada los registros contables. - Ejecutar operaciones contables. - Realizar análisis financieros.
Características de la clase	Responsabilidad técnica y económica en operaciones contables.
Requisitos Mínimos	<ul style="list-style-type: none"> - Título en Contabilidad y Auditoría - Experiencia mínima 2 años. - Curso de contabilidad - Curso de Informática - Cursos de Relaciones Humanas.

ASESOR JURÍDICO

Tabla 57

Manual de Funciones de Asesor Jurídico "AMEC Cía. Ltda."

Código: 004

Puesto: Asesor Jurídico

Nivel: Asesor

Supervisa a: No se aplica



Naturaleza del Trabajo	- Aconsejar, asesorar e informar sobre proyectos relacionados con el aspecto legal de la empresa.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> - Aconsejar a directivos de la empresa y a sus funcionarios sobre asuntos de carácter jurídico. - Aconsejar e informar sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa. - Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa. - Participar en procesos contractuales. - Participar en sesiones de Junta de Socios y Jefes. - Representar a la Empresa cuando fuera solicitado su concurso para tratar asuntos de carácter legal. - Asesorar al Gerente General en asuntos de carácter jurídico. - Emitir opinión sobre temas jurídicos a solicitud de la Gerencia General. - Elaborar los informes que se le solicite.
Características de la clase	Se caracterizan por mantener autoridad funcional más no de mando en razón de que aconseja y recomienda, pero no toma decisiones y su participación es eventual.
Requisitos Mínimos	<ul style="list-style-type: none"> - Título a nivel universitario, Abogado - Doctor en Jurisprudencia. - Experiencia mínima de un año en funciones similares.

JEFE DE PRODUCCIÓN

Tabla 58

Manual de Funciones de Jefe de Producción “AMEC Cía. Ltda.”

Código: 005

Puesto: Jefe de Producción

Nivel: Operativo

Supervisa a: Operarios



Naturaleza del Trabajo - Organizar labores de producción y mantenimiento del equipo para el personal de obreros en el Departamento a su cargo.

Tareas

- aconsejar
- Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores
- Recepción de la materia prima e insumos.
- Control de inventarios.
- Organizar actividades para ser desarrolladas en planta.
- Realizar diseños para la producción.
- Controlar la ejecución de las tareas en cada uno de los miembros subalternos.
- Realizar el control de calidad del producto elaborado.
- Mantener información correcta y oportuna de materia prima, para evitar desabastecimiento.

Características de la clase Requiere de actitud, iniciativa y concentración para organizar el trabajo en este departamento.

Requisitos Mínimos

- Título a nivel universitario, Abogado
- Título de Ingeniero en Industrias Alimenticias
- Conocimiento en el manejo de programas informáticos de diseño.
- Experiencia mínima 1 año
- Cursos de Relaciones Humanas

JEFE DE VENTAS

Tabla 59

Manual de Funciones de Jefe de Ventas “AMEC Cía. Ltda

Código: 006

Puesto: Jefe de Ventas

Nivel: Operativo

Supervisa a: Operarios



Naturaleza del Trabajo - Cumplir con las metas en cuanto a las ventas que se determinaron por la Gerencia, organizando, planificando y controlando cada una de las estrategias de ventas, fidelizando al cliente y generando oportunidades.

Tareas

- Solucionar problemas que se produzcan con respecto a los productos.
- Dar seguimiento a las operaciones de negocios.
- Medir y evaluar el desempeño de los ejecutivos de ventas.
- Elaborar planes de trabajo, estrategias de ventas para el cumplimiento de los objetivos comerciales.
- Gestionar el cobro a la cartera de clientes.
- Autorizar la entrega de los productos a los clientes.
- Garantizar las ventas y promocionar el producto.
- Gestionar el cobro de ventas.

Características de la clase Requiere de conocimientos y responsabilidad en el desarrollo de sus funciones y tiene buena relación con cada una de las personas que laboran en la empresa.

Requisitos Mínimos

- Título de ingeniero comercial o afines.
- Cursos de Informática
- Cursos de Liderazgo Empresarial.
- Cursos de Relaciones Humanas
- Experiencia Mínima de 1 año en cargos afines.

OBREROS

Tabla 60

Manual de Funciones de Obreros “América Cía. Ltda.

Código: 007

Puesto: Obrero

Nivel: Operativo

Supervisa a: No se aplica



Naturaleza del - Manipular con diligencia y cuidado el equipo para el procesamiento de

Trabajo	la materia prima. Dar mantenimiento a la misma.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> - Manipular y transportar materiales. - Utilizar herramientas y maquinaria. - Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores. - Pesar la cantidad de materia prima que se utilizará en los procesos de producción. - Vigilar el proceso productivo. - Controlar el mantenimiento y conservación del equipo. - Operar el equipo bajo su cargo. - Informar sobre problemas con equipos o condiciones poco seguras. - Evitar desperdicios de materiales.
Características de la clase	Responsabilidad económica y técnica de las labores a su cargo, se requiere habilidad y destrezas en actividades afines a las que se desarrollarán dentro de la empresa.
Requisitos Mínimos	<ul style="list-style-type: none"> - Título de bachiller - Cursos de capacitación en procesos productivos. - Cursos de Relaciones Humanas. - Experiencia mínima de un año.

CHOFER - VENDEDOR

Tabla 61

Manual de Funciones de Chofer - Vendedor "AMEC Cía. Ltda.

Código: 008

Puesto: Chofer

Nivel: Operativo

Supervisa a: No se aplica.



Naturaleza del Trabajo	- Movilización de materia prima y los productos terminados de la empresa.
Tareas	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplir con las diferentes órdenes de entrega. - Entrega de Productos - Mantenimiento del vehículo - Planificar políticas, programas y estrategias de comercialización.
Características de la clase	Responsable de comercialización con los debidos conocimientos en la materia de distribución y venta de productos.
Requisitos Mínimos	<ul style="list-style-type: none"> - Título de chofer profesional. - Cursos de Relaciones Humanas. - Experiencia mínima de un año. - Conocimientos en mecánica o mantenimiento de vehículos.

7.5 Estudio Financiero

El estudio financiero comprende todos los recursos en términos monetarios que requiere la empresa para la instalación y puesta en marcha de la misma, todos estos rubros permitirán conocer la inversión que se necesitará para la creación de la empresa productora y comercializadora de dulce de leche de cabra “AMEC Cía. Ltda.”.

7.5.1 Inversiones

Para poner en funcionamiento a la empresa “AMEC Cía. Ltda.”, productora y comercializadora de dulce de leche de cabra en la ciudad de Loja, se invertirá en activos fijos, diferidos y circulantes, mismos que servirán para la producción de la misma.

7.5.1.1 Activos Fijos

Comprende las inversiones fijas sujetas a depreciación, que son utilizadas para el proceso de producción de la empresa, mismos que se desgastan con el tiempo y por ello su debida depreciación.

7.5.1.1.1 Maquinaria y Equipo

Comprende el equipo tecnológico que se utilizará en el proceso de producción del dulce de leche de cabra.

Tabla 62
Maquinaria y Equipo

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Pasteurizador de leche	1,00	3.004,00	3.004,00
Balanza Digital	1,00	29,00	29,00
Etiquetadora	1,00	175,00	175,00
Máquina envasadora	1,00	2.200,00	2.200,00
Olla industrial	2,00	54,00	108,00
Total			5.516,00

Nota. Tomado de mercado libre

7.5.1.1.2 Vehículo

Es el medio de transporte que servirá para distribuir el producto a los intermediarios de la ciudad de Loja.

Tabla 63*Vehículo*

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Furgón Hyundai	1,00	20.900,00	20.900,00
Total			20.900,00

Nota. Tomado de <https://ecuador.patiotuerca.com/vehicle/pesados>.

7.5.1.1.3 Muebles y Enseres de Planta

Comprende aquellos mobiliarios que se necesitará para realizar el proceso de producción.

Tabla 64*Muebles y Enseres de planta*

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Mesas	4,00	35,00	140,00
Perchas	4,00	55,00	220,00
Silla Plástica	2,00	7,50	15,00
Total			375,00

Nota. Tomado de mercado libre

7.5.1.1.4 Muebles y Enseres de Administración

Comprende aquellos mobiliarios que se necesitará para realizar las actividades administrativas de la empresa.

Tabla 65*Muebles y Enseres de Administración*

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Escritorios	2,00	140,00	280,00
Estante	2,00	80,00	160,00
Silla escritorio	2,00	56,00	112,00
Sillón sala espera	2,00	110,00	220,00
Total			772,00

Nota. Tomado de mercado libre

7.5.1.1.5 Muebles y Enseres de Ventas

Comprende aquellos mobiliarios que se necesitará para realizar las actividades comerciales de la empresa.

Tabla 66
Muebles y Enseres de Ventas

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Escritorios	1,00	140,00	140,00
Estante	1,00	80,00	80,00
Silla escritorio	1,00	56,00	56,00
Sillón sala espera	1,00	110,00	110,00
Total			386,00

Nota. Tomado de mercado libre

7.5.1.1.6 Equipo de oficina

Son aquellos instrumentos que se utilizarán en el área administrativa de la empresa y que servirán para realizar las diferentes tareas de la misma.

Tabla 67
Equipo de Oficina

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Teléfono inalámbrico	2,00	48,00	96,00
Calculadora	2,00	30,00	60,00
Total			156,00

Nota. Tomado de mercado libre

7.5.1.1.7 Equipo de Cómputo

Son aquellos artefactos que necesitará la empresa para realizar toda clase de trabajos informáticos.

Tabla 68
Equipo de Cómputo

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computadora	2,00	639,00	1.278,00
Impresora	2,00	229,00	458,00
Total			1.736,00

Nota. Tomado de mercado libre

7.5.1.1.8 Reversión Equipo de Cómputo

Es necesario realizar una reversión del Equipo de Cómputo para el cuarto año de la empresa, donde se ha usado la tasa de inflación del año 2022, misma que es de 2,56%, dando un total de \$1.872,77.

Tabla 69
Reversión Equipo de Cómputo

DETALLE	PRECIO UNITARIO	% INCREMENTO	TOTAL
Equipo de Cómputo	1.736,00	0,0256	1.872,77
Total			1.872,77

Nota. Tomado de mercado libre

7.5.1.1.9 Implementos de Seguridad

Son aquellos artefactos que necesitará la empresa para realizar toda clase de trabajos informáticos.

Tabla 70
Implementos de Seguridad

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Extintor	1,00	34,00	34,00
Botiquín de primeros auxilios	1,00	35,00	35,00
Pack letreros preventivos	1,00	25,00	25,00
Total			94,00

Nota. Tomado de mercado libre

Tabla 71
Resumen de Activos Fijos

DETALLE	VALOR
Maquinaria y Equipo	5.516,00
Vehículo	20.900,00
Muebles y enseres de planta	375,00
Muebles y enseres administración	772,00
Muebles y enseres ventas	386,00
Equipo de Oficina	156,00
Equipo de Cómputo	1.736,00
Implementos de Seguridad	94,00
Total	29.935,00

Nota. Información tomada de las tablas 62, 63, 64, 65, 66, 68, 69, 70.

7.5.1.2 Activos Diferidos

Son aquellos bienes intangibles que se pagan por anticipado para la constitución y funcionamiento de la empresa.

Estudio de Mercado

Se realiza el pago del estudio de mercado a un experto en el tema, para que de esta manera realice el estudio de mercado a las familias de la ciudad de Loja, quienes son los clientes a los que va dirigido el producto.

Patente

Se realiza el pago para obtener autorización de desarrollar la actividad productiva de la empresa.

Organización

Son los pagos por los documentos, permisos y diligencias que se paga para que la empresa se pueda constituir.

Abogado

Se realizará el pago a un abogado para que sea el encargado de supervisar y brindar ayuda e información de manera legal a la empresa.

Tabla 72
Activos Diferidos

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Estudio de Mercado	1	300,00	300,00
Patente	1	200,00	200,00
Organización	1	300,00	300,00
Abogado	1	500,00	500,00
TOTAL		1300,00	1300,00

Nota. Tomado de Municipio de la Ciudad de Loja.

7.5.1.3 Activo Circulante

El activo circulante comprende todos los recursos que la empresa necesitará para poder desarrollar sus actividades a corto plazo.

7.5.1.3.1 Costos de Producción

7.5.1.3.1.1 Materia Prima Directa

En este apartado se describe la cantidad de materia prima directa que está conformada por los ingredientes necesarios para el proceso productivo.

Tabla 73
Materia Prima Directa

DETALLE	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Leche cruda	Litros	2387	1,05	2.506,35	30.064,65
Azúcar	Quintales	12	47,05	564,60	6.775,20
Bicarbonato	Libra	2	9,5	19,00	209,00
TOTAL				3.089,95	37.048,85

Nota. Información tomada de proveedores de materia prima directa

Proyección Materia Prima Directa

Para proyectar el incremento, se toma en consideración el 2,56% que servirá para cada uno de los rubros, excepto los salarios del personal de la empresa.

Tabla 74
Proyección Materia Prima Directa

Años	Valor
1	37.048,85
2	37.997,30
3	38.970,03
4	39.967,66
5	40.990,84

Nota. Información tomada de la tabla 73

7.5.1.3.1.2 Mano de Obra Directa

La mano de obra de la empresa está conformada por 4 obreros quienes son los encargados de convertir la materia prima en productos terminados, cada uno de ellos recibirá un salario de \$662,51.

Tabla 75
Mano de Obra Directa

DETALLE	OBREROS
Sueldo básico unificado	470,00
Décimo Tercer sueldo	39,17
Décimo Cuarto sueldo	37,50
Vacaciones	19,58
Aporte al IEES 11,15%	52,41
Aporte al IECE y SECAP	4,70
Fondos de reserva	39,15
Total al mes	662,51
Número de obreros	4,00
Total al mes	2.650,02
Total al año	31.800,29

Nota. Información obtenida de Código del Trabajo

Siendo así, se pagará un total de 2.650,02 en sueldos de mano de obra directa al mes, y el total de 31.800,29 al año.

Proyección Mano de Obra Directa

Tabla 76
Proyección Mano de Obra Directa

Años	Valor
1	31.800,29
2	32.136,00
3	32.475,26
4	32.818,10
5	33.164,57

Nota. Información tomada de la tabla 75

7.5.1.3.1.3 Resumen de Costos de Producción

Tabla 77
Resumen Costos de Producción

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materia Prima Directa	3.089,95	37.048,85
Mano de Obra Directa	2.650,02	31.800,29
TOTAL	5.739,97	68.849,14

Nota. Información tomada de la tabla 73 y tabla 75

7.5.1.3.2 Costos Indirectos de Fabricación

7.5.1.3.2.1 Materia Prima Indirecta

La materia prima indirecta es aquella que es necesaria para el proceso productivo, pero que no constituye una parte básica del producto final.

La materia prima indirecta que se necesitará para el dulce de leche de cabra, son los envases de 120gr y los rollos de papel adhesivo donde irá impresa la etiqueta del producto.

Tabla 78
Materia Prima indirecta

DETALLE	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Envases 120gr (Docenas)	Docenas	644	3,60	2.318,40	27.802,80
Papel Adhesivo etiquetas	Rollos (2550 unidades)	4	3,00	12,00	111,00
TOTAL				2.330,40	27.913,80

Nota. Información tomada de proveedores de materia prima indirecta

Tabla 79
Proyección Materia Prima indirecta

Años	Valor
1	27.913,80
2	28.628,39
3	29.361,28
4	30.112,93
5	30.883,82

Nota. Información tomada de la tabla 78

7.5.1.3.2.2 Mano de Obra Indirecta

Es aquel personal que no interviene directamente en la producción del dulce de leche de cabra, como lo es el jefe de producción.

Tabla 80
Mano de Obra Indirecta

DETALLE	JEFE PRODUCCION
Sueldo básico unificado	500,00
Décimo Tercer sueldo	41,67
Décimo Cuarto sueldo	37,50
Vacaciones	20,83
Aporte al IEES 11,15%	55,75
Aporte al IECE Y SECAP	5,00
Fondos de reserva	41,67
TOTAL MENSUAL	702,42
TOTAL ANUAL	8.429,00

Nota. Información tomada del Código de Trabajo.

El costo mensual de la mano de obra indirecta es de \$702,42 y el costo anual es de \$8.429,00.

Tabla 81
Proyección Mano de Obra Indirecta

Años	Valor
1	8.429,00
2	8.517,98
3	8.607,91
4	8.698,78
5	8.790,62

Nota. Información tomada de la tabla 80

7.5.1.3.2.3 Agua Potable

Se hará uso de agua potable, para los baños, para el uso en el área de producción, limpieza de las áreas. El costo mensual en agua potable es de \$28,00, mientras que el anual es de 336,00.

Tabla 82
Agua Potable de Producción

DETALLE	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Agua potable	m3	70,00	0,40	28,00	336

Nota. Información tomada de la Unidad Municipal de Agua Potable y Alcantarillado.

Tabla 83
Proyección Agua Potable

Años	Valor
1	336,00
2	344,60
3	353,42
4	362,47
5	371,75

Nota. Información tomada de la tabla 82

Vale decir que se prorrateará el agua potable en un 95% para los gastos de producción, mientras que el 5% para los gastos de administración.

Tabla 84
Prorrateo Agua Potable de Producción

Años	Consumo Anual	GASTO PRODUCCIÓN 95%	
		Anual	Mensual
1	336,00	319,20	26,60
2	344,60	327,37	27,28
3	353,42	335,75	27,98
4	362,47	344,35	28,70
5	371,75	353,16	29,43

Nota. Información tomada de 83

7.5.1.3.2.4 Energía Eléctrica

Se hará uso de energía eléctrica, para el manejo de las diferentes máquinas que se usará en el proceso de producción, el costo del kilovatio de energía eléctrica es de 0,18 centavos. Siendo así, el total mensual de energía eléctrica que usará la empresa es de \$27,00; lo que anualmente sería de \$324,00.

Tabla 85
Energía Eléctrica

DETALLE	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Energía Eléctrica	Kw/h	150,00	0,18	27,00	324,00

Nota. Información tomada de la empresa EERSSA

Tabla 86
Proyección Energía Eléctrica

Años	Valor
1	324,00
2	332,29
3	340,80
4	349,53
5	358,47

Nota. Información tomada de la tabla 85

Vale decir que se prorrateará la luz eléctrica en un 80% para los gastos de producción, mientras que el 15% para los gastos de administración y el 5% restante para los gastos de ventas.

Tabla 87
Prorrateo Energía Eléctrica de Producción

Años	Consumo Anual	GASTO PRODUCCIÓN 80%	
		Anual	Mensual
1	324,00	259,20	21,60
2	332,29	265,84	22,15
3	340,80	272,64	22,72
4	349,53	279,62	23,30
5	358,47	286,78	23,90

Nota. Información tomada de la tabla 86

7.5.1.3.2.5 Indumentaria de Trabajo

Es la vestimenta que la mano de obra directa tiene que usar para llevar un correcto proceso de producción.

Tabla 88
Indumentaria de Trabajo

DETALLE	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO ANUAL
Delantal	4,00	12	48	2	96
Guantes 1 pack (500u)	1,00	5	5	2	10
Mascarillas pack (100 u)	2,00	1,4	2,8	2	5,6
Gorros pack (12u)	1,00	1,80	1,8	2	3,6
TOTAL			57,60		115,2

Nota. Información tomada de Mercado Libre

El costo anual de la indumentaria de trabajo para los operarios es de \$115,20 y el costo mensual es de \$57,60.

Tabla 89
Proyección Indumentaria de Trabajo

Años	Valor
1	115,20
2	118,15
3	121,17
4	124,28
5	127,46

Nota. Información tomada de la tabla 88

7.5.1.3.2.6 Arriendo Producción

Es el valor que se paga por el arriendo del local donde se llevará a cabo cada una de las actividades de la empresa.

Tabla 90
Arriendo Producción

DETALLE	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO ANUAL
Arriendo	1	250,00	250,00	12	3000,00
TOTAL			250,00		3000,00

Nota. Información tomada de costos de arriendos de la ciudad de Loja.

El costo anual del arriendo equivale a un total de \$3.000; mientras que el valor mensual del mismo es de \$250,00.

Tabla 91
Proyección Arriendo

Años	Valor
1	3.000,00
2	3.076,80
3	3.155,57
4	3.236,35
5	3.319,20

Nota. Información tomada de la tabla 89

Vale decir que se prorrateará el arriendo en un 70% para los gastos de producción, mientras que el 20% para los gastos de administración y el 10% restante para los gastos de ventas.

Tabla 92
Prorrateo Arriendo de Producción

Años	Consumo Anual	GASTO PRODUCCIÓN 70%	
		Anual	Mensual
1	3.000,00	2100,00	175,00
2	3.076,80	2153,76	179,48
3	3.155,57	2208,90	184,07
4	3.236,35	2265,44	188,79
5	3.319,20	2323,44	193,62

Nota. Información tomada de la tabla 91

7.5.1.3.2.7 Suministros de Seguridad

Los suministros de seguridad se refiere a la medicina que irá en el botiquín de primeros auxilios, así como a la recarga del extintor.

Tabla 93
Suministros de Seguridad

DETALLE	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Recarga Extintor	1	2,00	2,00	2,00
Medicina	1	40,00	40,00	40,00
TOTAL			42,00	42,00

Nota. Información tomada de Mercado Libre

Tabla 94
Proyección Suministros de Seguridad

Años	Valor
1	42,00
2	43,08
3	44,18
4	45,31
5	46,47

Nota. Información tomada de la tabla 93

7.5.1.3.2.8 Utensilios de cocina

Comprende aquellos materiales que se necesitará para realizar el proceso de producción.

Tabla 95
Utensilios de cocina

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO ANUAL	COSTO MENSUAL
Balde de plástico	2,00	28,00	56,00	56,00
Cucharón metálico	2,00	5,00	10,00	10,00
Jarra medidora	2,00	6,00	12,00	12,00
Cuchillo	2,00	22,00	44,00	44,00
Cuchara	10,00	0,90	9,00	9,00
Total			131,00	131,00

Nota. Información tomada de Mercado Libre

Tabla 96
Proyección Utensilios de Cocina

Años	Valor
1	131,00
2	134,35
3	137,79
4	141,32
5	144,94

Nota. Información tomada de la tabla 95

7.5.1.3.2.9 Útiles de Aseo Producción

Son aquellos implementos que se usará para la limpieza del área de producción, con el fin de mantenerla limpia y que de la misma manera motive al personal.

Tabla 97
Útiles de Aseo Producción

DETALLE	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO ANUAL
Escoba y Recogedor	1,00	8,50	8,50	3,00	25,50
Trapeador	1,00	11,00	11,00	2,00	22,00
Dispensador	1,00	15,00	15,00	2,00	30,00
Papel Higiénico					
Papel Higiénico 180m	2,00	2,00	4,00	4,00	16,00
Desinfectante	1,00	10,00	10,00	3,00	30,00
Franela	4,00	2,00	6,00	8,00	48,00
TOTAL			54,50		171,50

Nota. Información tomada de Mercado Libre

Tabla 98
Proyección Útiles de Aseo Producción

Años	Valor
1	171,50
2	175,89
3	180,39
4	185,01
5	189,75

Nota. Información tomada de la tabla 97

7.5.1.3.2.10 Resumen Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 99

Resumen Costos Indirectos de Fabricación

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materia Prima Indirecta	2.330,40	27.913,80
Mano de Obra Indirecta	702,42	8.429,00
Agua Potable Producción	26,60	319,20
Energía Eléctrica Producción	21,60	259,20
Indumentaria de Trabajo	57,60	115,20
Arriendo Producción	175,00	2100,00
Suministros de Seguridad	42,00	42,00
Utensilios de Cocina	131,00	131,00
Útiles de Aseo Producción	54,50	171,50
TOTAL	3.541,12	39.480,90

Nota. Información tomada de la tabla 78, 80, 84, 87, 88, 88, 92, 93, 95, 97.

7.5.1.3.3 Gastos de Administración

7.5.1.3.3.1 Sueldos de Administración

Se trata de aquellos gastos en sueldos y salarios del personal que no interviene directamente en el proceso de producción, pero que intervienen en el área administrativa de la empresa.

Tabla 100
Sueldos de Administración

DETALLE	GERENTE	SECRETARIA	CONTADOR
Sueldo básico unificado	600,00	450,00	100,00
Décimo Tercer sueldo	50,00	37,50	0,00
Décimo Cuarto sueldo	37,50	37,50	0,00
Vacaciones	25,00	18,75	0,00
Aporte al IEES 11,15%	66,90	50,18	0,00
Aporte al IECE Y SECAP	6,00	4,50	0,00
Fondos de reserva	50,00	37,50	0,00
Total al mes	835,40	635,93	0,00
Número de obreros	1,00	1,00	0,00
Total al mes	835,40	635,93	100,00
Total al año	10.024,80	7.631,10	1.200,00
TOTAL MENSUAL			1.571,33
TOTAL ANUAL			18.855,90

Nota. Información tomada del Código de Trabajo

Tabla 101
Proyección Sueldos de Administración

Años	Valor
1	18.855,90
2	19.054,96
3	19.256,12
4	19.459,41
5	19.664,84

Nota. Información tomada de la tabla 100

7.5.1.3.3.2 Agua Potable

El total de consumo del agua se prorrateará en un 5% para los gastos de administración, en base a la tabla siguiente, se puede observar que se gastará un total de \$1,40 mensualmente y \$16,80 anualmente.

Tabla 102*Prorrateo Agua Potable Administración*

Años	Consumo Anual	GASTO ADMINISTRACIÓN 5%	
		Anual	Mensual
1	336,00	16,80	1,40
2	344,60	17,23	1,44
3	353,42	17,67	1,47
4	362,47	18,12	1,51
5	371,75	18,59	1,55

Nota. Información tomada de la Unidad Municipal de Agua Potable y Alcantarillado.

7.5.1.3.3.3 Energía Eléctrica

El total de consumo de energía eléctrica se prorrateará en un 15% para los gastos de administración, en base a la tabla siguiente, se puede observar que se gastará un total de \$4,05 mensualmente y \$48,60 anualmente.

Tabla 103*Prorrateo Energía Eléctrica Administración*

Años	Consumo Anual	GASTO ADMINISTRACIÓN 15%	
		Anual	Mensual
1	324,00	48,60	4,05
2	332,29	49,84	4,15
3	340,80	51,12	4,26
4	349,53	52,43	4,37
5	358,47	53,77	4,48

Nota. Información tomada de la tabla 86

7.5.1.3.3.4 Teléfono

En este apartado. El consumo mensual de teléfono será de \$20,00; mientras que el consumo anual será de 240,00.

Tabla 104*Consumo Teléfono*

DETALLE	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Teléfono	Minutos	400,00	0,05	20,00	240,00

Nota. Información tomada de tv cable.

Tabla 105
Proyección Consumo Teléfono

Años	Valor
1	240,00
2	246,14
3	252,45
4	258,91
5	265,54

Nota. Información tomada de la tabla 104

7.5.1.3.3.5 Internet

Este rubro se lo utiliza en el área administrativa, para mantener contacto con los proveedores o clientes.

Tabla 106
Internet

DETALLE	UNIDAD MEDIDA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Internet	400kbps	1	20,00	20,00	240,00

Nota. Información tomada de tvcable

Tabla 107
Proyección Internet

Años	Valor
1	240,00
2	246,14
3	252,45
4	258,91
5	265,54

Nota. Información tomada de la tabla 106

7.5.1.3.3.6 Arriendo Administración

Se prorrataará el arriendo en un 20% para los gastos de administración. Siendo así, mensualmente sale un costo de \$50,00 y anualmente \$600,00 el arriendo de administración.

Tabla 108*Prorrateo Arriendo de Administración*

Años	Consumo Anual	GASTO ADMINISTRACIÓN 20%	
		Anual	Mensual
1	3.000,00	600,00	50,00
2	3.076,80	615,36	51,28
3	3.155,57	631,11	52,59
4	3.236,35	647,27	53,94
5	3.319,20	663,84	55,32

Nota. Información tomada de entrevista a arrendatarios de la ciudad de Loja y de la tabla 90

7.5.1.3.3.7 Útiles de Oficina

Son aquellos instrumentos que permiten realizar cada una de las tareas del área administrativa. El total mensual que se gasta en útiles de oficina es de \$99,90; mientras que el total anual es de \$110,60

Tabla 109*Útiles de Oficina*

DETALLE	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO ANUAL
Perforadora	2,00	9,00	18	1,00	18
Engrapadora	2,00	2,60	5,2	1,00	5,2
Grapas	1,00	2,10	2,1	2,00	4,2
Carpetas Archivadoras	3,00	22,00	66	1,00	66
Clips Caja 500	1,00	4,00	4	2,00	8
Esfero	3,00	1,00	3	2,00	6
Corrector	2,00	0,80	1,6	2,00	3,2
TOTAL			99,90		110,6

Nota. Información tomada de Mercado Libre

Tabla 110
Proyección Útiles de Oficina

Años	Valor
1	110,60
2	113,43
3	116,34
4	119,31
5	122,37

Nota. Información tomada de la tabla 109

7.5.1.3.3.8 Útiles de Aseo Administración

Son aquellos implementos que se usará para la limpieza del área de administración, con el fin de mantenerla limpia y que de la misma manera motive al personal.

Tabla 111
Útiles de Aseo Administración

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO ANUAL
Escoba y Recogedor	1,00	8,50	8,50	2,00	17,00
Trapeador	1,00	11,00	11,00	2,00	22,00
Dispensador Papel Higiénico	2,00	15,00	30,00	1,00	30,00
Papel Higiénico 180m	2,00	2,00	4,00	2,00	8,00
Desinfectante	1,00	10,00	10,00	1,00	10,00
Franela	2,00	2,00	6,00	3,00	18,00
TOTAL			69,50		105,00

Nota. Información tomada de Mercado Libre

Tabla 112
Proyección Útiles de Aseo Administración

Años	Valor
1	105,00
2	107,69
3	110,44
4	113,27
5	116,17

Nota. Información tomada de la tabla 111

7.5.1.3.3.9 Resumen Gastos de Administración

El total de gastos de administración de la empresa es de \$1.836,18 mensualmente, mientras que anualmente existe una inversión en gastos de administración de \$20.216,90

Tabla 113

Resumen Gastos de Administración

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldos de Administración	1.571,33	18.855,90
Agua Potable Administración	1,40	16,80
Energía Eléctrica Administración	4,05	48,60
Teléfono	20,00	240,00
Internet	20,00	240,00
Arriendo Administración	50,00	600,00
Útiles de Oficina Administración	99,90	110,60
Útiles de Aseo Administración	69,50	105,00
TOTAL	1.836,18	20.216,90

Nota. Información tomada de la tabla 100, 102, 103, 104, 106, 108, 109, 111

7.5.1.3.4 Gastos de Ventas

7.5.1.3.4.1 Sueldos Personal de Ventas

Este sueldo va dirigido para aquellos que laboran en el área de ventas de la empresa. Se gastará mensualmente un total de \$1.364,94 y anualmente un total de \$16.379,26.

Tabla 114*Sueldo Personal de Ventas*

DETALLE	JEFE DE VENTAS	CHOFER/VENDEDOR
Sueldo básico unificado	500,00	470,00
Décimo Tercer sueldo	41,67	39,17
Décimo Cuarto sueldo	37,50	37,50
Vacaciones	20,83	19,58
Aporte al IEES 11,15%	55,75	52,41
Aporte al IECE Y SECAP	5,00	4,70
Fondos de reserva	41,67	39,17
Total al mes	702,42	662,52
Total al año	8.429,00	7.950,26
TOTAL MES		1.364,94
TOTAL AÑO		16.379,26

Nota. Información tomada del Código de Trabajo

Tabla 115*Proyección Sueldo Personal de Ventas*

Años	Valor
1	16.379,26
2	16.552,18
3	16.726,92
4	16.903,50
5	17.081,95

Nota. Información tomada de la tabla 114

7.5.1.3.4.2 Combustible

Es el gasto en combustible para el funcionamiento normal del vehículo, así como sus respectivos cambios de aceite.

Tabla 116
Combustible

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Diesel	50,00	1,75	87,50
Cambio de aceite	3,00	22,00	66,00
TOTAL MES			153,50
TOTAL ANUAL			1.842,00

Nota. Información tomada de Gobierno Nacional del Ecuador.

Tabla 117
Proyección Combustible

Años	Valor
1	1.842,00
2	1.889,16
3	1.937,52
4	1.987,12
5	2.037,99

Nota. Información tomada de la tabla 116

7.5.1.3.4.3 Matrícula Vehículo

Se realizará el debido pago de la matrícula para que el vehículo de la empresa pueda movilizarse con total libertad. Anualmente se pagará un total de \$160,00 y mensualmente un total de \$160.

Tabla 118
Matrícula Vehículo

DETALLE	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Matrícula Vehículo	1	160,00	160,00	160,00
TOTAL			160,00	160,00

Nota. Información tomada de la ANT (Agencia Nacional de Tránsito)

Tabla 119
Proyección Matrícula Vehículo

Años	Valor
1	160,00
2	164,10
3	168,30
4	172,61
5	177,02

Nota. Información tomada de la tabla 118

7.5.1.3.4.4 Mantenimiento Vehículo

Se necesita que el vehículo esté en buenas condiciones, por lo que se le debe realizar su debido mantenimiento.

Tabla 120
Mantenimiento Vehículo

DETALLE	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO ANUAL
Mantenimiento Vehículo	2	50,00	100,00	2	200,00
Llantas	2	150,00	300,00	2	600,00
TOTAL			400,00		800,00

Nota. Información tomada de Mecánica y Distribuidora Ojeda

Tabla 121
Proyección Mantenimiento Vehículo

Años	Valor
1	800,00
2	820,48
3	841,48
4	863,03
5	885,12

Nota. Información tomada de la tabla 120

7.5.1.3.4.5 Energía Eléctrica Ventas

El total de consumo de energía eléctrica se prorrateará en un 5% para los gastos de ventas, en base a la tabla siguiente, se puede observar que se gastará un total de \$1,35 mensualmente y \$16,20 anualmente.

Tabla 122

Prorrateo Energía Eléctrica Ventas

Años	Consumo Anual	GASTO VENTAS 10%	
		Anual	Mensual
1	324,00	16,20	1,35
2	332,29	16,61	1,38
3	340,80	17,04	1,42
4	349,53	17,48	1,46
5	358,47	17,92	1,49

Nota. Información tomada de EERSSA y tabla 85

7.5.1.3.4.6 Arriendo Ventas

Se prorrateará el arriendo en un 10% para los gastos de ventas. Siendo así, mensualmente sale un costo de \$25,00 y anualmente \$300,00 el arriendo de ventas.

Tabla 123

Prorrateo Arriendo de Ventas

Años	Consumo Anual	GASTO VENTAS 10%	
		Anual	Mensual
1	3.000,00	300,00	25,00
2	3.076,80	307,68	25,64
3	3.155,57	315,56	26,30
4	3.236,35	323,63	26,97
5	3.319,20	331,92	27,66

Nota. Información tomada de la tabla 90

7.5.1.3.4.7 Promoción

Son aquellos gastos que se realiza para fidelizar al cliente. Es así como mensualmente se gasta un total de \$265,00 y anualmente \$390,00.

Tabla 124
Promoción

DETALLE	UNIDAD MEDIDA	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Puesto de muestras	Unidad	240,00	240,00	240,00
Muestras	Dólares	25,00	25,00	150,00
TOTAL MENSUAL				265,00
TOTAL AL AÑO				390,00

Nota. Información tomada de Naranja Solutions

Tabla 125
Proyección Promoción

Años	Valor
1	390,00
2	399,98
3	410,22
4	420,73
5	431,50

Nota. Información tomada de la tabla 124

7.5.1.3.4.8 Publicidad

Son los gastos que se realiza para dar a conocer mucho más a la empresa por distintos medios, es así como mensualmente se gasta un total de \$72,00 y anualmente \$864,00.

Tabla 126
Publicidad

DETALLE	CANTIDAD (ANUNCIOS)	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Facebook	4	3,00	12,00
Televisión "Ecotel"	2	30,00	60,00
TOTAL MENSUAL			72,00
TOTAL AL AÑO			864,00

Nota. Información tomada de Facebook y Ecotel Canal.

Tabla 127
Proyección Publicidad

Años	Valor
1	864,00
2	886,12
3	908,80
4	932,07
5	955,93

Nota. Información tomada de la tabla 126

7.5.1.3.4.9 Útiles de Oficina Ventas

Son aquellos artículos que permiten realizar las actividades de ventas en la empresa.

Tabla 128
Útiles de Oficina Ventas

DETALLE	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO ANUAL
Cuaderno	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00
Esfero	2,00	0,30	0,60	6,00	3,60
Resma Hojas A4	1,00	3,25	3,25	4,00	13,00
Carpetas	1,00	1,70	1,70	6,00	10,20
Corrector	1,00	1,20	1,20	2,00	2,40
TOTAL			7,75		31,20

Nota. Información tomada de Mercado Libre

Tabla 129
Proyección Útiles de Oficina

Años	Valor
1	31,20
2	32,00
3	32,82
4	33,66
5	34,52

Nota. Información tomada de la tabla 128

7.5.1.3.4.10 Útiles de Aseo Ventas

Son aquellos implementos que son utilizados para realizar la limpieza del área de ventas de la empresa.

Tabla 130
Útiles de Aseo Ventas

DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	CANTIDAD ANUAL	COSTO ANUAL
Escoba y Recogedor	1,00	8,50	8,50	1,00	8,50
Trapeador	1,00	11,00	11,00	1,00	11,00
Dispensador Papel Higiénico	1,00	15,00	15,00	1,00	15,00
Papel Higiénico 180m	1,00	2,00	2,00	2,00	4,00
Desinfectante	1,00	10,00	10,00	1,00	10,00
Franela	1,00	2,00	2,00	2,00	4,00
TOTAL			48,50		52,50

Nota. Información tomada de Mercado Libre

Tabla 131
Proyección Útiles de Aseo

Años	Valor
1	52,50
2	53,84
3	55,22
4	56,64
5	58,09

Nota. Información tomada de la tabla 130

7.5.1.3.4.11 Presupuesto Facturación

Es aquel gasto por concepto de facturación electrónica, en este punto se ha adquirido un paquete que dura un año.

Tabla 132
Presupuesto Facturación

DETALLE	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
Facturación	1	80,00	80,00	80,00
TOTAL			80,00	80,00

Nota. Información tomada de empresa AlfaPerseo

Tabla 133
Proyección Facturación

Años	Valor
1	80,00
2	82,05
3	84,15
4	86,30
5	88,51

Nota. Información tomada de la tabla 132

7.5.1.3.4.12 Resumen Gastos de Ventas

En el resumen de ventas se puede observar que el gasto mensual de los mismos es de \$2.578,04y el gasto anual es de \$20.915,16.

Tabla 134
Resumen Gastos de Ventas

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldos Personal Ventas	1.364,94	16.379,26
Combustible	153,50	1842,00
Matrícula Vehículo	160,00	160,00
Mantenimiento Vehículo	400,00	800,00
Energía Eléctrica	1,35	16,20
Arriendo Ventas	25,00	300,00
Promoción	265,00	390,00
Publicidad	72,00	864,00
Útiles de Oficina Ventas	7,75	31,2
Útiles de Aseo Ventas	48,50	52,50
Facturación	80,00	80,00
TOTAL	2.578,04	20.915,16

Nota. Información tomada de la tabla 114, 116, 118, 120, 122, 123, 124, 126, 128, 130, 132.

Presupuesto del Capital de Trabajo

El valor total del capital de trabajo que tendrá la empresa es de \$ 13 695,30 dólares.

Tabla 135

Resumen Presupuesto de Capital de Trabajo

Detalle	Valor del Activo
COSTOS DE PRODUCCIÓN	
COSTO PRIMO	
Materia Prima Directa	3089,95
Mano de Obra Directa	2650,02
Total Costo Primo	5739,97
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	
Materia Prima Indirecta	2330,40
Mano de Obra Indirecta	702,42
Agua Potable Producción	26,60
Energía Eléctrica Producción	21,60
Indumentaria de Trabajo	57,60
Arriendo Producción	175,00
Suministros de Seguridad	42,00
Utensilios de Cocina	131,00
Útiles de Aseo Producción	54,50
Total Costos Indirectos de Fabricación	3541,12
Total Costos de Producción	9281,09
COSTOS DE OPERACIÓN	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	
Sueldos de Administración	1571,33
Agua Potable Administración	1,40
Energía Eléctrica Administración	4,05
Teléfono	20,00
Internet	20,00
Arriendo Administración	50,00
Útiles de Oficina Administración	99,90
Útiles de Aseo Administración	69,50
Total Gastos Administración	1836,18
GASTOS DE VENTAS	
Sueldos Personal Ventas	1364,94
Combustible	153,50
Matrícula Vehículo	160,00
Mantenimiento Vehículo	400,00
Energía Eléctrica	1,35
Arriendo Ventas	25,00
Promoción	265,00

Publicidad	72,00
Útiles de Oficina Ventas	7,75
Útiles de Aseo Ventas	48,50
Facturación	80,00
Total Gastos de Ventas	2578,04
Total Gastos de Operación	4414,21
TOTAL ACTIVOS CIRCULANTES	13695,30

Nota. Información tomada de la tabla 77, 99, 113, 134.

7.5.1.4 Resumen de inversión del proyecto

Tabla 136

Resumen de inversión del proyecto

DETALLE	VALOR
Activo Fijo	29.935,00
Activo Circulante	13.695,30
Activo Diferido	1.300,00
Total	44.930,30

Nota. Información tomada de la tabla 71, 72, 135.

7.5.1.5 Financiamiento

La manera en que se financiará el proyecto es con capital propio del 55,49% que equivale a \$24.930,30; mientras que el 44,51% será con capital externo, lo que corresponde a \$20.000,00. El capital externo será financiado por BANECUADOR, con una tasa del 12,96% de interés.

Tabla 137

Financiamiento

DETALLE	VALOR	PORCENTAJE
Capital propio	24.930,30	55,49%
Capital Externo	20.000,00	44,51%
TOTAL	44.930,30	100%

Nota. Información tomada de la tabla 136.

7.5.2 *Análisis de Costos*

Para lograr determinar el presupuesto de costos, se analizó exhaustivamente el estudio técnico, mismo que ayudó a saber que se necesita en el proceso de producción y administración que se desarrollará en la empresa.

7.5.2.1 Costos totales de producción

Son aquellos costos que se realiza en la producción y comercialización del dulce de leche de cabra, en el que se encuentran los costos de producción y de operación.

7.5.2.2 Depreciación de Activos Fijos

Todos los activos tienen su tiempo de vida útil, misma que sufre su desgaste con el pasar del tiempo, esto es considerado un costo, teniendo en cuenta que cuando termine la vida útil de los mismos habrá que adquirir uno nuevo.

Siendo así, la maquinaria y equipo tiene una vida útil de 10 años lo que quiere decir que tiene un porcentaje de depreciación del 10%; el vehículo que la empresa adquiere tiene una vida útil de 5 años equivalente al 20% de depreciación. Por otro lado, los muebles y enseres de planta, de administración y de ventas tienen un estimado de 10 años de vida útil, lo que equivale a 10% de depreciación. El equipo de oficina tiene 10 años de vida útil, siendo igual al 10% de depreciación, los implementos de seguridad tienen 10 años de vida útil, siendo igual a 10% de depreciación, y finalmente, el equipo de cómputo tiene una vida útil de 3 años equivalente al 33,33% de depreciación por lo que habrá que realizar una reinversión del mismo.

Tabla 138*Depreciación Activos Fijos*

DETALLE	AÑOS UTILES	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Maquinaria y Equipo	10	5.516,00	3.033,80	10%	496,44
Vehículo	5	20.900,00	4.180,00	20%	3.344,00
Muebles y enseres de planta	10	375,00	206,25	10%	33,75
Muebles y enseres administración	10	772,00	424,60	10%	69,48
Muebles y enseres ventas	10	386,00	212,30	10%	34,74
Equipo de Oficina	10	156,00	85,80	10%	14,04
Equipo de Cómputo	3	1.736,00	578,61	33,33%	385,80
Reinversión Equipo Cómputo	3		1.040,38	33,33%	416,19
Implementos de Seguridad	10	94,00	51,70	10%	8,46
Total		29.935,00	9.813,44		4.802,90

Nota: Información tomada de la tabla 71.

7.5.2.3 Amortización de Activos Diferidos

Los activos diferidos se dividen para 5 años que es la vida útil del proyecto, obteniendo de esta manera \$260,00 de amortización anual.

Tabla 139*Amortización de Activos Diferidos*

Detalle	Valor	Amortización
Estudio de mercado	300,00	60,00
Patente	200,00	40,00
Organización	300,00	60,00
Abogado	500,00	100,00
Total	1300,00	260,00

Nota. Información recuperada de la tabla 72.

7.5.2.4 Amortización del préstamo

Para calcular la amortización del crédito, se hará uso de las siguientes fórmulas:

- Amortización= Capital / Plazo de préstamo
- Interés= Capital + Tasa Interés
- Dividendos= Interés + Amortización

Datos:

Capital= 20.000,00

Cuotas= 20

Tasa Anual= 12,96%

Int. Trimestral= 0,0324

Plazo= 5 años

Trimestral= 4

Tabla 140

Amortización del préstamo

Trimestre	Capital Amortizado	Interés	Dividendo	Saldo Capital
0				20.000,00
1	1.000,00	648,00	1.648,00	19.000,00
2	1.000,00	615,60	1.615,60	18.000,00
3	1.000,00	583,20	1.583,20	17.000,00
4	1.000,00	550,80	1.550,80	16.000,00
5	1.000,00	518,40	1.518,40	15.000,00
6	1.000,00	486,00	1.486,00	14.000,00
7	1.000,00	453,60	1.453,60	13.000,00
8	1.000,00	421,20	1.421,20	12.000,00
9	1.000,00	388,80	1.388,80	11.000,00
10	1.000,00	356,40	1.356,40	10.000,00
11	1.000,00	324,00	1.324,00	9.000,00
12	1.000,00	291,60	1.291,60	8.000,00
13	1.000,00	259,20	1.259,20	7.000,00
14	1.000,00	226,80	1.226,80	6.000,00
15	1.000,00	194,40	1.194,40	5.000,00
16	1.000,00	162,00	1.162,00	4.000,00
17	1.000,00	129,60	1.129,60	3.000,00
18	1.000,00	97,20	1.097,20	2.000,00
19	1.000,00	64,80	1.064,80	1.000,00
20	1.000,00	32,40	1.032,40	0,00

Nota. Información recuperada de Ban Ecuador

Tabla 141*Presupuesto de Costos*

DETALLE	AÑO1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. COSTO DE PRODUCCION					
1.1COSTO PRIMO					
Materia prima Directa	37.048,85	37.997,30	38.970,03	39.967,66	40.990,84
Mano de obra Directa	31.800,29	32.614,38	33.449,30	34.305,61	35.183,83
TOTAL DEL COSTOS PRIMO	68.849,14	70.611,68	72.419,33	74.273,27	76.174,67
1.2GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACION					
Mano de Obra Indirecta	8.429,00	8.644,78	8.866,09	9.093,06	9.325,84
Materiales Indirectos	27.913,80	28.628,39	29.361,28	30.112,93	30.883,82
Indumentaria de Trabajo	115,20	118,15	121,17	124,28	127,46
Agua Potable Producción	319,20	327,37	335,75	344,35	353,16
Energía Eléctrica Producción	259,20	265,84	272,64	279,62	286,78
Suministros de Seguridad	42,00	43,08	44,18	45,31	46,47
Utensilios de Cocina	131,00	134,35	137,79	141,32	144,94
Útiles de Aseo Producción	171,50	175,89	180,39	185,01	189,75
Arriendo Producción	2.100,00	2.153,76	2.208,90	2.265,44	2.323,44
Depreciación Maquinaria y Equipo	496,44	496,44	496,44	496,44	496,44
Depreciación Implementos de Seguridad	8,46	8,46	8,46	8,46	8,46
Depreciación de Muebles y Enseres de Planta	33,75	33,75	33,75	33,75	33,75
TOTAL DE GASTOS INDIRECTOS DE FABRI	40.019,55	41.030,26	42.066,85	43.129,97	44.220,31
2. GASTOS DE ADMINISTRACION					
Sueldos de Administración	18.855,90	19.338,61	19.833,68	20.341,42	20.862,16
Agua Potable Administración	16,80	17,23	17,67	18,12	18,59
Energía Eléctrica Administración	48,60	49,84	51,12	52,43	53,77
Teléfono	240,00	246,14	252,45	258,91	265,54
Internet	240,00	246,14	252,45	258,91	265,54
Arriendo Administración	600,00	615,36	631,11	647,27	663,84
Útiles de Oficina Administración	110,60	113,43	116,34	119,31	122,37

Útiles de Aseo Administración	105,00	107,69	110,44	113,27	116,17
Depreciación de Muebles y Enseres Administración	69,48	69,48	69,48	69,48	69,48
Depreciación de Equipo de Oficina	14,04	14,04	14,04	14,04	14,04
Depreciación de Vehículo	3.344,00	3.344,00	3.344,00	3.344,00	3.344,00
Depreciación de Equipo de Computo	385,80	385,80	385,80	416,19	416,19
Amortización de activo diferido	260,00	260,00	260,00	260,00	260,00
TOTAL DE GASTOS DE ADMINISTRACION	24.290,22	24.807,77	25.338,57	25.913,36	26.471,68
3.GASTOS DE VENTA					
Sueldos de Ventas	16.379,26	16.798,57	17.228,61	17.669,66	18.122,01
Combustible	1.842,00	1.889,16	1.937,52	1.987,12	2.037,99
Matrícula Vehículo	160,00	164,10	168,30	172,61	177,02
Mantenimiento Vehículo	800,00	820,48	841,48	863,03	885,12
Energía Eléctrica	16,20	16,61	17,04	17,48	17,92
Arriendo Ventas	300,00	307,68	315,56	323,63	331,92
Publicidad	864,00	886,12	908,80	932,07	955,93
Promoción	390,00	399,98	410,22	420,73	431,50
Útiles de oficina Ventas	31,20	32,00	32,82	33,66	34,52
Útiles de Aseo Ventas	52,50	53,84	55,22	56,64	58,09
Presupuesto Facturación	80,00	82,05	84,15	86,30	88,51
Depreciación Muebles y Enseres Ventas	34,74	34,74	34,74	34,74	34,74
TOTAL DE GASTOS DE VENTA	20.949,90	21.485,33	22.034,46	22.597,66	23.175,27
4. GASTOS DE FINANCIAMIENTO					
Intereses	2.397,60	1.879,20	1.360,80	842,40	324,00
TOTAL DE GASTOS DE FINANCIAMIENTO	2.397,60	1.879,20	1.360,80	842,40	324,00
TOTAL DE COSTO DE OPERACIONES	156.506,41	159.814,23	163.220,02	166.756,65	170.365,92

Nota. Información tomada de la tabla 71, 72, 135.

7.5.3 Costo Unitario de Producción

El costo unitario es lo que le cuesta a la empresa producir un frasco de dulce de leche de cabra. Para calcular el costo unitario de producción, se divide el costo total de producción para las unidades producidas.

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

Tabla 142

Costo Unitario de Producción

AÑOS	COSTO TOTAL DE PRODUCCION	UNIDADES PRODUCCION	COSTO UNITARIO DE PRODUCCION
1	156.506,41	92.665	1,69
2	159.814,23	92.665	1,72
3	163.220,02	92.665	1,76
4	166.756,65	92.665	1,80
5	170.365,92	92.665	1,84

Nota. Información tomada de las tablas 37 y 141.

7.5.4 Precio de Venta

El precio de venta es el valor al que se venderá el frasco de dulce de leche de cabra, vale la pena recalcar que el precio de venta al público no será el mismo precio para el intermediario.

Margen de Rentabilidad= 15,68%

Tabla 143

Precio de Venta

AÑOS	COSTO UNITARIO PRODUCCIÓN	%UTILIDAD	PRECIO DE VENTA INTERMEDIARIO	PRECIO DE VENTA PÚBLICO
1	1,69	15,75	1,96	2,30
2	1,72	16,26	2,01	2,35
3	1,76	16,67	2,06	2,40
4	1,80	16,97	2,11	2,45
5	1,84	17,21	2,16	2,50

Nota. Información tomada de la tabla 142

7.5.5 Ingresos

Los ingresos son aquel dinero que la empresa gana por concepto de venta de los frascos de dulce de leche de cabra.

Para calcular los ingresos totales se multiplica el precio de venta por las unidades de producción.

$$\text{Ingresos Totales} = (\text{Precio de Venta} \times \text{Unidades de producción})$$

Tabla 144
Ingresos Totales

AÑOS	PRECIO DE VENTA	UNIDADES DE PRODUCCION	TOTAL DE INGRESOS
1	1,96	92.665	181.160,08
2	2,01	92.665	185.793,33
3	2,06	92.665	190.426,58
4	2,11	92.665	195.059,83
5	2,16	92.665	199.693,08

Nota. Información tomada de las tablas 142 y 143

7.5.6 Clasificación de los Costos

Para calcular el punto de equilibrio es necesario clasificar los costos en fijos y variables de acuerdo a la producción de la empresa.

7.5.6.1 Costos Fijos

Son aquellos egresos que no varían, exista o no exista producción. Los rubros que se ha considerado son: mano de obra directa, mano de obra indirecta, sueldos personal administrativo y de ventas, agua, energía eléctrica, teléfono e internet, depreciaciones, amortización de activos diferidos y amortización de préstamos.

7.5.6.2 Costos Variables

Son los valores monetarios que se dan en la empresa y aquellos que varían de acuerdo a la producción que tenga la misma. Los rubros son: materia prima directa, servicios básicos, implementos de producción, de seguridad, indumentaria de trabajo, útiles de aseo producción, combustibles y lubricantes, mantenimiento del vehículo.

Tabla 145*Cuadro de Costos*

DETALLE	AÑOS 1		AÑOS 5	
	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTOS FIJO	COSTO VARIABLE
1. COSTO DE PRODUCCION				
1.1COSTO PRIMO				
Materia prima Directa		37.048,85		40.990,84
Mano de obra Directa		31.800,29		35.183,83
TOTAL DEL COSTOS PRIMO		68.849,14		76.174,67
1.2GASTOS INDIRECTOS DE FABRICACION				
Mano de Obra Indirecta	8.429,00		9.325,84	
Materiales Indirectos		27.913,80		30.883,82
Indumentaria de Trabajo		115,20		127,46
Agua Potable Producción		319,20		353,16
Energía Eléctrica Producción		259,20		286,78
Suministros de Seguridad		42,00		46,47
Utensilios de Cocina	131,00		144,94	
Útiles de Aseo Producción	171,50		189,75	
Arriendo Producción	2.100,00		2.323,44	
Depreciación Maquinaria y Equipo	496,44		496,44	
Depreciación Implementos de Seguridad	8,46		8,46	
Depreciación de Muebles y Enseres de Planta	33,75		33,75	
TOTAL DE GASTOS INDIRECTOS DE FABRI	11.370,15	28.649,40	12.522,62	31.697,69
2. GASTOS DE ADMINISTRACION				
Sueldos de Administración	18.855,90		20.862,16	
Agua Potable Administración	16,80		18,59	
Energía Eléctrica Administración	48,60		53,77	
Teléfono	240,00		265,54	
Internet	240,00		265,54	

Arriendo Administración	600,00		663,84	
Útiles de Oficina Administración	110,60		122,37	
Útiles de Aseo	105,00		116,17	
Depreciación de Muebles y Enseres Administración	69,48		69,48	
Depreciación de Equipo de Oficina	14,04		14,04	
Depreciación de Vehículo	3.344,00		3.344,00	
Depreciación de Equipo de Computo	385,80		416,19	
Amortización de activo diferido	260,00		260,00	
TOTAL DE GASTOS DE ADMINISTRACION	24.290,22	0,00	26.471,68	0,00
3. GASTOS DE VENTA				
Sueldos de Ventas	16.379,26		18.122,01	
Combustible	1.842,00		2.037,99	
Matrícula Vehículo	160,00		177,02	
Mantenimiento Vehículo	800,00		885,12	
Energía Eléctrica	16,20		17,92	
Arriendo Ventas	300,00		331,92	
Publicidad	864,00		955,93	
Promoción	390,00		431,50	
Útiles de oficina Ventas	31,20		34,52	
Útiles de Aseo Ventas	52,50		58,09	
Presupuesto Facturación	80,00		88,51	
Depreciación Muebles y Enseres Ventas	34,74		34,74	
TOTAL DE GASTOS DE VENTA	20.949,90		23.175,27	
4. GASTOS DE FINANCIAMIENTO				
Intereses		2.397,60		324,00
TOTAL DE GASTOS DE FINANCIAMIENTO		2.397,60		324,00
TOTAL DE COSTOS	56.610,27	99.896,14	62.169,57	108.196,35
TOTAL		156.506,41	170.365,92	

Nota. Información tomada de la tabla 141

7.5.7 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el balance entre los ingresos y los egresos, es decir, es un punto donde no existe ni pérdidas ni ganancias para la empresa.

7.5.7.1 Determinación del Punto de Equilibrio en el Primer Año.

AÑO 1

Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada.

Costo Fijo Total

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

Ventas Totales - Costo Variable Total

56.610,27

$$PE = \frac{56.610,27}{181.160,08 - 99.896,14} \times 100$$

181.160,08 - 99.896,14

$$PE = 69,66\%$$

Punto de equilibrio en función de los ingresos

Costo Fijo Total

$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Costo Variable Total} / (1 - \text{Margen de Contribución})}$$

Costo Variable Total

1 - Margen de Contribución

Ventas totales

56.610,27

$$PE = \frac{56.610,27}{99.896,14 / (1 - 0,55)}$$

99.896,14

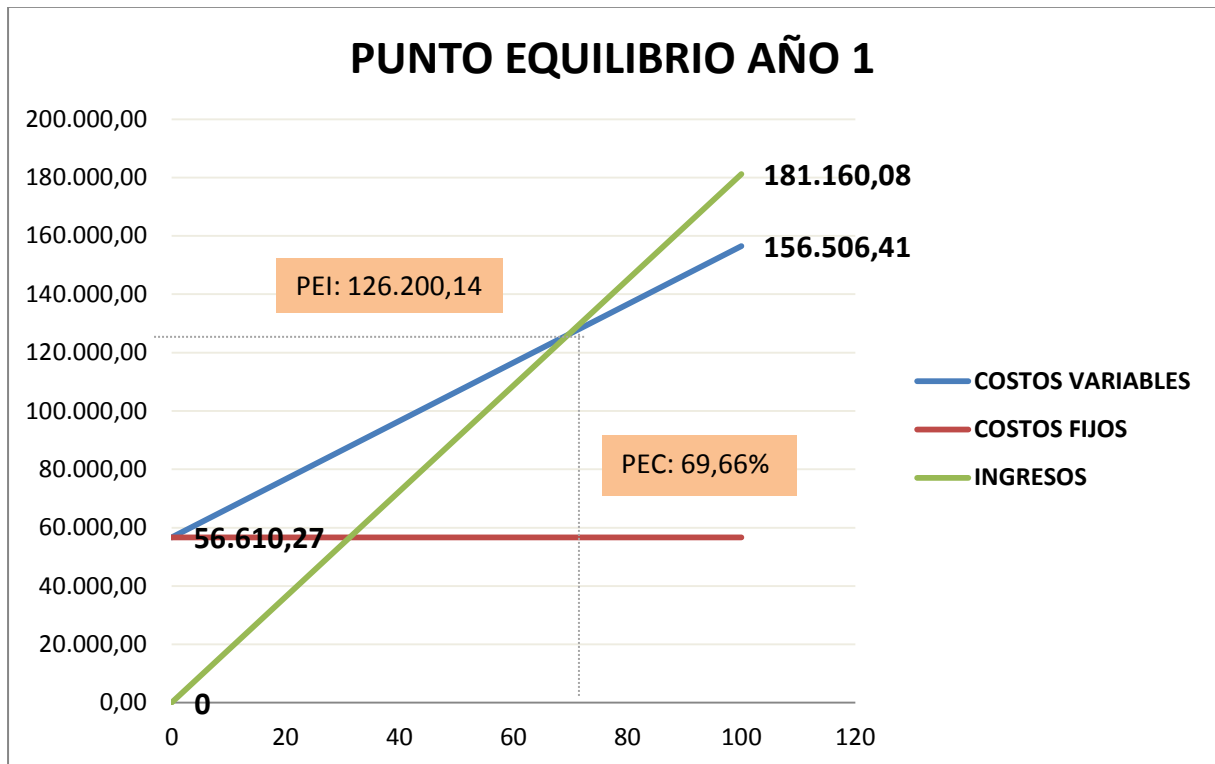
1 - 0,55

181.160,08

$$PE = 126.200,14$$

Figura 90

Punto de Equilibrio en el año 1



Nota. El gráfico muestra la cantidad que debe vender en ingresos y en capacidad utilizada para que la empresa no gane ni pierda.

Análisis

Para el primer año la empresa debería trabajar con una capacidad instalada del 69,66%; lo que significa que deberá vender \$126.200,14 para que de esta manera la empresa no gane ni pierda, vale decir que si la empresa tiene ingresos o una capacidad instalada menor a los valores anteriores tendrá pérdidas, mientras que si los valores son mayores a los ya mencionados, la empresa ganará.

7.5.7.2 Determinación del Punto de Equilibrio en el Quinto Año
AÑO 5

Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada.

$$\text{PE} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{\text{Ventas Totales} - \text{Costo Variable Total}} \times 100$$

$$\text{PE} = \frac{62.169,57}{199.693,08 - 108.196,35} \times 100$$

PE = 67,95%.

Punto de equilibrio en función de las ventas

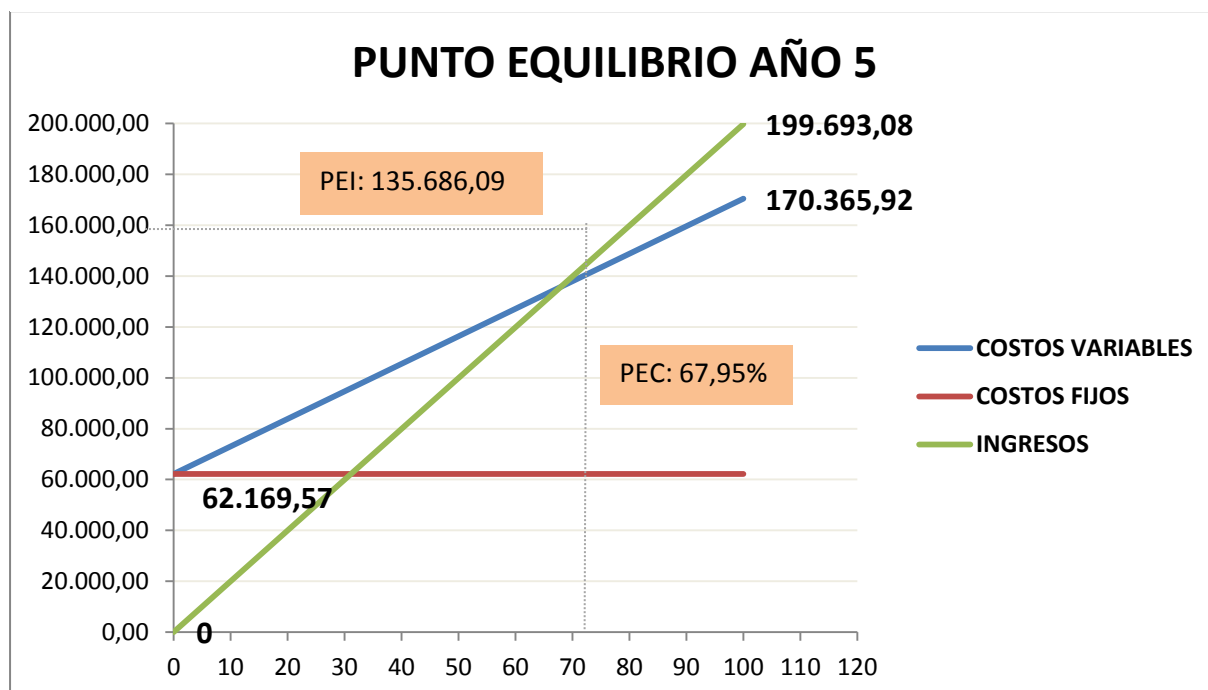
$$\text{PE} = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas totales}}}$$

$$\text{PE} = \frac{62.169,57}{1 - \frac{108.196,35}{199.693,08}}$$

PE = 135.686,09 dólares

Figura 91

Punto de Equilibrio en el año 5



Nota. El gráfico muestra la cantidad que debe vender en ingresos y en capacidad utilizada para que la empresa no gane ni pierda.

Análisis

Para el primer año la empresa deberá trabajar con una capacidad instalada de 67,95%, y además deberá tener ventas equivalentes a \$135.686,09 para que de esta manera la empresa no gane ni pierda, si la empresa tiene ingresos o una capacidad instalada menor a los valores anteriores tendrá pérdidas, mientras que si los valores son mayores a los ya mencionados, la empresa ganará.

7.5.8 Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias permite saber si la empresa tendrá pérdidas y ganancias en un periodo determinado. Además da a conocer información sobre los impuestos que se generará para el estado, como se puede observar en la siguiente tabla, la empresa tendrá una ganancia neta el primer año de \$18.797,46 dólares.

Vale decir que para realizar el cálculo del impuesto a la renta actualmente, de acuerdo a las reformas tributarias en Ecuador del año 2022 se calcula de acuerdo a las utilidades antes de impuestos de las empresas.

Para la liquidación del impuesto, el sujeto pasivo deberá aplicar la siguiente tabla:

Tabla 146

Impuesto a la renta

Límite inferior (USD)	Límite superior (USD)	Impuesto a la fracción básica	Tipo marginal (%)
-	20.000,00	60,00	0
20.000,01	50.000,00	60,00	1
50.000,01	75.000,00	360,00	1,25
75.000,01	100.000,00	672,50	1,50

Nota. Recuperado de la Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la pandemia COVID-19.

A continuación se incluye una tabla que permite calcular el impuesto a la renta que tendrá AMEC Cía. Ltda., el valor en todos los años es de más de \$20.000, por lo que la empresa paga la fracción básica más el porcentaje de impuesto a la renta que corresponde de acuerdo a la tabla 146, siendo así se realizó las siguientes operaciones:

$$\text{I.R} = (\text{Utilidad antes de impuestos} - \text{base imponible}) * 1\% + \$60,00$$

$$\text{Imp. Renta Año 1} = (20.955,62 - 20.000) * 1\% + 60,00$$

$$\text{Imp. Renta Año 1} = 955,62 * 1\% + 60,00$$

$$\text{Imp. Renta Año 1} = 9,56 + 60,00$$

$$\text{Imp. Renta Año 1} = 69,56$$

Tabla 147

Cálculo impuesto a la renta

IMPUESTO A LA RENTA				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
20.955,62	22.082,23	23.125,58	24.057,70	24.928,08
955,62	2.082,23	3.125,58	4.057,70	4.928,08
9,56	20,82	31,26	40,58	49,28
69,56	80,82	91,26	100,58	109,28

Nota. La presente muestra el cálculo del impuesto a la renta de la empresa.

Tabla 148*Estado de Pérdidas y Ganancias*

DETALLES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS					
Ingresos total por venta	181.160,08	185.793,33	190.426,58	195.059,83	199.693,08
Egresos Operacionales					
(-) Costo de producción	108.868,69	111.641,94	114.486,18	117.403,24	120.394,97
(=)Utilidad Bruta	72.291,39	74.151,39	75.940,39	77.656,59	79.298,10
(-) Costos Operativos	45.240,12	46.293,10	47.373,03	48.511,01	49.646,95
(=) Utilidad Operativa	27.051,27	27.858,29	28.567,36	29.145,57	29.651,15
(-) Gastos Financieros	2.397,60	1.879,20	1.360,80	842,40	324,00
(=)Utilidad Antes de Participación e Impuestos	24.653,67	25.979,09	27.206,56	28.303,17	29.327,15
(-) 15% Utilidad Trabajadores	3.698,05	3.896,86	4.080,98	4.245,48	4.399,07
(=) Utilidad antes de Impuestos a la Renta	20.955,62	22.082,23	23.125,58	24.057,70	24.928,08
(-) 1% + 60 Impuesto a la Renta	69,56	80,82	91,26	100,58	109,28
(=) Utilidad antes de Reserva	20.886,06	22.001,40	23.034,32	23.957,12	24.818,80
(-) 10% Reserva Legal	2.088,61	2.200,14	2.303,43	2.395,71	2.481,88
UTILIDAD NETA	18.797,46	19.801,26	20.730,89	21.561,41	22.336,92

Nota. Información obtenida de las tablas 142, 143 y 144, 146, 147.

Análisis

En base al cuadro de estado de pérdidas y ganancias, se puede observar que se obtiene una utilidad positiva de \$18.797,46 dólares, lo que quiere decir que en el primer año le corresponderá un total de \$14.088,65 dividido en 3 partes que corresponde para cada uno de los socios, dando un total de \$6.265,81 respectivamente. Y finalmente en el año 5 la empresa tendría una utilidad de \$22.336,92 lo que corresponde a un total de \$7.445,64 para cada uno de los socios.

7.5.9 Flujo de Caja

El flujo de caja permite conocer si al final del periodo la empresa dispondrá de dinero, es en pocas palabras la diferencia entre las entradas y salidas de dinero.

El flujo de caja permite leer con más facilidad la capacidad que tendrá la empresa para pagar sus deudas, por tal motivo es indispensable este apartado para saber el estado del proyecto y además permite medir el nivel de liquidez de la empresa.

Tabla 149
Flujo de Caja

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS TOTALES POR VENTA		181.160,08	185.793,33	190.426,58	195.059,83	199.693,08
Capital propio	24.930,30					
Capital externo	20.000,00					
Valor residual o Rescate				578,61		9.234,83
TOTAL DE INGRESOS	44.930,30	181.160,08	185.793,33	191.005,18	195.059,83	208.927,91
EGRESOS						
Activo Fijo	29.935,00					
Activo Circulante	13.695,30					
Activo Diferido	1.300,00					
Costo de Producción		108.868,69	111.641,94	114.486,18	117.403,24	120.394,97
Costo de Administración		24.290,22	24.807,77	25.338,57	25.913,36	26.471,68
Costo de Venta		20.949,90	21.485,33	22.034,46	22.597,66	23.175,27
Costo Financiero		2.397,60	1.879,20	1.360,80	842,40	324,00
Reinversión de Equipo de cómputo					1.872,77	
(+) 15% utilidad Trabajadores		3.698,05	3.896,86	4.080,98	4.245,48	4.399,07
(+) Impuesto a la Renta		69,56	80,82	91,26	100,58	109,28
Amortización del Capital		4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
TOTAL DE EGRESOS	44.930,30	164.274,01	167.791,92	171.392,26	176.975,47	178.874,28
FLUJO DE CAJA	0,00	16.886,06	18.001,40	19.612,93	18.084,35	30.053,63
(+) Depreciaciones		4.386,71	4.386,71	4.386,71	4.417,10	4.417,10
(+) Amortización de Activo Diferido		260,00	260,00	260,00	260,00	260,00
FLUJO NETO DE CAJA	0,00	21.532,77	22.648,11	24.259,64	22.761,46	34.730,74

Nota. Información obtenida de las tablas 71, 135, 137 y 138.

7.6 Evaluación Financiera

La evaluación financiera permite saber si el proyecto es rentable o no, aquí se incluye los indicadores como: VAN, TIR, PRC, RBC y AS, con los resultados obtenidos en estos indicadores se podrá analizar la rentabilidad del proyecto y en base a esto tomar decisiones.

7.6.1 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto calcula el valor presente del flujo de efectivo del proyecto. Vale decir que si el VAN es mayor a 1 se acepta la inversión. Si el VAN es menor a 1 se rechaza la inversión y finalmente, si el VAN es igual a 1 es indiferente para la inversión.

Tabla 150

Valor Actual Neto

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR ACTUALIZACION	VALOR ACTUALIZADO
0		12,96%	
1	21.532,77	0,885269	19.062,30
2	22.648,11	0,783701	17.749,36
3	24.259,64	0,693787	16.831,01
4	22.761,46	0,614188	13.979,81
5	34.730,74	0,543722	18.883,85
	Suma total flujos		86.506,33
	(-) inversión		44.930,30
	VALOR ACTUAL NETO		41.576,02

Nota. Información obtenida de la tabla 149

Para conocer el resultado del VAN se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = \text{Sumatoria de los flujos} - \text{Inversión del proyecto}$$

$$\text{VAN} = 86.506,33 - 44.930,30$$

$$\text{VAN} = 41.576,02$$

Análisis: El resultado obtenido en el VAN es de 41.576,02 siendo esta cifra mayor a 1 y positivo, lo que quiere decir que es conveniente poner en ejecución el proyecto.

7.6.2 Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno permitirá saber cuál es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá el proyecto, además indicará la tasa más alta que se podrá pagar por un préstamo que financiará a la inversión.

Tabla 151*Tasa Interna de Retorno (TIR)*

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR ACTUALIZACION TASA MENOR	VALOR ACTUALIZADO	FACTOR DE ACTUALIZACION TASA MAYOR	VALOR ACTUALIZADO
0	-44.930,30	43%	-44.930,30	44%	-44.930,30
1	21.532,77	0,69930	15.057,88	0,69444	14.953,31
2	22.648,11	0,48902	11.075,41	0,48225	10.922,12
3	24.259,64	0,34197	8.296,14	0,33490	8.124,50
4	22.761,46	0,23914	5.443,22	0,23257	5.293,59
5	34.730,74	0,16723	5.808,10	0,16151	5.609,21
		VAN	750,45	VAN	-27,57

Nota. Información tomada de la tabla 150.

TIR= Tasa menor + Diferencia de tasa*(VAN menor / VAN menor - VAN mayor)

$$TIR = 43 + 1 = \frac{750,45}{750,45 - 27,57}$$

$$TIR = 43,96\%$$

Análisis: La TIR del proyecto es de 43,96%, valor que es mayor que el costo de oportunidad del capital que es de 12,96%, lo que indica que el proyecto se puede poner en ejecución.

7.6.3 *Periodo de Recuperación del Capital*

El periodo de recuperación del capital dará a conocer el tiempo en que la empresa recuperará la inversión y el costo de financiamiento.

Tabla 152
Periodo de Recuperación del Capital

AÑO	FLUJO DE CAJA
0	44.930,30
1	21.532,77
2	22.648,11
3	24.259,64
4	22.761,46
5	34.730,74
	125.932,71

Nota. Información tomada de la tabla 149

Para obtener el Periodo de Recuperación del Capital se aplicó la siguiente fórmula:

$$PRC = \frac{\text{Inversión} - \text{Valor Actual Neto}}{\text{Flujo Recuperación Capital}}$$

$$PRC = \frac{44.930,30 - 41.576,02}{24.259,64}$$

$$PRC = 3,1383$$

Cálculo:

3,1383= 3 años

0,1383*12= 1,6592= 1 mes

0,6592*30= 19,7757= 19 días.

Análisis

En base a los resultados, se puede observar el periodo de tiempo en que “AMEC” recuperará su inversión, dicho así, la empresa recuperará la inversión en 3 años, 1 mes y 19 días.

7.6.4 Relación Beneficio Costo

Este indicador permite conocer el rendimiento de la empresa por cada dólar invertido que existe, comparando así los ingresos con los egresos del proyecto.

Tabla 153
Relación Beneficio Costo

AÑOS	COSTO ORIGINAL	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO ORIGINAL	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESO ACTUALIZADO
0		12,96%			12,96%	
1	156.506,41	0,88527	138.550,29	181.160,08	0,88527	160.375,42
2	159.814,23	0,78370	125.246,64	185.793,33	0,78370	145.606,49
3	163.220,02	0,69379	113.239,87	190.426,58	0,69379	132.115,42
4	166.756,65	0,61419	102.419,92	195.059,83	0,61419	119.803,39
5	170.365,92	0,54372	92.631,63	199.693,08	0,54372	108.577,44
			572.088,35			666.478,16

Nota. Información obtenida de las tablas 138 y 141

Para determinar la Relación Beneficio Costo se aplica la siguiente fórmula:

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

$$RBC = \frac{666.478,16}{572.088,35}$$

$$RBC = 1,16$$

Análisis

En base al cuadro de Relación Beneficio Costo, siendo 1,16 mayor que 1, lo cual indica que el beneficio es mayor al costo, esto además quiere decir que la empresa por cada dólar invertido obtendrá una ganancia de 0,16 centavos.

7.6.5 Análisis de Sensibilidad

Este rubro permite saber si la resistencia del proyecto es buena o todo lo contrario, siendo así, permite evaluar si la tasa de rentabilidad del proyecto afecta o no afecta a situaciones o cambios que se pudiesen dar en alguna variable del proyecto.

Tabla 154*Análisis de Sensibilidad con Aumento en Costos.*

AÑOS	COSTO ORIGINAL	INCREMENTO DE COSTOS	INGRESO ORIGINAL	FLUJO DE CAJA	FACTOR ACTUALIZACION TASA MENOR	VALOR ACTUALIZADO	FACTOR ACTUALIZADO TASA MAYOR	VALOR ACTUALIZADO
		4,85%		-44.930,30	30%	-44.930,30	31%	-44.930,30
1	156.506,41	164.096,97	181.160,08	17.063,11	0,76923	13.125,47	0,76336	13.025,27
2	159.814,23	167.565,23	185.793,33	18.228,10	0,59172	10.785,86	0,58272	10.621,82
3	163.220,02	171.136,19	190.426,58	19.290,39	0,45517	8.780,33	0,44482	8.580,79
4	166.756,65	174.844,35	195.059,83	20.215,48	0,35013	7.078,00	0,33956	6.864,34
5	170.365,92	178.628,67	199.693,08	21.064,41	0,26933	5.673,26	0,25921	5.460,00
					VAN MENOR	512,61	VAN MAYOR	-378,08

Nota Información tomada de la tabla 142.

Para obtener el Análisis de Sensibilidad del proyecto, se realiza el siguiente procedimiento, con sus debidas fórmulas.

Nueva TIR

$$NTIR = Tasa\ menor + dife.tasas * (VAN\ menor - VAN\ mayor)$$

$$NTIR = 30 + 1 \frac{512,61}{512,61 - 378,08}$$

$$NTIR = 30,58$$

Diferencia de Tasas

$$Dif.\ TIR = Tir\ Proyecto\ el\ proyecto - NTIR$$

$$Dif.\ TIR = 43,96 - 30,58$$

$$Dif.\ TIR = 13,39$$

Porcentaje de variación

$$\% \text{ var} = \frac{Dif\ tasa}{TIR\ PROYECTO}$$

$$\% \text{ var} = \frac{13,39}{43,96}$$

$$\% \text{ var} = 30,45$$

Análisis de Sensibilidad

$$An.\ Sens = \frac{\%var}{NTIR}$$

$$\% \text{ var} = \frac{30,45}{30,58}$$

$$\% \text{ var} = 0,9960$$

Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos del análisis de sensibilidad indican que el proyecto no es sensible y que resiste hasta un 4,85% del incremento en los costos, vale decir que si los costos aumentan en base a este valor, esto afectará a la rentabilidad del proyecto.

Tabla 155*Análisis de Sensibilidad con Disminución en Ingresos*

AÑOS	COSTO ORIGINAL	DISMINUCION INGRESOS	INGRESO ORIGINAL	FLUJO DE CAJA	FACTOR ACTUALIZACION TASA MENOR	VALOR ACTUALIZADO	FACTOR ACTUALIZADO TASA MAYOR	VALOR ACTUALIZADO
0		4,87%		-44.930,30	30,00%	-44.930,30	31,00%	-44.930,30
1	156.506,41	164.128,27	181.160,08	17.031,81	0,76923	13.101,39	0,76336	13.001,38
2	159.814,23	167.565,23	185.793,33	18.228,10	0,59172	10.785,86	0,58272	10.621,82
3	163.220,02	171.136,19	190.426,58	19.290,39	0,45517	8.780,33	0,44482	8.580,79
4	166.756,65	174.844,35	195.059,83	20.215,48	0,35013	7.078,00	0,33956	6.864,34
5	170.365,92	178.628,67	199.693,08	21.064,41	0,26933	5.673,26	0,25921	5.460,00
					VAN MENOR	488,53	VAN MAYOR	-401,98

Nota. Información obtenida de la tabla 142 y 152.

Para obtener el Análisis de Sensibilidad del proyecto, se realiza el siguiente procedimiento, con sus debidas fórmulas.

Nueva TIR

$$NTIR = Tasa\ menor + dife.tasas * (VAN\ menor - VAN\ mayor)$$

$$NTIR = 30 + 1 \frac{488,53}{488,53 - 401,98}$$

$$NTIR = 30,55$$

Diferencia de Tasas

$$Dif.\ TIR = Tir\ Proyecto\ el\ proyecto - NTIR$$

$$Dif.\ TIR = 43,96 - 30,55$$

$$Dif.\ TIR = 13,42$$

Porcentaje de variación

$$\% \text{ var} = \frac{Dif\ tasa}{TIR\ PROYECTO}$$

$$\% \text{ var} = \frac{13,42}{43,96}$$

$$\% \text{ var} = 30,52$$

Análisis de Sensibilidad

$$An.\ Sens = \frac{\%var}{NTIR}$$

$$\% \text{ var} = \frac{30,52}{30,55}$$

$$\% \text{ var} = 0,9989$$

Análisis: De acuerdo a los resultados obtenidos del análisis de sensibilidad indican que el proyecto no es sensible y que resiste hasta un 4,87% de disminución en los ingresos, vale decir que si los ingresos disminuyen en base a este porcentaje, esto afectará a la rentabilidad del proyecto.

8. Conclusiones

- Gracias al estudio de mercado se ha logrado determinar que el 66,49% de la población no consumen el dulce de leche de cabra, y que además el 86,39% de las familias sí estarían dispuestos a comprar el dulce de leche.
- Se determinó que existe una demanda insatisfecha de 37.734.772 gramos de dulce de leche de cabra.
- La empresa tiene la capacidad de producir 19.459.440 gr de dulce de leche de cabra al año, lo que en frascos da un total de 92.665 anuales. Al día la empresa produce un total de 356 frascos, semanalmente produce 1.783 frascos y mensualmente 7.723 frascos de dulce de leche de cabra.
- Durante su primer año de funcionamiento, la empresa tiene una participación en el mercado del 52%.
- La empresa se encuentra ubicada en la ciudadela San Pedro, en la Ciudad de Loja, cerca del Parque de La Música, en las calles Argentina, entre Brasil y Paraguay.
- Los tres socios darán un aporte de \$8.310,10 para de esta manera contar con capital propio.
- La empresa tiene una inversión inicial de \$44.930,30 dólares americanos, mientras que pide un préstamo a BanEcuador la suma de \$20.000.
- La empresa gastará el primer año un total de \$68.849,14 en costos primos, un \$40.019,55 en gastos indirectos de fabricación, \$24.290,22 en gastos de administración: \$20.949,90 en gastos de venta y \$2.397,60 en gastos de financiamientos, lo que da un total de 156.506,41 dólares americanos al año.
- El costo unitario de producción por cada envase de dulce de leche durante el primer año es de \$1,69, mientras que el precio de venta al público será de 2,30; por otro lado, el precio de venta al intermediario será de \$1,96, y el margen de rentabilidad es de 15,75% para el primer año.
- La empresa tendrá una utilidad neta de \$18.797,46 el primer año y el año 5 tendrá una utilidad neta de \$22.336,92.
- En el primer año la empresa deberá vender un total de \$126.200,14 para obtener un punto de equilibrio, y deberá trabajar con el 69,66% de la capacidad, de esta manera la empresa no ganará ni perderá.
- La evaluación financiera arrojó los siguientes resultados: El Valor Actual Neto de la

empresa es positivo con un valor de \$41.576,02; la Tasa Interna de Retorno dio un resultado de 43,96% ; el Periodo de Recuperación del Capital de la empresa fue de 3,14, lo que quiere decir que la empresa recuperará su inversión en 3 año, 1 mes y 19 días desde su constitución; la Relación Beneficio Costo de la empresa es de 1,16 significando que por cada dólar invertido la empresa tendrá una ganancia de \$0,16 centavos y finalmente el Análisis de Sensibilidad con aumento en los costos revela que la empresa solo puede soportar un incremento de hasta el 4,85% en sus costos y el Análisis de Sensibilidad con Disminución en Ingresos da a conocer que la empresa podrá soportar una disminución de hasta el 4,87% en sus ingresos.

9. Recomendaciones

- El proyecto si puede ser ejecutado, ya que de acuerdo a cada uno de los estudios realizados, si se obtendrá una rentabilidad al fin de cada periodo.
- Tratar de aportar información a la ciudadanía de lojana sobre el consumo de productos en base a la leche de cabra.
- Tratar de innovar a diario y no quedarse simplemente con el dulce de leche, sino sacar nuevas líneas de productos en base a la leche de cabra.
- Realizar controles a menudo sobre el funcionamiento de cada una de las áreas de la empresa, para de esta manera tomar decisiones a tiempo y elegir las mejores estrategias.
- Definir las mejores estrategias de comercialización del producto.
- Analizar la posibilidad que con el pasar de los años la empresa pueda expandirse a nuevos mercados, a nivel nacional y probablemente a nivel internacional.
- Es necesario que el primer año que empiece a operar la empresa se realice una buena cantidad de promociones y así mismo de publicidad con el fin de que las personas vayan conociendo más y más el producto y la empresa.

10. Bibliografía

- Baca, G. (2001). *Evaluación de Proyectos* (Cuarta ed.). Editorial Mc Graw Hill.
- Bazante, G. (22 de Abril de 2014). Estudio Técnico.
- Benedetto, L. (2010). *La leche de cabra*. Argentina: Edición del Departamento de Nutrición de Córdoba.
- Bermúdez, L. (2015). *Desarrollo de manjar a base de leche de cabra, con ajonjolí*. Ecuador.
- Chacón, A. (2005). *Aspectos nutricionales de la leche de cabra (Capra hircus) y sus variaciones en el proceso agroindustrial*. Obtenido de http://www.mag.go.cr/rev_meso/v16n02_239.pdf
- Chiavenato, L. (1993). *ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS: El capital humano de las organizaciones*. Brasil: Mc Graw Hill/Interamericana.
- Compañías, L. (2017). *Compas Públicas*. Obtenido de https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf
- Consultores, A. (2019). *Aiteco*. Obtenido de <https://www.aiteco.com/manual-de-funciones/>
- Córdoba, M. (2006). *Formulación y Evaluación de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Córdoba, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. (Segunda ed.). Bogotá: Editorial Mc Graw Hill.
- Cuenca, F. F. (2015). *Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de manjar de leche de vaca en el cantón Loja, provincia de Loja*. Loja.
- Díaz, M. (2015). *“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE POSTRES DE MANZANA EN EL CANTÓN HUAQUILLAS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA PROVINCIA DE EL ORO”*. Loja.
- Doria, S. (1997). *Caprinocultura, cría racional de caprinos*. San Pablo, Brasil.: Livraria Nobel.
- Ecuador, C. (2020). La intolerancia a la lactosa no debe afectar el consumo de productos lácteos.
- Ecuador, D. (2009). *Compañías de Comercio en la Legislación Ecuatoriana*. Obtenido de <https://derechoecuador.com/companias-de-comercio-en-la-legislacion-ecuatoriana/#:~:text=La%20Ley%20de%20Compa%C3%B1as%20de%20participar%20de%20sus%20utilidades%E2%80%9D>.
- Escudero, A. (2004). *Metodología de Formulación de Proyectos*. Lima: Grupo Pachacamac.
- FAO. (2022). *Pequeños rumiantes*.
- Faostat. (2020). The Food and Agriculture Organization of the United Nations, Statistical Database.
- Fernández, E. S. (2011). *Los proyectos de inversión* (Segunda ed.). Costa Rica.
- Fernández, J. (2002). *Reexpresión de Estados Financieros en Venezuela*. Venezuela.

- Flores , M., Pérez, R., Basurto, M., & Jurado, M. (2009). *La leche de cabra y su importancia en la nutrición*. Chihuahua: Tecnociencia.
- Fuenmayor, R. (2012). *Comunicación Personal*.
- García, A., Moreno E, & Silva, M. (2017). Conocimiento financiero y su importancia para los usuarios de servicios comerciales y financieros para elegir la mejor opción para pagar sus deudas. *INFAD: Revista de Psicología*.
- García, J. (2015). *Planeación Estratégica*. Obtenido de <http://www.ccichonduras.org/website/Descargas/presentaciones/2015/04->
- García, J. A., Reding, A., & López, J. C. (2013). Cálculo del tamaño de la muestra en investigación en educación. *Scielo*.
- Gavilanez , J. O. (31 de Mayo de 2016). *Niveles de la Empresa*. Obtenido de <http://nivelesdelaempresa1.blogspot.com/>
- Gómez, M. (2001). *Proyecto de Inversión para la Instalación de un Gimnasio en el Municipio de Tultitlán*. México D.F., Estado de México.
- Guardix, E. (s.f.). *Semejanzas de la leche de cabra* . Granada: Edición de la Universidad de Granada .
- Healt, M. (2022). Caseína: ¿Qué es, para que sirve y cómo se toma esta proteína?
- Hernandez , G. (2017). Diccionario de Enciclopedia. (U. C. Colombia, Ed.)
- Hernández , H. A. (2005). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión* (Quinta ed.). (I. T. Editores, Ed.) México.
- Hernández , S. R., Fernández , C. C., & Baptista , L. P. (2003). *Metodología de la investigación* . México: Mc Graw-Hill Interamericana.
- INEC. (2020). Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)*.
- Jáuregui, A. (2001). *Estudio de precios: elementos a tener en cuenta*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/canales/demarketing/articulos/no13/precios.htm>
- Jiménez , B. F., & Espinoza , G. C. (2007). *Costos Industriales* . Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Koontz , & O'donell. (1972). *Administración*. Mc Graw-Hill.
- Kotler. (2009). *Dirección de Marketing*. (P. Hall, Ed.) México: Edición del milenio.
- La República. (2018). Intolerancia a la lactosa, un malestar que se puede evitar.
- Lavanda, D. (2005). *Evaluación económica y financiera del proyecto*. Perú: Universidad Inca Garcilazo de la Vega.
- Lerma, H. (2006). *Metodología de la investigación: Propuesta, anteproyecto y proyecto* (Segunda ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones .
- Líderes, R. (2021). El Análisis de la Leche de Cabra activó este negocio. *Líderes*.

- Lozano, R. (2012). *Ciclo de Adiestramiento en Preparación y Evaluación de Proyectos de Desarrollo Agrícola* (Primera ed.). San José.
- Lukashok, Loor, Robles Jara, & Robles Medranda. (2010). *PREVALENCIA DE INTOLERANCIA A LA LACTOSA EN PACIENTES QUE ACUDEN A UN CENTRO DE REFERENCIA EN GASTROENTEROLOGÍA*. Recuperado el 10 de Abril de 2022, de Congreso Panamericano de Gastroenterología: <http://www.ieced.com.ec/investigacion-y-publicaciones>
- Luna, R. (2009). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos*. Guatemala.
- Maestres, R. (2015). Misión, Visión y Valores: ¿Sirve para algo su definición? *Debates IESA, XX*.
- Mejía Sánchez, H. (2010). *Bienes y Necesidades*. Huaraz-Ancash, Perú.
- Meza, J. (2013). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Mokate, K. (1987). *La Evaluación Socioeconómica de Proyectos de Inversión*. Bogotá: Universidad de los Andes, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales .
- Morales, A., & Morales, J. (2009). *Proyectos de inversión evaluación y formulación*. . México: Mc Graw Hill/Interamericana Editores.
- Mulhern, F. (1999). Análisis de rentabilidad del cliente: Medición, concentración y direcciones de investigación. .
- NIDDK. (2018).
- Nosnik, A. (2005). *Culturas Organizacionales: Origen, Consolidación y Desarrollo*. Netbiblo.
- Pasaca, M. (2011). *Formulación de proyectos de inversión* (Vol. II). Loja, Loja, Ecuador: GraficPlus.
- Pérez, L. (2010). *Estudio de algunos mecanismos de defensa antioxidante y procesos de peroxidación lipídica en situación de anemia ferropénica y en la recuperación con dietas basadas en leche de vaca o cabra con o sin sobrecarga de hierro*. Granada.
- Pesántez, M. (2013). *Determinación fenotípica y sistemas de producción de los caprinos criollos en la provincia de Loja*.
- Ramos, M. (2017). *Introducción de la Operatividad* (Primera ed., Vol. I). Milagro.
- Redacción. (2021). Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/fluctuacion>
- República, L. (2018). Intolerancia a la lactosa, un malestar que se puede evitar.
- Romero, L. (2016). *Plan de reestructuración administrativa de la empresa "Romero Hnos" de la ciudad de Ambato*. Ecuador: Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato.
- Salvador, L., Jurado, R., Rodríguez, P., Revelo, R., & Haro, E. (2017). *Diseño y evaluación de proyectos de inversión*. Ecuador: Colección Empresarial.
- Sapag Chain, N. (2011). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México.
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2010). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw/Hill Interamericana de México.

- Sarango, M. (2015). "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MANJAR". Loja, Ecuador: Imprenta.
- Scielo. (2006). Intolerancia a la Lactosa. *Scielo*.
- Solutions, A. H. (2022). Enfermedad Hepática. *Medline Plus*.
- Suárez. (2002). *Algunas Reflexiones sobre la Investigación*. México D.F.: Alfaomega.
- Vaquiroy, J. (2010). *Período de recuperación de la inversión – PRI*.
- Varela, R. (2008). *Innovación Empresarial: Arte y Ciencia de la Creación de Empresas* (Tercera ed.). Colombia: Pearson Educación de Colombia.
- Verdalet, Í., López del Castillo, M., Aquino, E., & Cruz, E. (2014). LECHE DE CABRA: UN PRODUCTO GOURMET. *La Ciencia y el Hombre, XXVII*.
- Viñán, J., Puente, M., Ávalos, J., & Córdoba, J. (2018). *Proyectos de Inversión un enfoque práctico*. Ecuador: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Westreicher, G. (13 de Julio de 2019). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/funcion-de-demanda.html>

11. Anexos

Anexo 1. Encuesta a los Consumidores



**UNIVERSIDAD
NACIONAL DE LOJA**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Como estudiante de la carrera de Administración de Empresas, de la Universidad Nacional de Loja, me encuentro realizando una investigación de mercado, para conocer si es factible emprender en una empresa productora y comercializadora de dulce de leche de cabra (cabra) en esta ciudad. Para lo cual le solicito se digne responder el siguiente cuestionario.

Consideraciones a tener en cuenta antes de responder el presente cuestionario:

- Lea detenidamente cada premisa
- Procure ser lo más honesto posible

1. ¿De cuántos integrantes se encuentra conformada su familia?

- () De 1 a 3
- () De 4 a 6
- () De 7 a 9
- () Más de 9

2. ¿En su familia se consume leche de cabra?

Si ()

No ()

Si su respuesta es NO, ¿puede explicar las razones?

.....

3. ¿Dentro de su hogar se consume productos elaborados a base de leche de cabra?

Si ()

No ()

Si su respuesta es NO, ¿puede explicar las razones?

.....

4. En una escala del 1 al 5, siendo 5 muy importante. ¿Qué tan importante es el consumo de productos en base a la leche de cabra en su diario vivir?

1 2 3 4 5

5. ¿Qué producto en base a la leche de cabra consume con más frecuencia?

- Leche
- Dulce de leche
- Queso
- Yogurt
- Natilla
- Ninguno
- Otro.....

6. ¿Sabía que la leche de cabra es una alternativa para los intolerantes a la lactosa, es rica en nutrientes y reemplaza a la leche materna?

- Si
- No

7. ¿En su familia consume el dulce de leche de cabra?

- Si
- No

Si su respuesta es NO. Por favor pase a la pregunta #16.

8. ¿El dulce de leche de cabra que consume, lo compra?

- Si
- No

.....

9. ¿Con qué frecuencia su familia consume dulce de leche de cabra al mes?

- 1 vez al mes
- 2 veces al mes
- 3 veces al mes
- Más de 3 veces al mes

10. ¿Qué cantidad de dulce de leche de cabra consume de acuerdo a la frecuencia indicada?

- ½ libra
- 1 libra

Más de 1 libra

11. ¿Cuál es el precio que paga por ½ libra de dulce de leche de cabra?

\$1,50 - \$2,00

\$2,00 - \$2,50

\$2,50 - \$3,00

12. El precio que paga por el producto le parece:

• Muy Alto

• Alto

• Medio

• Bajo

13. ¿En qué lugar adquiere el producto?

Tiendas

Supermercados

Directamente del productor

14. ¿Qué marcas de dulce de leche de cabra consume o ha consumido?

.....

15. ¿Cómo conoció esas marcas?

Por referencias

Porque lo vio en el lugar de compra

Mediante medios de comunicación, ¿qué medio?.....

16. ¿Cuáles son los problemas e inconvenientes por los que alguna vez NO ha realizado la compra de dulce de leche de cabra?

Poca oferta

Presentación del producto

Sanidad del producto

17. ¿Cuál de los siguientes factores influye en su decisión de compra?

Calidad

Sabor

Precio

Presentación

Origen

18. Si se implementara una empresa productora y comercializadora de dulce de leche de cabra. ¿Su familia estaría dispuesta a comprar este producto?

Si

No ()

Si su respuesta fue NO. ¿Por qué razón no compraría? Especifique y agradezco su colaboración.

.....

19. ¿Qué cantidad de dulce de leche compraría mensualmente?

- () ½ libra
- () 1 libra
- () 2 libras
- () Más de 2 libras

20. ¿En qué presentación le gustaría adquirir el dulce de leche de cabra?

- () Envase de plástico
- () Envase de vidrio

21. ¿Qué tipo de consistencia le gustaría que tenga el producto?

- () Consistente
- () Semi-consistente

22. ¿Qué nivel de valor calórico le gustaría que tenga el producto?

- () Alto en azúcar
- () Medio en azúcar
- () Bajo en azúcar

23. ¿En dónde desearía adquirir el producto?

- () Fábrica
- () Intermediarios

24. ¿Qué tipo de promociones le gustaría recibir?

- () Descuentos
- () 2x1
- () Degustaciones
- () Otro

25. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría informarse de nuevos productos y promociones?

- () Televisión local. Indique el canal que frecuenta.....
- () Radio local. Indique que frecuencia escucha.....
- () Redes Sociales. Indique que red utiliza más.....
- () Otros.....

AGRADEZCO SU COLABORACIÓN

Anexo 2. Entrevista a Proveedores



**UNIVERSIDAD
NACIONAL DE LOJA**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

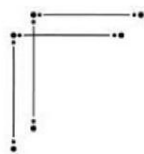
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Como estudiante de la carrera de Administración de Empresas, de la Universidad Nacional de Loja, me encuentro desarrollando el proyecto de tesis, para conocer si es factible emprender en una empresa productora y comercializadora de dulce de leche de cabra (cabra) en esta ciudad. Para lo cual le solicito se digne responder las siguientes preguntas:

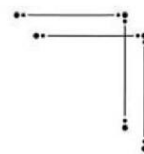
1. Nombre y domicilio del proveedor
2. ¿Qué productos comercializa?
3. Cantidad de leche que comercializa
4. Calidad de su producto
5. Precio de su producto
6. Lugares donde comercializa el producto
7. Tipo de cobro que utiliza
8. Si se implementara una empresa dedicada a la producción y comercialización de dulce de leche de cabra, ¿estaría dispuesto a proveernos la materia prima?
9. Cantidad que estaría dispuesto a proveer

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 3. Certificado de Traducción del Resumen



Universidad
Nacional
de Loja



Loja, 23 de febrero de 2023

Lic. Marlon Armijos Ramírez Mgs.

**DOCENTE PEDAGOGIA DE LOS IDIOMAS
NACIONALES Y EXTRANJEROS- UNL**

CERTIFICA:

Que el documento aquí compuesto es fiel traducción del idioma español al idioma inglés del resumen del Trabajo de Titulación: **"Estudio de pre-factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de dulce de leche de cabra en la ciudad de Loja, año 2022"**. Autoría de Jessica Stefanía Córdova Córdova con CI: 1105417446, de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja.

Lo certifico en honor a la verdad y autorizo a la interesada hacer uso del presente en lo que a sus intereses convenga.



Firmado electrónicamente por:
MARLON RICHARD
ARMIJOS RAMIREZ

MARLON ARMIJOS RAMÍREZ
DOCENTE DE LA CARRERA PINE-UNL

1031-12-1131340
1031-2017-1905329

Educamos para Transformar

