



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 de bocadillos a base de (panela, maní y maracuyá) en el cantón Paltas y su comercialización en la ciudad de Loja

**Trabajo de Integración Curricular
previo a la obtención del título de
Licenciada en Administración de
Empresas.**

AUTORA:

Jeniffer Mishelle Campoverde Cedeño

DIRECTORA:

Ing. Com. Gretty del Pilar Salinas Ordóñez, MAE.

Loja – Ecuador

2023

Certificación

Loja, 10 de julio de 2023.

Ing. Com. Gretty del Pilar Salinas Ordóñez MAE.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

CERTIFICO:

Que he revisado y orientado todo el proceso de elaboración del Trabajo de Integración Curricular denominado: **“Estudio de pre factibilidad para la implementación de una empresa productora de bocadillos a base de (panela, maní y maracuyá) en el cantón Paltas y su comercialización en la ciudad de Loja”**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Administración de Empresas**, de autoría de la estudiante **Jeniffer Mishelle Campoverde Cedeño**, con **cédula de identidad Nro. 1150499109**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja, para el efecto, autorizo la presentación para la respectiva sustentación y defensa.

Ing. Com. Gretty del Pilar Salinas Ordóñez MAE.

DIRECTORA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.

Autoría

Yo, **Jeniffer Mishelle Campoverde Cedeño**, declaro ser autora del presente Trabajo de Integración Curricular 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 Integración Curricular en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Firma:

Cédula de identidad: 1150499109

Fecha: 04 de agosto del 2023

Correo electrónico: jeniffer.campoverde@unl.edu.ec

Celular: 0987356705 / 0939024630

-

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

Yo, **Jeniffer Mishelle Campoverde Cedeño**, declaro ser autora del Trabajo de Integración Curricular denominado: **“Estudio de pre factibilidad para la implementación de una empresa productora de bocadillos a base de (panela, maní y maracuyá) en el cantón Paltas y su comercialización en la ciudad de Loja”**, como requisito para optar por el título de **Licenciada de 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 de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el 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 Integración Curricular que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 04 días del mes de agosto de dos mil veintitrés.

Firma:

Autora: Jeniffer Mishelle Campoverde Cedeño

Cédula: 1150499109

Dirección: Loja-Loja

Correo electrónico: jeniffer.campoverde@unl.edu.ec

Celular: 0939024630

DATOS COMPLEMENTARIOS:

Directora del Trabajo de Integración Curricular: Ing. Com. Gretty del Pilar Salinas Ordóñez, MAE.

Dedicatoria

El presente trabajo de tesis está dedicado primeramente a Dios por darme la vida, salud y la oportunidad de cumplir una meta más en mi vida como es la de obtener mi título de tercer nivel. A mis angelitos del cielo que han sido motivo de superación, a mis queridos y apreciados padres Patricia Cedeño Rodríguez y Manuel Campoverde Hurtado quienes han estado al pie del cañón en todo este proceso, por su apoyo incondicional sin importar las adversidades me han dado todo lo que he necesitado y sobre todo me han motivado a seguir adelante a pesar de lo difícil que pueda ser. Estoy orgullosa de ellos Dios me premio con unos padres increíbles que me educaron de la mejor manera inculcándome los mejores valores, sin duda alguna mi familia mi mayor fuente de inspiración para mi superación personal.

Dedico en especial este trabajo a mis hermanitas Jamileth Campoverde Cedeño y Victoria Campoverde Cedeño para que tengan un ejemplo de vida y luchen por sus sueños. No ha sido fácil, pero me siento muy feliz de dejarles este legado.

A mi familia en general por todos sus buenas vibras y por estar pendiente en todo este proceso, a mi novio y su familia por apoyarme y hacerme sentir parte de ellos.

Finalmente, a mis profesores quienes me orientaron en el proceso para llegar a la culminación de mis estudios, especialmente a la a la Ing.Com. Gretty Salinas mi directora de tesis por la paciencia y confianza depositada, dándome las pautas necesarias para la elaboración de mi trabajo de tesis que a continuación se presenta.

Jeniffer Mishelle Campoverde Cedeño

Agradecimiento

Agradezco primeramente a Dios, a la Universidad Nacional de Loja, a la Facultad Jurídica, Social y Administrativa de la Carrera de Administración de Empresas, a sus autoridades, a todo el personal administrativo, y a los distinguidos docentes de los diferentes ciclos que me dieron la oportunidad de compartir sabios conocimientos, que me han servido para llegar a este momento especial. A mis padres Patricia Cedeño Rodríguez y Euclides Campoverde Hurtado que con sus consejos y sabiduría me supieron apoyar incondicionalmente hasta alcanzar mi profesionalización.

Expreso un agradecimiento especial a la Ing. Gretty Salinas Ordoñez, MAE., docente de la Carrera de Administración de Empresas, quien me guio durante todo el trayecto de desarrollo de la tesis, el cual se cumplió con la culminación exitosa del presente trabajo. Finalmente agradezco a mi novio por el apoyo incondicional en todo momento, familiares y amigas especialmente a los que me apoyaron y me brindaron su ayuda en los momentos que necesite a los cuales doy mi sincero reconocimiento.

Jeniffer Mishelle Campoverde Cedeño

Índice de contenidos

Portada	i
Certificación	ii
Autoría	iii
Carta de autorización	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice de contenidos	vii
Índice de tablas	xiv
Índice de figuras.....	xvi
Índice de anexos.....	xviii
1. Título	1
2. Resumen	2
2.1. Abstract	3
3. Introducción	4
4. Marco Teórico	6
4.1. Marco Referencial	6
4.1.1. Antecedentes del Cantón Paltas.....	7
4.1.2. Límites	8
4.1.3. Bocado de panela y maní	8
4.1.4. La caña de azúcar.	8
4.1.5. Panela.....	8
4.1.6. Maní.....	9
4.1.7. Maracuyá	10
4.1.8. Beneficios de la Pulpa	10
4.2. Conceptos Claves	10

4.2.1. El ciclo de los proyectos	10
4.2.1.1. La idea	11
4.2.1.2. Pre inversión	11
4.2.1.3. Perfil	11
4.2.1.4. Pre factibilidad o anteproyecto:	12
4.2.1.5. Factibilidad o proyecto definitivo.....	12
4.2.1.6. Etapa de inversión	12
4.2.1.7. Etapa de operación.....	12
4.2.2. Definición de un proyecto de inversión.....	12
4.3. Fundamentos Teóricos	13
4.3.1. Estudio de mercado	13
4.3.1.1. Análisis de la demanda	13
4.3.1.2. Análisis de la oferta	14
4.3.1.3. Balance entre la oferta y demanda.....	15
4.3.1.4. Estrategias de marketing.....	15
4.3.2. Estudio Técnico	16
4.3.2.1. Tamaño	16
4.3.2.1. Capacidad	16
4.3.2.1. Localización.....	17
4.3.2.1.1. Micro localización.....	17
4.3.2.1.2. Macro localización	17
4.3.2.1.3. Factores de localización	18
4.3.2.2. Ingeniería de proyectos.....	18
4.3.2.2.1. Componente tecnológico:.....	18
4.3.2.2.2. Infraestructura física:.....	18

4.3.2.2.3. Distribución de la planta:	18
4.3.2.3. Proceso de producción:.....	19
4.3.2.4. Balance de materiales:	19
4.3.3. Estudio Organizacional.....	20
4.3.3.1. Base legal.....	20
4.3.3.2. Tipos de compañías	20
4.3.3.3. Niveles jerárquicos	21
4.3.3.4. Organigramas.....	22
4.3.3.5. Manual de funciones.....	22
4.3.4. Estudio Financiero	23
4.3.4.1. Inversiones	23
4.3.4.2. Inversiones en activos fijos.....	23
4.3.4.3. Inversiones en activos diferidos	23
4.3.4.4. Inversiones en capital de trabajo	24
4.3.4.5. Financiamiento	24
4.3.4.6. Análisis de costos	24
4.3.4.7. Presupuesto proyectado	25
4.3.4.8. Punto de equilibrio.....	25
4.3.4.9. Clasificación de costos.	27
4.3.4.10. Estado de pérdidas y ganancias	27
4.3.4.11. Flujo de caja.....	27
4.3.5. Evaluación financiera	27
4.3.5.1. Valor Actual neto (VAN)	28
4.3.5.2. Tasa interna de retorno	28
4.3.5.3. Relación beneficio costo (RBC)	29

4.3.5.4.	Periodo de recuperación de capital	29
4.3.5.5.	Análisis de sensibilidad	29
4.3.5.5.1.	Análisis de sensibilidad con incremento de costos.....	30
4.3.5.5.2.	Análisis de sensibilidad para disminución de ingresos.....	30
5.	Metodología.....	31
5.1.	Área de estudio	31
5.2.	Enfoque metodológico	31
5.3.	Tipo de investigación.....	31
5.4.	Técnicas de recolección	31
5.5.	Fuentes de información.....	31
5.6.	Población	32
5.6.1.	Proyección de la población.....	32
5.6.2.	Muestra	32
5.6.3.	Procedimiento:.....	33
6.	Resultados	35
6.1.	Resultados de la demanda	35
6.2.	Resultados de la Oferta	54
7.	Discusión	57
7.1.	Estudio de mercado.....	57
7.1.1.	Producto principal.....	57
7.1.1.1.	Introducción del producto:.....	58
7.1.1.2.	Entorno:	58
7.1.1.3.	Referentes Históricos:.....	58
7.1.1.4.	Características del producto:	58
7.1.1.5.	Características nutricionales:.....	59

7.1.1.6. Características socioeconómicas:	59
7.1.1.7. Aportación al desarrollo económico del cantón Paltas:.....	59
7.1.1.8. Información de los proveedores	60
7.1.1.9. Productos sustitutos:	60
7.1.1.10. Beneficios del bocadillo de panela, maní y maracuyá.....	61
7.1.1.11. Descripción del producto:.....	61
7.1.2. Análisis de la demanda:	62
7.1.3. Análisis de la Oferta	66
7.1.4. Demanda Insatisfecha.....	68
7.1.5. Plan de comercialización.	69
7.1.5.1. Producto.....	69
7.1.5.2. Precio	71
7.1.5.3. Plaza.....	72
7.1.5.4. Promoción.....	72
7.2. Estudio Técnico	76
7.2.1. Localización.....	76
7.2.1.1. Factores de localización.....	76
7.2.1.2. Macro localización	77
7.2.1.3. Micro localización	78
7.2.2. Tamaño	79
7.2.2.1. Capacidad Instalada:.....	79
7.2.2.2. Capacidad Utilizada:.....	79
7.2.3. Ingeniería del proyecto.	81
7.2.3.1. Proceso Productivo	81
7.2.3.1.1. Flujograma de procesos	83

7.2.4. Distribución física de la planta	84
7.2.4.1. Infraestructura Física	84
7.2.4.2. Componente Tecnológico:.....	85
7.3. Estudio organizacional.....	92
7.3.1. Direccionamiento estratégico:	93
7.3.2. Niveles Jerárquicos de Autoridad.....	94
7.3.3. Organigramas.....	95
7.3.3.1. Organigrama Estructural.....	96
7.3.3.2. Organigrama Funcional	97
7.3.3.3. Organigrama posicional.....	98
7.3.4. Manual de funciones:.....	99
7.4. Estudio financiero	106
7.4.1. Inversión	106
7.4.1.1. Inversiones en activos fijos.....	106
7.4.1.2. Inversión en activos diferidos.....	110
7.4.1.3. Inversión en Activo circulante o Capital de Trabajo	111
7.4.2. Resumen de la inversión.....	121
7.4.2.1. Financiamiento:	123
7.4.2.2. Presupuesto proformado o proyectado	124
7.4.2.3. Costo Unitario de Producción.....	126
7.4.2.4. Precio de venta al intermediario y al público	127
7.4.2.5. Ingreso por venta	127
7.4.2.6. Clasificación de costos fijos y variables.....	128
7.4.2.7. Punto de equilibrio.....	129
7.4.2.8. Estado de pérdidas y ganancias	132

7.4.2.9. Flujo de Caja.....	133
7.5. Evaluación Financiera	134
7.5.1. Valor Actual Neto (VAN)	134
7.5.2. Tasa Interna De Retorno (TIR).....	135
7.5.3. Relación Beneficio Costo	136
7.5.4. Periodo de recuperación de capital	136
7.5.5. Análisis de sensibilidad	138
7.5.5.1. Análisis de Sensibilidad con Incremento en los Costos	138
7.5.5.2. Análisis de sensibilidad con disminución en los costos	140
8. Conclusiones	142
9. Recomendaciones	143
10. Bibliografía	144
11. Anexos	147

Índice de tablas

Tabla 1 Género	35
Tabla 2 Edad.....	36
Tabla 3 Consume bocadillos	37
Tabla 4 Compra bocadillos.....	38
Tabla 5 Tipo de bocadillo.....	39
Tabla 6 Compra trimestral.....	40
Tabla 7 Fijación de marca	41
Tabla 8 Marca de preferencia	42
Tabla 9 Valor a pagar por la libra de bocadillo.....	43
Tabla 10 Característica importante.....	44
Tabla 11 Compraría el producto.....	45
Tabla 12 Forma del bocadillo.....	46
Tabla 13 Cuántas libras estaría dispuesto a comprar trimestralmente	47
Tabla 14 Lugar que le gustaría adquirir el bocadillo.....	48
Tabla 15 Envase del producto	49
Tabla 16 Tipo de promoción	50
Tabla 17 Preferencia de redes sociales.....	51
Tabla 18 Tiempo que le dedica a las redes sociales	52
Tabla 19 Jornada en la que accede a la red social	53
Tabla 20 Ventas mensuales	54
Tabla 21 Libras vendidas en los últimos años.....	55
Tabla 22 Envase del producto	55
Tabla 23 Demanda Potencial.....	63
Tabla 24 Demanda Real	64
Tabla 25 Demanda Efectiva	65
Tabla 26 Oferta actual	67
Tabla 27 Proyección de la oferta.....	68
Tabla 28 Demanda Insatisfecha	68
Tabla 29 Presupuesto de comercialización	76
Tabla 30 Capacidad Instalada.....	79

Tabla 31	Capacidad Utilizada	79
Tabla 32	Determinación del porcentaje de capacidad utilizada	80
Tabla 33	Participación en el mercado	80
Tabla 34	Flujograma	83
Tabla 35	Áreas requeridas para la empresa	84
Tabla 36	Manual de funciones de Gerente	99
Tabla 37	Manual de funciones de Asesor Jurídico.....	100
Tabla 38	Manual de funciones de la Contadora	101
Tabla 39	Manual de funciones de Secretaria.....	102
Tabla 40	Manual de funciones del Jefe de producción	103
Tabla 41	Manual de funciones de Obrero	104
Tabla 42	Manual de funciones del Chofer Vendedor.....	105
Tabla 43	Maquinaria y Equipo	106
Tabla 44	Utensilios.....	107
Tabla 45	Vehículo	107
Tabla 46	Equipo de cómputo.....	107
Tabla 47	Proyección al equipo de compúto	108
Tabla 48	Reinversión del equipo de Cómputo	108
Tabla 82	Presupuesto Preformado o proyectado	125
Tabla 83	Costo Unitario de Producción	127
Tabla 84	Precio de venta al intermediario.....	127
Tabla 85	Ingreso por ventas	128
Tabla 86	Costos fijos y variables	128
Tabla 87	Punto de equilibrio Año 1	129
Tabla 88	Punto de Equilibrio Año 5.....	130
Tabla 89	Impuesto a la renta 2023	132
Tabla 90	Estado de pérdidas y ganancias	132
Tabla 91	Flujo de Caja	133
Tabla 92	Valor Actual Neto	134
Tabla 93	Tasa interna de retorno (TIR).....	135
Tabla 94	Relación Beneficio Costo.....	136

Tabla 95 Periodo de recuperación del capital (PRC)	137
Tabla 96 Análisis de sensibilidad con incremento en los costos.....	138
Tabla 97 Análisis de sensibilidad con disminución en los costos	140

Índice de figuras

Figura 1 Género.....	35
Figura 2 Edad	36
Figura 3 Consume bocadillos.....	37
Figura 4 Compra bocadillos	38
Figura 5 Tipo de bocadillo	39
Figura 6 Compra Trimestral.....	40
Figura 7 Fijación de la marca.....	41
Figura 8 Marca de preferencia	42
Figura 9 Valor a pagar por la libra de bocadillos.....	43
Figura 10 Característica importante	44
Figura 11 Compraría el producto	45
Figura 12 Forma del bocadillo	46
Figura 13 Cuántas libras estaría dispuesto a comprar trimestralmente.....	47
Figura 14 Lugar que le gustaria adquirir el bocadillo	48
Figura 15 Envase del producto.....	49
Figura 16 Tipo de promoción.....	50
Figura 17 Preferencia de redes sociales	51
Figura 18 Tiempo que le dedica a las redes sociales	52
Figura 19 Jornada en la que accede a la red social	53
Figura 20 Ventas mensuales.....	54
Figura 21 Envase del producto.....	56
Figura 22 Presentación del producto	57
Figura 23: Marca del producto	69
Figura 24: Información nutricional.....	70
Figura 25: Redes sociales	71

Figura 26 Presentación del producto y muestras gratis	72
Figura 27 Página de Facebook	73
Figura 28 Afiche publicitaria para las redes sociales.....	74
Figura 29 Red social de Instagram.....	74
Figura 30 Red social de Tik Tok.....	75
Figura 31 Macrolocalización	78
Figura 32 Microlocalización	78
Figura 33 Infraestructura Física	85
Figura 34 Marmita.....	86
Figura 35 Balanza	86
Figura 36 Tostadora de Maní	87
Figura 37 Piladora de maní	87
Figura 38 Molino de maní.....	88
Figura 39 Despulpadora	88
Figura 40 Congelador.....	89
Figura 41 Cucharas de cobre.....	89
Figura 42 Mesa de acero inoxidable	90
Figura 43 Moldes de corazón en acero inoxidable.....	90
Figura 44 Moldes de círculos en acero inoxidable.....	91
Figura 45 Moldes de cuadrados en acero inoxidable	91
Figura 46 Organigrama estructural	96
Figura 47 Organigrama funcional	97
Figura 48 Organigrama Posicional.....	98
Figura 49 Punto de Equilibrio Año 1	130
Figura 50 Punto de Equilibrio Año 5	131

Índice de anexos

Anexo 1 Diseño de encuesta para los demandantes.....	147
Anexo 2 Diseño de encuesta para los oferentes	152
Anexo 3 Proforma de maquinaria y equipo	155
Anexo 4 Servicio de Rentas Internas	156
Anexo 5 Certificado de traducción del resumen.....	157

1. Título

Estudio de pre factibilidad para la implementación de una empresa productora de bocadillos a base de (panela, maní y maracuyá) en el cantón Paltas y su comercialización en la ciudad de Loja.

2. Resumen

En el “Estudio de pre factibilidad para la implementación de una empresa productora de bocadillos a base de (panela, maní y maracuyá) en el cantón Paltas y su comercialización en la ciudad de Loja”, se utilizó un enfoque metodológico mixto, el tipo de investigación fue descriptiva y se utilizó la técnica de la encuesta y la observación directa; el segmento escogido fue la población económicamente activa (PEA) y se calculó una muestra de 383 encuestas. El estudio de mercado permitió identificar una demanda insatisfecha de 400.466 libras de bocadillo para el primer año, en el estudio técnico se determinó la capacidad instalada que será de 438.000 libras de bocadillos al año; la empresa llevará a efecto la producción de 99.600 libras al año de acuerdo a su capacidad utilizada, tendrá una participación en el mercado del 24,87% además adoptará la denominación de compañía de responsabilidad limitada y su razón social será MANIRICH Cía. Ltda.; la inversión para la implementación del proyecto será de \$39.694,25, donde el precio de venta al público será \$1,60 cada libra. Los resultados de los indicadores financieros como: VAN positivo de \$45.250,95; la TIR de 45,52%, una RBC de \$1,18 lo cual quiere decir que por cada dólar invertido se gana 18 centavos, se recupera la inversión en 2 años, 6 meses y 21 días, el análisis de sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 5,65% con una sensibilidad de 0,99 y también podrá soportar una disminución en sus ingresos de hasta 4,83% generando una sensibilidad del 0,99 por tanto se puede concluir que el proyecto es factible.

Palabras claves: *Pre factibilidad, inversión, producción, comercialización, empresa.*

2.1. Abstract

In the "Pre-feasibility study for the implementation of a producing snacks company based on (panela, peanuts and passion fruit) in Paltas Canton and its commercialization in the city of Loja", a mixed methodological approach was used, the type of research was descriptive and the survey technique and direct observation were used; the segment chosen was the economically active population (EAP) and a sample of 383 surveys was calculated. The market study identified an unsatisfied demand of 400,466 pounds of snacks for the first year; the technical study determined the installed capacity to be 438,000 pounds of snacks per year; the company will produce 99,600 pounds per year according to its production capacity. 600 pounds per year according to its used capacity, it will have a market share of 24.87% and will adopt the denomination of limited liability company and its corporate name will be MANIRICH Cía. Ltda.; the investment for the implementation of the project will be \$39,694.25, where the selling price to the public will be \$1.60 per pound. The results of the financial indicators such as: positive NPV of \$45,250.95; IRR of 45.52%, a RBC of \$1.18 which means that for every dollar invested 18 cents are earned, the investment is recovered in 2 years, 6 months and 21 days, the sensitivity analysis indicates that the project supports an increase in costs of 5.65% with a sensitivity of 0.99 and can also withstand a decrease in its revenues.

Key words: *Pre-feasibility, investment, production, commercialization, company.*

3. Introducción

El Ecuador es un país Latinoamericano que posee gran fortuna y biodiversidad, Celi (2020), menciona que es el segundo país más emprendedor en la región con una Tasa de Actividad Emprendedora (TEA) del 36.2%. Pero, casi el 80% de los emprendimientos decaen en su etapa inicial, es decir 8 de cada 10, las razones para que un emprendimiento no sea exitoso son muchas entre ellas están: la falta de financiamiento y clientes, inseguridad jurídica y desconocimiento al iniciar un negocio, otra causa quizá la más importante es que los negocios nacen de la necesidad y no de la demanda actual del mercado. Por dicha razón es muy importante que se realicen los estudios de factibilidad antes de emprender los mismos que son un procedimiento al cual se le asignan recursos financieros con la intención de generar un bien o servicio que atienda e integre a una necesidad humana.

La importancia de este tema es realizar un estudio que permita comprobar si el emprendimiento que surge de una necesidad existente es factible o no. Es decir, el producto que se desea poner al mercado tiene relación con el producto tradicional como son los bocadillos de panela y maní, pero en este caso se desea incrementar un valor agregado tanto en el sabor, en el empaque, en formas y tamaño es decir innovar en el producto original y por ello se desea saber que aceptación puede tener en el mercado lojano mediante el siguiente estudio.

Los beneficios que puede aportar el producto a los demandantes son múltiples vitaminas, minerales, fibras, que aportan de manera positiva a la salud de quienes lo consumen. Esto se debe a que la materia prima que se utilizará es un dulce natural como la panela, el maní considerado como un fruto seco que aporta grasas sanas y un cítrico como es el maracuyá que aporta acidez, al fusionarlos da como resultado una explosión de sabores.

El estudio tiene como propósito implementar una empresa que aporte beneficios a los ciudadanos, por ello que el tema de investigación es titulado “Estudio de pre factibilidad para la implementación de una empresa productora de bocadillos a base de (panela, maní y maracuyá) en el cantón Paltas y su comercialización en la ciudad de Loja. Tiene como objetivo elaborar: El estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio financiero, y evaluación financiera. Misma que permita generar fuentes de empleo aportando de manera positiva al crecimiento y desarrollo del país por el nuevo producto que se desea lanzar al mercado lojano.

La presente investigación inicia con el título mismo que está estructurado de forma clara, seguidamente el resumen, donde se detalla los aspectos más relevantes a los que se llegó de haber concluido el proyecto de titulación, luego se presenta el marco teórico, misma que contiene el marco referencial, conceptos claves y fundamentos teóricos mismo que permitió sustentar el trabajo de investigación.

En la metodología se muestra el tipo, el enfoque de investigación, así como los métodos, técnicas, población y muestra respectivamente es decir se explica cómo se hizo la investigación. En la parte de resultado se encuentra la tabulación, análisis e interpretación de la información recabada en la investigación de campo a los demandantes como a los oferentes.

En la discusión se analizó primeramente el estudio de mercado, mismo que permitió determinar la demanda y oferta insatisfecha, también se realizó el plan de comercialización el cual está enfocado en el producto, precio, plaza y promoción.

Se realizó también el estudio técnico en el cual se establece la localización de la planta y el tamaño, con el objeto de determinar la capacidad instalada y utilizada; en la ingeniería del proyecto se incluye la descripción del proceso de producción de los bocadillos de panela, maní y maracuyá, la distribución de la planta, y los requerimientos necesarios para ejecutar el proyecto.

En base al estudio legal y administrativo se determinó la estructura orgánica y funcional de la empresa, que está en concordancia con la base legal y organizacional establecida complementándose esta etapa de la investigación con la construcción del organigrama estructural, funcional y posicional, además el manual de funciones en el cual se especifica la naturaleza del cargo, funciones principales, características y requisitos mínimos para el desempeño de cada puesto.

En el estudio económico, se realizó el cálculo de los recursos necesarios para la instalación y funcionamiento de la empresa, y se determinó las fuentes de las que se obtendrán los recursos económicos, también se determinó el presupuesto de costo total de operaciones y el cálculo del precio de venta al público.

La verificación de la factibilidad del proyecto, fue posible mediante el desarrollo de los principales indicadores de la evaluación financiera, como son el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), la Relación Beneficio Costo (RBC), el Periodo de Recuperación de Capital (PRC), y el Análisis de Sensibilidad. Finalmente, las respectivas conclusiones y recomendaciones, la bibliografía utilizada y los anexos respectivos.

4. Marco Teórico

4.1. Marco Referencial

De acuerdo con la investigación sobre el **Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa productora de bocadillos de panela, maní y coco rallado, en el cantón Olmedo y su comercialización en la ciudad de Loja**. Espinoza (2015) menciona que la metodología utilizada en el trabajo de investigación fue descriptiva luego se tomó en cuenta la técnica de la encuesta, la misma que fue aplicada a las familias de la ciudad de Loja con una muestra de 381 encuestas y otra a los oferentes de bocadillos de la misma.

En el estudio de mercado se analizó la demanda y la oferta para determinar la acogida que tienen el producto en el mercado, obteniendo una demanda insatisfecha de 290. 500 libras por año, posteriormente se realizó el análisis del estudio técnico donde se tomó en consideración la capacidad instalada y utilizada, así mismo el tamaño y localización, la distribución de la planta, la ingeniería del proyecto y la estructura orgánica – funcional la misma facilita determinar el grupo empresarial, la constitución, organización y los manuales de funciones para la buena operación de la empresa. Dentro del estudio económico - financiero se determinó la inversión total del proyecto la misma que es de \$28.958,95, que será financiada por los socios el 58.56% y por el Banco Nacional de Fomento el 41.44%.

Finalmente según los resultados del estudio se determinó la factibilidad del proyecto para lo cual se analizó los siguientes indicadores como: El VAN de \$32,057.77; La TIR de 55,61%; La RBC es de \$1,25 por cada dólar invertido la empresa gana 0,25 centavos de dólar; PRC es de 1 año, 8 meses y 1 día; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 11.80% dando un total del 0,99% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 9,43% dando un total del 0.99%, por lo cual el proyecto es factible.

En la investigación titulada **Proyecto de factibilidad para la creación de una micro empresa productora de "bocadillo de guayaba con panela" y su comercialización en la ciudad Quito, provincia de Pichincha**. Zambrano (2015) plantea que los métodos utilizados fueron: Inductivo, el cual se lo utilizó para generalizar conclusiones y recomendaciones; Deductivo, que permitió en base a los conceptos aplicarlos en el desarrollo de los estudios de mercado, técnico, administrativo, económico y evaluación financiera, se aplicaron las siguientes técnicas. La observación permitió conocer cómo se lleva a cabo el proceso producción y comercialización del bocadillo, la encuesta aplicada a una muestra representativa a la población y la muestra de esta

investigación, el segmento de mercado objeto de estudio constituyó la población de la ciudad de Quito que es de 660.304 familias de acuerdo al censo de población y vivienda realizado por el INEC en el año 2010 y con una tasa de crecimiento del 4.06% para el año 2014.

Mediante el Estudio de Mercado se determinó una oferta de 205.632, así como una demanda de 10839.529 dando así una demanda insatisfecha de 10'633.896 unidades de bocadillos para el primer año. Teniendo una demanda potencial de 528.243 familias; una demanda Real de 475.418 familias que consumen bocadillo de guayaba y una demanda efectiva de 451.647 familias que comprarían nuestro producto, con un consumo per cápita de 2 cajas de 10 unidades por familia mensuales.

La capacidad instalada y utilizada cubrirá el 4.46% de la demanda insatisfecha. La inversión alcanza un monto de 125.946 dólares, de los cuales el 32% será de capital propio y el 68% de préstamo bancario. La evaluación financiera indica que la empresa recuperará el capital en 4 años, 4 meses y 22 días; que por cada dólar invertido la empresa gana 77 centavos. La TIR es del 65.41% que representa que es mejor que la tasa de interés bancario; dentro del análisis de sensibilidad puede soportar un incremento en los costos de hasta el 48.6% así como una disminución en las ventas de hasta un 28%.

Finalmente puedo mencionar que, con respecto a las investigaciones realizadas por diferentes autores, los mismo que mencionan que si existe demanda con referencia a los bocadillos y por consiguiente podría existir también bocadillos de diferentes sabores; asimismo que los estudios de factibilidad son aplicables para todo tipo de proyecto nuevo lo cual es propicio para darle uso al presente trabajo de investigación que se llevara a cabo.

Por ello es importante la recopilación de relevamientos de análisis previos, pues se exponen antecedentes, teóricos y otros datos relevantes, que servirán de base para realizar comparaciones en conjunto con la ejecución de este trabajo de investigación, permitiendo la identificación de vacíos. y preguntas a investigar para justificar el proyecto y trazar los lineamientos para orientar la investigación.

4.1.1. Antecedentes del Cantón Paltas

El cantón Paltas se ubica en la parte central de la Provincia de Loja cuenta con varios tipos de climas los cuales son: Tropical, cálido, templado, frio. Según PDOT-PALTAS (2015-2019) menciona que:

La temperatura en la parte baja es de 24°C y en la parte alta alcanza los 12°C, el suelo en el cantón Paltas en su mayoría está cubierto de bosques secos y húmedos, coberturas que permiten la conservación protección y producción. En cuanto a los usos agrícola se destaca la producción de maíz y maní en gran escala (excelentes productos que son importados a las demás provincias del país) también existen otros cultivos que se dan muy bien en algunas parroquias del cantón por el clima cálido-templado como son el café, la caña de azúcar, frejol, naranja, papaya, maracuyá, tomate de riñón, banano, mango etc.

4.1.2. *Limites*

El cantón Paltas limita al norte con los cantones de Chaguarpamba, Olmedo y la provincia de el Oro; al sur con los cantones de Calvas y Sozoranga; al este con los cantones de Catamayo y Gonzanamá; al oeste los cantones Puyango y Celica. (EcuRed, 2019)

4.1.3. *Bocadillo de panela y maní*

Según Amaro et al, (2019) afirman que:

El bocadillo de caña y maní, es un alimento de alto contenido energético, 100% natural, no posee aditivos químicos, su conservación se obtiene gracias a las propiedades naturales de la caña que le permiten una prolongada duración, este bocadillo ofrece increíbles propiedades saludables que estimulan el cerebro y crean una sensación instantánea de bienestar.

4.1.4. *La caña de azúcar.*

La caña de azúcar es una planta herbácea tropical, con tallos gruesos y fibrosos que pueden alcanzar de 3 a 5 metros de altura. Ramírez (2008) argumenta que: Esta planta contiene grandes cantidades de sacarosa que se procesa para producir azúcar, la caña de azúcar es uno de los cultivos agrícolas más importantes en los trópicos crece en casi cualquier suelo, pero lo hace mejor en suelos fértiles profundos y bien drenados. Suele crecer a una altitud de 0-1000 metros sobre el nivel del mar requiere un clima cálido y húmedo, alternando con períodos secos, con temperaturas entre 16 y 30 grados centígrados.

4.1.5. *Panela*

La panela es un producto natural hecho a base de la caña de azúcar. Según Gutierrez (2020) deduce que:

La misma tiene una vida útil de un año, mismo que es garantizado por su alta calidad, y forma parte de algunos tipos de presentaciones ya sea cuadrada, en pastillas, redonda, granulada, la calidad de este producto se mide por su color, textura, y dureza.

La panela es considerada un endulzante natural que se obtiene por la concentración de los jugos de la caña de azúcar y la posterior cristalización de la sacarosa. Esta no se somete a ningún proceso de refinado, centrifugado y filtrado. Se caracteriza por su alta concentración de azúcares, contenido de minerales y de vitaminas provenientes de la caña de azúcar que se conservan en la panela, pero a pesar de ser un producto tan rico en nutrientes también presenta signos de deterioro por contaminación microbiana; este efecto se debe al nivel tan alto de actividad acuosa. (Bolaños et al, 2018, pp. 101-102).

4.1.6. Maní

Según Suárez y Álvaro (2020) menciona que:

El maní es un fruto seco que se considera alto en calorías debido a que sus principales componentes son lípidos o ácidos grasos. La omega 3 y omega 6 constituyen del 40 al 55 por ciento de su composición, son ricos en vitamina E y aportan minerales como sodio, potasio, hierro, magnesio, yodo, bronce y más. Sus beneficios incluyen mejorar la composición de lípidos y reducir el riesgo de enfermedades cardiovasculares y puede ser muy eficaz en nutrición, prevención y tratamiento de enfermedades de la piel y una variedad de usos potenciales.

La grasa de maní no es peligrosa porque el 75 por ciento de la grasa que contiene es mono insaturado, un tipo de grasa que ayuda a reducir los niveles de colesterol en la sangre, lo que protege de las enfermedades cardíacas y el endurecimiento de los huesos. Se dice que los cacahuets son ricos en vitaminas como el niacina, la vitamina E, la vitamina B, la vitamina B2, la vitamina B, el ácido pantoténico y el ácido fólico.

De acuerdo con Torres (2020) manifiesta que las alergias alimentarias se han convertido en un problema de salud importante para la Organización Mundial de la Salud (OMS) y la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO). A parte de sus excelentes características nutricionales, el maní puede causar alergia, enfermedad que afecta aproximadamente al 1 % de los niños menores de 5 años en los últimos 15 años se ha diagnosticado a un número cada vez mayor de niños con la alergia.

El maní es uno de los alimentos más alergénicos que contiene múltiples proteínas almacenadas en semillas identificadas como alérgenos. Comúnmente se relaciona con frutos secos y a pesar de ser taxonómicamente de familias diferentes hasta el 50 % de los pacientes con alergia a maní presentan sensibilización a frutos secos.

4.1.7. Maracuyá

Según Cañizarez y Jaramillo (2015) señalan que:

El cultivo del maracuyá o fruta de la pasión se originó en la Amazonía brasileña, desde donde se extendió a Australia y luego a Hawái, actualmente se cultiva en Australia, Nueva Guinea, Sri Lanka, Sudáfrica, India, Taiwán, Hawái, Brasil, Perú, Ecuador, Venezuela y Colombia, entre otros, donde se introdujo en 1936. (p.13)

Es la industria frutícola la que está aumentando en superficie cultivada, por lo que es necesario desarrollar actividades económicas agropecuarias con ventajas comparativas para la exportación y como fuente de materias primas para la agroindustria local. Como es un cultivo de semillas comúnmente propagado puede ser explotado comercialmente, aumentar el área cultivada ayuda a obtener plantas sanas y vigorosas, de tamaño uniforme y en número suficiente para satisfacer la demanda, asegura el éxito de esta fundación o fruticultura. (p. 11)

El maracuyá es una buena fuente de proteínas, minerales, vitaminas, carbohidratos y lípidos, se consume como fruta fresca o como jugo. Se utiliza para preparar bebidas, néctares, mermeladas, helados, morcillas, conservas, etc. El aceite extraído de sus semillas se puede utilizar en la elaboración de jabones, tintas y barnices. (p.21)

4.1.8. Beneficios de la Pulpa

La pulpa se caracteriza por una amplia gama de nutrientes y es particularmente atractiva para los consumidores, se componen de 70% a 95% de agua, pero su mayor atractivo nutricional es su aporte a la dieta, que contiene importantes vitaminas, minerales, enzimas y carbohidratos como la fibra (Brito y Abarca, 2018).

4.2. Conceptos Claves

4.2.1. El ciclo de los proyectos

Dentro del ciclo del proyecto se manifiesta cada una de las etapas que recorre el proyecto desde la concepción de la idea hasta su materialización. Según Orozco (2013) plantea que:

Cada una de las etapas que recorre el proyecto, desde la concepción de la idea hasta su materialización en una obra o acción concreta, debe presentar suficientes elementos para profundizar en las subsiguientes de tal forma que el paso de una etapa a otra se efectúa como resultado de una toma de decisión. Cada etapa representa inversiones lo que significa que la profundidad y extensión de cada una de ellas no debe ir más allá de lo necesario para adoptar la decisión de continuar o detener el estudio del proyecto.

La primera decisión ocurre cuando un inversionista desea saber si una idea es aceptada por lo que contrata a un analista o evaluador de proyectos para que le estructure su idea mediante un análisis ordenado y sistematizado a través de un estudio de pre inversión, con los resultados obtenidos en este estudio toma la decisión de invertir o no en el proyecto, con base en lo anterior, el ciclo de vida de un proyecto contiene cuatro grandes etapas: idea, pre inversión, inversión y operación.

4.2.1.1. La idea

En esta etapa se identifican los problemas que puedan resolverse y las oportunidades de negocio que puedan aprovecharse. La gran mayoría de las ideas que terminan en proyectos de inversión surgen del diagnóstico de las necesidades problemas imperantes en una sociedad, de tal forma que las diferentes alternativas de solución a estas necesidades plantean las ideas de los proyectos.

4.2.1.2. Pre inversión

Esta etapa corresponde a todos los estudios que son necesarios realizar antes de tomar la decisión de la inversión. Es conocida también como la formulación y evaluación del proyecto de inversión que dependiendo del nivel de profundidad de los estudios y la calidad de la información recolectada se realiza a nivel de perfil, pre factibilidad (anteproyecto) o factibilidad (proyecto definitivo). En esta etapa se realizan los estudios necesarios para tomar la decisión de realizar o no el proyecto de inversión. Las alternativas que no satisfacen tales parámetros de rentabilidad se rechazan o bien son postpuestas para futuros análisis.

4.2.1.3. Perfil

Un estudio de pre inversión a nivel de perfil se realiza a partir de la información existente de origen secundario o bibliográfico relacionada con el proyecto. Para las diferentes alternativas de solución o para la oportunidad de negocio deben estimarse las inversiones, los costos y beneficios de manera preliminar, es decir, sin entrar a investigaciones de terreno. Para llegar a las fuentes secundarias se consultan publicaciones en bibliotecas, hemerotecas, bancos de datos, institutos de investigación, etc., que tengan documentos que contengan información que sean de interés para el proyecto. Los elementos principales que deben analizarse en la formulación del proyecto durante la etapa de perfil son: estudio de mercado, tamaño y localización del proyecto, tecnología, monto de las inversiones y el marco institucional. Habrá que tener presente que en esta etapa de perfil no deben efectuarse elaboraciones profundas ni interpretaciones complejas, solo

deberán emplearse aquellas informaciones y bibliografías que estén disponibles fácilmente lo que indica que las investigaciones se deben realizar con base en fuentes secundarias.

4.2.1.4. Pre factibilidad o anteproyecto:

En esta etapa se profundiza la investigación en fuentes primarias y secundarias, lo que significa que además de la información obtenida a través de fuentes bibliográficas es fundamental hacer investigaciones de campo. Según lo convincente y completo de los resultados obtenidos en la etapa de perfil, el evaluador del proyecto podrá decidir no desarrollar la etapa de pre factibilidad, pasando directamente a la etapa de factibilidad, sin embargo, es probable que el perfil proporcione informaciones bastante generales, lo que obligará a profundizar en varios puntos antes de decidir la elaboración del estudio definitivo o de factibilidad.

4.2.1.5. Factibilidad o proyecto definitivo

Los capítulos (estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y estudio financiero) del estudio de factibilidad son similares a los del de pre factibilidad, salvo que en este primer nivel las investigaciones realizadas son de mayor profundidad, en las cuales ya se definen estrategias para la materialización del proyecto.

4.2.1.6. Etapa de inversión

Según Pasaca (2017), “Tomar la decisión de invertir significa haber estudiado la posibilidad de aceptar o reemplazar una alternativa por otra a fin. El rechazo o postergación de una decisión de inversión debería haber sido detectado en etapas anteriores” (p.24).

4.2.1.7. Etapa de operación

Menciona Pasaca (2017), “Cuando se ha desarrollado la obra física diseñada en la etapa de pre inversión y ejecutada durante la inversión de acuerdo a lo programado, se producen los beneficios específicos que fueron estimados durante la pre inversión” (p.25).

4.2.2. Definición de un proyecto de inversión

Los proyectos de inversión son “Un procedimiento al cual se le asignan recursos financieros con la intención de generar un bien o servicio que atienda e integre a una necesidad humana”. (Serrano, 2020, p. 6).

4.3. Fundamentos Teóricos

4.3.1. Estudio de mercado

Definición e importancia del estudio de mercado. Manifiesta Serrano (2020):

La investigación de mercado se refiere al análisis de los clientes, los proveedores, la competencia, el marketing, el precio de mercado, etc. En particular cuantificar la oferta y la demanda a integrar, para ello es importante analizar tradiciones, gustos, valores, preferencias, actitudes y todo lo que incide en el comportamiento del consumidor de una forma u otra. La importancia del estudio de mercado radica en que los resultados del mismo arrojaran indicadores sobre la aceptación o rechazo de un producto en el mercado, el estudio coadyuva en la determinación de una política de precios que le permita a la empresa y al producto competir en el mercado, así como elegir los canales de comercialización para llegar a los clientes que pronto podría convertirse en el potencial consumidor. (p.13)

4.3.1.1. Análisis de la demanda

Según Castro y Castro (2009), “Se entiende por demanda a la cantidad de productos (bienes y servicios) que los consumidores están dispuestos a adquirir a un precio determinado con la finalidad de satisfacer una necesidad específica” (p.55).

Por su cantidad la demanda se divide en cuatro. Según Pasaca (2017):

- **Demanda Potencial.** – Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto en el mercado.
- **Demanda Real.** – Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto en el mercado.
- **Demanda Efectiva.** - La cantidad de bienes o servicios de la nueva unidad productiva, que son requeridos por el mercado, debe considerarse que existen restricciones que pueden ser producto de la situación económica el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que el consumidor pueda acceder al producto. Las personas que manifiestan su deseo de adquirir bocadillos de maní y panela, en la propuesta del proyecto, y tienen todas las condiciones para hacerlo.
- **Demanda insatisfecha:** Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad. Constituye aquella parte de la demanda que no es atendida por el mercado. (p.46)

Propósitos que tiene la demanda

Castro y Castro (2009) plantea que los propósitos de estudiar la demanda son:

- Cuantificar la cantidad de productos que el mercado está dispuesto a adquirir.
- Conocer las particularidades de los productos que demanda el mercado.
- Establecer si el producto puede satisfacer las necesidades del mercado.
- Conocer a detalle las necesidades de la localidad.
- Identificar las características de los consumidores

4.3.1.2. Análisis de la oferta

Según Urbina (2010) plantea que “Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado” (p. 41).

Tipos de ofertas

Mediante la clasificación de la oferta. Según Urbina (2010) menciona tres tipos de ofertas a continuación el detalle de cada uno.

- **Oferta competitiva o de mercado libre:** En ella los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que existe tal cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado.
- **Oferta oligopólica** (del griego oligos, poco) se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por sólo unos cuantos productores, el ejemplo clásico es el mercado de automóviles nuevos, ellos determinan la oferta, los precios y normalmente tienen acaparada una gran cantidad de materia prima para su industria. Tratar de penetrar en ese tipo de mercados no sólo es riesgoso, sino que en ocasiones hasta resulta imposible.
- **Oferta monopolística** es en la que existe un solo productor del bien o servicio y, por tal motivo, domina por completo el mercado e impone calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente un productor único. Si el productor domina o posee más de 95% del mercado siempre impondrá precio y calidad.

4.3.1.3. Balance entre la oferta y demanda

Según Miranda (2013) plantea que:

El balance entre la demanda y la oferta estimadas, permite establecer las posibilidades del proyecto, desde el punto de vista del mercado; si la demanda resulta inferior a la oferta, el proyecto será rechazado, a no ser que se espere desplazar a algunos de los actuales oferentes; por lo contrario, si la demanda resulta mayor que la oferta, que es la hipótesis que motiva el estudio, significa que existe una demanda insatisfecha y, por lo tanto, se presentan claras posibilidades de participar en el mercado. (p.91)

4.3.1.4. Estrategias de marketing

Las estrategias de marketing se encuentran especificadas en las 4ps. Según Carrillo et al, (2019):

Producto: Incluyen la composición del portafolio de productos de la empresa; es decir, el conjunto de bienes o servicios que se ofertarán., identifican tres dimensiones en el producto: básico, real y aumentado. En la dimensión básica se ubica que el producto satisface o el problema que resuelve en el mercado, la segunda dimensión hace referencia a las características reales del producto como: tamaño, sabor, material, empaque y demás características físicas. Y la dimensión aumentada se refiere a los servicios adicionales, garantías, asesoramiento técnico, repuestos y demás características que el consumidor recibe como beneficios agregados por el consumo del producto o la utilización del servicio. (pp. 73-74)

Precio: Señala que existen tres estrategias genéricas que permiten lograr una ventaja competitiva en el mercado; liderazgo en costos; diferenciación por calidad; y, enfoque o alta segmentación. La primera se relaciona a la eficiencia y la austeridad; requiere altos esfuerzos de disciplina para mantener un nivel de calidad esperado por el segmento de mercado. La segunda estrategia es la diferenciación por calidad; requiere un alto cumplimiento de estándares y la minimización de errores. La tercera estrategia, enfoque o alta segmentación; se refiere a la atención específica a grupos de consumidores con características únicas, generando productos adaptados a sus necesidades y preferencias. (pp. 75-76)

Plaza: Los canales de distribución son los medios a través de los cuales las organizaciones acercan el producto a sus clientes objetivos y potenciales; actualmente, los canales de distribución virtuales; especialmente en el turismo, han ganado protagonismo por la tendencia global al acceso a internet y redes de datos; así como las redes sociales. Esta cadena de distribución marca una

diferencia competitiva respecto de canales tradicionales (mayorista, minorista, cliente); por cuanto es ubicua (disponible en todo lugar y en todo momento), reduce el precio final de venta al eliminar intermediarios; y permite generar una “reputación en línea” mediante la retroalimentación de la satisfacción de los clientes. (p.77)

Promoción: Las decisiones de promoción, se relacionan a los medios idóneos para comunicar las novedades y ofertas del proyecto al segmento de mercado; utilizando aquellas plataformas que de manera costumbrista las personas que forman parte del target de la empresa utilizan para informarse; también se relaciona al mensaje a difundir y el concepto general que la empresa quiere posicionar en la mente de sus cliente objetivo y potenciales. En general, se deben preferir aquellos medios que, al menor costo posible, acerquen el mensaje al segmento objetivo de manera efectiva. Finalmente, en el área de promoción es conveniente identificar actividades de relaciones públicas e imagen institucional, orientadas a proyectar la marca en el mercado y la sociedad; además, construir relaciones comerciales con clientes, empresas y líderes de opinión, para consolidar el posicionamiento de la empresa en el segmento. (p.78)

4.3.2. Estudio Técnico

Este estudio Pasaca (2017) menciona que tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considera los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico y recursos humanos. Este estudio se enfoca en los aspectos fundamentales como son el tamaño, localización e Ingeniería de proyectos.

4.3.2.1. Tamaño

Orozco (2013) plantea que la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptimo. La definición del tamaño debe adecuarse a la naturaleza de cada proyecto.

4.3.2.1.1. Capacidad

Según Padilla (2011), la capacidad establece la cantidad de producción o de prestación de servicios por unidad de tiempo, por lo que se menciona algunos tipos de capacidades.

- **Capacidad diseñada**, que corresponde al nivel máximo posible de producción o de prestación de servicio.

- **Capacidad instalada**, que corresponde al nivel máximo de producción o prestación de servicios que los trabajadores con la maquinaria, equipos e infraestructura disponible pueden generar permanentemente.
- **Capacidad real**, que es el porcentaje de la capacidad instalada que en promedio se está utilizando, teniendo en cuenta las contingencias de producción y ventas, durante un tiempo determinado.

Pasaca (2017) argumenta la definición de otras capacidades:

- **Reservas:** Representa la capacidad de producción que no es utilizada normalmente y que permanece en espera de que las condiciones de mercado obliguen a un incremento de producción
- **Capacidad Financiera:** Para cualquier tipo de proyecto empresarial es importante el analizar las condiciones financieras de que se dispone para ello, esto significa el determinar la capacidad para financiar la inversión, sea con capital propio o mediante crédito, para ello es de vital importancia el conocer el mercado financiero.
- **Capacidad Administración:** Se debe tener claro el panorama respecto a si para la operación de la nueva unidad productiva se cuenta o se puede conseguir fácilmente el Talento Humano que haga posible el funcionamiento eficiente de la misma, ello implica el conocimiento claro de la actividad en la que se quiere emprender.

4.3.2.1. Localización

Es importante determinar la ubicación más favorable de la planta de producción o de generación de servicios que se pretenden en el proyecto de inversión. Morales (2009) plantea que se denomina ubicación “ventajosa” porque satisface los requerimientos del mercado y de los insumos, situación que se refleja interesante para los posibles clientes y para el inversionista por el atractivo margen de utilidad.

4.3.2.1.1. Micro localización

Según Padilla (2011) “Indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de un mercado local. Abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa”

4.3.2.1.2. Macro localización

De acuerdo con Padilla (2011) “Toma en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta, la demanda y la infraestructura

existente. Además, compara las alternativas propuestas para determinar las regiones o terrenos más apropiados para el proyecto”.

4.3.2.1.3. Factores de localización

Según Pasaca (2017) plantea que:

Los factores de Localización constituyen los aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre estos factores están: abastecimientos de materia prima, vías de comunicación adecuadas, disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos (agua, luz, teléfono, alcantarillado, etc.) y fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto.

4.3.2.2. Ingeniería de proyectos

Plantea Narváez (2009) que:

El estudio de ingeniería está orientada a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la producción de un bien o en la prestación de un servicio. Debe llegar a determinar la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción de bien o servicios deseados.

4.3.2.2.1. Componente tecnológico:

Según Pasaca (2017) menciona que el componente tecnológico, “Consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuada a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde con los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer”.

4.3.2.2.2. Infraestructura física:

Se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa. “Se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de las actividades con la fase operativa, Se debe contar con la sugerencia de profesionales de construcción, la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus medios de expansión” (Pasaca, 2017).

4.3.2.2.3. Distribución de la planta:

“Se define como la ordenación física de los elementos que constituyen una instalación sea industrial o de servicios. La distribución en planta hace referencia a la disposición de maquinaria y herramientas para el desarrollo del proceso productivo en el área física” (Pasaca, 2017).

4.3.2.3. Proceso de producción:

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

Diseño del producto: “Son el cerebro y aspecto creativo de la operación, debido a que, sin un producto diseñado de forma innovadora, la organización se vendría abajo. Es importante, tener en mente la función, estética, costo, facilidad de producción y materiales disponibles” (Daft, 2011).

Flujograma del proceso: El flujograma es un instrumento por medio del cual se describe paso a paso cada una de las actividades que consta en un proceso. Según Urbina (2010): en el diagrama de flujo se usa una simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas. A continuación, se describe la simbología

- **Operación.** Significa que se efectúa un cambio o transformación en algún componente del producto, ya sea por medios físicos, mecánicos o químicos, o la combinación de cualquiera de los tres.
- **Transporte.** Es la acción de movilizar de un sitio a otro algún elemento en determinada operación o hacia algún punto de almacenamiento o demora.
- **Demora.** Se presenta generalmente cuando existen cuellos de botella en el proceso y hay que esperar turno para efectuar la actividad correspondiente. En otras ocasiones el propio proceso exige una demora.
- **Almacenamiento.** Tanto de materia prima, de producto en proceso o de producto terminado.
- **Inspección.** Es la acción de controlar que se efectúe correctamente una operación, un transporte o verificar la calidad del producto.
- **Operación combinada.** Ocurre cuando se efectúan simultáneamente dos de las acciones mencionadas.

4.3.2.4. Balance de materiales:

“Conocido el proceso de producción, es fácil determinar los requerimientos en cuanto a la materia prima y otros componentes, sin embargo, se hace necesario cuantificar la cantidad que ellos se requiere para la obtención de una unidad de producto” (Pasaca, 2017).

4.3.3. Estudio Organizacional

Según Orozco (2013) menciona que:

Tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales. Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar la empresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto, y la descripción de los procedimientos y reglamentos que regalaran las actividades durante el periodo de operación.

La organización es el proceso de determinar qué es lo que debe hacerse para lograr una finalidad dada, así como dividir las actividades necesarias en segmentos suficientemente pequeños para que puedan ser desempeñados por una persona de modo que no se desperdicien esfuerzos y los miembros de una organización no interfieran unos con otros. La estructura organizacional de la empresa se hace mediante una representación gráfica, llamada Organigrama que al mismo tiempo muestra los elementos del grupo y sus relaciones respectivas.

4.3.3.1. Base legal

Se busca determinar la posibilidad de un proyecto a la luz de las normas legales que lo rigen, utilización de productos, subproductos patentes, etc. “Se toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, aportaciones sociales y demás obligaciones laborales, un proyecto altamente rentable, puede no ser factible por contraponerse a una norma legal” (Pasaca, 2017).

4.3.3.2. Tipos de compañías

Para determinar el tipo de Organización Jurídica se debe recurrir a lo que estipulan las leyes. Tayan (2020) menciona que dentro de la Legislación Ecuatoriana se reconoce los siguientes tipos de compañías:

- **Compañía en Nombre Colectivo:** Se contrae entre dos o más personas que hacen el comercio bajo una razón social. La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios, con la agregación de las palabras " y compañía"
- **Compañía de Responsabilidad Limitada:** Es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada"

- **Compañía Anónima:** 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. Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de “compañía anónima”, o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas.
- **Compañía de economía mixta:** El Estado, las municipalidades, los consejos provinciales y las entidades u organismos del sector público, podrán participar, conjuntamente con el capital privado. Las entidades podrán participar en el capital de esta compañía suscribiendo su aporte en dinero o entregando equipos, instrumentos agrícolas o industriales, bienes muebles e inmuebles, efectos públicos y negociables, así como también mediante la concesión de prestación de un servicio público por un período de tiempo determinado
- **Compañía en Comandita simple dividida por acciones:** La compañía en comandita por acciones existirá bajo una razón social que se formará con los nombres de uno o más socios solidariamente responsables, seguidos de las palabras "compañía en comandita" o su abreviatura.

4.3.3.3. Niveles jerárquicos

Según Pasaca (2017) menciona que los niveles jerárquicos se encuentran determinados de acuerdo al tipo de empresa y acorde a lo que constituye la Ley de compañías en cuanto a la administración, más las que son propias de toda organización productiva, la empresa tendrá los siguientes niveles:

- **Nivel legislativo:** Es el máximo nivel de dirección de la empresa son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operará está conformado por los dueños de la empresa los cuales toman el nombre de Junta General de Socios o Junta general de Accionistas.
- **Nivel directivo:** Es el nivel que hace la vinculación directa entre los dueños de la empresa (Socios o accionistas).
- **Nivel ejecutivo:** Este nivel está conformado por el gerente- Administrador el cual será nombrado por el nivel Directivo y será responsable de la gestión operativa de la empresa.

- **Nivel asesor:** Normalmente este nivel constituye el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial como las situaciones de carácter laboral y las relaciones judiciales de la empresa con otras organizaciones o clientes.
- **Nivel de apoyo:** Se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.
- **Nivel Operativo:** Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o en el proceso productivo.

4.3.3.4. Organigramas

Según Padilla (2011) menciona que:

Un organigrama es el diagrama de organización de un negocio, empresa, trabajo o cualquier entidad que generalmente contiene las principales áreas dentro del organismo. Representa una herramienta fundamental en toda empresa y sirve para conocer su estructura general. Es un sistema de organización que se representa en forma intuitiva y con objetividad. También son llamados cartas o gráficas de organización.

Menciona Haro y Saltos (2022) que los organigramas por su contenido se dividen en tres tipos los cuales son:

- **Organigrama estructural:** Son representaciones gráficas de todas las unidades administrativas de una organización y sus relaciones de jerarquía o dependencia. Conviene anotar que los organigramas generales e integrales son equivalentes (p.33)
- **Organigrama funcional:** Incluye las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general. (p.33)
- **Organigrama de posición:** Indica las necesidades en cuanto a puestos y el número de plazas existentes o necesarias para cada unidad consignada. También se incluyen los nombres de las personas que ocupan las plazas. (p.33)

4.3.3.5. Manual de funciones

Según Pasaca (2017) Un manual de funciones debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:

- Identificación del puesto
- Relación de dependencia (Ubicación interna)
- Dependencia Jerárquica (Relaciones de autoridad)
- Naturaleza del trabajo
- Tareas principales
- Tareas secundarias
- Responsabilidades
- Requerimiento para el puesto

4.3.4. Estudio Financiero

4.3.4.1. Inversiones

“Las inversiones son colocaciones de dinero sobre las cuales una empresa espera obtener algún rendimiento a futuro sea esto traducido a un interés, dividendos o mediante la venta a un mayor valor a su costo de adquisición” (Janneth et al., 2018, pag.57)

4.3.4.2. Inversiones en activos fijos

Manifiesta Sapag y Sapag (2008), “Son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto”, las inversiones a realizar se indican a continuación:

- Terrenos
- Construcciones
- Maquinaria y Equipo
- Herramientas
- Equipo de Oficina
- Costo de Equipo de Oficina
- Costo de equipo de Cómputo
- Costo de Muebles y Enseres
- Costo de vehículo

4.3.4.3. Inversiones en activos diferidos

Según Janneth et al., (2018) menciona que:

Las inversiones diferidas son aquellas que se realizan sobre la compra de servicios o derechos que son necesarios para la puesta en marcha del proyecto tales como: los estudios técnicos, económicos y jurídicos; los gastos de organización; los gastos de montaje, ensayos

y puesta en marcha; el pago por el uso de marcas y patentes; los gastos por capacitación y entrenamiento de personal. (p.51)

4.3.4.4. Inversiones en capital de trabajo

Según (Miranda, 2013) plantea que:

El capital de trabajo es la parte de la inversión a largo plazo orientada a financiar los desfases o anacronismos entre el momento en que se producen los egresos correspondientes a la adquisición de insumos, y los ingresos generados por la venta de los bienes o servicios, que constituyen la razón de ser del proyecto destinados a compensar el costo que supone el ingreso de dinero en una fecha futura por la venta de mercancías o servicios y el egreso determinado por la compra de insumos para la producción o la prestación de un servicio en la fecha presente. (p.204)

4.3.4.5. Financiamiento

Una vez conocido el monto de la inversión Pasaca (2017) menciona que es necesario buscar las fuentes de financiamiento, para ello se tiene dos fuentes:

Fuentes internas: Constituida por el aporte de los socios

Fuentes externas: Constituida normalmente por las entidades financieras estatales y privadas

4.3.4.6. Análisis de costos

Para este análisis se recurre a la contabilidad de costos Pasaca (2017) plantea que es una parte especializada de la contabilidad y se encarga del manejo de los costos totales de producción para determinar el costo real de producir o generar un bien o un servicio.

- **Costo total de producción:** El costo total de producción tiene dos mecanismos básicos que son el costo de producción, fabricación o transformación (CP) y los costos de operación (CO). Es importante determinar los componentes de los costos de producción y de operación:

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

CTP=Costo total de producción

CP= Costo de producción o fabricación

CO= Costo de Operación

- **Costo unitario de producción:** En todo proyecto se hace necesario establecer el costo unitario de producción, para ello se relaciona el costo total con el número de unidades producidas durante el periodo de tal forma se tiene:

$$\text{CUP}=\text{CTP}/\text{NUP}$$

CUP= Costo unitario de producción

CTP=Costo total de producción

NUP= Número de Unidades Producidas

- **Establecimiento de ingresos**

Método rígido: “Denominado también método de costo total ya que se basa en estipular el costo unitario total y adicionar un margen de utilidad definitivo” (Pasaca, 2017).

Método flexible: “Toma en cuenta una sucesión de elementos determinantes del mercado, tales como: propuestas sobre precios, condiciones de la demanda precios de competencia, regulación de precios entre otros” (Pasaca, 2017).

4.3.4.7. Presupuesto proyectado

“Es un instrumento financiero clave para la toma de decisiones, en él se estima los ingresos que se obtendrá en el proyecto como también los costos en se incurrirá, el presupuesto debe constar necesariamente de dos partes los ingresos y los egresos es la herramienta fundamental y clave para planificar y controlar” (Pasaca, 2017).

4.3.4.8. Punto de equilibrio

Según Aguirre (2021) plantea que:

Díganos que en el proceso de planificación a corto plazo u operativa, toda empresa debe darse cuenta de que tiene tres elementos para guiar su futuro: costo, volumen y precio. El punto en el que los ingresos de una empresa igualan sus costos se denomina punto de equilibrio, donde no hay ganancias ni pérdidas. El punto de equilibrio muestra cómo un cambio en los ingresos o costos debido a diferentes niveles de ventas que afectan a la empresa, generando una ganancia o pérdida.

Según (Pasaca, 2017) el punto de equilibrio se lo puede calcular por medio de los siguientes métodos:

- **En función a las ventas**

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

$$PE = \frac{CFT}{1 - CVT/VT}$$

En donde:

PE= punto de equilibrio

CFT= Costo fijo total

1= constante matemática

CVT= Costo variable total

VT= Ventas totales.

- **En función de la capacidad Instalada**

Se basa en la capacidad de producción de la planta, determina el porcentaje de capacidad al que debe trabajar la máquina para que su producción pueda generar ventas que permiten cubrir los costos para cálculo se aplica la siguiente fórmula:

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

- **En función de la producción**

Este método se basa en el volumen de producción y determina la cantidad mínima de producción para que con su venta los ingresos puedan cubrir los costos ocasionales

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

PVu= Precio venta unitario

CVu= Costo variable Unitario

$$PE = \frac{CFT}{N^{\circ} \text{ de Unidades Producidas}}$$

- **Representación Gráfica**

Consiste en representar gráficamente las curvas de costos y de ingresos dentro de un plano cartesiano. Para el cálculo del punto de equilibrio es fundamental al realizar la clasificación de los costos a fin de conocer.

4.3.4.9. Clasificación de costos.

La clasificación no es estándar ella depende de la actividad que se desarrolle, según (Pasaca, 2017) se clasifican en:

Costos Fijos. Representan aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente de si existe o no producción, la empresa está en la obligación de cubrirlos puesto que de ello depende su operación.

Costos variables. Son aquellos valores en que incurre la empresa, en función de su capacidad de producción, están en relación directa con los niveles de producción de la empresa, aumentan o disminuyen proporcionalmente con el volumen de producción.

4.3.4.10. Estado de pérdidas y ganancias

Plantea Janneth et al. (2018) que:

El estado de resultados es el principal instrumento que se utiliza para medir la rentabilidad de una empresa a lo largo de un período. Este estado se presenta en forma escalonada o progresiva de tal manera que se puede estudiar la utilidad o la pérdida resultante después del detalle de cada tipo de gasto. (p. 75)

4.3.4.11. Flujo de caja

Señala Padilla (2011) que:

Es un estado financiero que mide los movimientos de efectivo, excluyendo aquellas operaciones que, como la depreciación y amortización, constituyen una salida de dinero. El saldo operativo acumulado debe quedar disponible para cubrir compromisos por concepto de servicio de la deuda, impuestos, dividendos y reposición de activos. Es importante medir las necesidades de efectivo a lo largo del año, generalmente mes a mes, en función de las fechas previstas de cobro y de pago; el grado de detalle dependerá del tipo y tamaño de la empresa.

4.3.5. Evaluación financiera

Define Serrano (2020) que:

La evaluación financiera tiene como objetivo determinar la rentabilidad del proyecto, esta etapa consiste en que los datos obtenidos brindan a los inversionistas elementos de índole financiera que apoyan la decisión de invertir en un proyecto, sin embargo, estos datos no deben ser considerados como datos definitivos la decisión final de inversión debe tomar en cuenta los factores macro y microeconómicos que afectan al desarrollo de un negocio.

4.3.5.1. Valor Actual neto (VAN)

Describe Pasaca (2017) que:

El valor presente neto representa el valor presente de los beneficios después del retorno de la inversión en el proyecto más sus costos de oportunidad. Los criterios de decisión basados en el VAN son:

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

La fórmula del Valor Actual Neto es: **VAN= Sumatoria de Flujos Netos – Inversión**

4.3.5.2. Tasa interna de retorno

Deduca Padilla (2011) que:

La tasa interna de retorno, conocida como la TIR, refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará período a período durante toda su vida útil. La TIR se define, de manera operativa, como la tasa de descuento que hace que el VAN del proyecto sea igual a cero. La relación entre el VAN y la tasa de descuento es una relación inversa, como surge de la fórmula del VAN: un aumento de la tasa disminuye el valor actual neto. Esto, en particular, en los proyectos “bien conformados”, es decir, en aquellos que tienen uno o varios períodos de flujos negativos al inicio y luego generan beneficios netos durante el resto de su vida. ¿Cuál es el criterio de aceptación/rechazo de proyectos que propone la TIR.

La TIR se compara con la tasa de interés relevante (es decir, con la rentabilidad de la mejor alternativa de uso de los recursos que se emplean en el proyecto) y se aceptan todos aquellos en los que la TIR es igual o superior: Así:

- Si un proyecto tiene $TIR > \text{Tasa de interés de oportunidad}$, entonces se puede aceptar.
- Si la $TIR < \text{Tasa de interés de oportunidad}$, se rechaza.
- Si la $TIR = \text{Tasa de interés de oportunidad}$, hay indiferencia frente al proyecto.

Para calcular la tasa interna de Retorno, se aplica la siguiente fórmula:

$$TIR = T_m + DT \frac{VAN_{T_m} - VAN_{T_m}}{VAN_{T_m} - VAN_{T_m}} * 100$$

En donde:

TIR= Tasa interna de retorno

Tm=Tasa menor de descuento para la actualización

DT=Diferencia de tasas de descuento para actualización

VAN Tm= Valor actual a la tasa menor

VAN TM= Valor actual a la tasa mayor

4.3.5.3. Relación beneficio costo (RBC)

Menciona Pasaca (2017) que:

La relación costo beneficio permite medir el rendimiento que se obtiene por cada cantidad monetaria invertida, permite decidir si el proyecto se acepta o no en base al siguiente criterio:

- Si la relación ingresos / egresos es igual a 1 el proyecto es indiferente
- Si la relación es mayor a 1 el proyecto es rentable
- Si la relación es menor a 1 el proyecto no es rentable

Para encontrar la relación beneficio utilizamos la siguiente fórmula:

$$RBC = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Costos Actualizamos}} - 1$$

4.3.5.4. Periodo de recuperación de capital

Plantea Pasaca (2017) que:

El periodo de recuperación permite saber el tiempo en que se recuperará la inversión inicial, calcular los valores de los flujos de efectivo y el monto de la inversión utilizada, para actualizar realmente los valores como se recuperarán en el tiempo.

Fórmula para el cálculo del periodo de recuperación de capital:

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} + \frac{\text{Inversión} - \text{Sumatoria de flujos hasta el año que supera la inversión}}{\text{Flujo Neto del Año que supera la inversión}}$$

4.3.5.5. Análisis de sensibilidad

Deduce Pasaca (2017) que:

La finalidad de este análisis es obtener la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable, asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes. El criterio de decisión basado en el análisis de sensibilidad es el siguiente:

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

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

4.3.5.5.1. Análisis de sensibilidad con incremento de costos

Se obtienen los nuevos flujos de caja por efectos de incremento de costos. Para encontrar el porcentaje de incremento se procede a realizar un juego de búsqueda de valores de soporte máximo, para ello es importante trabajar con tasas que permitan obtener valores o flujos positivos.

Una vez obtenida los flujos positivos se procede de la siguiente manera:

a. Nueva TIR

$$TIR = T_m + Dt \frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN T_M} \times 100$$

b. TIR resultante

$$TIR = TIR O - NTIR$$

c. Porcentaje de variación

$$\%V = \frac{TIR R}{TIR O} \times 100$$

d. Valor de sensibilidad

$$S = \frac{\%V}{NTIR}$$

4.3.5.5.2. Análisis de sensibilidad para disminución de ingresos

Se obtienen los nuevos flujos de caja por efectos de disminución de ingresos o para encontrar el porcentaje de disminución se procede a realizar un juego de búsqueda de valores de soporte máximo, para ello es importante trabajar con tasas que permitan obtener valores o flujos positivos.

5. Metodología

Para el desarrollo de la investigación se utilizó la siguiente metodología misma que se expone a continuación.

5.1. Área de estudio

El estudio se llevó a cabo en la ciudad de Loja cuyas coordenadas geográficas de Loja se encuentran en la latitud -3.99313 y longitud -79.20422, hace parte del continente de América del sur y ubicado en el hemisferio sur.

5.2. Enfoque metodológico

Para la investigación se utilizó los siguientes enfoques:

- **Cuantitativo:** El enfoque cuantitativo, el cual permitió la tabulación de encuestas, mediante un tamaño de muestra de la población se obtuvo información para la utilización del análisis estadístico, es decir, que los datos son numéricos y a la vez transformados.
- **Cualitativo:** Se delimitó características del producto, análisis e interpretaciones de los diferentes estudios.

5.3. Tipo de investigación

Exploratorio: Permite profundizar los temas de estudio por lo que se acudió a los libros, revistas, artículos científicos etc.

Descriptivo: Permite describir la información cualitativa y cuantitativa de los principales estudios como son, el estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo, el estudio financiero y evaluación financiera, de esta manera seguir un orden sistemático en el proyecto.

5.4. Técnicas de recolección

Encuesta. - Para recopilar la información del estudio de mercado, se realizó mediante un cuestionario que contiene preguntas abiertas y cerradas. Para esto se aplicó dos tipos de encuestas: La primera encuesta a la Población Económicamente Activa para determinar el grado de aceptación del nuevo producto y la segunda para establecer la oferta de los bocadillos de la Ciudad de Loja

Observación Directa: Permite conocer el medio sobre el cual el producto se fabrica y comercializa, aportó al trabajo una visión ampliada y clara de donde y como se va a elaborar el producto.

5.5. Fuentes de información

Para la elaboración del proyecto se extrajo información de dos fuentes:

- **Primarias:** Constituye la información principal extraída directamente de los involucrados con la investigación se utilizó los instrumentos anteriormente señalados para recabar datos de la demanda y oferta del producto en la localidad.
- **Secundaria** Provino de las referencias bibliográficas realizadas con anterioridad como: proyectos de factibilidad, revistas, libros, páginas web que tuvieron concordancia con el tema y que se revisaron con el motivo consulta.

5.6. Población

Los datos utilizados para el cálculo de la muestra pertenecen al fascículo provincial de Loja emitida por el último censo poblacional del año 2010, la población económicamente activa (PEA) de la ciudad de Loja es de 100.976 habitantes, comprendida entre los 18 a 65 años de edad, que equivale al 59,3% de la población total de 170.280 habitantes de la ciudad de Loja y proyectada al año 2022 con una tasa de crecimiento del 2,65%. Para lo cual fue necesario realizar una proyección que ayudará a determinar cuántos habitantes tiene aproximadamente en la actualidad.

5.6.1. Proyección de la población

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

$$Pf_{2022} = 100976(1 + 0.0265)^{12}$$

$$Pf_{2022} = 100976(1.0265)^{12}$$

$$Pf_{2022} = 100976(1.36869741)$$

$$Pf_{2022} = 138.206 \text{ Habitantes}$$

Para el año 2022 el INEC se estima que la población de la ciudad de Loja es de 138 206 habitantes.

5.6.2. Muestra

Se determinó mediante el muestreo aleatorio simple, es decir, todas las muestras posibles de tamaño fijo tengan la misma posibilidad de ser seleccionadas.

Tamaño de la muestra

Fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{E^2(N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Siendo:

n = Tamaño de la muestra

Z²= Valor Crítico (1,96)

N = Número de elementos del universo

p = Probabilidad de éxito (0,5)

q = Probabilidad de fracaso (0,5)

E² = Margen de error (0,05)

(N-1) = Factor de corrección

$$n = \frac{(1,96^2)(138.206)(0,5)(0,5)}{0,05^2(138.206) + 0,05^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{1327330.424}{0.34614}$$

$$n = 383 \text{ encuestas}$$

Se aplicaron 383 encuestas a los habitantes de la ciudad de Loja

5.6.3. Procedimiento:

- **Estudio de mercado**

Para desarrollar el proyecto de pre factibilidad inicialmente se realizó la determinación de población económicamente activa (PEA) de la ciudad de Loja y el muestreo aleatorio simple de la población en estudio por lo que se obtuvo una pequeña muestra de 383 personas para aplicar las encuestas, mismas que fueron aplicadas a personas de 18 a 65 años de edad de manera virtual, para dicha actividad se procedió a visitar algunos locales comerciales y pedir la colaboración del personal, una vez obtenido los resultados se procedió a tabular en el programa de Excel, de esta manera determinar la demanda potencial, real y efectiva proyectada a libras.

Para conocer la oferta se visitó a los supermercados que ofrecen bocadillos utilizando la técnica de la observación directa y de esta manera llegar a la conclusión que no existe un producto igual, pero si productos sustitutos. Se aplicó una encuesta a los supermercados entre ellos Puerta del Sol, Yerovi, Zerimar, Roció y la empresa como Tinizarai, mismos que facilitaron un estimado de libras vendidas anuales desde el 2018, 2019 y 2022 por motivos de pandemia el 2020 y 2021 fueron años de bajas ventas por lo que no se consideraron para proyectar el incremento en ventas anuales.

Al obtener la demanda y oferta proyectada del producto se calcula la demanda insatisfecha, luego se procede a realizar el plan de comercialización mismo que incluye las 4 ps mismas que son producto, precio, plaza, promoción.

- **Estudio Técnico**

Para definir la localización se hizo un análisis de factores como: Disponibilidad de local, servicios básicos, aspectos ambientales, transporte, costos

Para definir el tamaño se analizó los factores de la capacidad instalada, utilizada y la determinación de la participación en el mercado realizando un cálculo entre la demanda insatisfecha y la capacidad utilizada. En la ingeniería del proyecto se describió el proceso productivo en el cual se menciona los tiempos y actividades a realizarse al momento de realizar el producto, además se conoció todos los recursos necesarios que en el siguiente estudio deben presupuestarse.

- **Estudio legal y administrativo**

Se realizó un estudio legal y administrativo que son la base fundamental para el buen funcionamiento de la empresa, en la cual se analizaron las leyes y reglamentos. Se delimitó los niveles jerárquicos, organigramas y manuales de funciones de la empresa.

- **Estudio financiero**

Para realizar este estudio se analizó el monto de inversión y financiamiento, los costos e ingresos, fuentes de financiamiento tanto como capital propio y externo, presupuestos y estados financieros que muestre las condiciones en las que operará la nueva empresa.

- **Evaluación financiera**

Se analiza los indicadores como: flujo de caja, valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), periodo de recuperación de capital (PRC), relación beneficio costo (RBC) y el análisis de sensibilidad con incremento en los costos y disminución en los ingresos con la finalidad de establecer la factibilidad del proyecto.

Finalmente, con la información obtenida en la elaboración del estudio de pre factibilidad, se procedió a ejecutar las respectivas conclusiones y recomendaciones.

6. Resultados

6.1. Tabulación de la información recabada a demandantes

Los Resultados que a continuación se presenta fueron recolectados en la investigación de campo a la Población Económicamente Activa de la Ciudad de Loja.

1. Género

Tabla 1

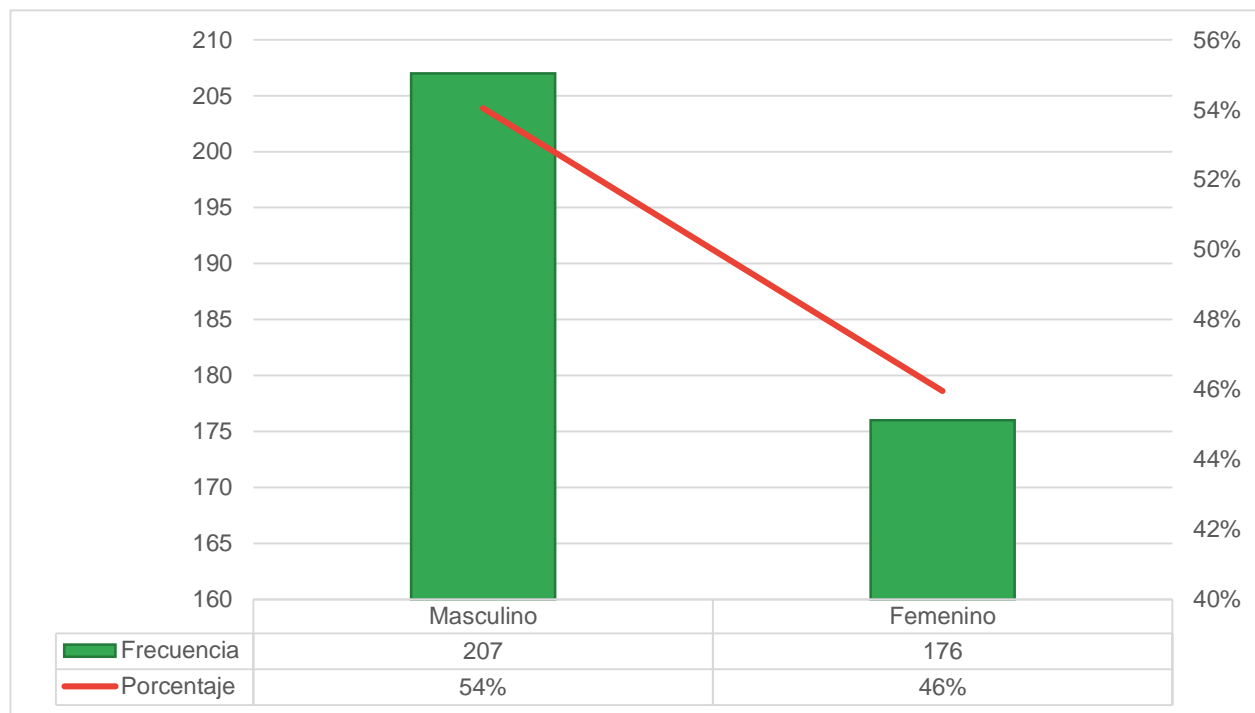
Género

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	207	54%
Femenino	176	46%
Total	383	100%

Nota: Investigación de campo a la Población Económicamente Activa.

Figura 1

Género



Nota: La figura muestra los datos de la tabla 1

Análisis e interpretación: El 54% de la población económicamente activa que fue investigada es de género masculino y el 46% es de género femenino, se puede indicar que son los hombres los que más accedían a contestar las encuestas.

2. ¿Cuál es su edad?

Tabla 2

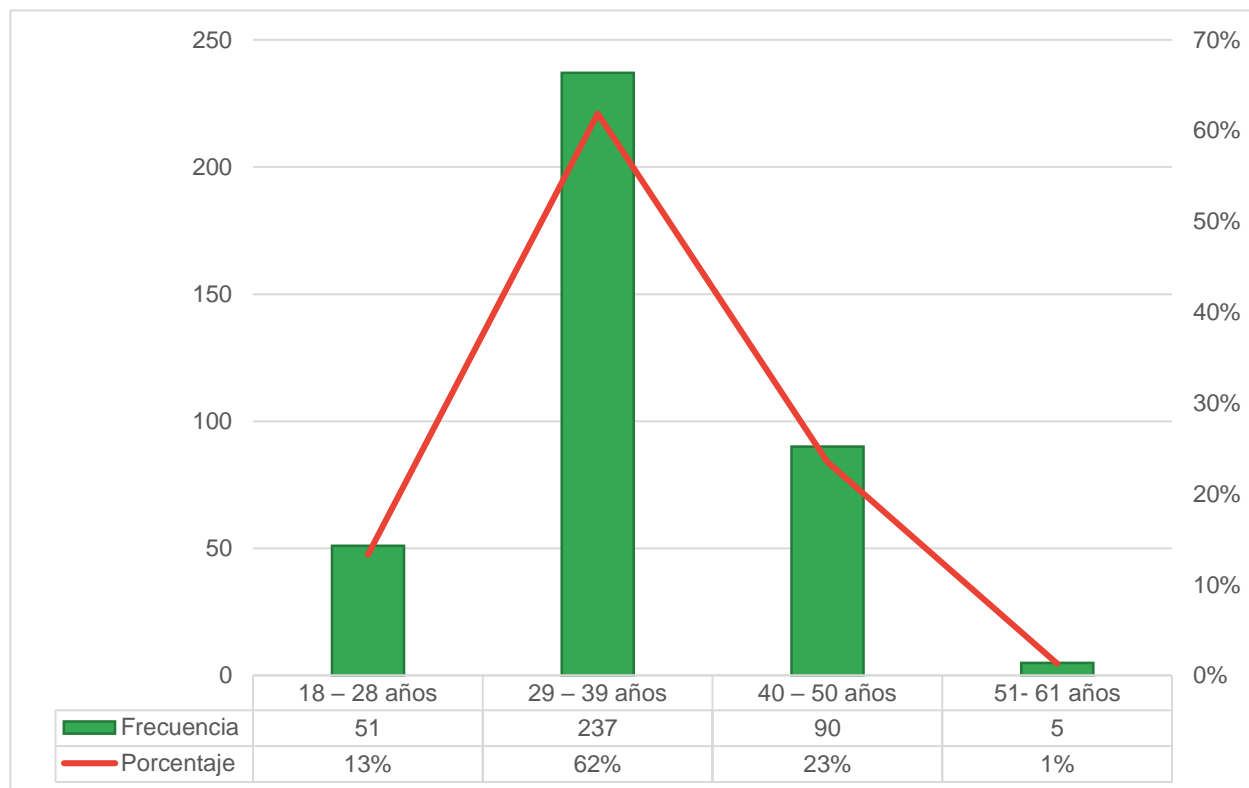
Edad

Variables	Frecuencia	Porcentaje
18 – 28 años	51	13%
29 – 39 años	237	62%
40 – 50 años	90	23%
51- 61 años	5	1%
Total	383	100%

Nota: Investigación de campo a la Población Económicamente Activa.

Figura 2

Edad



Nota: La figura muestra los datos de la tabla 2

Análisis e interpretación: El 62% de la Población Económicamente Activa que fue investigada está entre los 29 – 39 años de edad, el 23% está entre los 40 -50 años, y el 13% entre los 18 – 28 años. La importancia de este resultado es para saber las estrategias que se deben implementar al momento de ofrecer el nuevo producto.

3. ¿Consume bocadillos?

Tabla 3

Consume bocadillos

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	207	54%
No	176	46%
Total	383	100%

Nota: Investigación de campo a la Población Económicamente Activa.

Figura 3

Consume bocadillos



Nota: La figura muestra los datos de la tabla 3

Análisis e interpretación: El 54% de la Población Económicamente Activa afirman que si consumen bocadillos y el 46% que no lo consume. Por lo que se puede indicar que algunos factores por los que no consumen el bocadillo es porque es muy dulce, no les gusta, no lo pueden adquirir, les gusta, pero por enfermedades no lo pueden consumir, son alérgicos o simplemente no les llama la atención.

4. ¿Compra bocadillos?

Tabla 4

Compra bocadillos

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	207	54%
No	176	46%
Total	383	100%

Nota: Investigación de campo a la Población Económicamente Activa.

Figura 4

Compra bocadillos



Nota: La figura muestra los datos de la tabla 4

Análisis e interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos tenemos que el 54% de la PEA si compran bocadillos, mientras que el 46% no lo adquieren. De acuerdo a esta información se puede considerar que las personas que adquieren los bocadillos son amantes al dulce, tienen poder adquisitivo y los que no lo compran puede ser por bajos recursos, enfermedades, no les gusta.

5. ¿Qué tipo de bocadillo compra?

Tabla 5

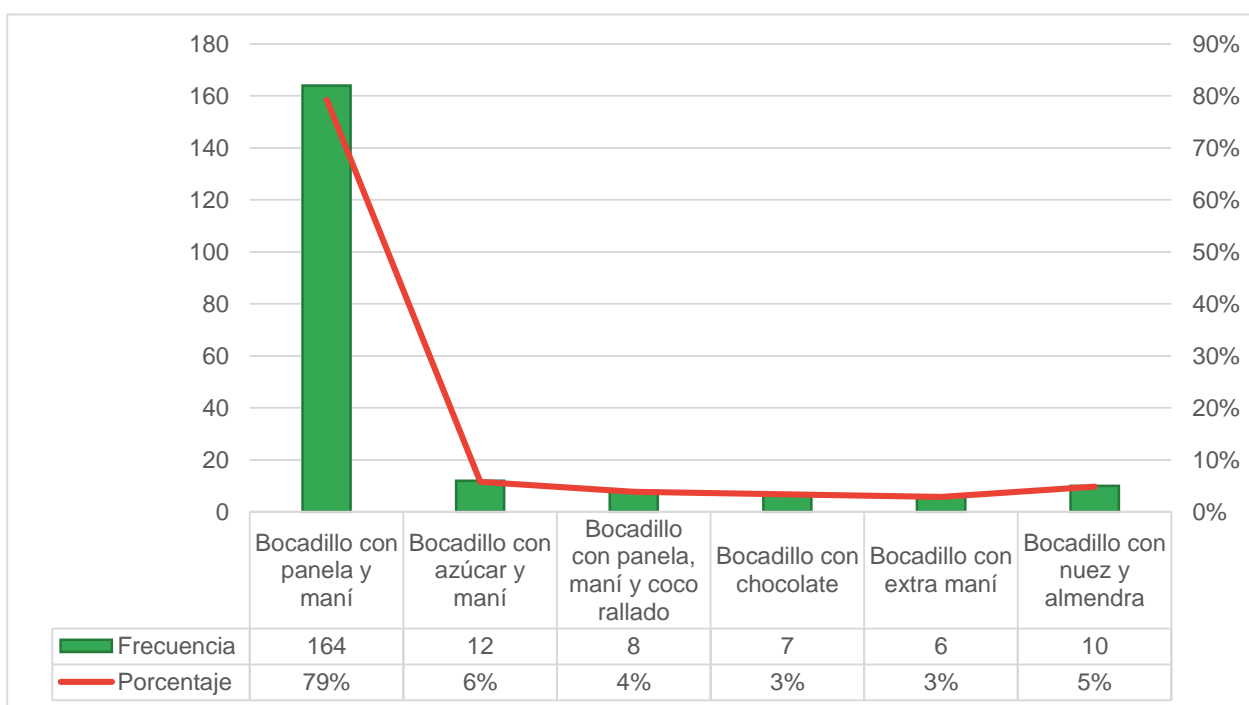
Tipo de bocadillo

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Bocadillo con panela y maní	164	79%
Bocadillo con azúcar y maní	12	6%
Bocadillo con panela, maní y coco rallado	8	4%
Bocadillo con chocolate	7	3%
Bocadillo con extra maní	6	3%
Bocadillo con nuez y almendra	10	5%
Total	207	100%

Nota: Investigación de campo a la Población Económicamente Activa.

Figura 5

Tipo de bocadillo



Nota: La figura muestra los datos de la tabla 5

Análisis e interpretación: El 79% de la Población Económicamente Activa compra el bocadillo de panela con maní, en menores cantidades adquieren los diferentes tipos de bocadillos como son los de azúcar con maní, el de panela con maní y coco rallado, el bocadillo con extra maní, etc. Se puede indicar que el bocadillo que más sale en el mercado es el tradicional por lo que es nuestra competencia directa y se debe formular estrategias para llegar al mercado.

6. ¿Qué cantidad de bocadillo compra trimestralmente?

Tabla 6

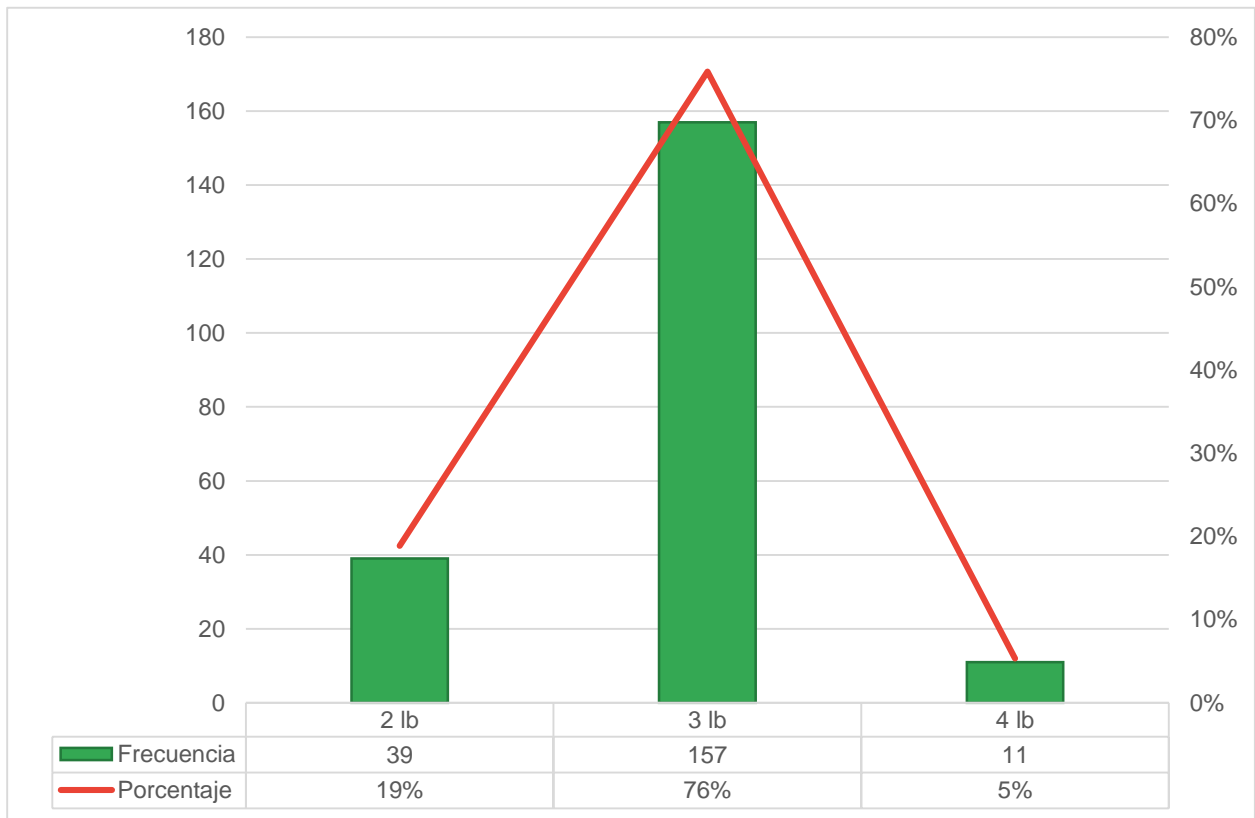
Compra trimestral

Variables	Frecuencia	Porcentaje
2 lb	39	19%
3 lb	157	76%
4 lb	11	5%
Total	207	100%

Nota: Investigación de campo a la Población Económicamente Activa.

Figura 6

Compra Trimestral



Nota: La figura muestra los datos de tabla 6

Análisis e interpretación: El 76% de la Población Económicamente Activa compra trimestralmente 3 lb de bocadillo, el 19% compra alrededor de 2 libras. Mediante estos resultados se puede identificar la cantidad de bocadillos que se deben ubicar en el mercado para satisfacer la demanda.

7. ¿Al momento de comprar bocadillos se ha fijado en la marca o nombre de la empresa?

Tabla 7

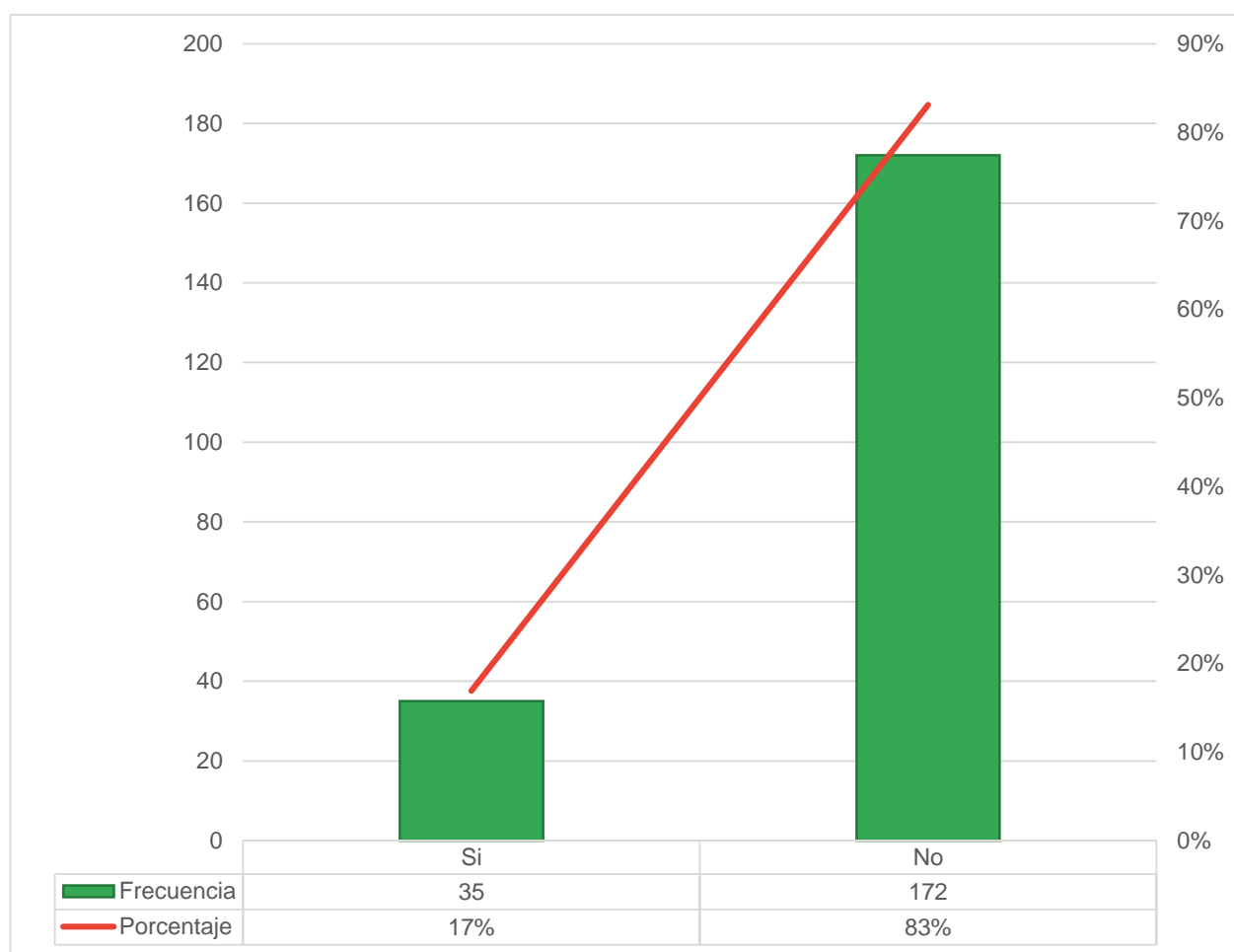
Fijación de marca

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Si	35	17%
No	172	83%
Total	207	100%

Nota: Investigación de campo a la Población Económicamente Activa.

Figura 7

Fijación de la marca



Nota: La Figura muestra los datos de la Tabla 7

Análisis e interpretación: De acuerdo a la PEA se obtiene que el 83% no se fijan en la marca del producto, mientras que el 17% manifiestan que si lo hacen. Se puede indicar que en su mayoría no se fijan por la marca sino por otras características.

8. De las marcas señaladas ¿Cuál es de su preferencia?

Tabla 8

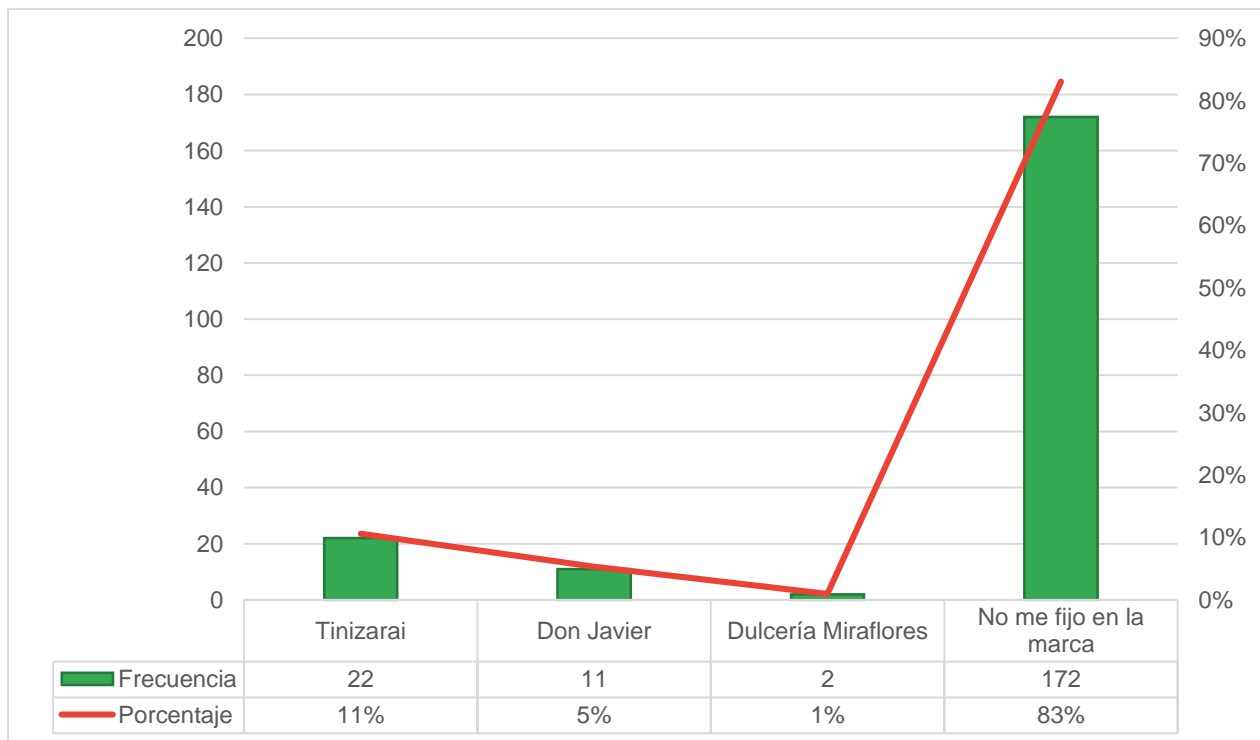
Marca de preferencia

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Tinizarai	22	11%
Don Javier	11	5%
Dulcería Miraflores	2	1%
No me fijo en la marca	172	83%
Total	207	100%

Nota: Investigación de campo a la Población Económicamente Activa.

Figura 8

Marca de preferencia



Nota: La figura muestra los datos de la tabla 8

Análisis e interpretación: De acuerdo a las marcas descritas el gráfico muestra que el 83% no se fijan en la marca, el 11% adquieren los bocadillos de la marca Tinizarai empresa que lleva varios años en el mercado lojano, 5% han escogido la marca Don Javier que se encuentra ganando mercado en Loja por ser una marca nueva que no lleva mucha trayectoria, y el 1% la empresa Dulcería Miraflores. Tomando en consideración que la empresa MANIRICH tendrá como competidores la empresa Tinizarai, Don Javier y dulcería Miraflores.

9. ¿Cuánto paga por la libra de bocadillo de su preferencia?

Tabla 9

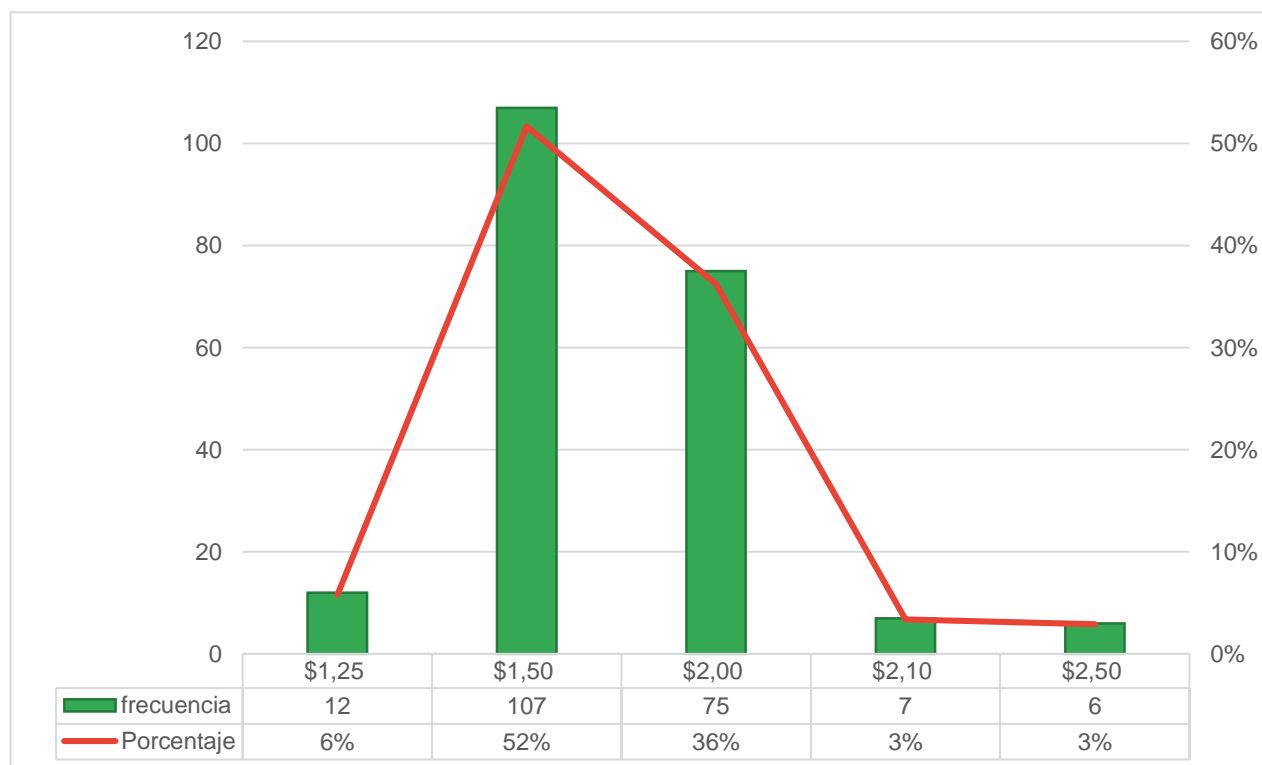
Valor a pagar por la libra de bocadillo

Variables	Frecuencia	Porcentaje
\$1,25	12	6%
\$1,50	107	52%
\$2,00	75	36%
\$2,10	7	3%
\$2,50	6	3%
Total	207	100%

Nota: Investigación de campo a la Población Económicamente Activa.

Figura 9

Valor a pagar por la libra de bocadillos



Nota: La figura muestra los datos de la tabla 9

Análisis e interpretación: El 52% de la Población Económicamente Activa adquiere la libra de bocadillo a un precio de \$1.50, el 36% a un precio de \$2,00, el 6% a un precio de \$1,25 etc. Tomando en cuenta los resultados la empresa MANIRICH debe manejar un precio acorde al de la competencia con la finalidad de atraer clientes y mantener una ventaja competitiva.

10. Seleccione ¿Qué característica del producto considera más importante?

Tabla 10

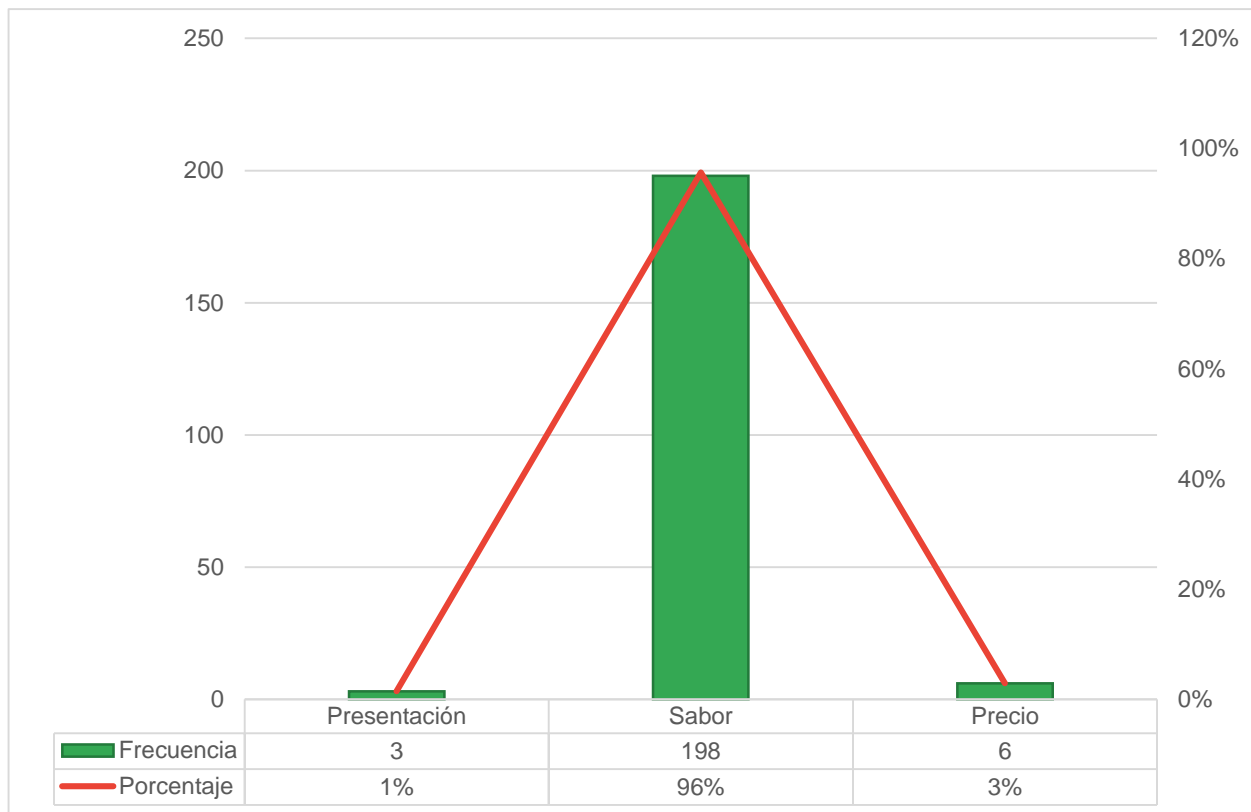
Característica importante

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Presentación	3	1%
Sabor	198	96%
Precio	6	3%
Total	207	100%

Nota: Investigación de campo a la Población Económicamente Activa.

Figura 10

Característica importante



Nota: La figura muestra los datos de la tabla 10

Análisis e interpretación: El 96% de la Población Económicamente Activa menciona que la característica más importante es el sabor, un 3% menciona al precio y el 1% a la presentación. Mediante los resultados obtenidos por parte de los demandantes la característica más importante es el sabor, es por ello que la empresa debe mantener los sabores tradicionales y al momento de agregarlo el valor agregado sigan resaltando la panela y el maní.

11. En el cantón Paltas se pretende implementar una empresa que aproveche la producción de maní, de panela para elaborar bocadillos agregando el exquisito sabor y las múltiples propiedades del maracuyá ¿Estaría dispuesto a comprar el producto?

Tabla 11

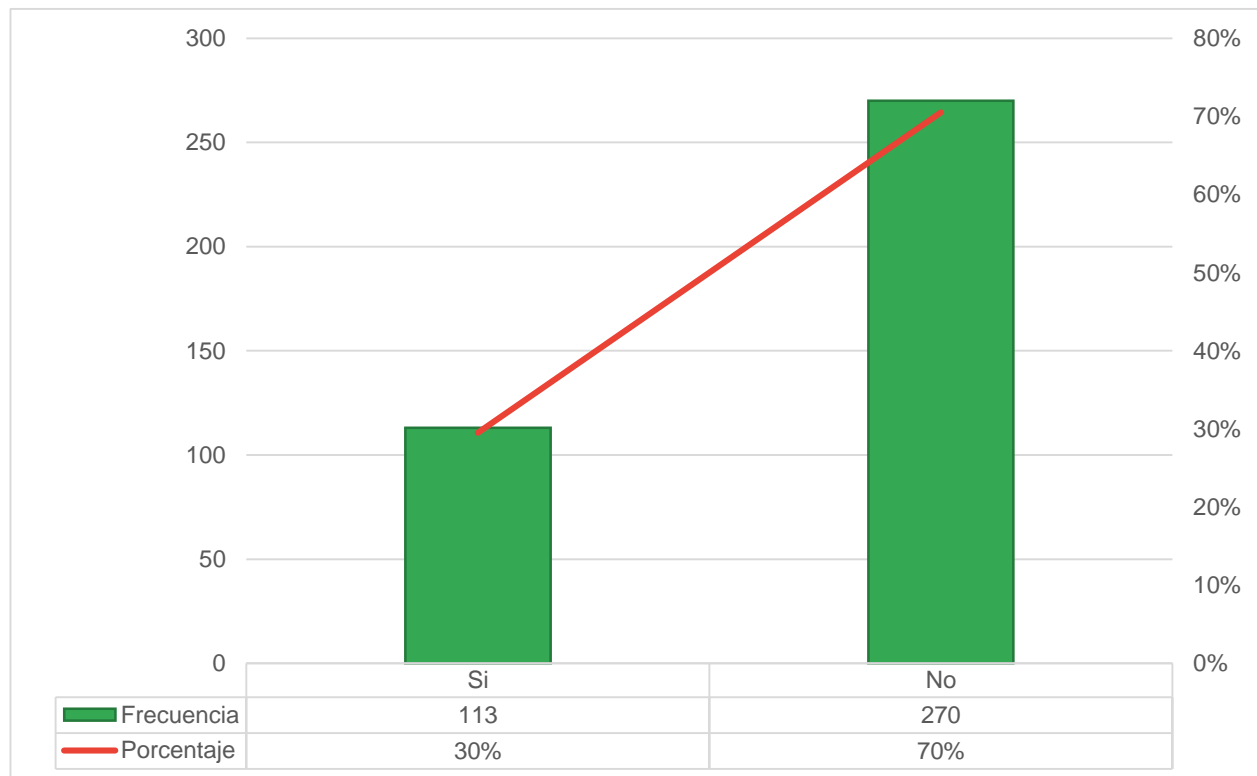
Compraría el producto

Variabes	Frecuencia	Porcentaje
Si	113	30%
No	270	70%
Total	383	100%

Nota: Investigación de campo a la Población Económicamente Activa.

Figura 11

Compraría el producto



Nota: La figura muestra los datos de la tabla 11

Análisis e interpretación: El 70% de la Población Económicamente Activa no compraría el producto denominado bocadillos de panela, maní y maracuyá y el 30% si compraría dicho producto. La población que se no compraría el bocadillo nuevo seria por falta de desconocimiento, no le gusta el maracuyá, no le gusta el bocadillo, no le llama la atención, no tiene poder adquisitivo, o por no saber del producto prefiere no consumirlo.

12. ¿Qué forma le gustaría que tenga el bocadillo? Seleccione una opción.

Tabla 12

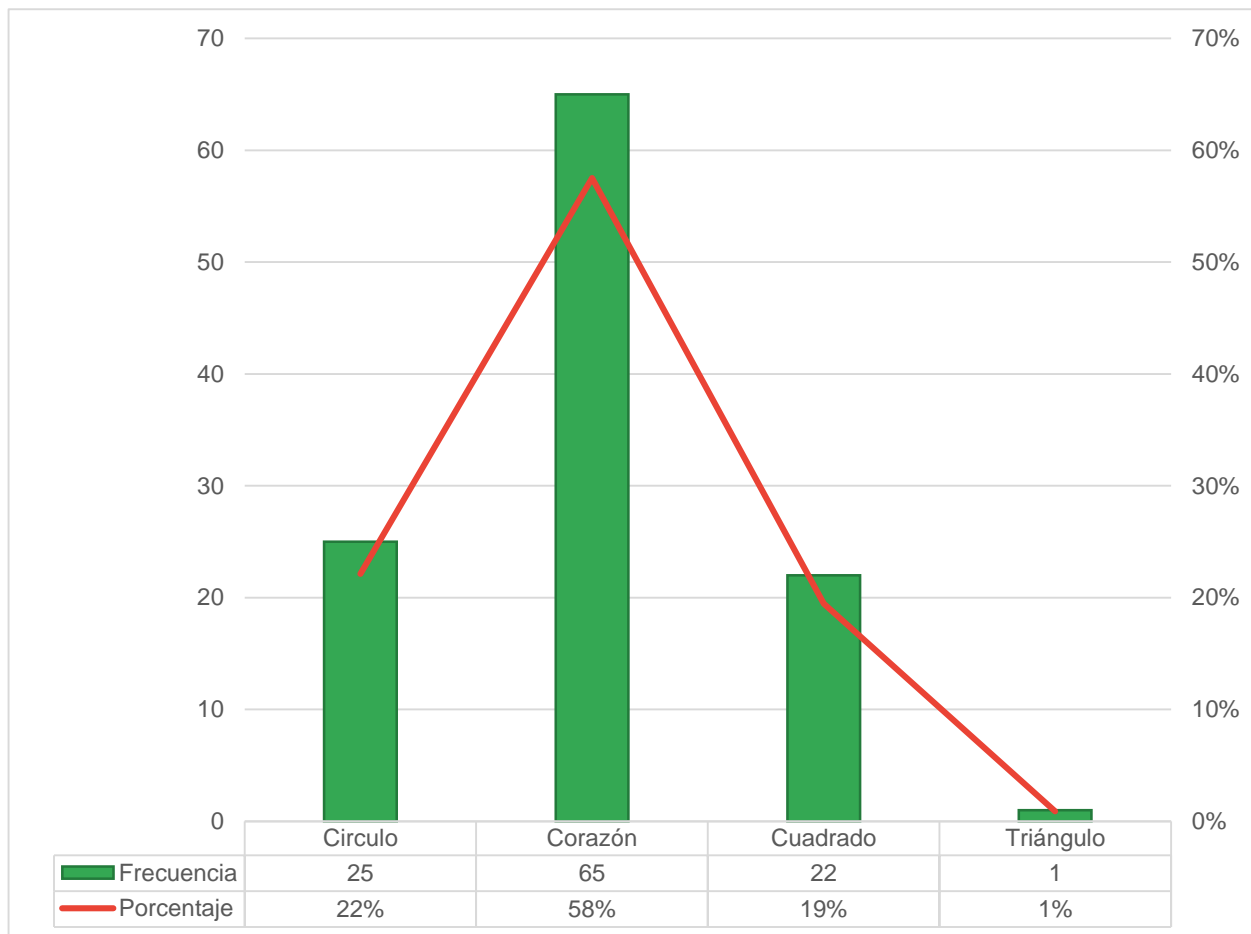
Forma del bocadillo

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Círculo	25	22%
Corazón	65	58%
Cuadrado	22	19%
Triángulo	1	1%
Total	113	100%

Nota: Investigación de campo a la Población Económicamente Activa.

Figura 12

Forma del bocadillo



Nota: La figura muestra los datos de la tabla 12

Análisis e interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos de la Población Económicamente Activa la forma del bocadillo con más aceptación es la forma de corazón con el 58%, luego sigue la forma del círculo con el 25% y posterior sigue la forma del cuadrado con el 22%. Por lo tanto, es importante identificar los gustos de los posibles clientes.

13. ¿Cuántas libras de bocadillo de panela, maní y maracuyá comprará trimestralmente?

Tabla 13

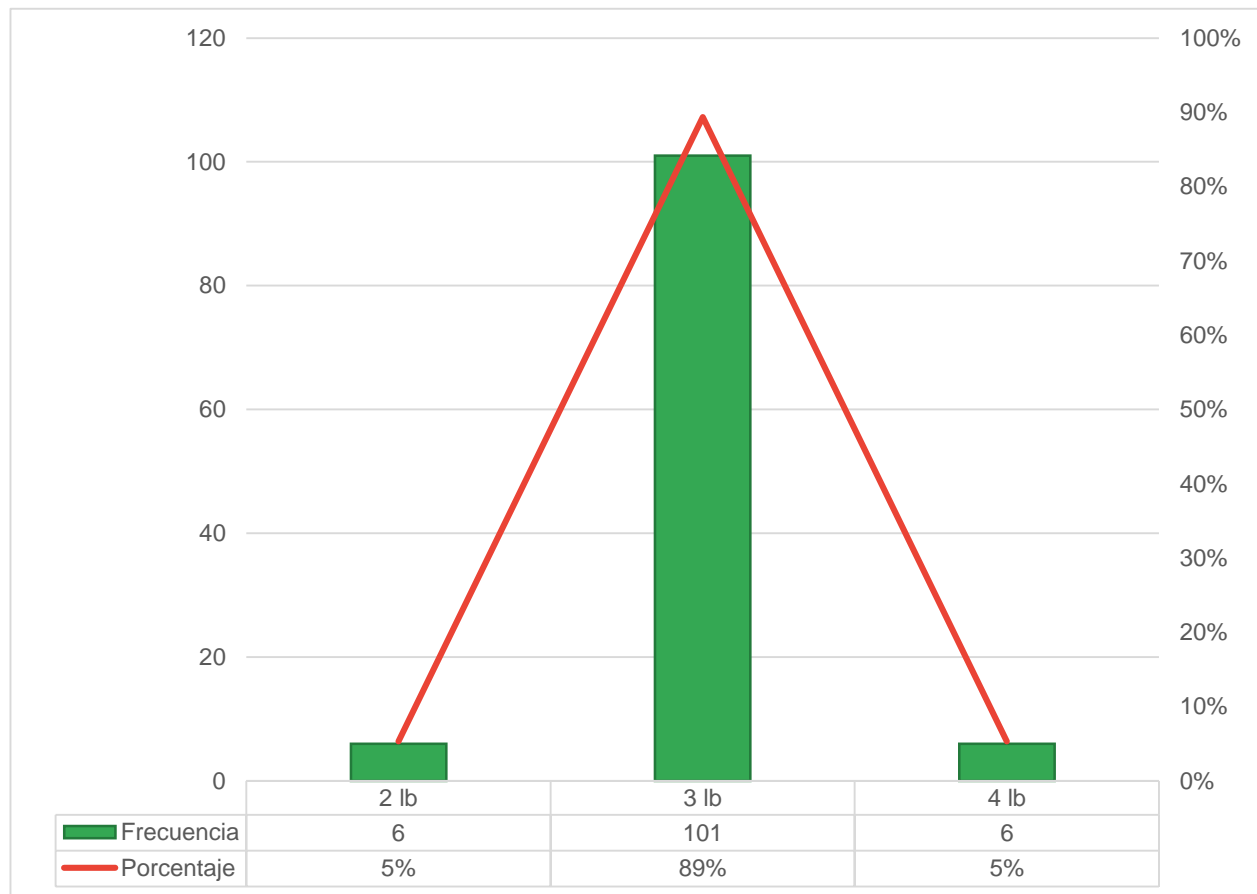
Cuántas libras estaría dispuesto a comprar trimestralmente

Variabes	Frecuencia	Porcentaje
2 lb	6	5%
3 lb	101	89%
4 lb	6	5%
Total	113	100%

Nota: Investigación de campo a la Población Económicamente Activa.

Figura 13

Cuántas libras estaría dispuesto a comprar trimestralmente



Nota: La figura muestra los datos de la tabla 13

Análisis e interpretación: El 89% de la Población Económicamente Activa estarían dispuestos a comprar 3lb mensualmente, el 5% compraría alrededor de 4 lb, y el 5% compraría 2lb. Se puede indicar que la mayoría de la población consumiría alrededor de 3 a 4 lb trimestralmente, del bocadillo que se desea posicionar en el mercado.

14. ¿En qué lugar le gustaría adquirir los bocadillos de panela, maní y maracuyá?

Tabla 14

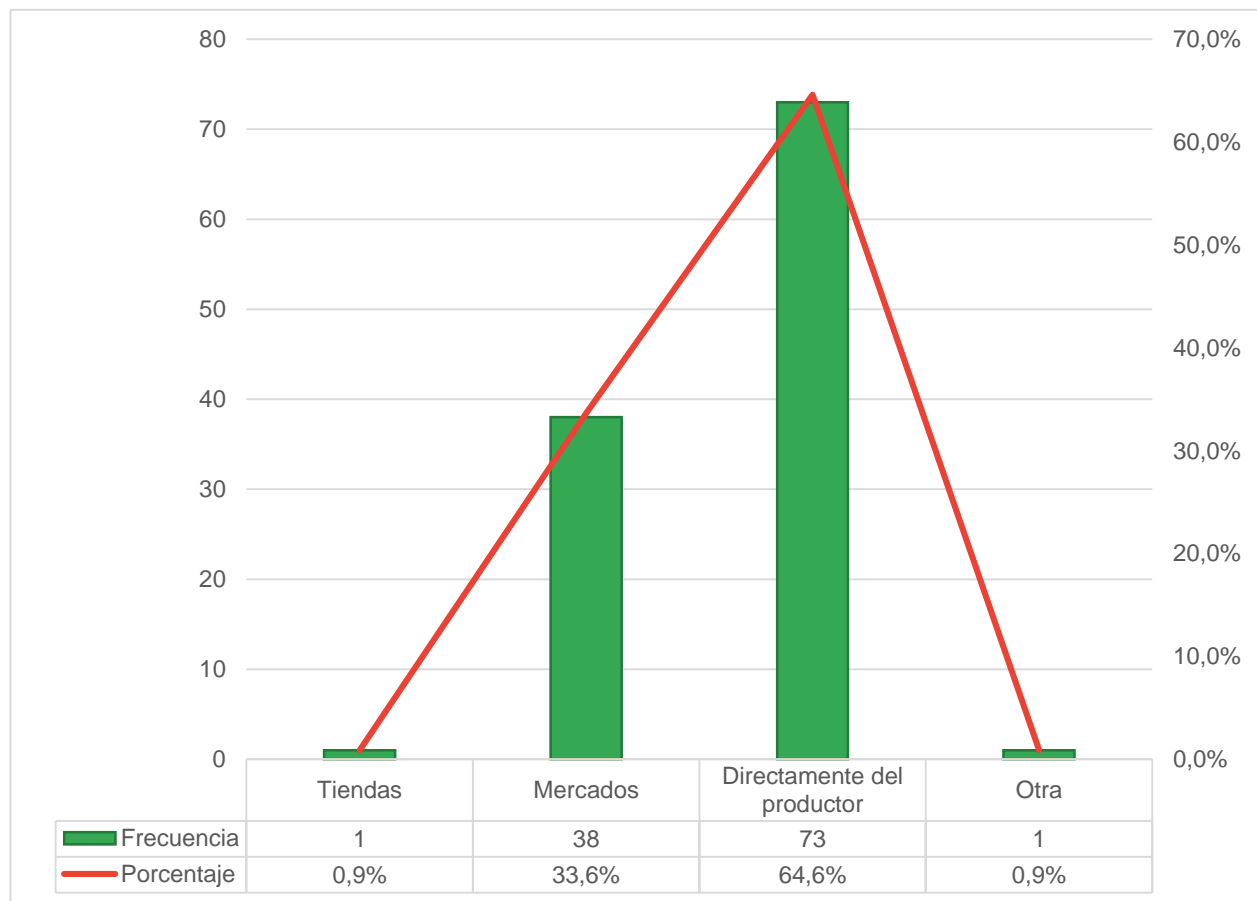
El lugar que le gustaría adquirir el bocadillo

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Tiendas	1	0,9%
Mercados	38	33,6%
Directamente del productor	73	64,6%
Otra	1	0,9%
Total	113	100,0%

Nota: Investigación de campo a la Población Económicamente Activa.

Figura 14

El lugar que le gustaría adquirir el bocadillo



Nota: La figura muestra los datos de la tabla 14

Análisis e interpretación: Según el 64,6% de la Población Económicamente Activa, prefiere adquirir el nuevo producto directamente de los productores, el 33,6% en los mercados y el 0,9% en las tiendas. Se debe tomar los resultados para ofrecer el producto en lugares que puedan acceder los demandantes.

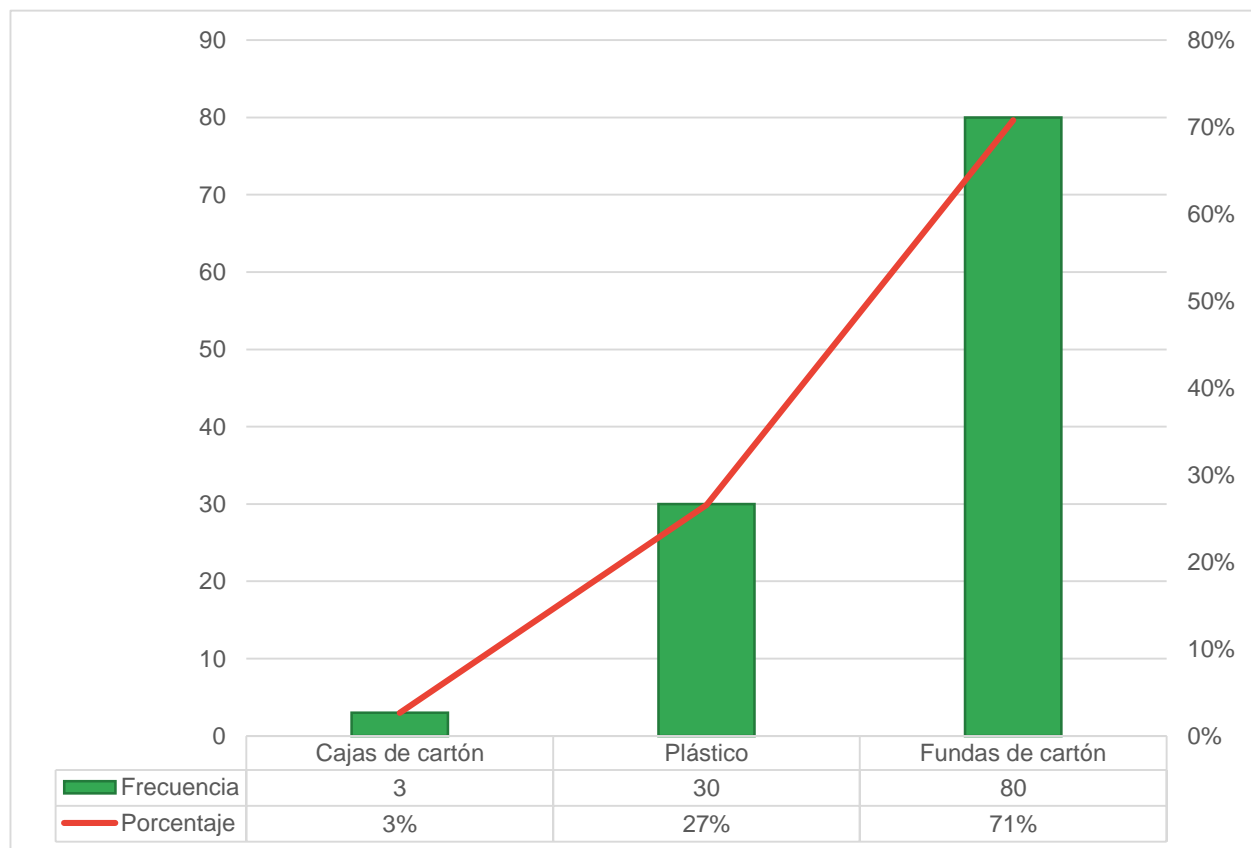
15. ¿Cómo le gustaría que sea el envase del producto? Señale la de su preferencia

Tabla 15
Envase del producto

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Cajas de cartón	3	3%
Plástico	30	27%
Fundas de cartón	80	71%
Total	113	100%

Nota: Investigación de campo a la Población Económicamente Activa.

Figura 15
Envase del producto



Nota: La figura muestra los datos de la tabla 15

Análisis e interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos, se puede afirmar que las fundas de cartón han llamado la atención de la PEA en un 71%, por lo cual se debe tomar en cuenta al momento de escoger el envase del producto, en minoría el envase de plástico con un 27% de aceptación y las cajas de cartón en un 3%. Por lo que tomara en cuenta el envase con mas aceptabilidad para trabajar con mucha estrategia ante la competencia.

16. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir por la compra del producto?

Tabla 16

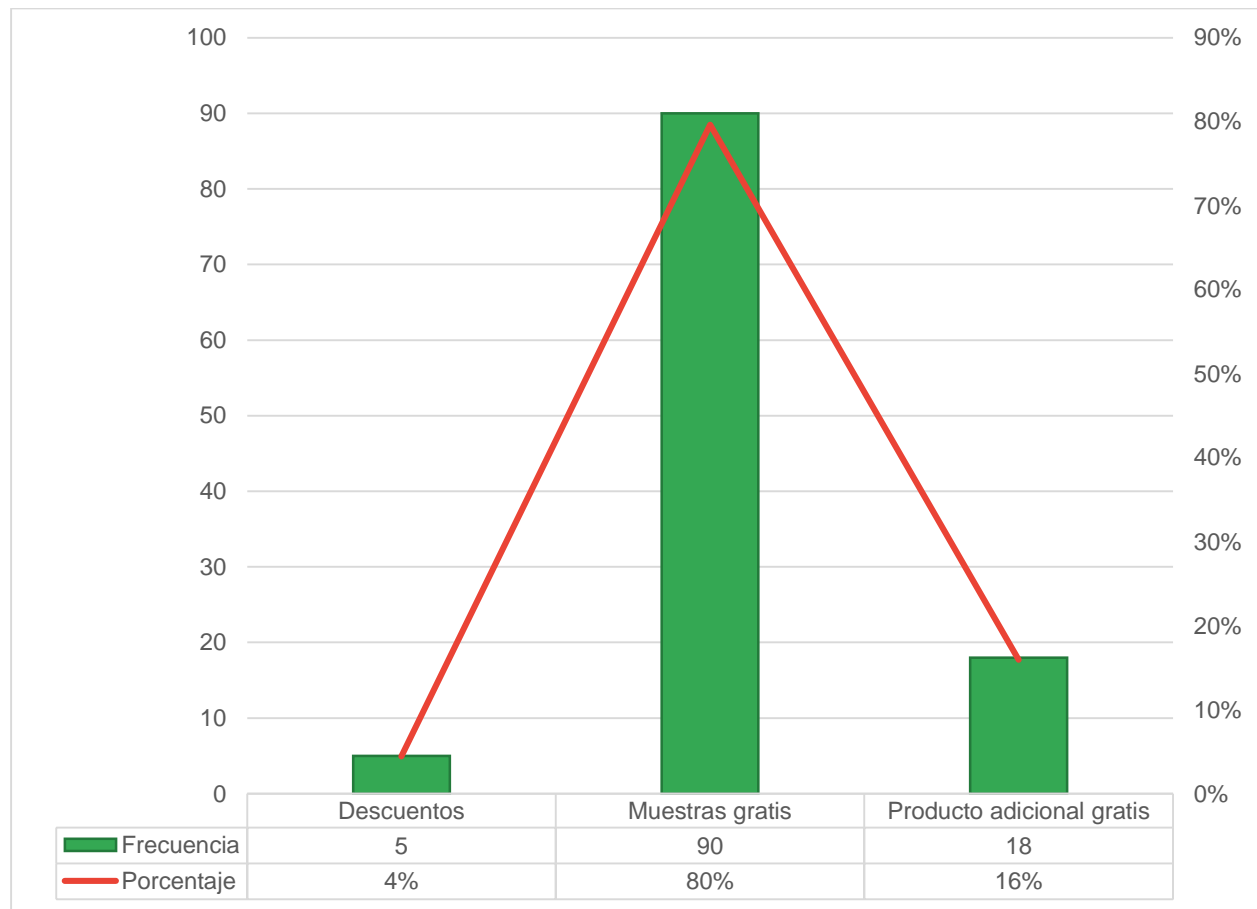
Tipo de promoción

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos	5	4%
Muestras gratis	90	80%
Producto adicional gratis	18	16%
Total	113	100%

Nota: Investigación de campo a la Población Económicamente Activa.

Figura 16

Tipo de promoción



Nota: La figura muestra los datos de la tabla 16

Análisis e interpretación: Según los resultados obtenidos se puede determinar que el 80% de la PEA les gustaría recibir muestras gratis, el 16% prefiere producto adicional en sus compras y el 4% descuentos en el producto. Se puede indicar que la población prefiere las muestras gratis con la finalidad de probar el sabor y se definirá una estrategia para llegar al público con el producto.

17. ¿Por medio de que red social le gustaría obtener información sobre el bocadillo de panela, maní y maracuyá?

Tabla 17

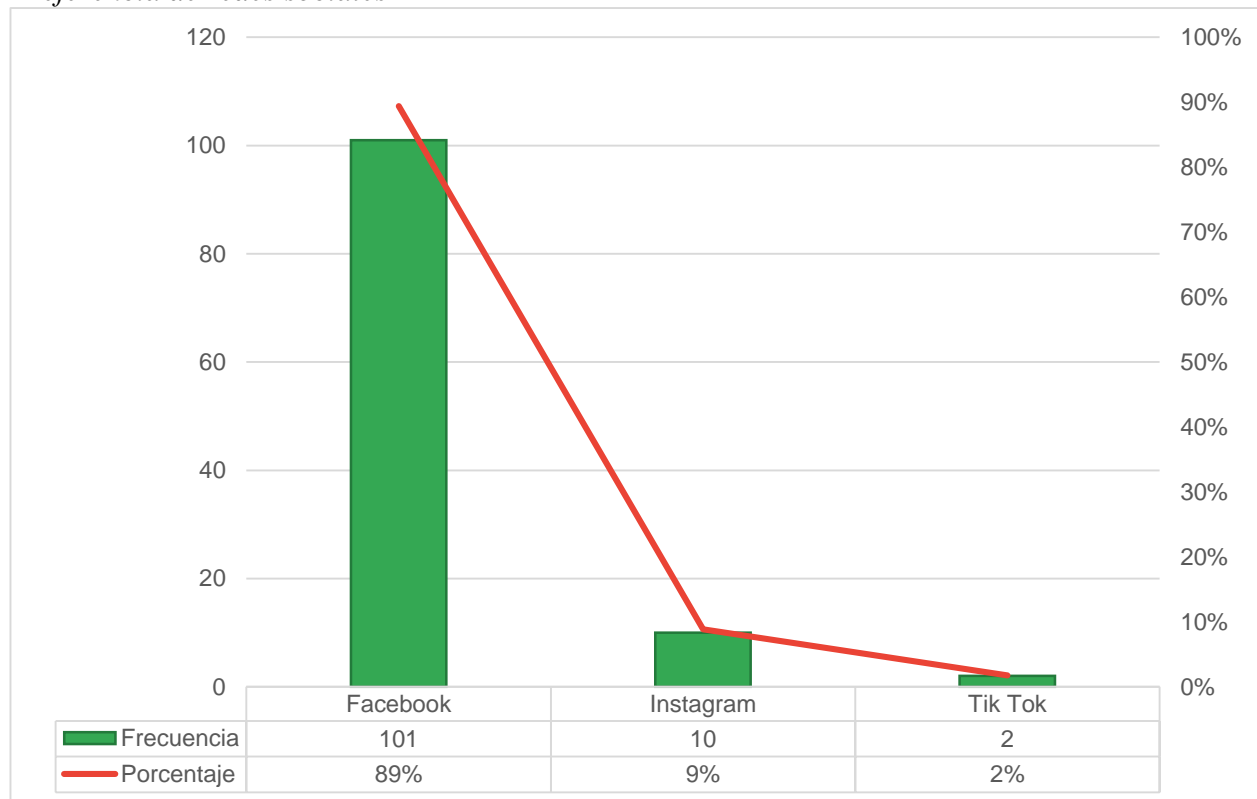
Preferencia de redes sociales

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	101	89%
Instagram	10	9%
Tik Tok	2	2%
Total	113	100%

Nota: Investigación de campo a la Población Económicamente Activa.

Figura 17

Preferencia de redes sociales



Nota: La figura muestra los datos de la tabla 17

Análisis e interpretación: De acuerdo a los resultados obtenidos se puede deducir que la red social que a la PEA le gustaría obtener información es Facebook con el 89% de aceptación, Instagram obtiene el 9% y Tik Tok el 2%. Tomando en cuenta estos resultados, se deberá compartir la información del producto mediante la red social denominada Facebook, implementando estrategias publicitarias.

18. ¿Qué tiempo le dedica a la red social seleccionada anteriormente?

Tabla 18

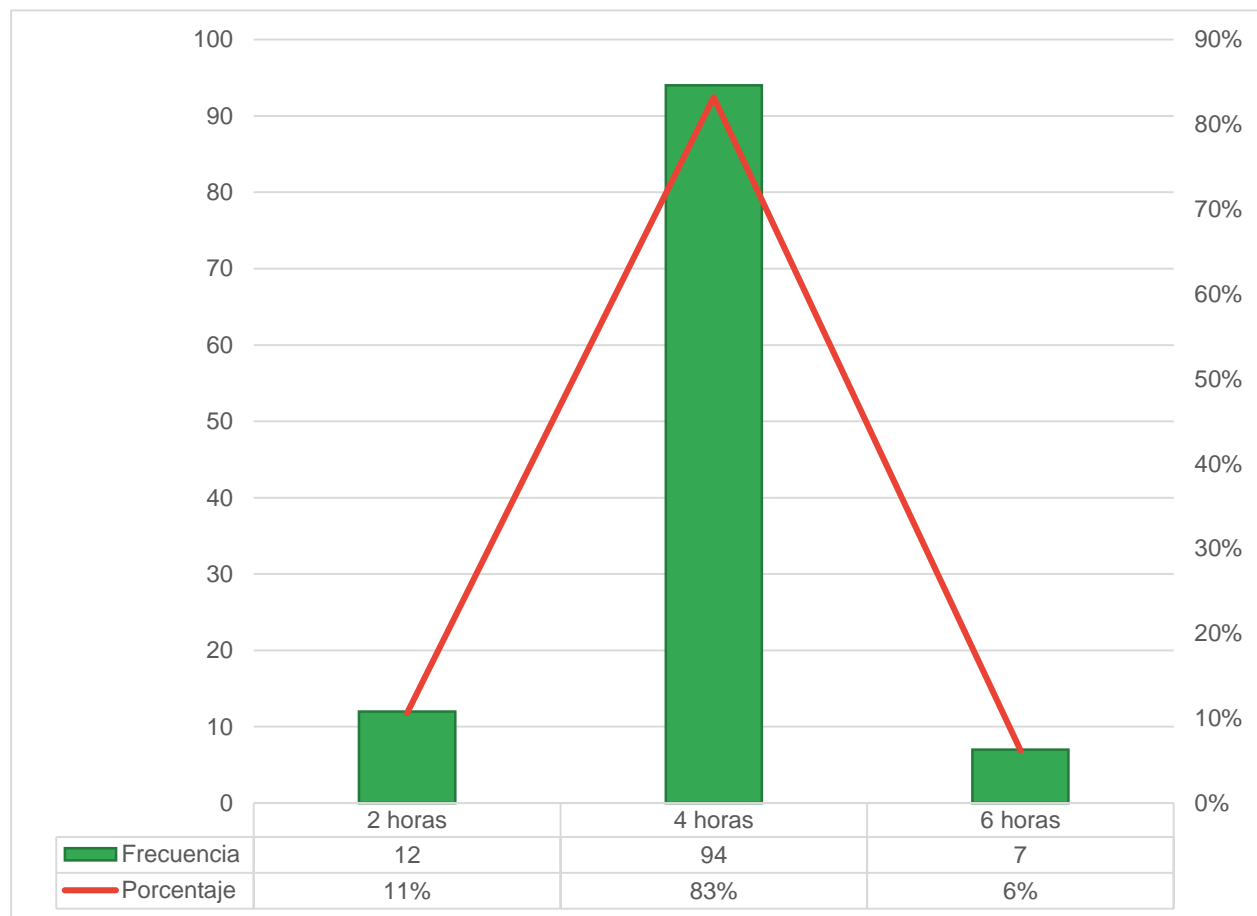
Tiempo que le dedica a las redes sociales

Variables	Frecuencia	Porcentaje
2 horas	12	11%
4 horas	94	83%
6 horas	7	6%
Total	113	100%

Nota: Investigación de campo a la Población Económicamente Activa.

Figura 18

Tiempo que le dedica a las redes sociales



Nota: La figura muestra los datos de la tabla 18

Análisis e interpretación: Como se evidencia en el gráfico la PEA en su mayoría con el 83% le dedica a la red social un promedio de 4 horas por día, el 11% aproximadamente 2 horas y el 6% alrededor de 6 horas. Estos datos se tomarán en cuenta para realizar las respectivas publicidades del producto con la finalidad que llegue la información a todas las personas.

19. ¿En qué jornada accede a esta red social?

Tabla 19

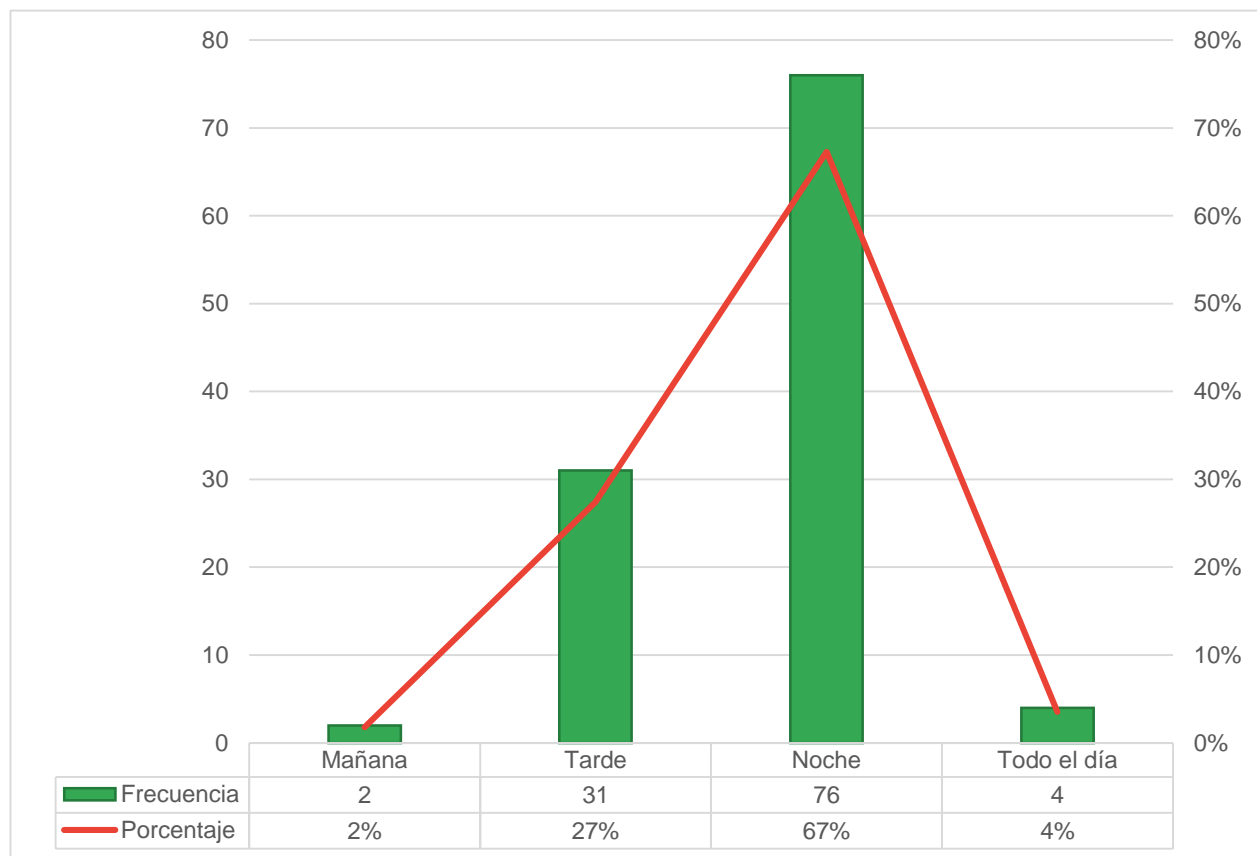
Jornada en la que accede a la red social

VARIABLES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mañana	2	2%
Tarde	31	27%
Noche	76	67%
Todo el día	4	4%
Total	113	100%

Nota: Investigación de campo a la Población Económicamente Activa.

Figura 19

Jornada en la que accede a la red social



Nota: La figura muestra los datos de la tabla 19

Análisis e interpretación: El 67% de la Población Económicamente Activa accede más a las redes sociales en las noches, mientras que el 27% lo hace en las tardes. Considerando que la mayoría de las personas acceden en la noche y en las tardes a las redes sociales se tomara en cuenta ese horario para transmitir las publicidades del producto.

6.2. Resultados de la Oferta

Los Resultados que a continuación se presenta fueron recolectados en la investigación de campo a la red de supermercados que ofertan bocadillos en la ciudad de Loja.

Los supermercados visitados que ofertan bocadillos son: Puerta del sol, Yerovi, Zerimar, Comercial Roció y el local Tinizarai.

Todos estos supermercados ofrecen bocadillos entre ellos se pueden encontrar el de panela con maní, los de azúcar con maní, el de panela, maní y coco rallado, bocadillo con chocolate, bocadillo con extra maní y bocadillo con nuez y almendra.

Las ventas mensuales son:

Tabla 20

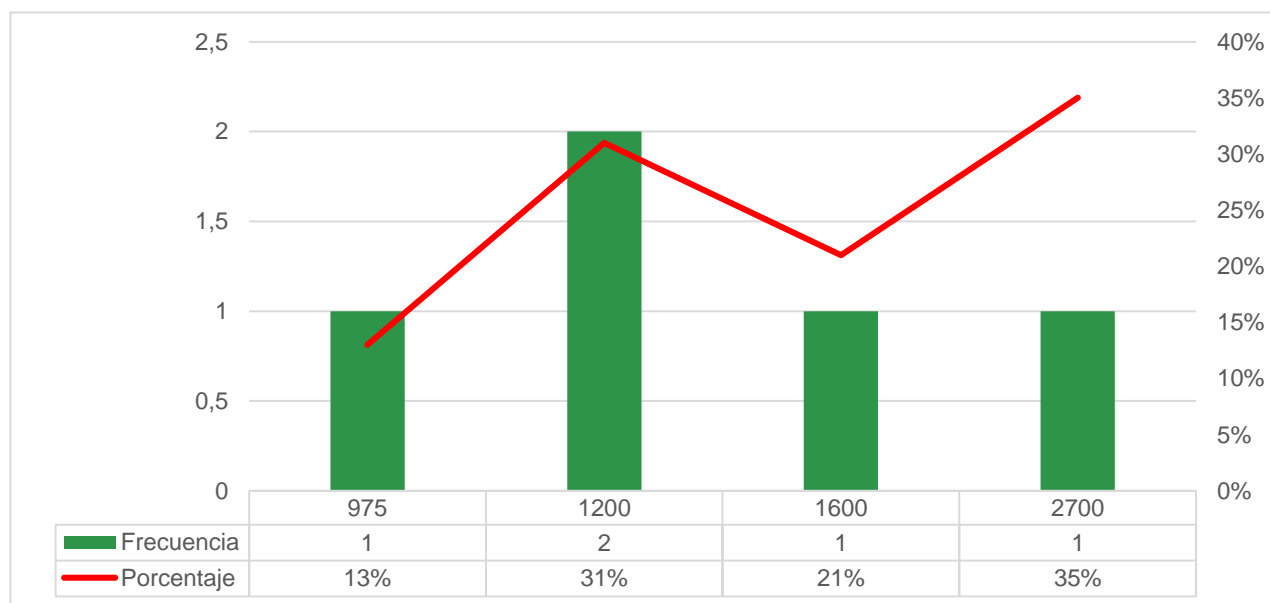
Ventas mensuales

Variable	Frecuencia	Porcentaje
975	1	13%
1200	2	31%
1600	1	21%
2700	1	35%
Total	5	100%

Nota: Datos obtenidos en los supermercados de la ciudad de Loja

Figura 20

Ventas mensuales



Nota: La figura muestra los datos de la tabla 20

Análisis e interpretación: De los datos obtenidos se puede identificar que Zerimar es quien mejores ventas tiene mensualmente abarcando el 35%, seguidamente con el 31% se encuentra Tinizarai y Yerovi, con el 21% se encuentra comercial Puerta del sol y con el 13% el comercial Roció.

Supermercados que ofertan los bocadillos de panela y maní, con diferentes innovaciones con respecto al producto tradicional, ya sea en envase, marcas, sabores, etc.

Las libras vendidas por los oferentes, en los últimos años se detalla a continuación:

Tabla 21

Libras vendidas en los últimos años

	Año 2018	Año 2019	Año 2022
Bocadillo con panela y maní	60.400	63.850	64.200
Bocadillos con azúcar y maní	16.700	18.750	18.850
Bocadillo con de panela, maní y coco rallado	3.500	3.750	3.800
Bocadillo con chocolate	600	700	800
Bocadillo con extra maní	3.600	3.650	3.700
Bocadillo con nuez y almendra	600	700	750
Total	85.400	91.400	92.100

Nota: Datos obtenidos de los supermercados de la ciudad de Loja

Análisis e interpretación: Las ventas anuales para el año 2018 se obtiene 85.400 libras, para el año 2019 se vendieron 91.400, los años 2020 y 2021 no fueron tomados en cuenta por que las ventas decayeron por la pandemia COVID-19, por lo que pasa al año 2022 que las ventas fueron de 92.100 libras vendidas al año.

Los precios de los diferentes tipos de bocadillos varían de acuerdo a las características que tenga el mismo, cada supermercado ofrece el producto dependiendo la cantidad ya que algunos se ofrecen por diferentes presentaciones y el margen de utilidad que deseen ganar por cada producto. Se encuentra bocadillos desde \$1,15, \$1,25, \$1,50, \$2,05, \$2,10, \$2,35 y \$2,70.

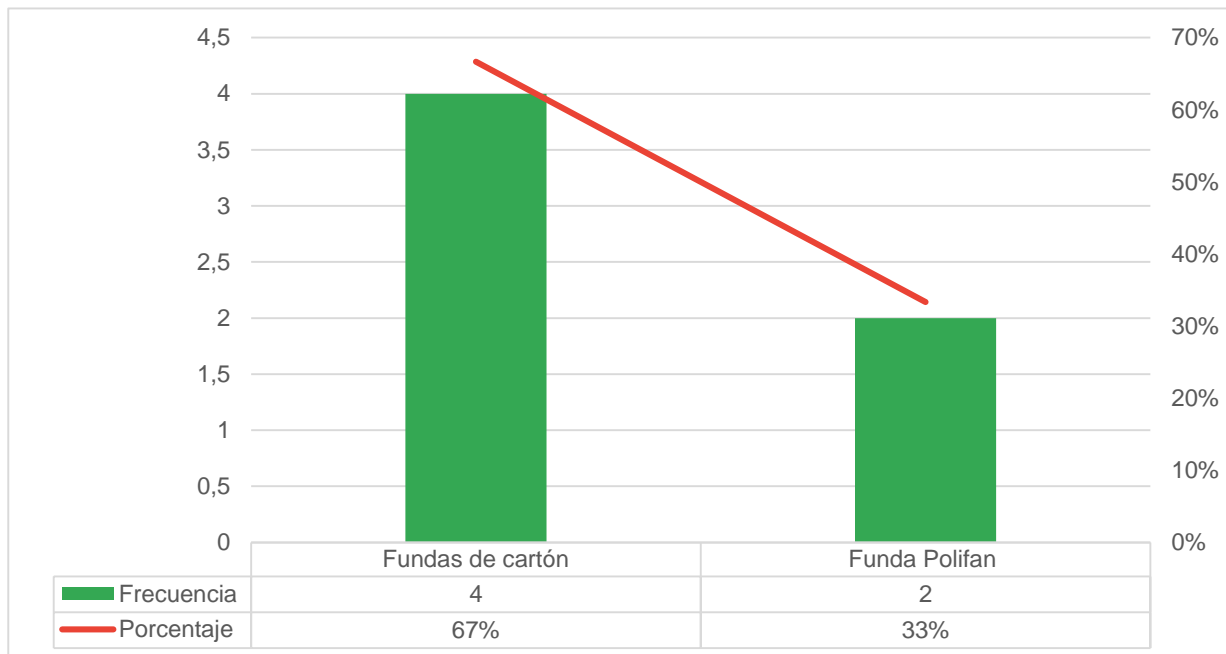
Tabla 22

Envase del producto

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Fundas de cartón	4	73%
Funda Polifan	2	27%
Total	6	100%

Nota: Datos obtenidos de los ofertantes de la ciudad de Loja

Figura 21
Envase del producto



Nota: la figura muestra los datos de la tabla 27

Análisis e interpretación: El 67% de los supermercados venden los bocadillos en fundas de cartón con sus respectivas presentaciones y el 33% ofrecen el producto en fundas de Polifan. Resaltando una mejor presentación en el producto ya que se diferencia del tradicional.

Los tipos de promociones aplicados son los descuentos en fechas especiales, y muestras gratis a los mayoristas.

Para dar a conocer el producto en muchos de los casos hay supermercados que no utilizan ningún medio de comunicación simplemente la gente los va conociendo por su puesto de trabajo o el tradicional medio publicitario que es el de boca en boca, en otros casos si cuentan con las redes sociales como Facebook e Instagram medios por los que hacen la publicidad del producto y presentan la información básica de donde los pueden encontrar.

7. Discusión

7.1. Estudio de mercado.

El desarrollo del estudio de mercado permitirá conocer si la empresa MANIRICH podría tener una buena aceptación dentro de la demanda y oferta del mercado, tomando como referencia los gustos y preferencias de los consumidores de la ciudad de Loja. La finalidad es obtener información sobre el tamaño y composición del mercado, patrones de compra, gustos, expectativa y preferencias, así como identificar los perfiles de los competidores, esta información se utilizó para definir estrategias y otros procesos de toma de decisiones respecto al producto.

7.1.1. Producto principal.

La empresa MANIRICH ofrece un producto nuevo e innovador, la base de su preparación contiene productos saludables, orgánicos y naturales, como son la panela, maní y maracuyá que la combinación de los ingredientes aporta gran cantidad de energía, ya que contiene alta concentración de maní y extracto de maracuyá. El producto es único en el mercado nacional.

Figura 22

Presentación del producto



Nota: Prototipo Jeniffer Campoverde

7.1.1.1. Introducción del producto:

Los bocadillos de maní son un producto tradicional de la provincia de Loja, los primeros bocadillos fueron elaborados por los indígenas de la región quienes utilizaban el maní como alimento básico, con la conquista española se introdujeron nuevos productos entre ellos la panela, mismos ingredientes que fueron combinados y crearon este apetitivo dulce natural. En toda fiesta popular no faltan los puestos de estos deliciosos dulces, que en forma artesanal son comercializados en peso. La costumbre familiar de probar el tradicional bocadillo lojano es muy conocida a nivel local, expandiéndose a nivel nacional e incluso a otros países del mundo.

7.1.1.2. Entorno:

Aprovechando la alta riqueza productiva se prevé ubicar a la empresa en la parroquia San Antonio misma que se encuentra en el cantón Paltas de la provincia de Loja, Esta localidad tiene varios cultivos entre ellos resaltan el maní y la caña de azúcar, esta parroquia es conocida por ser la tierra de los turrones por la gran producción de dulces naturales como son los bocadillos elaborados a base de azúcar, miel y maní. Según (PDOT-PALTAS, 2019-2023) el 75,26% de la población se dedica a la agricultura, en el cantón Paltas existe una producción anual de 980 hectáreas en las que se produce maní ocupando el 0,85% de la cobertura y uso de suelo del cantón Paltas, caña de azúcar alrededor de 592 hectáreas ocupando el 0,51% y el maracuyá alrededor de 10 hectáreas ocupando el 0,1%. Lo que significa que se dispone de la materia prima suficiente para producir el bocadillo, la empresa también aportará a incentivar a los pequeños productores a mejorar e incrementar los cultivos de caña de azúcar y maní.

7.1.1.3. Referentes Históricos:

De acuerdo a referentes históricos se conoce que los españoles llegaron en el siglo XVI, e introdujeron la panela en la región. Así mismo, los indígenas de la región, utilizaban el maní como parte de su dieta diaria, la combinación de los dos ingredientes dio paso a la creación de los deliciosos bocadillos que conocemos hoy en día. Este producto resulta de la fusión de culturas española e indígena.

7.1.1.4. Características del producto:

El producto será envasado en una funda de papel kraft con zipper tendrá un espacio traslucido en su parte frontal baja para facilitar la visualización el contenido, la forma del bocadillo será en cubitos aproximadamente de un 2 cm², tiene una textura sedosa, suave, un sabor exquisito agridulce toque especial del maracuyá, con un color leve anaranjado y el incomparable olor del

maní. MANIRICH es un producto natural, saludable y orgánico y cada fundita tendrá un peso neto de 454g.

7.1.1.5. Características nutricionales:

El producto es un dulce natural tiene un alto contenido energético de 2.372 Kj, tiene 4 g. de grasa saturada, vitaminas C, A, E, B1, B2, 267gr de Potasio, 1,45 gr de fibra, tiene cero colesterol, 15g carbohidratos totales, 65g azúcares, 25g proteínas, 1,3 mg de hierro. Es considerado como un dulce energético por tener ingredientes con un alto beneficio nutricional.

7.1.1.6. Características socioeconómicas:

El bocadillo es un producto local elaborado con ingredientes endémicos de la zona agrícola del cantón Paltas de la provincia de Loja, está altamente conectado con las tradiciones culinarias regionales, ya que utiliza ingredientes tradicionales como la panela y el maní. El producto es altamente saludable, ya que sus ingredientes son ricos en nutrientes y generan un aporte saludable al organismo. Este producto contribuirá a sustentar la economía local, a promover el uso de productos endémicos producidos localmente, aprovechando el bocadillo que es un producto bien conocido entre los habitantes de la zona, y se puede considerar un alimento que promueve el orgullo de ser parte de la cultura gastronómica de Loja.

7.1.1.7. Aportación al desarrollo económico del cantón Paltas:

Con la implementación de la empresa MANIRICH en el Cantón Paltas parroquia San Antonio se pretende mejorar la calidad de vida de muchas familias, mediante la contratación de mano de obra para que trabaje en la empresa y la contratación de agricultores que dispongan de la materia prima. Al ser este cantón rico en producir los productos necesarios para la implementación de la empresa MANIRICH la misma realizará convenio con los proveedores, lo que favorecerá y promoverá el empleo y la producción local, el producto permite a los agricultores locales obtener ingresos estables y predecibles, con lo que contribuirá a la prosperidad de sus familias y comunidades. El comercio justo impulsa una nueva generación de productos de alta calidad que puede ser vendidos a nivel internacional generando más ingresos para el cantón y un mayor interés por sus productos. Los alimentos orgánicos ponen de manifiesto los recursos naturales de la región, ayudando a mejorar la calidad de las aguas y el suelo para el uso futuro, y la asociatividad fomenta el trabajo en equipo y mejora de los procesos productivos, lo que contribuye a generar una cadena de valor más eficiente. Este producto ofrece una variedad de aportes al desarrollo económico local

permitiendo incrementar los ingresos de los agricultores impulsar el comercio justo y maximizar el uso de los recursos naturales.

7.1.1.8. Información de los proveedores

El plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Paltas año 2019-2023 menciona que existe 980 hectáreas que se utilizan para el cultivo del maní, 592 hectáreas para el cultivo de la caña de azúcar y 10 hectáreas para la producción del maracuyá, tomando en cuenta estos datos se puede corroborar que la empresa MANIRICH puede realizar convenios con los proveedores y así obtener materia prima durante todo el año. La empresa MANIRICH para empezar su producción necesita para el primer año una cantidad de 400qq de maní, 600qq de panela y 996 sacos de maracuyá. Por lo que se trabajará con los proveedores de la parroquia San Antonio quienes están más cerca de la empresa, Tendremos como proveedores fijos a los hermanos hurtados quienes nos proveerán el maní, Los hermanos Riofrio nos proveerán de caña de azúcar y la hacienda tres hermanos nos proveerán del maracuyá.

La empresa realizará alianzas con la empresa Boga para que le distribuya la cantidad de fundas de papel kraft con zipper necesarias con el estampado correspondiente, la misma se encargará de enviar los cartones y cintas de embalaje para el correcto embalaje del producto. Se necesita al año 99.600 fundas de papel kraft con zipper, 4.152 cartones y 24 cintas de embalaje al año.

7.1.1.9. Productos sustitutos:

Son los productos que pueden consumirse para el mismo fin, pero los resultados no son exactamente igual. El producto que ofrece la empresa MANIRICH es diferente al resto por su sabor, por lo que tiene los siguientes productos sustitutos: Los tradicionales bocadillos que se los encuentra en los mercados, ya sea de panela con maní, el de azúcar con maní, los alfeñiques, colaciones, asimismo, La empresa TINIZARAI que ofrece los bocadillos de nuez y almendra, los bocadillos sabor a chocolate, bocadillos con extra maní, La empresa MIRAFLORES que ofrece bocadillos tradicionales de panela y maní y la empresa DON JAVIER ofrece los bocadillos de panela, maní y los bocadillos con coco rallado, misma que es considerada como la competencia directa por su innovación dentro del empaque y producto.

7.1.1.10. Beneficios del bocadillo de panela, maní y maracuyá

El beneficio se puede definir entonces como todo aquello que produce un hecho favorable para una persona o grupo de personas

- La panela tiene azúcares naturales que cuenta con vitaminas y minerales y ayuda en la salud de las personas.
- El maní es un fruto seco rico en Omega 3y 6 rico en vitaminas y minerales, beneficia en mejorar la composición de lípidos y reducir el riesgo de enfermedades cardiovasculares.
- El maracuyá es una fuente de proteínas minerales, vitaminas, carbohidratos. Que permiten la prevención de múltiples enfermedades.

7.1.1.11. Descripción del producto:

Para la preparación del bocadillo, primeramente, la panela se debe regresar a su estado anterior de miel, para en un punto especial proceder a mezclarlo con el maní, el mismo que previamente debió pasar por el proceso de tostado y molido. Esta mezcla de maní y miel requiere ser amasada o revuelta por algunos minutos, posteriormente se le agrega el extracto del maracuyá, conforme va adquiriendo mayor consistencia, para luego ser expandida en una superficie plana, en donde se debe enfriar la masa, luego se procede a cortar en cubitos o la forma según los gustos de los consumidores. Se los empaca y están listos para la venta.

El producto se denominará MANIRICH Cía. Ltda. con un slogan denominado “Raíces de mi pueblo” mismo que se presentará al mercado en fundas de papel kraft con zipper cuenta dimensiones de 20cm de largo y 12 cm de ancho es una funda reutilizable y no contamina el medio ambiente y esta especificada con las diferentes definiciones de etiqueta como son: La marca, el slogan, logotipo, peso neto, semáforo nutricional, información nutricional, código de barras, fecha de elaboración y fecha de caducidad, los ingredientes que componen el producto, y las redes sociales en las cuales pueden encontrar, el producto estará representado por una textura suave y sedosa, lo conforman tres ingredientes como son la panela, maní y maracuyá, tienen forma de cubitos aproximadamente de 2cm, un sabor dulce con un toque cítrico, un valor nutricional muy variado rico en vitaminas, minerales, fibra, proteína que al ser un dulce natural se convierte en un apetitivo llamativo. Tiene una fecha de duración de 6 meses, y al momento de abrir la funda una duración de tres meses, considerado como un producto no duradero ya que entra en el conjunto de dulces, alimentos perecibles que al momento de consumirlos tienen poco tiempo de duración, y cada fundita tiene un precio de \$1,60 ctvs.

7.1.2. Análisis de la demanda:

Es un estudio que permite conocer claramente cuál es la situación de la demanda del producto, misma que permite conocer la demanda potencial, real y efectiva a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el proyecto.

7.1.2.1.1. Demanda Potencial:

Para determinar la demanda potencial, se tomó como referencia el fascículo provincial de Loja emitida por el último censo poblacional del año 2010, la población económicamente activa (PEA) comprendida entre 18 a 65 años de edad, de la ciudad de Loja es de 100.976 habitantes, que equivale al 59,3% de la población total, este valor se lo proyecta para el año 2022 con una tasa de crecimiento poblacional del 2,65% dato establecido por el INEC. Para lo que se realizó la proyección y se obtuvo una población de 138.206 habitantes.

Procedimiento:

1. El segmento de población económicamente activa es de 138.206 habitantes.
2. la población 138.206 habitantes se debe multiplicar por el 54% que son las personas que consumen bocadillos obteniendo como resultado 74.631.
3. Los 74.631 se convierte en la demanda potencial la cual se debe multiplicar por los porcentajes de las libras que se consumirá como son 5%, 89%, 5%.
4. Dichos resultados de los porcentajes se multiplican por las libras que son 2lb, 3lb y 4lb
5. Se precede a sumar los resultados de las multiplicaciones obteniendo las libras trimestralmente de 221.655.
6. Las libras trimestrales 221.655 se multiplica por 4 para obtener las libras anuales que son 886.619.
7. A continuación se presenta el procedimiento matemático realizado.

138.206 por 54% = 74.631 **Población que consume bocadillos**

$$\begin{array}{r} 74.631 \text{ por } 5\% = 3.732 \\ \quad \times \\ \quad \quad 2 \text{ lb} = 7.463 \\ \hline 74.631 \text{ por } 89\% = 66.422 \\ \quad \times \\ \quad \quad 3 \text{ lb} = 199.265 \\ \hline 74.631 \text{ por } 5\% = 3.732 \\ \quad \times \\ \quad \quad 4 \text{ lb} = 14.926 \\ \hline \quad \quad \quad + \quad \quad \quad + \\ \hline \text{Total, de cantidades en libras trimestralmente} \quad \boxed{221.655} \\ \quad \quad \quad \times 4 \\ \quad \quad \quad \downarrow \\ \text{Total, libras al año} \quad \boxed{886.619} \end{array}$$

Tabla 23*Demanda Potencial*

Año	Población (18-65 años) 2,65% tasa de crecimiento anual	54%	5%	2 lb	89%	3 lb	5%	4 lb	Total de cantidad en libras trimestralmente	Total libras al año
1	138.206	74.631	3.732	7.463	66.422	199.265	3.732	14.926	221.655	886.619
2	141.868	76.609	3.830	7.661	68.182	204.546	3.830	15.322	227.529	910.115
3	145.628	78.639	3.932	7.864	69.989	209.966	3.932	15.728	233.558	934.233
4	149.487	80.723	4.036	8.072	71.844	215.531	4.036	16.145	239.747	958.990
5	153.449	82.862	4.143	8.286	73.747	221.242	4.143	16.572	246.101	984.403

Nota: Datos obtenidos de la Tabla 3 y 13

Demanda Real:

Está constituida por la cantidad de bienes o servicios que se consumen o utilizan de un producto en el mercado.

Procedimiento:

1. El segmento de población se toma de la demanda potencial de la tabla 23 como es 74.631
2. la población 74.631 habitantes se debe multiplicar por el 82% que son las personas que compran bocadillos de panela y maní obteniendo como resultado 61.198
3. Los 61.198 se convierte en la demanda real la cual se debe multiplicar por los porcentajes de las libras que se consumirá como son 19%, 76%, 5%.
4. Dichos resultados de los porcentajes se multiplican por las libras que son 2lb, 3lb y 4lb
5. Se precede a sumar los resultados de las multiplicaciones obteniendo las libras trimestralmente de 175.025
6. Las libras trimestrales 175.025 se multiplica por 4 para obtener las libras anuales que son 700.101
7. A continuación se presenta el procedimiento matemático realizado.

$$\begin{array}{r}
 74.631 \times 82\% = 61.198 \quad \text{Población que compra los bocadillos} \\
 61.198 \times 19\% = 11.628 \quad \quad \quad 61.198 \times 76\% = 46.510 \quad \quad \quad 61.198 \times 5\% = 3.060 \\
 \begin{array}{r}
 \times \\
 2\text{lb} = 23.255 \\
 + \\
 3\text{lb} = 139.531 \\
 + \\
 4\text{lb} = 12.240
 \end{array} \\
 \hline
 \text{Total, de libras trimestralmente} \quad \boxed{175.025} \\
 \text{X4} \\
 \hline
 \text{Total, libras al año} \quad \boxed{700.101}
 \end{array}$$

Tabla 24
Demanda Real

Año	Demanda Potencial (54%)	82%	19%	2 lb	76%	3 lb	5%	4 lb	Total Cantidad en libras trimestralmente	Total libras al año
1	74.631	61.198	11.628	23.255	46.510	139.531	3.060	12.240	175.025	700.101
2	76.609	62.819	11.936	23.871	47.743	143.228	3.141	12.564	179.663	718.653
3	78.639	64.484	12.252	24.504	49.008	147.024	3.224	12.897	184.424	737.698
4	80.723	66.193	12.577	25.153	50.307	150.920	3.310	13.239	189.312	757.247
5	82.862	67.947	12.910	25.820	51.640	154.919	3.397	13.589	194.328	777.314

Nota: Datos obtenidos de la tabla 5, 6 y 23

Demanda Efectiva

La demanda efectiva es la cantidad de bocadillos que la población económicamente activa estaría dispuesta a adquirir.

1. El segmento de población es de 138.206 habitantes
2. la población 138.206 habitantes se debe multiplicar por el 30% que son las personas que comprarían el nuevo producto obteniendo como resultado 41.462

3. Los 41.462 se convierte en la demanda efectiva la cual se debe multiplicar por los porcentajes de las libras que comprarían 5%, 89%, 5%
4. Dichos resultados de los porcentajes se multiplican por las libras que son 2lb, 3lb y 4lb
5. Se precede a sumar los resultados de las multiplicaciones obteniendo las libras trimestralmente de 123.142
6. Las libras trimestrales 123.142 se multiplica por 4 para obtener las libras anuales que son 492.566
7. A continuación se presenta el procedimiento matemático realizado.

138.206 x 30% = 41.462 **población que compraría los bocadillos.**

$$\begin{array}{r}
 41.462 \times 5\% = \begin{array}{r} 2.073 \\ \times \\ 2lb = 4.146 \end{array} \qquad
 41.462 \times 89\% = \begin{array}{r} 36.901 \\ \times \\ 3lb = 110.703 \end{array} \qquad
 41.462 \times 5\% = \begin{array}{r} 2.073 \\ \times \\ 4lb = 8.292 \end{array} \\
 \hline
 \underbrace{\qquad\qquad\qquad + \qquad\qquad\qquad + \qquad\qquad\qquad}_{\text{Total, de libras trimestralmente}} \quad \boxed{123.142} \\
 \hline
 \text{Total, libras al año} \quad \boxed{492.566}
 \end{array}$$

Tabla 25
Demanda Efectiva

Año	Población	30%	5%	2 lb	89%	3 lb	5%	4 lb	Total cantidad de libras trimestral	Total de libras al año
1	138.206	41.462	2.073	4.146	36.901	110.703	2.073	8.292	123.142	492.566
2	141.868	42.561	2.128	4.256	37.879	113.637	2.128	8.512	126.405	505.619
3	145.628	43.688	2.184	4.369	38.883	116.648	2.184	8.738	129.755	519.018
4	149.487	44.846	2.242	4.485	39.913	119.739	2.242	8.969	133.193	532.772
5	153.449	46.035	2.302	4.603	40.971	122.912	2.302	9.207	136.723	546.891

Nota: Datos obtenidos de la tabla 11 y 13

7.1.3. *Análisis de la Oferta*

La oferta puede entenderse como la cantidad de bocadillos que los supermercados están ofreciendo en el mercado.

Los competidores directos son:

Puerta del sol, Zerimar, Yerovi, Rocío: Estos supermercados ofrecen bocadillos de la marca Don Javier en dos presentaciones y en dos tipos de sabores:

- Bocadillo don Javier tradicional de panela y maní cuenta con dos presentaciones el de 200g y 420 g
- Bocadillo Don Javier con panela, maní y coco rallado cuenta con dos presentaciones de 200g y 420 g.

Este producto tiene 6 meses de durabilidad, el canal de distribución es el siguiente: La empresa lo distribuye a los intermediarios en este caso a los supermercados y estos se encargan de vender el producto al cliente final. Su empaque es de funda de cartón en la que describe todo el producto, su marca, peso, semáforo nutricional e ingredientes. Fecha de elaboración y de expedición.

También ofrece el bocadillo de la marca caramelo y Miraflores en una sola presentación de 400g en funda de Polifan la misma cuenta con la marca correspondiente. Cumple con el mismo canal de distribución que la empresa Don Javier

Tinizarai: Empresa que realiza y vende en su local sus diferentes tipos de bocadillo entre ellos tiene:

- Bocadillo tradicional con panela y maní
- Bocadillo con azúcar y maní
- Bocadillo con extra maní
- Bocadillo sabor a chocolate
- Bocadillo con panela maní, almendra y juez

Estos productos se los encuentra en diferentes presentaciones ya sea de 200g a 400g esta empresa tiene algunas décadas por las cuales ha innovado en cuanto a sabores, presentaciones, empaques y su canal de distribución es de la empresa sale directamente al cliente final ya sea minorista o mayorista, los precios de los productos van variando dependiendo el costo de producción ya que por la innovación que tienen algunos productos se debe invertir más en materia prima.

Al realizar un diagnóstico en estas empresas se ha podido delimitar a los competidores, determinar las características de cada producto, en cada empresa van variando los precios ya depende del margen de ganancia que como empresa deseen obtener a continuación se presenta datos obtenidos de la encuesta realizada.

Oferta Actual

La oferta actual es la cantidad de bocadillos que se está ofreciendo en los supermercados. Para determinar la misma se tomó en cuenta las ventas en los años 2018, 2019 y 2022. Se ha excluido los años 2020 y 2021 los cuales fueron de pandemia y hubo muy pocas ventas a nivel general por dicha razón se tomaron en cuenta los años anteriormente mencionados.

Tabla 26
Oferta actual

	Año 2018	Año 2019	Año 2022
Bocadillo con panela y maní	60.400	63.850	64.200
Bocadillos con azúcar y maní	16.700	18.750	18.850
Bocadillo con de panela, maní y coco rallado	3.500	3.750	3.800
Bocadillo con chocolate	600	700	800
Bocadillo con extra maní	3.600	3.650	3.700
Bocadillo con nuez y almendra	600	700	750
Total	85.400	91.400	92.100

Nota: Datos obtenidos de la tabla 21

Proyección de la Oferta

Para proyectar la oferta se utilizó la siguiente fórmula en la cual se utiliza la oferta final sobre la oferta base, y el periodo de tiempo en este caso son los años analizados que son 3 todo esto se le resta -1, obteniendo una tasa de crecimiento de 2,55%

$$i = \sqrt[n]{\frac{DF}{DB}} - 1$$

$$i = \sqrt[3]{\frac{92100}{85400}} - 1$$

i = 2,55% tasa de crecimiento

Para realizar la proyección de la oferta se utiliza como año base los datos obtenidos en el 2022 es decir 92. 100 este dato se lo proyecta con la tasa de crecimiento del 2,55% de esa manera obteniendo la oferta de los próximos 5 años.

Procedimiento: $(92.100 * 2,55\%)+ 92. 100 = 94.449$

Tabla 27
Proyección de la oferta

Años	Oferta Proyectada Libras
1	92.100
2	94.449
3	96.857
4	99.327
5	101.860

Nota: Datos obtenidos de la tabla 26.

7.1.4. Demanda Insatisfecha

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

Considerando de esta forma que la demanda para el primer año es de 492.566 libras al año y la oferta es de 92.100 libras dando como resultado una demanda insatisfecha de 400.466 libras al año. En la tabla se detalla las operaciones para determinar la demanda insatisfecha.

Procedimiento: $DP - OP = DI$

$$492.566 - 92.100 = 400.466$$

Tabla 28
Demanda Insatisfecha

Años	Demanda proyectada libras	Oferta proyectada libras	Demanda Insatisfecha Libras
1	492.566	92.100	400.466
2	505.619	94.449	411.171
3	519.018	96.857	422.161
4	532.772	99.327	433.445
5	546.891	101.860	445.031

Nota: Datos obtenidos de la tabla 25 y 27.

7.1.5. Plan de comercialización.

7.1.5.1. Producto

El producto que se va a ofertar son los Bocadillos de panela, maní y maracuyá, cuya producción cubrirá el mercado de la ciudad de Loja. La importancia de emprender en este proyecto radica en fomentar la industrialización en el Cantón Paltas y comercialización en la ciudad antes mencionada:

7.1.5.1.1. Estrategias del producto

- El producto para diferenciarse de la competencia tiene un valor agregado como es el maracuyá
- Una funda de papel kraft con zipper misma que tiene un traslucido en la parte de al frente que permite la visualización del producto
- Una marca única e innovadora la cual se describe de la siguiente forma.
 - **La marca** del producto es MANIRICH que significa rico maní se denominó con ese nombre porque el maní es el producto más producido en el cantón Paltas y tiene múltiples nutrientes, entre ellos una grasa saludable
 - **Slogan** es “Raíces de mi pueblo” escogido por su tradición, antigüedad ya que décadas tras décadas el bocadillo de panela y maní nos ha representado es por ello que la idea surgió a raíz que no se innovaba en el producto y lo vi como una oportunidad el llevar este producto tradicional a otro nivel,
 - **Logotipo** ha sido seleccionado con colores llamativos propios del campo, conformado por la planta de maní considerando el producto más beneficioso dentro de los estándares de calidad y el identificativo del maracuyá el sabor diferencial dentro de la competencia.

Figura 23:

Marca de la empresa



Nota: Diseño Jeniffer Campoverde

- **La etiqueta** del producto es muy completa y diferenciadora se resalta a continuación los elementos que la componen:
 - **Marca del producto:** MANIRICH
 - **Ingredientes:** Panela, maní y maracuyá.
 - **Peso neto:** 454 gramo tendrá cada funda de cartón biodegradable
 - **Código de barras:** Este es un modelo para estandarizar el proceso de identificación del producto y gestión comercial.
 - **Semaforización nutricional:** Alto en azúcar, medio en grasa y bajo en sal.
 - **Información Nutricional:** Contiene el valor energético y nutricional, como el porcentaje de calorías, grasas totales, grasas saturadas, colesterol, carbohidratos, azúcares y proteínas contenidos en el producto.

Figura 24:
Información nutricional

INFORMACIÓN NUTRICIONAL	
Tamaño de Porción 100g	
Cantidad por porción	
Energía	2372 KJ
	% del valor diarios
Grasa saturada 4g	100% IDR
Vitamina C, A, B1, B2	48,2% IDR
Potasio 267gr	13,4% IDR
Fibra 1.45gr	4.8% IDR
Colesterol 0g	0% IDR
Carbohidratos totales 15g	9% IDR
Azúcares 65 g	16% IDR
Proteínas 25g	16% IDR
Hierro 1.3 mg	16,3% IDR
Los porcentajes de valores diarios se basan en una dieta de 2000 calorías.	

Nota: Diseño Jeniffer Campoverde

- **Logo:** Símbolo gráfico que se utilizará en las publicaciones para identificar al producto.
- **Razón Social:** “MANIRICH Cía. Ltda.”, se trata de un nombre oficial y legal de la empresa.
- **Redes sociales:** Se publicará contenido las redes como son Facebook, Instagram, Tik Tok y WhatsApp en las cuales se facilitará información relevante del producto. Las cuales se denominarán como bocadillos Manirich.

Figura 25:
Redes Sociales



Nota: Diseño Jeniffer Campoverde

7.1.5.2. Precio

El precio del producto “MANIRICH” constituye un determinante fundamental en la demanda del mismo y en muchas ocasiones influye en el volumen de ventas, sin embargo, un factor importante a la hora de adquirir el producto lo constituye la calidad y la oportunidad de entrega; cabe mencionar que de este factor también depende su introducción en el mercado.

Para determinar el precio se tomó en cuenta el poder adquisitivo de los clientes, el costo de producción y la competencia de los productos sustitutos.

Para determinar el precio se tomó en cuenta los factores de inversión, entre ellos: maquinaria, equipos, sueldos a trabajadores, infraestructura, servicios básicos, permisos para el correcto funcionamiento de la empresa, materia prima.

Estrategia de precios en relación con la competencia

La empresa tiene un costo de producción de 1,40 por un margen de ganancia del 14%, dando cada presentación de 454g a un precio de \$1,60 a los intermediarios para el primer año. Cada año el incremento será del 2%. Por lo que en comparación a la competencia se tiene una buena oportunidad dentro del mercado.

7.1.5.3. Plaza

En este caso se considera la distribución del producto, que consiste en desplazar los bienes desde el productor hasta el intermediario, con el objetivo de lograr que el producto llegue en el momento y en condiciones óptimas, con la finalidad de satisfacer las necesidades del consumidor.

7.1.5.3.1. Estrategia de plaza

La empresa MANIRICH ofrecerá el producto a los supermercados, tiendas de dulces, de la ciudad de Loja siendo estos los intermediarios que permitirán que el producto llegue al cliente objetivo.

Canal de comercialización



7.1.5.4. Promoción.

7.1.5.4.1. Estrategias de promoción

La empresa MANIRICH pondrá un stand en cada supermercado que oferte su producto con la finalidad de dar a conocer el producto a los posibles clientes, ofreciendo muestras gratis para que degusten el producto. También se participará en ferias de emprendimiento con la finalidad de ir posicionando la marca en el mercado lojano.

Figura 26

Presentación del producto y muestras gratis



Nota: Presentación del producto y muestras gratis al cliente

7.1.5.4.2. Estrategias de publicidad.

La publicidad de la empresa se la efectuará en una página web que ofrezca toda la información acerca del producto. También se la realizara publicidad por medio de las redes sociales como son Facebook, Instagram, Tik Tok, mismas que realizaran anuncios del producto de dónde encontrarlos, mencionaran las promociones, beneficios, historia y todo relacionado con el producto. Llegando así al público objetivo ya que hoy en día el uso de las redes sociales es imprescindible.

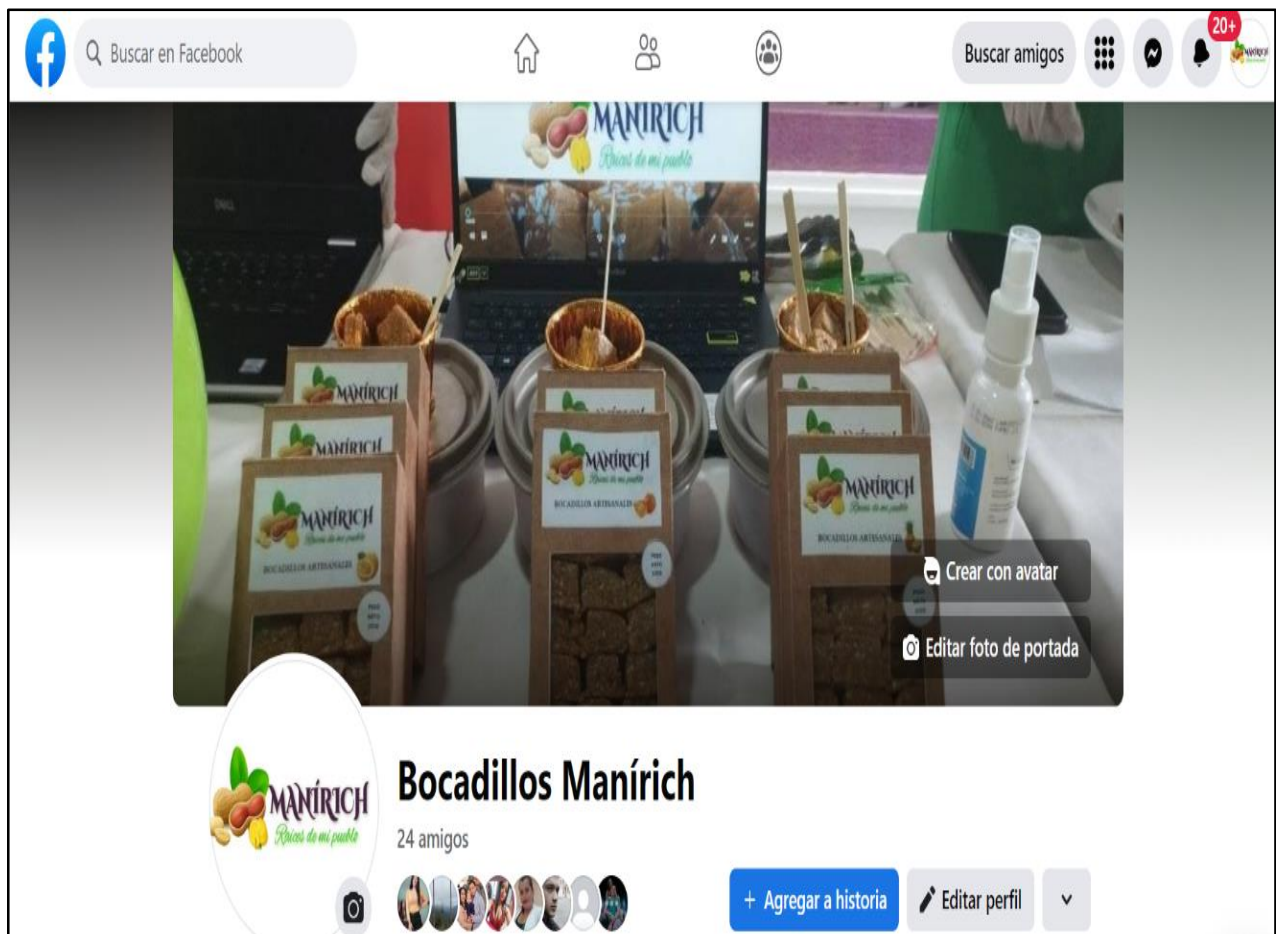
A continuación, se presenta las páginas de las redes sociales:

- **Página digital Facebook.**

La página oficial de Facebook de la empresa, tiene el nombre del producto como es “MANIRICH”, tiene contenido visual e informativo de la empresa, en la misma se encuentra datos de contacto, correos electrónicos y referencias del producto.

Figura 27

Página de Facebook Bocadillos Manirich



Nota: La figura muestra la red social de Facebook

Figura 28

Afiche publicitario para las redes sociales



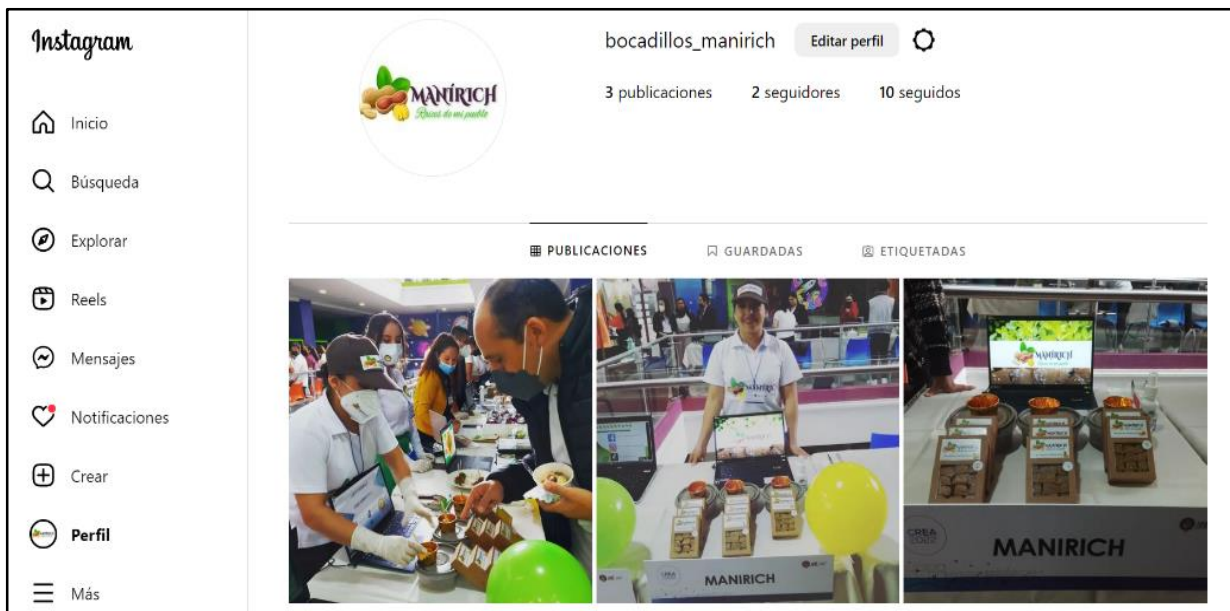
Nota: Afiche publicitario

Página digital de Instagram

La página oficial de Instagram de la empresa, está con el nombre de bocadillos_manirich misma que tiene contenido visual e informativo de la empresa, se encuentra datos de contacto, correos electrónicos y referencias del producto. Esta página es creada con la finalidad de llegar a usuarios con preferencias a esta red social.

Figura 29

Red Social de Instagram

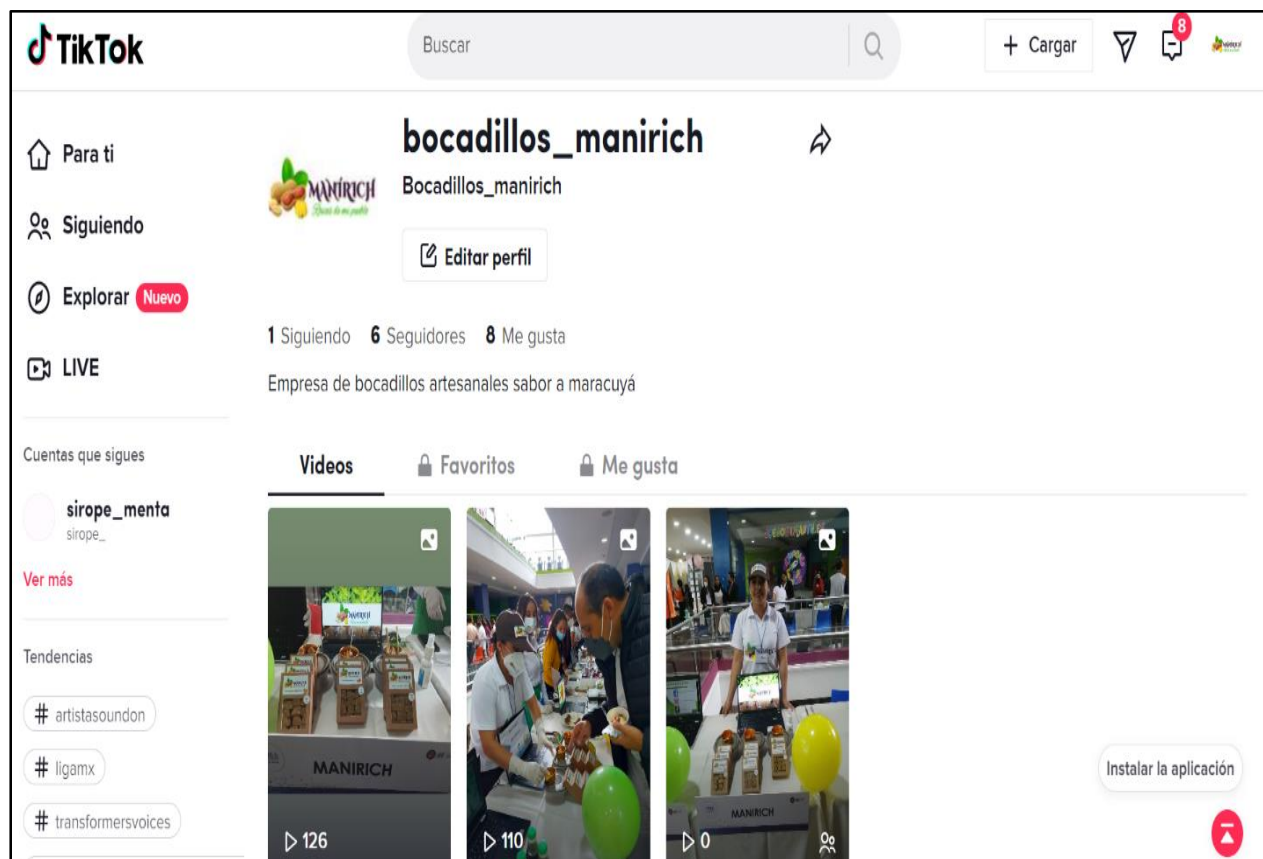


Nota: Se muestra el contenido de la red social de la empresa.

Página digital de Tik Tok

La página de Tik Tok denominada bocadillos_manirich fue creada con la finalidad de publicar contenido, sobre los beneficios del producto, información de cómo obtener el producto, hoy en día esta red social es muy usada ya que existe variedades de contenidos. Esto permite a la empresa captar más público interesado.

Figura 30
Red Social de Tik Tok



Nota: Se muestra el contenido de la red social de la empresa

Presupuesto de comercialización

Finalmente, en el plan de comercialización se procede a poner el presupuesto necesario para llegar al cliente de una manera satisfactoria implementado nuevas estrategias.

Mensualmente se producirá 8.300 libras de bocadillos por lo que se necesitará 8.300 fundas biodegradables, 8.300 etiquetas, 200 fundas plásticas mensualmente para envasar la pulpa, 346 cartones para transportar el producto, 2 cintas de embalaje mensualmente, las páginas de Facebook e Instagram se harán anuncios cada 2 meses, las muestras gratis se realizarán cada 3 meses.

Tabla 29*Presupuesto de comercialización*

Cantidad mensual	Detalle	Valor unitario	Total mensual	Cantidad anual	Total anual
8.300	Fundas biodegradables.	\$0,15	\$ 1.245,00	99.600	\$ 14.940,00
346	Cartones	\$0,03	\$ 10,38	4.152	\$ 124,56
2	Fundas plásticas 7x12(100u)	\$ 0,45	\$ 0,90	24	\$ 10,80
2	Cinta de embalaje	\$ 0,65	\$ 1,30	24	\$ 15,60
8.300	Etiquetas	\$ 0,02	\$ 166,00	99.600	\$ 1.992,00
1	Página de Facebook	\$5,00	\$ 5,00	5	\$ 25,00
30	Muestras gratis	\$1,32	\$ 39,60	4	\$ 158,40
1	Página de Instagram	\$5,00	\$ 5,00	5	\$ 25,00
Total			\$ 1.473,18		\$ 17.291,36

Nota: La presente tabla indica la descripción del presupuesto del plan de comercialización.

7.2. Estudio Técnico

Este estudio tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considera los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico y recursos humanos.

7.2.1. Localización

Es la ubicación geográfica exacta donde se creará la nueva planta de producción, es decir buscar un lugar que permita ahorrar recursos tener mayor acceso a la materia prima a las vías de acceso y contar con los servicios básicos.

7.2.1.1. Factores de localización

La ubicación de la empresa es un aspecto muy importante desde el punto de vista de permitir mayores ganancias, en la mayoría de los casos la ubicación depende mucho del costo de transporte de materiales etc. Los factores más comunes que determinan una ubicación son: materias primas, mano de obra, clima, electricidad, eliminación de desechos, facilidad de transporte, mercado, infraestructura física, leyes y reglamentos, y más.

1. Materia Prima: Las fuentes de abastecimientos de la materia prima para la elaboración del bocadillo será adquirida directamente de los productores del Cantón Paltas.

2. Clima: Tiene varios tipos de climas: tropical, semiárido, templado y frío, mismo que permite la producción de múltiples productos, entre ellos, el maní, panela, y el maracuyá.

3. Vías de comunicación: El lugar escogido cuenta con vías de acceso que facilita el normal acceso para transportar el producto, así como la obtención de la materia prima.

4. Servicios básicos: Para el normal funcionamiento de la empresa, el lugar donde se encontrará ubicada cuenta con todos los servicios básicos siendo estos: agua, luz, plan de telefonía móvil.

- **Agua:** Es uno de los elementos básicos para el funcionamiento de la empresa, la misma que será necesaria para realizar el proceso productivo, así mismo la limpieza de las instalaciones, maquinarias, equipos, servicios higiénicos, etc.
- **Energía eléctrica:** Este servicio permite el funcionamiento de la maquinaria, y equipo e iluminarias
- **Internet:** Permite la comunicación por medio de todas las redes sociales y obtención de información de proveedores, clientes, intermediarios entre otros servicios
- **Plan de telefonía móvil:** Este medio de comunicación es muy importante porque facilita para la adquisición de insumos y suministros que solicite, así mismo permite comunicarse con los clientes y personas que requieran el producto.

5. Disponibilidad de mano de obra: En la localidad existe mano de obra disponible puesto que se encuentra un alto grado de desempleo y subempleo siendo la nueva empresa una gran oportunidad para la generación de fuentes de trabajo.

6. Mercado: La nueva unidad productiva estará destinada a satisfacer las necesidades de la Población Económicamente Activa de la ciudad de Loja; por ende, la empresa estará ubicada en un lugar estratégico y acogedor para poder distribuir el nuevo producto a los clientes.

7.2.1.2. Macro localización

La empresa “MANIRICH” Cía. Ltda. Estará ubicada en el sur del Ecuador, en la provincia de Loja, en el cantón Paltas. El lugar donde se ubicará la empresa cuenta con variables climas como subtropical, cálido, templado, húmedo, mismos que permiten la obtención del maní, la panela, y el maracuyá, por lo que la disponibilidad de materia prima hizo que se implemente la empresa en aquella ciudad.

Figura 31
Macro localización



Nota: Mapa de la Provincia de Loja

7.2.1.3. Micro localización

La empresa estará ubicada en el Barrio el Mirador, Parroquia San Antonio del cantón Paltas donde se arrendará una vivienda con un espacio de 100m², para determinar la macro localización se tomó en cuenta los siguientes factores: La disponibilidad de mano de obra, medios y costos de transporte, cercanía de las fuentes de abastecimiento, área local, estructura legal, servicios básicos, accesibilidad vial.

Figura 32
Micro localización



Nota: Datos obtenidos de Google Maps.

7.2.2. Tamaño

Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto de que se trate se refiere a la capacidad instalada y se mide por las unidades producidas al año.

En este apartado se debe considerar los aspectos fundamentales como: la demanda existente, la capacidad a instalar, a utilizar, el abastecimiento de materia prima, maquinaria.

7.2.2.1. Capacidad Instalada:

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado, misma que está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa. Se utilizará la capacidad de una marmita industrial que está en capacidad de producir 200 libras, si la empresa trabajara las 24 horas del día realizaría 6 procesos en el día (por cada proceso se demora 4 horas). Si la empresa trabajara de lunes a domingo, es decir los 365 días del año, al día realiza 6 procesos y en cada proceso se producirá 200 lb de bocadillos dando un total de 1.200 libras en el día esto multiplicado por los 365 días del año se obtiene 438.000 libras al año.

Tabla 30

Capacidad Instalada

Capacidad de producción en libras	Minutos por producción	Minutos x 24 horas	#Procesos en el día	Producción diaria por libras	Días del año	Producción anual libras
200	240	1.440	6	1.200	365	438.000

Nota: La tabla describe la cantidad máxima de rendimiento

7.2.2.2. Capacidad Utilizada:

Está determinada por la cantidad de bocadillos que se producirá, por lo que se trabajará 8 horas al día, 249 días al año, realizando 2 procesos diarias obteniendo una producción anual de 99.600 libras de bocadillos, siendo esto el 22,74% de la capacidad instalada.

Tabla 31

Capacidad Utilizada

Capacidad de producción en libras	Minutos por producción	Minutos x 8 horas	#Procesos en el día	Producción diaria por libras	Días del año	Producción anual
200	240	480	2	400	249	99.600

Nota: En la tabla se especifica la cantidad que se producirá.

Tabla 32*Determinación del porcentaje de capacidad utilizada*

Años	Capacidad Instalada	Capacidad utilizada	% de capacidad utilizada
1	438.000	99.600	22,74%
2	438.000	99.600	22,74%
3	438.000	99.600	22,74%
4	438.000	99.600	22,74%
5	438.000	99.600	22,74%

Nota: En la tabla se realiza una división entre la capacidad utilizada y la instalada para obtener el % de capacidad utilizada que se trabajará.

Participación del mercado

Se tomó en cuenta la demanda insatisfecha y la capacidad utilizada realizando una regla de tres simples se divide la capacidad utilizada con la demanda insatisfecha y multiplicado por el 100% se obtiene la participación en el mercado de 24,87% para el primer año.

Tabla 33*Participación en el mercado*

Años	Demanda insatisfecha	Capacidad utilizada	% de participación en el mercado
1	400.466	99.600	24,87%
2	411.171	99.600	24,22%
3	422.161	99.600	23,59%
4	433.445	99.600	22,98%
5	445.031	99.600	22,38%

Nota: En la tabla se muestra el % de participación que se obtendrá en el mercado mediante la diferencia de la capacidad utilizada y la demanda insatisfecha.

7.2.3. Ingeniería del proyecto.

La ingeniería de proyecto es aquella etapa en la cual se definen los recursos necesarios relacionados con las instalaciones, maquinaria y equipos, lugar de implantación, y descripción de procesos productivo que utilizará la empresa MANIRICH Cía. Ltda.

7.2.3.1. Proceso Productivo

En el proceso de producción de los bocadillos de panela, maní y maracuyá se determinaron las actividades y minutos que se necesitan para elaborar 200 libras de bocadillos por cada producción.






- 1) **Recepción de la materia Prima:** Se procede a la obtención de la materia prima (panela, maní y el maracuyá) la misma que es adquirida directamente del cantón Paltas, para ello se emplea un tiempo de 15 minutos.
- 2) **Selección de la Materia Prima:** Se procede a realizar la selección de la materia prima en este caso la selección del grano del maní, la panela y el maracuyá que esté en buenas condiciones para ello se emplea un tiempo estimado de 25 minutos.
- 3) **Tostado y Pilado del maní:** El maní seleccionado se lo procede a tostar en la maquinaria, luego se lo pasa a la piladora del maní tiempo estimado de 15 minutos.
- 4) **Lavado y cortado del maracuyá:** Se procede a lavar el maracuyá y seguidamente se corta y se extrae el producto tiempo estimado de 15 minutos.
- 5) **Colocación de panela y agua en la marmita:** Se coloca dentro de la marmita la cantidad de panelas necesarias para la producción y el agua tiempo de duración 30 minutos.
- 6) **Control de calidad:** Revisión de que se esté realizando correctamente los procesos, tiempo estimado de 5 minutos.
- 7) **Molido del maní:** El maní pilado se lo pasa a la máquina de molido tiempo estimado de 10 minutos.
- 8) **Despulpado del maracuyá:** Se extrae la pulpa del maracuyá misma función que realiza la despulpadora, tiempo estimado de 10 minutos.
- 9) **Ubicar la Pulpa en la marmita:** Cuando la miel empieza a tener espesor se le coloca la pulpa del maracuyá y se deja espesar, tiempo estimado de 10 minutos.

- 10) Mezclado de todos los ingredientes:** Se agrega el maní y la marmita se encarga de mezclar todos los ingredientes hasta obtener el punto deseado tiempo estimado de 10 minutos.
- 11) Control de calidad:** Se procede a revisar que la mezcla este homogénea, tiempo estimado de 5 minutos.
- 12) Estiramiento de la masa en los moldes:** Después de haber mezclado la pulpa, el maní y la miel se procede a colocar la masa en los moldes para que se enfríe y así poder obtener las figuras deseadas, tiempo estimado para esta actividad es de 10 minutos.
- 13) Enfriado de la masa y extracción de moldes:** Se deja enfriar el producto hasta que esté completamente listo para retirar los moldes y obtener el producto final tiempo estimado de 40 minutos.
- 14) Empacado y etiquetado:** Se procede a empacar el producto en las fundas de cartón biodegradable, y la colocación de su identificativo en cada una, para esto se emplea un tiempo de 30 minutos.
- 15) Almacenamiento:** En este penúltimo paso se procede a ubicar el producto en un lugar adecuado para posteriormente ser vendido tiempo empleado 10 minutos.

7.2.3.1.1. Flujograma de procesos:

Constituye una herramienta por medio de la cual se describe paso a paso cada actividad del proceso productivo.

Tabla 34
Flujograma

FASES	Proceso del productivo	Operación	Inspección	Demora	Transporte	Almacenamiento	TIEMPO
							
1	Recepción de la Materia Prima	■					15 min
2	Selección de la materia Prima	■					25 min
3	Tostado y pilado del maní	■					15 min
4	Lavado y cortado del maracuyá	■					15 min
5	Colocación de panela y agua en la marmita	■					30 min
6	Control de calidad		■				5 min
7	Molido del maní	■					10 min
8	Despulpado del maracuyá	■					10 min
9	Ubicar la pulpa en la marmita	■					10 min
10	Mezclado de todos los ingredientes	■					10 min
11	Control de calidad		■				5 min
12	Estiramiento de la masa en los moldes	■					10 min
13	Enfriado de la masa y extracción de los moldes			■			40 min
14	Empacado y etiquetado del producto	■					30 min
15	Almacenamiento del producto					■	10 min
Total Minutos							240 min

Nota: Flujograma de procesos en el cual se detalla los tiempos y movimientos de los bocadillos de panela, maní y maracuyá.

7.2.4. Distribución física de la planta

La distribución de la planta se basa en la ordenanza física del negocio en la que comprende los espacios necesarios para los movimientos como el almacenamiento de los trabajadores y actividades que se tenga que realizar en la instalación es por ello que la producción de bocadillo de panela, maní y maracuyá requiere un espacio de 100 metros cuadrados los que se distribuyen de la siguiente manera:

- **Área administrativa:** Es el área relacionada a toda la parte administrativa de la empresa, en la misma estarán ubicadas la gerencia, secretaria y contadora.
- **Área de producción:** Implica toda el área relacionada con el producto, en la cual se ubicará la maquinaria y equipos necesarios para el proceso productivo y la bodega de almacenamiento del producto terminado.
- **Área de ventas:** Esta área está específicamente diseñada para trabajar en cuanto a los precios y las ventas del producto.
- **Parqueadero:** Aquí constará el parqueadero para vehículos del personal de empresa y los respectivos baños
- **Área de circulación:** Es la entrada principal de la empresa por donde habrá acceso a las oficinas como son las áreas administrativas, área de producción, el área de ventas, bodega de insumos, almacenamiento del producto terminado, parqueadero y baños.

Tabla 35
Áreas requeridas para la empresa

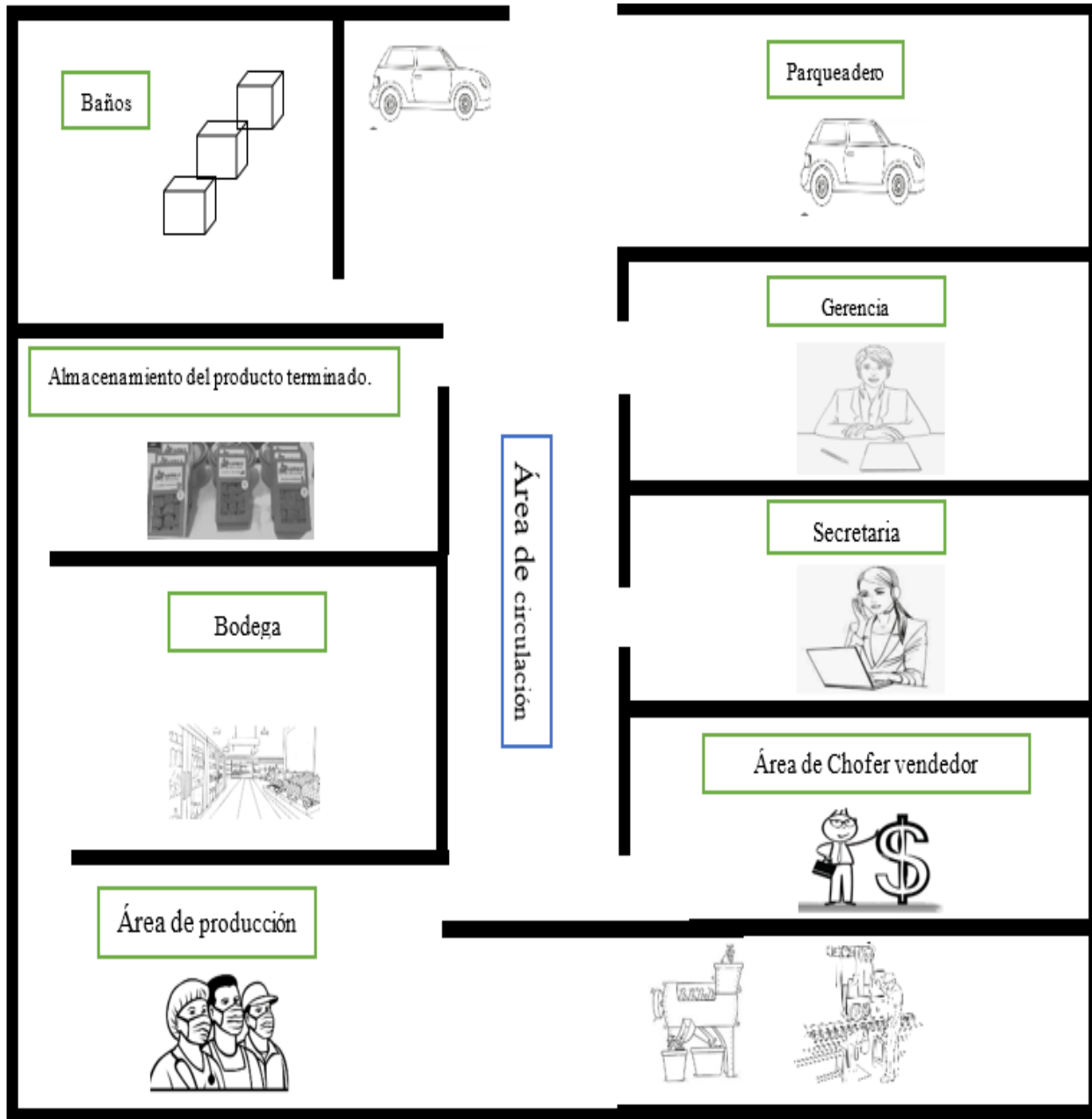
Área requerida	Metros
Gerencia	12 m ²
Secretaria	10 m ²
Área de producción	20 m ²
Área de ventas	10 m ²
Bodega de insumos	15 m ²
Almacenamiento del producto terminado	15 m ²
Parqueadero	10 m ²
Baños	8 m ²
Total	100 m²

Nota: En la tabla se muestra el espacio que tendrá cada área de la empresa

7.2.4.1. Infraestructura Física

Se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa en la cual se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa.

Figura 33
Infraestructura Física



Nota: La figura muestra como estarán divididas las áreas de trabajo de la empresa MANIRICH Cía. Ltda.

7.2.4.2. Componente Tecnológico:

Está representado por la maquinaria y equipo requeridos para realizar la producción de Bocadillos de panela, maní y maracuyá.

7.2.4.2.1. Maquinaria y Equipos

Figura 34

Marmita



Marmita industrial: conformada con tapa hermética realizada en acero inoxidable, con una capacidad de 200 litros es eléctrica, dimensiones exteriores: 1000x1150 x850 mm y dimensiones de la cuba: diámetro 760x500mm, potencia eléctrica: 24kw-400/3/50.

Nota: Dato obtenido del almacén Ochoa Hermanos-Loja

Figura 35

Balanza



Balanza con capacidades de 50kg o 110 libras, plataforma de 32x 32 cm y una altura de 31 cm es de material metálico fácil de limpiar.

Nota: Dato obtenido de la página mercado libre Ecuador (<https://www.mercadolibre.com.ec/>)

Figura 36
Tostadora de Maní



Tostadora de maní: Se construye en acero al carbono, equipado con motor eléctrico y quemador a gas tolva de carga, capacidad de producción entre 80 a 100 libras con estructura en material mixto.

Nota: Dato obtenido del almacén Ochoa Hermanos-Loja

Figura 37
Piladora de maní



Piladora de maní: Especificaciones del artículo, tamaño de la tolva de bombardeo es de 1230 x 600 x 1250mm, peso neto de 200kg, motor 1: 2.2kw, capacidad de producción 500- 800 kg/hrs.

Nota: Datos obtenidos de la página mercado libre- Ecuador (<https://www.mercadolibre.com.ec/>)

Figura 38
Molino de maní



Molido del maní: Molino en acero inoxidable importado con motor de 3 hp para sacar diferentes tipos de granos. Capacidad de 100 libras por hora.

Nota: Dato obtenido del almacén Ochoa Hermanos-Loja

Figura 39
Despulpadora



Despulpadora: Maquina utilizada para extraer la pulpa del Maracuyá tiene las siguientes características voltaje de 220v/60hz, fuerza del motor de 1.5 hp, dimensiones 800mm largo, 400mm ancho y 1150 mm alto, material acero inoxidable, recomendada para despulpar granadilla, maracuyá, naranjilla, mora.

Nota: Dato obtenido Easy Empack de la ciudad de Guayaquil-Ecuador.

Figura 40
Congelador



Congelador: Para guardar la pulpa del maracuyá tiene una capacidad de 308 L, dimensiones tiene de largo 84.4 cm y ancho 104.5 cm con una profundidad de 60.5 cm, marca continental modelo Bd 268q.

Nota: Datos obtenidos de la página mercado libre- Ecuador (<https://www.mercadolibre.com.ec/>)

Utensilios

Figura 41
Cucharas de cobre



Cucharas de cobre: Elaboradas de acero inoxidable

Nota: Datos obtenidos de la página mercado libre Ecuador (<https://www.mercadolibre.com.ec/>)

Figura 42

Mesa de acero inoxidable



Mesa: Mesa de trabajo inoxidable de 110 x 70 x 90, misma que será utilizada para el estiramiento de la mezcla.

Nota: Dato obtenido del almacén Ochoa Hermanos-Loja

Figura 43

Moldes de corazón en acero inoxidable

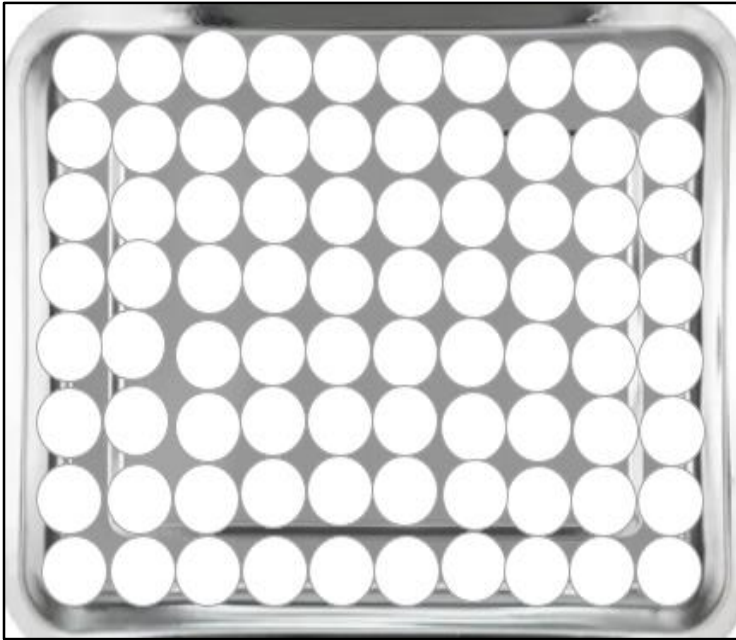


Moldes en acero inoxidable: Las figuras de acero inoxidable serán utilizadas con la finalidad de dar diferentes presentaciones a los bocadillos mismas que serán de forma circular, en corazón y la forma tradicional el cuadrado.

Nota: Diseño Jeniffer Campoverde

Figura 44

Moldes en círculos en acero inoxidable



Nota: Diseño Jeniffer Campoverde

Figura 45

Moldes en cuadrados en acero inoxidable



Nota: Diseño Jeniffer Campoverde

7.3. Estudio organizacional

Consiste en tareas, responsabilidades y las relaciones de poder en una organización, se caracteriza por ser una herramienta que proporciona las funciones, procedimientos y las relaciones formales necesarias.

Acta constitutiva

Para la escritura de la compañía de Responsabilidad Limitada contendrá lo siguiente:

ACTA DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA “MANIRICH”

A los 12 días del mes diciembre del 2022 se reúne la Srta., Jeniffer Mishelle Campoverde Cedeño, mayor de edad, ecuatoriana, identificado con cédula de ciudadanía 1150499109, de estado civil soltera; y el Sr. Euclides Manuel Campoverde Hurtado, mayor de edad, ecuatoriano, identificado con cédula de ciudadanía 1103593206 y de estado civil casado, creadores de la Empresa MANIRICH Cía. Ltda. Manifiestan su voluntad de constituir una compañía de responsabilidad limitada la cual se seguirá por los siguientes estatus:

- **Razón social:** En base a lo estipulado se define la razón social de la empresa bajo el concepto de compañía de responsabilidad limitada quedando con el nombre MANIRICH CIA. LTDA.
- **Domicilio:** La empresa “MANIRICH Cía. Ltda.” estará ubicada en la provincia de Loja, Cantón Paltas, parroquia de San Antonio, Barrio el Mirador
- **Objeto de la sociedad:** Al constituirse la empresa “MANIRICH” Cía. Ltda. Tendrá como objetivo la producción y comercialización de Bocadillos de panela, maní y maracuyá.
- **Capital social:** De acuerdo a lo establecido por la Ley de Compañías, art.102 el capital social estará conformado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías.
- **Plazo de Duración:** El plazo de duración 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 su plazo si así lo resuelve la junta general de socios considerando la forma prevista por la ley.

- **Estructura Empresarial:** Es la estructura organizativa con que la empresa cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma.

7.3.1. *Direccionamiento estratégico:*

Misión:

Esta empresa tiene como misión la producción y comercialización de bocadillos superando todas las expectativas mediante la innovación, calidad y presentación de un producto de primera para nuestros consumidores. Actuando con responsabilidad con el medio ambiente y la sociedad.

Visión:

Nuestra visión como empresa para el 2027 tener muy buen reconocimiento y prestigio que se caracterice por ser la empresa de bocadillos tradicionales más conocida a nivel nacional y ofrecer muchas plazas de trabajos.

Valores:

- Puntualidad
- Responsabilidad
- Honestidad
- Compromiso
- Respeto
- Ética
- Solidaridad

Objetivos

a). Objetivo General

Realizar un estudio de pre factibilidad para la “Implementación de una empresa productora de bocadillos a base de (panela, maní y maracuyá) en el cantón Paltas y su comercialización en la ciudad de Loja”.

b). Objetivos específicos:

- Realizar el estudio de mercado para determinar la demanda y oferta del producto, así como el respectivo plan de comercialización
- Realizar el estudio técnico, legal y administrativo para determinar el tamaño, localización, la ingeniería y la organización de la empresa

- Realizar el estudio financiero para determinar el monto de las inversiones, fuentes de financiamiento, costos, ingresos, estados financieros y punto de equilibrio.
- Evaluar financieramente a través de los indicadores valor actual neto, tasa interna de retorno, periodo de recuperación de capital, relación beneficio – costo y análisis de sensibilidad con lo que se determinara la factibilidad del proyecto.

Políticas

- Brindar un entorno agradable para todos los empleados
- Realizar cursos de capacitación
- Brindar espacios accesibles al público
- Brindar precios accesibles al público

7.3.2. Niveles Jerárquicos de Autoridad

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, la empresa tendrá los siguientes niveles:

- **Nivel Legislativo – Directivo:** 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 dueños de empresa los cuales toman el nombre de Junta General de Socios dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se haya constituido. Es el órgano dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituido. Para su actuación está representado por la Presidencia.
- **Nivel Ejecutivo:** Este nivel está conformado por el Gerente – Administrador, 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 y también por la catadora la cual llevará los estados financieros de la empresa, presupuestos, balances, libros contables y el cumplimiento de las obligaciones fiscales.
- **Nivel de Apoyo:** Lo conforma la Secretaria, este nivel apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente.

- **Nivel Operativo:** Este nivel lo conforman los Jefes Departamentales y sus respectivos dependientes, quien es responsable directo de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar fundamental de la producción y comercialización.

7.3.3. *Organigramas*

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

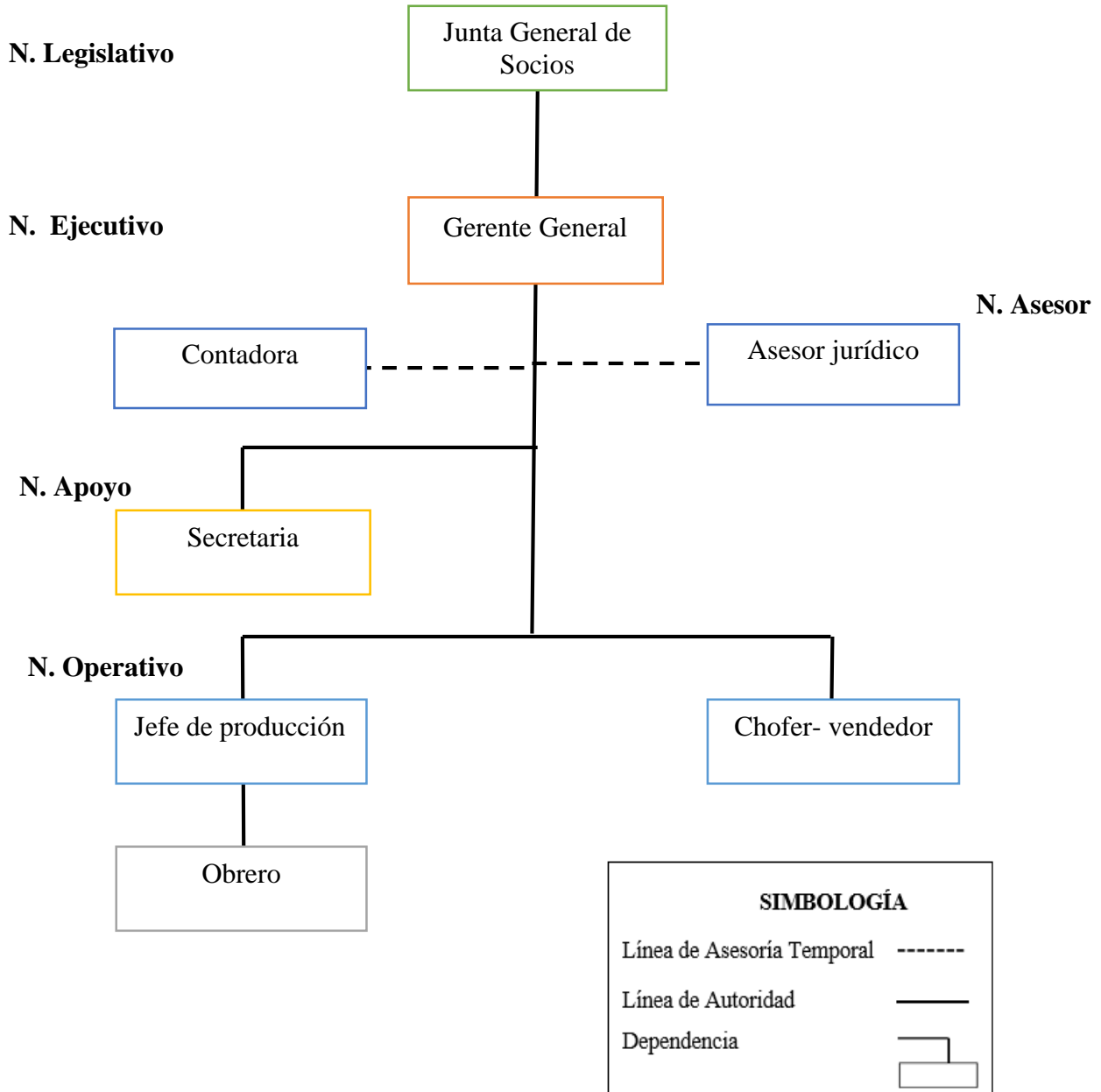
- **Organigrama Estructural.** – Presentan solamente la estructura administrativa de la organización.
- **Organigrama Funcional.** - Muestran, además de las unidades y sus relaciones, las principales funciones de cada departamento
- **Organigrama de Posición.** - Resaltan dentro de cada unidad, los puestos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

7.3.3.1. Organigrama Estructural

Figura 46

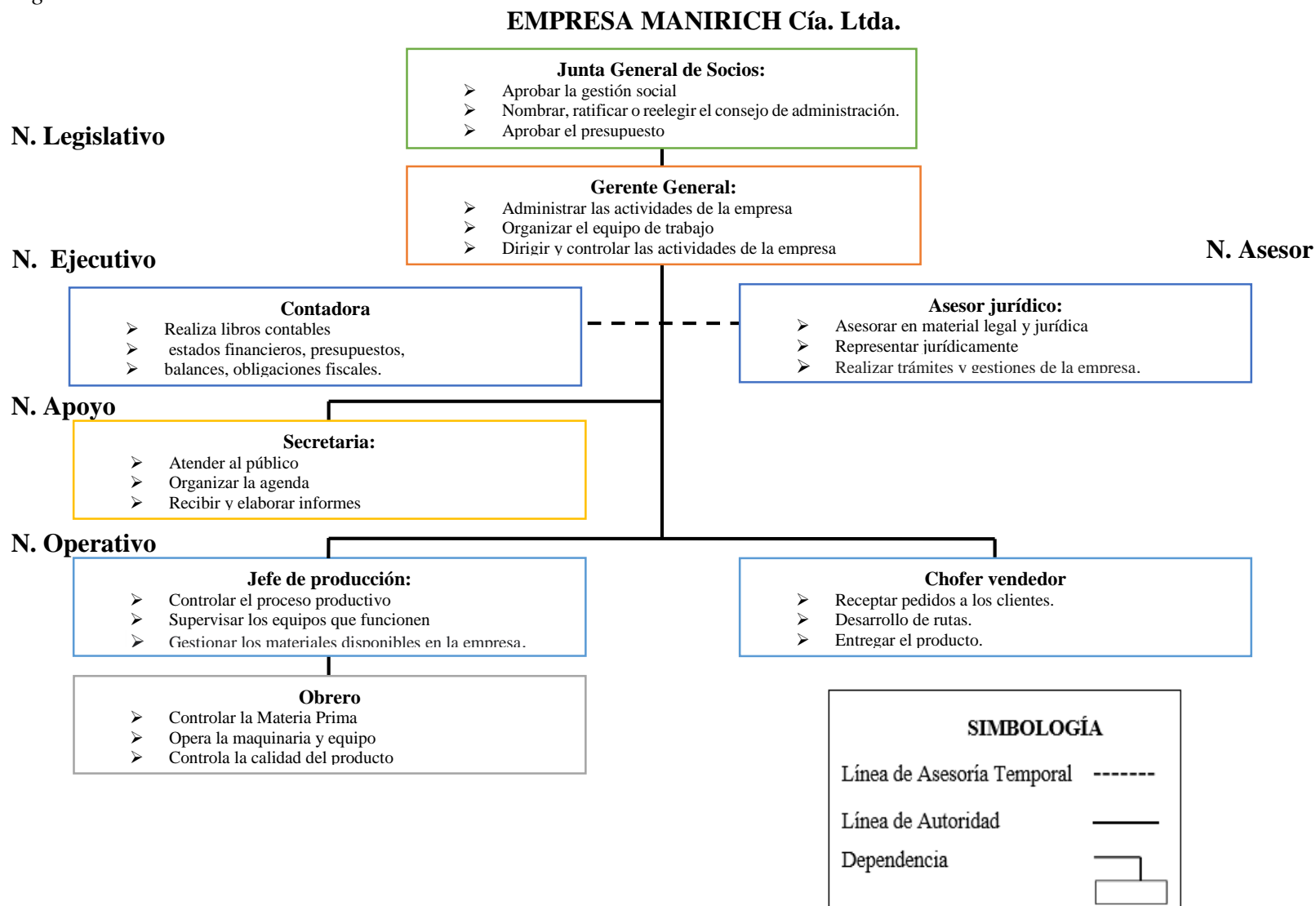
Organigrama estructural

EMPRESA "MANIRICH" Cía. Ltda.



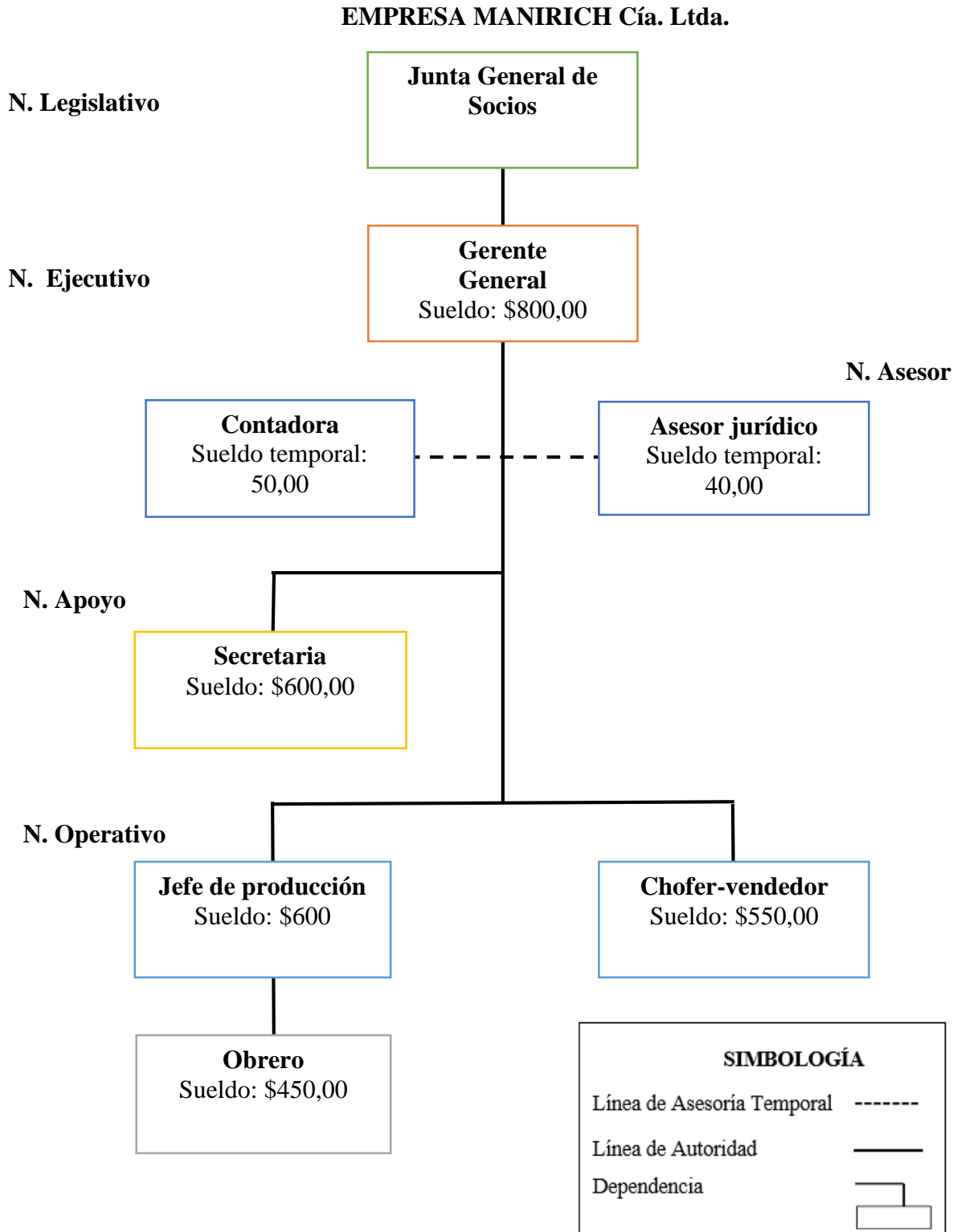
7.3.3.2. Organigrama Funcional

Figura 47
Organigrama Funcional



7.3.3.3. Organigrama posicional

Figura 48
Organigrama Posicional




7.3.4. Manual de funciones:

Este manual consiste en la definición de la estructura organizativa de una empresa. Engloba el diseño y descripción de los diferentes puestos de trabajo estableciendo normas de coordinación entre ellos. Es un documento que especifica requisitos para el cargo, responsabilidades y funciones.

Tabla 36

Manual de funciones de Gerente

CODIGO 001	 <p>MANIRICH <i>Raíces de mi pueblo</i> BOCADILLOS ARTESANALES</p>
<hr/>	
TÍTULO DEL PUESTO: Gerente	
JEFE INMEDIATO SUPERIOR: Junta General de Socios	
NIVEL: Ejecutivo	
NATURALEZA DEL TRABAJO: Cumplir con las políticas del proceso administrativo (planificar, organizar, dirigir y controlar)	
<hr/>	
FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none">• Planificar, organiza, dirige y controla todas las funciones de la empresa• Representar legal, judicial y extrajudicial a la empresa• Diseñar estrategias para fijar objetivos de crecimiento• Controlar los presupuestos y la optimización de gastos• Diseñar, implementar y mantener procedimientos de compras de materia prima.• Informar a la junta de las gestiones que realice• Presentar al directorio, programas de producción, pronósticos de ventas y más documentos de trabajo para su aprobación.	
<hr/>	
CARACTERÍSTICAS DE CLASE:	
<ul style="list-style-type: none">• Supervisar, coordinar y controlar las actividades del personal bajo su mando, así como de la empresa en general.• Actuar con independencia profesional usando su criterio para la solución de los problemas inherentes al cargo.	
<hr/>	
REQUISITOS MÍNIMOS	
<ul style="list-style-type: none">• Educación: Titulo en área de Administración de Empresas.• Experiencia: Uno a dos años de experiencia en trabajos similares	

Nota: Manual de funciones para el Gerente General de la empresa

Tabla 37
Manual de funciones de Asesor Jurídico

CODIGO 002



TÍTULO DEL PUESTO: Asesor Jurídico

JEFE INMEDIATO SUPERIOR: Gerente

NIVEL: Asesor

NATURALEZA DEL TRABAJO: Asesora sobre todos los aspectos legales que se requiere para el buen funcionamiento legal de la empresa.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Asesorar a la empresa y a sus funcionarios sobre asuntos de carácter jurídico.
 - Emitir opinión sobre temas jurídicos a solicitud de la Junta General de Socios.
 - Debe investigar y evaluar diferentes factores de riesgo referente a decisiones u operaciones de la empresa.
 - Comunicar y negociar con terceros en temas jurídicos.
 - Colaborar con la junta general de socios para formular estrategias de defensa.
 - Prepara y consolida acuerdos, contratos y otros documentos jurídicos.
 - Elaborar los informes que se le solicite.
 - Definir políticas dentro de la empresa y supervisar su cumplimiento con la aprobación de la junta de socios.
 - Debe estar al día de los cambios que se presenten en el ámbito legislativo.
-

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Responsabilidad por el manejo de información confidencial
 - Recomienda, pero no toma decisiones
 - Su participación es eventual
 - Responsable del tema jurídico de la empresa
-

REQUISITOS MÍNIMOS

- **Educación:** Poseer título de abogado
 - **Experiencia:** Uno a dos años de experiencia en su profesión
-

Nota: Manual de funciones para el Asesor Jurídico

Tabla 38
Manual de funciones de Contadora

CODIGO 003



TÍTULO DEL PUESTO: Contadora

JEFE INMEDIATO SUPERIOR: Gerente

NIVEL: Asesor

NATURALEZA DEL TRABAJO: Realiza libros contables, estados financieros, presupuestos, balances, obligaciones fiscales.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Realizar informes financieros para los clientes a través de la revisión de libros contables análisis de egresos e ingresos, y la realización de balances
- Certificar que el registro de ingresos y gastos esté debidamente documentado y soportado
- Preparar presupuestos
- Verificar que los libros contables cumplan con lo establecido en la ley.
- Elaborar inventarios
- Dirigir recursos financieros.
- Auditoría interna de la empresa
- Realizar declaraciones del IVA, impuesto a la renta entre otros.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Responsabilidad por el manejo de información confidencial
- Brindar sugerencias en caso de ser necesario
- Su participación es temporal

REQUISITOS MÍNIMOS

- Poseer título de tercer nivel en contabilidad y auditoría
 - Un año de experiencia
-

Nota: Manual de funciones para la contadora.

Tabla 39
Manual de funciones de Secretaria.

CODIGO 004



TÍTULO DEL PUESTO: Secretaria

JEFE INMEDIATO SUPERIOR: Gerente

NIVEL: Apoyo

NATURALEZA DEL TRABAJO: Es la encargada de prestar apoyo administrativo a los directivos y los demás trabajadores.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Redactar informes y otros documentos
- Atender visitas
- Atender llamadas telefónicas
- Archivar documentos
- Gestionar pagos a proveedores y servicios públicos
- Gestionar inventarios y manejo de caja
- Brindar tipo de información sobre el servicio que se presta.
- Recibir correos y atender los pendientes.
- Informar al gerente todas las reuniones previstas.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- El puesto requiere gran responsabilidad y discreción en el desarrollo de las funciones de la empresa.
- Debe ser eficiente y capaz de captar toda la información que se le solicite.

REQUISITOS MÍNIMOS

- **Educación:** Bachiller o Especialización en Secretariado Ejecutivo
- **Experiencia:** Mínimo un año

Nota: Manual de funciones de la Secretaria de la empresa.

Tabla 40
Manual de funciones del Jefe de producción

CODIGO 005



TÍTULO DEL PUESTO: Jefe de producción

JEFE INMEDIATO SUPERIOR: Gerente

NIVEL: Operativo

NATURALEZA DEL TRABAJO: Responsable de que todas las actividades de producción se las realice a tiempo y que el trabajo se esté realizando de una manera eficiente y eficaz

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Planear todo con respecto a la producción
- Realizar el correcto control presupuestario.
- Supervisar la calidad del producto
- Controlar los insumos y los inventarios de la materia prima.
- Llevar un control de la maquinaria y equipos.
- Verificar el cumplimiento de las actividades de los trabajadores.
- Informar al jefe inmediato de algún inconveniente que presente en el funcionamiento de la producción
- Dar el mantenimiento a las máquinas para que estén en buen estado y funcionen correctamente para la producción del producto eficiente.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Requiere el cumplimiento de la producción del producto y el tiempo adecuado para llevar a cabo las actividades.
- Implica capacidad de análisis y concentración para organizar la producción adecuada.
- Alta responsabilidad para tomar decisiones en delegar adecuadamente las funciones a los obreros.

REQUISITOS MÍNIMOS

- **Educación:** Título de Ingeniero en industrias
- **Experiencia:** Dos años de experiencia en labores de producción

Nota: Manual de funciones del Jefe de Producción.

Tabla 41
Manual de funciones de Obrero

CODIGO 006



TÍTULO DEL PUESTO: Obrero

JEFE INMEDIATO SUPERIOR: Jefe de producción

NIVEL: Operativo

NATURALEZA DEL TRABAJO: Realizar las actividades operativas asignadas por el jefe de producción relacionadas con el bocadillo de panela, maní y maracuyá

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Realizar las actividades asignadas por el jefe de producción.
- Ayudar a procesar la materia prima cuidando la calidad del producto.
- Limpiar los utensilios y desinfectar el equipo para una correcta producción.
- Mantener el área de trabajo impecable.
- Registrar ciertos materiales en mal estado.
- Recibir la materia prima, etiqueta, envases, etc., para la producción del producto.
- Tener en cuenta las medidas de seguridad.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- Implica trabajo colaborativo entre equipos.
- Saber los procedimientos del producto
- Manejar correctamente la maquinaria de la empresa

REQUISITOS MÍNIMOS

- **Educación:** Técnico en agroindustrias
- **Experiencia:** Dos años de experiencia en labores similares

Nota: Manual de funciones de los Obreros

Tabla 42
Manual de funciones del Chofer Vendedor

CODIGO 007



TÍTULO DEL PUESTO: Chofer vendedor

JEFE INMEDIATO SUPERIOR: Gerente

NIVEL: Operativo

NATURALEZA DEL TRABAJO: Es el encargado de distribuir el producto y realizar las respectivas ventas.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Contar con un registro de ventas realizadas por día
- Analizar las opiniones que los clientes dan al momento de su compra.
- Lograr incrementos de compra por parte de los clientes.
- Mantener y retener clientes.
- Asesorar al cliente sobre el producto que requiere comprar tanto sus propiedades como beneficios que conlleva el producto.
- Planificar y optimizar las rutas de entrega
- Mantenimiento de vehículo
- Reportes y registros de las ventas
- Atención al cliente.

CARACTERÍSTICAS DE CLASE:

- El puesto requiere alta capacidad de planificar y organizar correctamente a los equipos de trabajo de los vendedores.
- Implica la comunicación adecuada.
- El trabajo se enfoca en las relaciones que se puede llevar con los trabajadores y clientes

REQUISITOS MÍNIMOS

- **Educación:** Título de bachiller
- **Experiencia:** Un año de experiencia en labores similares

Nota: Manual de funciones del Jefe de ventas

7.4. Estudio financiero

7.4.1. Inversión

Las inversiones conforman todo el capital invertido en la adquisición de los recursos necesarios para iniciar las actividades productivas de la empresa, los principales activos que se tuvieron en cuenta son los fijos, diferidos y circulantes. Por lo que se detalla todos los requerimientos para poner en marcha la empresa denominada “MANIRICH” en todo lo concerniente a su inversión.

7.4.1.1. Inversiones en activos fijos

Son aquellas inversiones que se realiza en bienes tangibles que se los utilizan en el proceso productivo o son un complemento necesario para las operaciones normales de la empresa. Los activos fijos tienen contablemente un periodo de vida útil y están sujetos al proceso de depreciación.

- **Maquinaria y Equipo**

Se refiere a los tipos de maquinaria que se emplearán para llevar a cabo el proceso productivo de los bocadillos de panela, maní y maracuyá de forma eficiente y eficaz. El monto total de la maquinaria y equipos a utilizar es de \$7.527,25

Tabla 43
Maquinaria y Equipo

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Marmita Industrial 100L	1	\$ 2.053,53	\$ 2.053,53
Balanza camry 50 kg	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Tostadora de maní 80 a 100 Lb	1	\$ 1.651,79	\$ 1.651,79
Piladora de maní	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Molino del maní 100 Lb	1	\$ 758,93	\$ 758,93
Despulpadora 50kg	1	\$ 1.900,00	\$ 1.900,00
Congelador 268L	1	\$ 318,00	\$ 318,00
Total			\$ 7.527,25

Nota: Datos obtenidos del Almacén Ochoa Hermanos y la página oficial de Mercado libre-Ecuador (<https://www.mercadolibre.com.ec/>)

- **Utensilios**

Constituyen los instrumentos manuales que permitirán realizar las actividades dentro del proceso de producción y requiere del uso de una cierta fuerza. El monto total de utensilios a utilizar en el proceso de producción es de \$460,00

Tabla 44
Utensilios

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Cucharas de cobre	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Moldes en acero inoxidable	30	\$ 15,00	\$ 450,00
Total			\$ 460,00

Nota: Datos obtenidos Almacén Ochoa Hermanos y la página oficial Mercado libre- Ecuador (<https://www.mercadolibre.com.ec/>)

- **Vehículo**

Es el medio de transporte que permitirá que la empresa transporte la materia prima y realizar la distribución del producto a los diferentes lugares donde se expondrá el mismo. El monto total es de \$15.000,00

Tabla 45
Vehículo

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Camioneta Dimax	1	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
Total			\$ 15.000,00

Nota: Patio de carros - Loja

- **Equipo de cómputo**

Es el equipo informático que utilizará la empresa “MANIRICH”, para la realización de las actividades administrativas de la empresa. El monto total es de \$1.180,00

Tabla 46
Equipo de cómputo

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computadoras	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Impresora	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Total			\$ 1.180,00

Nota: Datos de la página oficial Mercado libre-Ecuador (<https://www.mercadolibre.com.ec/>)

- **Reinversión del Equipo de cómputo**

La reinversión del equipo de cómputo se refiere a una nueva adquisición del equipo siendo necesario a partir del cuarto año de vida de la empresa ya que este activo tiene una vida útil de tres años por ello se debe realizar una nueva adquisición, por tal razón se tomó la reinversión de la

computadora e impresora a una tasa de inflación acumulada del (índice de precios al consumo) del 3,70% correspondiente al año 2022, con un resultado total de \$ 1.315,89.

A continuación, se presenta el correspondiente análisis:

Tabla 47

Proyección al Equipo de Cómputo

Años	Computadora	Impresora
1	\$ 500,00	\$ 180,00
2	\$ 518,50	\$ 186,66
3	\$ 537,68	\$ 193,57
4	\$ 557,58	\$ 200,73
5	\$ 578,21	\$ 208,16

Nota: Datos obtenidos de la tabla 46 realizando la proyección se obtiene los datos para el cuarto año.

Tabla 48

Reinversión del equipo de Cómputo

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Computadoras	2	\$ 557,58	\$ 1.115,16
Impresora	1	\$ 200,73	\$ 200,73
Total			\$ 1.315,89

Nota: Datos obtenidos de la tabla 47 y la página oficial Mercado Libre - Ecuador (<https://www.mercadolibre.com.ec/>)

- **Muebles y Enseres**

Se relaciona con el mobiliario con que cuenta la empresa en las diferentes dependencias como las áreas de administración, producción y ventas. El monto total del rubro para la nueva unidad productiva es de \$1.831,26 dólares.

Tabla 49

Muebles y Enseres

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Escritorio	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Silla ejecutiva	2	\$ 45,00	\$ 90,00
Mesas de acero inoxidable	6	\$ 223,21	\$ 1.339,26
Mesa de reuniones	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Estantes de madera	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Sillas plásticas	4	\$ 8,00	\$ 32,00
Total			\$ 1.831,26

Nota: Datos obtenidos de la página Mercado libre- Ecuador(<https://www.mercadolibre.com.ec/>)

- **Equipo de Seguridad**

Equipos requeridos para el proceso de seguridad del personal de la empresa mismo que sirve para prevenir accidentes o actuar frente a ellos. con un costo total de \$ 50,00 dólares.

Tabla 50

Equipo de seguridad

Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Extintor	1	\$ 20,00	\$ 40,00
Botiquín	1	\$ 10,00	\$ 10,00
Total			\$ 50,00

Nota: Datos obtenidos de la página Mercado libre-Ecuador (<https://www.mercadolibre.com.ec/>)

7.4.1.1.1. *Resumen de Activos fijos*

El resumen de activos fijos, dentro de la tabla se visualiza la inversión que requiere la empresa “MANIRICH” Cía. Ltda., con un total de 26.048,51 dólares.

Tabla 51

Resumen de Activos fijos

Descripción	Valor
Maquinaria y equipo	\$ 7.527,25
Utensilios	\$ 460,00
Vehículo	\$ 15.000,00
Equipo de computo	\$ 1.180,00
Muebles y enseres	\$ 1.831,26
Equipo de seguridad	\$ 50,00
Total	\$ 26.048,51

Nota: Resumen de los activos fijos de la empresa “MANIRICH” Cía. Ltda.

- **Depreciaciones de activos fijos**

Para el cálculo de las depreciaciones se utilizó el método lineal: para obtener el valor residual se procedió a multiplicar el valor del activo por el porcentaje de la tasa de depreciación anual. Ejemplo ($7.527,25 \times 10\% = 752,73$), luego se procede a sacar la depreciación anual multiplicando el valor del activo menos el valor residual, todo esto dividido para el número de años de vida útil ($(7.527,25 - 752,73) / 10 = 677,45$). Posteriormente para obtener el valor rescate se toma el valor del quinto año.

Tabla 52*Depreciaciones de activos diferidos*

Detalle	Valor Activo	Vida útil	%Depreciación anual	Valor residual	Depreciación anual	Valor de rescate
Maquinaria y equipo	\$ 7.527,25	10	10%	\$ 752,73	\$ 677,45	\$4.139,99
Utensilios	\$ 460,00	10	10%	\$ 46,00	\$ 41,40	\$ 253,00
Vehículo	\$15.000,00	5	20%	\$3.000,00	\$2.400,00	\$3.000,00
Equipo de computo	\$ 1.180,00	3	33.33%	\$ 393,29	\$ 262,24	
Reinversión de Equipo de cómputo	\$ 1.315,89	3	33.33%	\$ 438,58	\$ 292,43	\$ 731,02
Muebles y enseres	\$ 1.831,26	10	10%	\$ 183,13	\$ 164,81	\$1.007,19
Equipo de seguridad	\$ 50,00	10	10%	\$ 5,00	\$ 4,50	\$ 27,50
Total	\$27.364,40				\$3.842,83	\$9.158,70

Nota: Datos obtenidos de los activos fijos de la empresa “MANIRICH” Cía. Ltda.

7.4.1.2. Inversión en activos diferidos

Son los activos intangibles que la empresa “MANIRICH” pagará por anticipado en la fase de formulación e implementación antes de entrar a operación para el correcto funcionamiento de la misma. Desde la fase de implementación hasta la fase de operación se debe reunir todos los aspectos de ley exigibles para poder laborar sin inconvenientes monto total de 1.726,76 dólares

Se detalla a continuación el total de inversiones en activos diferidos:

Tabla 53*Activos diferidos*

Cantidad	Detalle	Valor unitario
1	Estudio preliminar (Estudio de mercado)	\$ 600,00
1	Instalación de software de factura de electrónica	\$ 50,00
1	Registro de la marca, slogan y el producto	\$ 610,00
1	Inscripción legal de la empresa	\$ 180,00
1	Notificación sanitaria	\$ 131,76
1	Estudio de las señaléticas para seguridad y salud ocupacional	\$ 80,00
1	Instalación de internet y teléfono	\$ 75,00
	Total	\$ 1.726,76

Nota: Información tomada de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria y servicio de CNT.

7.4.1.2.1. Amortización de los activos diferidos

Para obtener la amortización del activo diferido se realiza la siguiente operación: se divide el valor total de activos diferidos para 5 años ($1.726,76 / 5 = \$345,35$). Obteniendo el valor de \$345,35 dólares anuales.

Tabla 54

Amortización de los activos diferidos

Años	Valor anual
0	1.726,76
1	345,35
2	345,35
3	345,35
4	345,35
5	345,35

Nota: Datos obtenidos de la tabla 54

7.4.1.3. Inversión en Activo circulante o Capital de Trabajo

El activo circulante es un recurso necesario para que la empresa pueda ejecutar sus procedimientos con normalidad, entre ellos se encuentra la materia prima directa e indirecta, la mano de obra directa e indirecta, el personal administrativo, de producción, ventas y otros materiales utilizados dentro de cada departamento. Para calcular el capital de trabajo al comenzar las operaciones se consideran los gastos para un mes de producción de bocadillos de panela, maní, y maracuyá los que a continuación se enumeran:

- **Costo Primo**

Es la materia Prima directa y la mano de obra directa que utilizará la empresa “MANIRICH” Cía. Ltda.

- **Materia Prima Directa**

Son los componentes de los Bocadillos de panela, maní y maracuyá; su cantidad está relacionada de acuerdo a la capacidad de la planta y su costo depende del lugar donde se compre a los proveedores. En este caso la materia prima directa está en función de la cantidad de Bocadillos que se producirá en un mes dando un total de 8.300 lb para lo cual se utilizará 50 quintales de panela, 33 quintales de maní, 83 sacos de maracuyá y 2,50 kg de ácido sórbico y sorbatos. Dando como resultado un costo mensual de \$5.035,00 y un costo anual de 60.720,00 dólares.

Tabla 55
Materia Prima Directa

Cantidad mensual	Detalle	Valor Unitario	Total mensual	Cantidad anual	Total anual
33,00	q de maní	\$ 75,00	\$ 2.475,00	400	\$ 30.000,00
50,00	q de panela	\$ 38,00	\$ 1.900,00	600	\$ 22.800,00
83	Sacos de maracuyá	\$ 7,50	\$ 622,50	996	\$ 7.470,00
2,50	kg Acido sórbico y sorbatos	\$ 15,00	\$ 37,50	30	\$ 450,00
Total			\$ 5.035,00		\$ 60.720,00

Nota: Investigación obtenida directamente de los proveedores de la materia prima

- **Mano de obra**

Para realizar las actividades de producción la empresa contará con un Jefe de producción el cual tendrá la responsabilidad de liderar la producción y responsabilizarse de que el producto finalice en buenas condiciones y el obrero será el que realice el proceso productivo, a los cuales se les pagará una remuneración que incluye todos los beneficios de ley cuyo monto es de 1.460,79 dólares mensuales y al año un valor de \$17.529,48 dólares

Tabla 56
Mano de Obra Directa

ROL DE PAGOS MANO DE OBRA DIRECTA		
Especificaciones	Jefe de producción	Obrero
Sueldo	600	450
Décimo Tercer 1/12	50,00	37,50
Décimo cuarto SB/12	37,50	37,50
Fondos reserva (8,33%)	49,98	37,49
Vacaciones 1/24	25,00	18,75
Patronal 11,15%	66,90	50,18
Total ingresos	829,38	631,41
Total mensual	1.460,79	
Total anual	17.529,48	

Nota: Datos tomados por el Código de Trabajo y el Ministerio de Trabajo

Resumen de Costos de producción

En la siguiente tabla se detalla el resumen del costo de producción con un costo mensual de \$6.495,79 y un costo anual de \$ 78.249,48 dólares.

Tabla 57*Resumen costos de producción*

Descripción	Total Mensual	Total Anual
Materia Prima Directa	5.035,00	60.720,00
Mano de Obra Directa	1.460,79	17.529,48
Total	6.495,79	78.249,48

Nota: Resumen de los costos de producción

- **Costos Indirectos de fabricación**

Son aquellos costos que inciden de forma indirecta en el proceso de producción de los bocadillos de panela, maní y maracuyá, está conformado por los materiales indirectos, indumentaria de trabajo y los servicios básicos de producción.

- **Materiales Indirectos**

Los materiales indirectos son aquellos que forman parte del proceso o que complementan al producto del bocadillo de panela, maní y maracuyá. Por lo que para producir 8.300 lb de bocadillos al mes se utilizará (8.300) fundas de cartón biodegradables, 2 paquetes de fundas plásticas 7 x 12 (100u), 8.300 etiquetas. 346 cartones y 2 cintas de embalajes. El pago mensual asciende a \$1.423,58 y pago anual a \$17.082,96 dólares.

Tabla 58*Materiales Indirectos*

Cantidad mensual	Detalle	Valor unitario	Total mensual	Cantidad anual	Total anual
8.300	Fundas de cartón biodegradables	\$ 0,15	\$ 1.245,00	99600	\$ 14.940,00
346	Cartones	\$ 0,03	\$ 10,38	4.152	\$ 124,56
2	Fundas plásticas 7 X 12 (100u)	\$ 0,45	\$ 0,90	24	\$ 10,80
2	Cinta de embalaje	\$ 0,65	\$ 1,30	24	\$ 15,60
8.300	Etiquetas	\$ 0,02	\$ 166,00	99600	\$ 1.992,00
Total			\$ 1.423,58		\$ 17.082,96

Nota: Investigación obtenida directamente de los proveedores de los Materiales Indirectos.

- **Indumentaria de Trabajo**

Implementos que son requeridos para el personal de producción frente al transcurso de manipulación de materia prima, el mismo que tiene un costo mensual de \$ 72,20 y costo anual de \$ 168,80 dólares.

Tabla 59
Indumentaria de Trabajo

Cantidad mensual	Detalle	Valor unitario	Total mensual	Cantidad anual	Total anual
1	Caja de gorros quirúrgicos desechables de 100 unidades	\$ 4,50	\$ 4,50	4	\$ 18,00
1	Caja guantes de látex finos (100 unidades)	\$ 5,20	\$ 5,20	4	\$ 20,80
1	Caja de mascarillas (100 unidades)	\$ 2,50	\$ 2,50	4	\$ 10,00
2	Overol	\$ 30,00	\$ 60,00	4	\$ 120,00
Total			\$ 72,20		\$ 168,80

Nota: Información obtenida de la página Mercado libre - Ecuador (<https://Mercadolibre.com>)

- **Servicios básicos de producción:**

Constituye los que se debe pagar por el consumo de electricidad y agua en el área de producción dentro de la empresa “MANIRICH” Cía. Ltda. Teniendo un pago mensual de \$18,20 dólares y al año un valor de 218,40 dólares.

Tabla 60
Producción

Cantidad mensual	Detalle	Valor unitario	Total mensual	Cantidad anual	Total anual
15	m3 de Agua	\$ 0,003	\$ 3,00	12	\$ 36,00
300	kw Luz	\$ 0,04	\$ 5,20	12	\$ 182,40
Total			\$ 18,20		\$ 218,40

Nota: Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A y Junta de agua potable parroquia San Antonio.

Resumen de Costos Indirectos de Fabricación

En la siguiente tabla se detalla el resumen de los costos indirectos de fabricación, su costo mensual es de \$1.513,98 y el costo anual de \$ 17.470,16 dólares.

Tabla 61
Resumen costos indirectos de fabricación

Detalle	Total Mensual	Total Anual
Materiales Indirectos	1.423,58	17.082,96
Indumentaria de Trabajos	72,20	168,80
Servicios básicos de producción	18,20	218,40
Total	1.513,98	17.470,16

Nota: Resumen Costos Indirectos de Fabricación.

- **Gastos administrativos**

Son los gastos necesarios que la empresa “MANIRICH Cía. Ltda.” requiere para sus labores administrativas.

- **Sueldos y salarios administración**

Se refiere a los sueldos para el personal que trabajarán en el área administrativa de acuerdo a los puestos y funciones que desempeñaran, entre los cuales se contratará un gerente y una secretaria. Considerándose un pago mensual de \$1.922,72 y el pago anual de \$23.072,64 dólares.

Tabla 62

Sueldos y salarios

Especificaciones	Gerente	Secretaria
Sueldo	800,00	600,00
Décimo Tercer 1/12	66,67	50,00
Décimo cuarto SB/12	37,50	37,50
Fondos reserva (8,33%)	66,64	49,98
Vacaciones 1/24	33,33	25,00
Patronal 11,15%	89,20	66,90
Total ingresos	1.093,34	841,88
Total mensual	1.922,72	
Total anual	23.072,64	

Nota: Información obtenida por el Código de Trabajo y Ministerio de Trabajo.

- **Honorarios profesionales**

Se requiere de personal temporal, los cuales cumplen las funciones de asesorar jurídicamente a la empresa en el ámbito legal se utilizará sus servicios cinco veces al año cada trabajo laborado tendrá un pago de \$40,00 dólares y el ámbito contable mismo que determine resultados cada mes se realizará un pago de 50,00 dólares.

Tabla 63

Honorarios profesionales

Cantidad	Detalle	Total mensual	Total anual
5	Asesor jurídico	\$ 40,00	\$ 200,00
12	Contadora	\$ 50,00	\$ 600,00
Total		\$ 90,00	\$ 800,00

Nota: Resultado de pagos propuestos por la empresa “MANIRICH Cía. Ltda.”

- **Servicios básicos de administración:**

Los servicios básicos que la empresa usará en el área de administración son el teléfono, internet, agua potable, luz eléctrica obteniendo un pago mensual de \$42,40 dólares y un pago anual de 508,80 dólares.

Tabla 64
Administración

Cantidad mensual	Detalle	Valor unitario	Total mensual	Cantidad anual	Total anual
1	Teléfono	\$ 15,00	\$ 15,00	12	\$ 180,00
1	Internet	\$ 20,00	\$ 20,00	12	\$ 240,00
4	m3 Agua	\$ 0,003	\$ 3,00	12	\$ 36,00
110	Kw luz	\$ 0,04	\$ 4,40	12	\$ 52,80
			\$ 42,40		\$ 508,80

Nota: Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A; Junta de agua potable parroquia San Antonio; Internet Monparesa.

- **Útiles de Oficina**

Son los suministros necesarios para el funcionamiento administrativo de la nueva empresa.

El monto total mensual asciende a \$62,45 y al año un valor anual de \$109,35 dólares

Tabla 65
Útiles de Oficina

Cantidad Mensual	Detalle	Valor unitario	Total mensual	Cantidad anual	Total anual
1	Esferos	\$ 2,80	\$ 2,80	2	\$ 5,60
1	Sellos	\$ 5,00	\$ 5,00	1	\$ 5,00
1	Calculadora Casio	\$ 15,00	\$ 15,00	1	\$ 15,00
1	Perforadora	\$ 8,00	\$ 8,00	2	\$ 16,00
1	Grapadora	\$ 5,00	\$ 5,00	2	\$ 10,00
1	Saca grapas	\$ 0,45	\$ 0,45	2	\$ 0,90
1	Estiletos	\$ 0,75	\$ 0,75	2	\$ 1,50
1	Cj. Grapas	\$ 0,45	\$ 0,45	3	\$ 1,35
1	Lápiz	\$ 0,35	\$ 0,35	2	\$ 0,70
1	Borrador	\$ 0,15	\$ 0,15	2	\$ 0,30
1	Tinta impresión (cartucho)	\$ 19,00	\$ 19,00	2	\$ 38,00
1	Tinta negra para sellos	\$ 1,00	\$ 1,00	2	\$ 2,00
1	Corrector	\$ 0,50	\$ 0,50	2	\$ 1,00
1	Resma de papel A4 (500 hojas)	\$ 4,00	\$ 4,00	3	\$ 12,00
Total			\$ 62,45		\$ 109,35

Nota: Información obtenida de la página Mercado libre-Ecuador (<https://Mercadolibre.com>).

- **Útiles de Aseo y Limpieza**

Están sujetos a los artículos de limpieza del área administrativa con el propósito de contar con el buen aspecto de imagen para la empresa, mismo que tiene un costo mensual de \$ 25,55 y un costo anual de \$ 207,85.

Tabla 66*Útiles de Aseo y Limpieza*

Cantidad mensual	Detalle	Valor unitario	Total mensual	Cantidad anual	Total Anual
1	Escobas	\$ 2,25	\$ 2,25	3	\$ 6,75
1	Trapeador	\$ 1,50	\$ 1,50	3	\$ 4,50
1	Galón desinfectante	\$ 5,00	\$ 5,00	12	\$ 60,00
1	Funda de detergente grande (1,2 Kg)	\$ 2,50	\$ 2,50	12	\$ 30,00
2	Papel higiénico (x 250m)	\$ 1,50	\$ 3,00	24	\$ 36,00
1	Fundas de basura (50 unidades)	\$ 1,80	\$ 1,80	12	\$ 21,60
1	Basureros	\$ 5,00	\$ 5,00	3	\$ 15,00
1	Recogedor de basura	\$ 2,00	\$ 2,00	2	\$ 4,00
1	Jabón líquido de mano	\$ 2,50	\$ 2,50	12	\$ 30,00
Total			\$ 25,55		\$207,85

Nota: Obtenido de la página oficial Mercado libre-Ecuador (<https://Mercadolibre.com>)

- **Arriendo**

Lugar donde funcionará la empresa, en el cual se realizará un pago mensual de \$120,00 dólares y al año un valor de \$1.440,00 dólares.

Tabla 67*Arriendo*

Cantidad mensual	Detalle	Valor unitario	Total mensual	Cantidad anual	Total anual
1	Arriendo local 100 m2	\$ 120,00	\$ 120,00	12	\$ 1.440,00
Total			\$ 120,00		\$ 1.440,00

Nota: Dato obtenido por parte del arrendador

- **Insumos de seguridad**

Comprende los principales elementos de seguridad para el lugar de trabajo de los empleados, como es líquido de extintor y los insumos médicos del botiquín para la prevención de algún tipo de accidente, el cual tiene un costo mensual de \$ 15,00 y un costo anual de \$ 20,00.

Tabla 68*Insumos de seguridad*

Cantidad mensual	Detalle	Valor unitario	Total mensual	Cantidad mensual	Total anual
1	Líquido de extintor	\$ 10,00	\$ 10,00	1	\$ 10,00
1	Insumos médicos de botiquín	\$ 5,00	\$ 5,00	2	\$ 10,00
Total			\$ 15,00		\$ 20,00

Nota: Obtenido de la página oficial Mercado libre-Ecuador (<https://Mercadolibre.com>)

- **Permisos de funcionamiento**

Estos permisos de funcionamiento han sido considerados como un gasto que se debe pagar anualmente para el funcionamiento de la misma, como es la patente municipal y permiso de bomberos que otorga el cuerpo de bomberos de la Cantón Paltas, el cual tiene un costo anual de 64,70 dólares.

Tabla 69

Permisos de funcionamiento

Cantidad	Detalle	Valor unitario	Total anual
1	Patente municipal	14,70	14, 70
1	Permiso de bomberos	50,00	50,00
Total			64,70

Nota: Información tomada del municipio de Paltas y cuerpo de bomberos de Paltas

Resumen de Gastos Administrativos

Tabla 70

Resumen de gastos administrativos

Detalle	Total Mensual	Total Anual
Sueldos y salarios Administrativos	1.922,72	23.072,64
Honorarios profesionales	90,00	800,00
Servicios básicos de administración	42,40	508,80
Útiles de Oficina	62,45	109,35
Útiles de Aseo y Limpieza	25,55	207,85
Arriendo	120,00	1440,00
Insumos de seguridad	15,00	20,00
Permisos de funcionamiento	64,70	64,70
Total	2.342,82	26.233,34

Nota: Resumen de Gastos Administrativos

En el resumen de gastos administrativos se obtiene un total mensual de 2.342,82 dólares y al año un total de 26.233,34 dólares.

- **Gastos de ventas**

Los gastos de ventas están relacionados con la distribución y comercialización de bocadillos de panela, maní y maracuyá para generar ventas.

- **Sueldo Personal de Chofer Vendedor**

Sueldo asignado a la persona que labora en el área de ventas de la empresa, lo que se ha considerado el sueldo para chofer- vendedor, su remuneración es de \$ 550,00 mensuales más los

beneficios que se le otorga por ley. Teniendo un pago mensual de 763,39 y un pago anual de 9.160,68

Tabla 71

Sueldo Chofer- Vendedor

Especificaciones	Jefe de ventas
Sueldo	550,00
Décimo Tercer 1/12	45,83
Décimo cuarto SB/12	37,50
Fondos reserva (8,33%)	45,82
Vacaciones 1/24	22,92
Patronal 11,15%	61,33
Total mensual	763,39
Total anual	9.160,68

Nota: Información obtenida del Código de Trabajo y Ministerio de Trabajo.

- **Servicios básicos de ventas**

Son aquellos que permiten llevar a efecto las actividades de ventas necesarios para el buen funcionamiento del área de ventas, se realizará un pago mensual de \$22,40 y un pago anual de 268,80 dólares.

Tabla 72

Ventas

Cantidad mensual	Detalle	Valor unitario	Total mensual	Cantidad anual	Total anual
1	Teléfono	\$ 15,00	\$ 15,00	12	\$ 180,00
8	m3 de Agua	\$ 0,030	\$ 3,00	12	\$ 36,00
110	KW luz	\$ 0,04	\$ 4,40	12	\$ 52,80
			\$ 22,40		\$ 268,80

Nota: Empresa Eléctrica Regional del Sur S.A; Junta de agua potable parroquia San Antonio.

- **Mantenimiento de vehículo**

Mantenimiento que se debe realizar para que el vehículo esté funcionando en buenas condiciones, evitando cualquier tipo de gastos inesperados del equipo, tiene un costo anual de \$ 660,00 dólares

Tabla 73

Mantenimiento de vehículo

Cantidad mensual	Detalle	Valor unitario	Cantidad anual	Total anual
1	Cambio de llantas	\$ 400,00	1	\$ 400,00
1	Mantenimiento mecánico	\$ 75,00	2	\$ 150,00

1	Revisión vehicular	\$ 110,00	1	\$ 110,00
Total			\$ 660,00	

Nota: Obtenido de la página oficial Mercado libre-Ecuador (<https://Mercadolibre.com>); Mecánica Automotriz Hurtado, Centro de revisión y matriculación vehicular del municipio de Loja.

- **Combustible y lubricante**

Representan los gastos que implica la movilización y el correcto funcionamiento del vehículo de la empresa, esto son: gastos de combustible y lubricantes. El monto total asciende a \$86,00 dólares mensuales y un valor de \$732,00 dólares anuales.

Tabla 74

Combustible y Lubricante

Cantidad mensual	Detalle	Valor unitario	Total mensual	Cantidad anual	Total anual
32	Galones de diésel	\$ 1,75	\$ 56,00	384	\$ 672,00
1	Cambio de aceite	\$ 30,00	\$ 30,00	2	\$ 60,00
Total			\$ 86,00		\$ 732,00

Nota: Datos obtenidos de la gasolinera Petroecuador y la mecánica automotriz Hurtado

- **Publicidad y propaganda**

Esta publicidad está dirigida a dos redes sociales de Facebook e Instagram, en base a los resultados de las encuestas son estas dos redes más utilizadas hoy en día con mayor frecuencia y también se implementará las muestras gratis, tiene un costo mensual de \$ 49,60 y un costo anual de \$ 208,40 dólares.

Tabla 75

Publicidad y propaganda

Cantidad mensual	Detalle	Valor unitario	Total mensual	Cantidad anual	Total anual
1	Página de Facebook	\$ 5,00	\$ 5,00	5	\$ 25,00
30	Muestras gratis	\$ 1,32	\$ 39,60	4	\$ 158,40
1	Página de Instagram	\$ 5,00	\$ 5,00	5	\$ 25,00
Total			\$ 49,60		\$ 208,40

Nota: Información tomada de la página de Facebook e Instagram

Tabla 76

Resumen Gastos de ventas

Detalle	Total mensual	Total Anual
Saldo personal ventas	763,39	9.160,68
Servicios básicos de ventas	22,40	268,800
Mantenimientos de vehículo	660,00	660,00
Combustible y lubricante	86,00	732,00
Publicidad y propaganda	49,60	208,40

Total	1581,39	11.029,88
--------------	----------------	------------------

Nota: Resumen Gastos de ventas

- **Resumen de la Inversión en Activos Circulantes**

Comprende el resumen del capital de trabajo o circulantes necesario para la empresa “MANIRICH” Cía. Ltda. para la realización de actividades, dando un monto de inversión de \$11.918,98 dólares.

Tabla 77

Resumen de inversión en activos circulantes

Descripción	Valor
Materia Prima directa	\$ 5.035,00
Materiales indirectos	\$ 1.423,58
Mano de obra directa	\$ 1.460,79
Sueldos y salarios	\$ 1.922,72
Sueldo personal de venta	\$ 763,39
Servicios básicos	\$ 68,00
Útiles de aseo y limpieza	\$ 25,55
Útiles de oficina	\$ 62,45
Indumentaria de trabajo	\$ 72,20
Publicidad y propaganda	\$ 49,60
Combustible y lubricante	\$ 86,00
Arriendo	\$ 120,00
Insumos de seguridad	\$ 15,00
Mantenimiento de vehículo	\$ 660,00
Honorarios profesionales	\$ 90,00
Permiso de funcionamiento	\$ 64,70
Total	\$ 11.918,98

Nota: Datos tomados del análisis de los activos circulantes, subdivididos en costos de producción, costos indirectos de fabricación, gastos de administración, producción y ventas.

7.4.2. Resumen de la inversión

En la siguiente tabla se muestra el resumen de toda la inversión, la misma que se encuentra estructurada en los activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo o circulantes necesario para la empresa “MANIRICH Cía. Ltda.” para la realización de actividades, dando un monto de inversión de \$ 39.694,25 dólares.

Tabla 78*Resumen de la inversión*

Detalle	Total	
ACTIVOS FIJOS		
Maquinaria y equipo	7.527,25	
Utensilios	460,00	
Vehículo	15.000,00	
Equipo de computo	1.180,00	
Muebles y enseres	1.831,26	
Equipo de seguridad	50,00	
<i>Total activos fijos</i>		26.048,51
ACTIVOS DIFERIDOS		
Estudio preliminar (Estudio de mercado)	600,00	
Instalación de software de factura de electrónica	50,00	
Registro de la marca, slogan y el producto	610,00	
Inscripción legal de la empresa	180,00	
Estudio de las señaléticas para seguridad y salud ocupacional	80,00	
Notificación Sanitaria	131,76	
Instalación de internet y teléfono	75,00	
<i>Total activos diferidos</i>		1.726,76
ACTIVO CIRCULANTE		
Materia prima directa	5.035,00	
Materiales indirectos	1.423,58	
Mano de obra directa	1.460,79	
Servicios básicos	68,00	
Útiles de oficina	62,45	
Útiles de aseo y limpieza	25,55	
Indumentaria de trabajo	72,20	
Publicidad y propaganda	49,60	
Combustibles y lubricantes	86,00	
Insumos de seguridad	15,00	
Sueldos y salarios	1.922,72	
Mantenimiento de vehículo	660,00	
Sueldo personal de ventas	763,39	
Honorarios profesionales	90,00	
Arriendo	120,00	
Permisos de funcionamiento	64,70	
<i>Total activos circulantes</i>		11.918,98
TOTAL DE LA INVERSIÓN	39.694,25	39.694,25

Nota: Monto total de la inversión de la empresa

7.4.2.1. Financiamiento:

Una vez conocido el monto de la inversión se hizo necesario buscar las fuentes de financiamiento (Internas y externas)

- **Fuentes internas:** (Dueño del proyecto) 40% del total de la inversión será propia dándonos un monto de \$ 15.877,70 dólares.
- **Fuentes externas:** Constituida por la entidad financiera estatal, Banco del Ecuador la cual brinda un plazo de 5 años a una tasa de interés activa de 12% anual (Capital financiado en \$23.816,55 dólares).

Tabla 79

Financiamiento

Capital propio	40%	15.877,70
Capital externo	60%	23.816,55
Total		39.694,25

Nota: La tabla presenta la división del capital para el respectivo funcionamiento.

Amortización del préstamo

La amortización se la realizó de la siguiente manera a los 23.816,55 dólares se los dividió para 5 años de vida útil del proyecto, y se obtuvo la amortización de \$ 4.763,31 misma que se pagará cada año.

Capital: 23.816,55

Interés: 12%

Plazo: 5 años

Tabla 80

Amortización

Periodo	Saldo anterior	Interés	Amortización	Dividendos	Saldo final
0					23.816,55
1	23.816,55	2.857,99	4.763,31	7.621,30	19.053,24
2	19.053,24	2.286,39	4.763,31	7.049,70	14.289,93
3	14.289,93	1.714,79	4.763,31	6.478,10	9.526,62
4	9.526,62	1.143,19	4.763,31	5.906,50	4.763,31
5	4.763,31	571,60	4.763,31	5.334,91	0,00

Nota: Datos tomados de la tabla 79

7.4.2.2. Presupuesto preformado o proyectado

Es una herramienta que permite establecer y fijar los recursos requeridos para la obtención de los objetivos que se ha propuesto para los años de vida útil del proyecto. Está conformado por los siguientes elementos: Costos de producción, costos indirectos de fabricación, gastos administrativos, gastos de ventas y gasto financieros. Para la proyección de los costos en lo que respecta a materia prima directa e indirecta se multiplica la cantidad necesaria en cada año por el costo del bien que es incrementado según la tasa de inflación del 3,70% y en los gastos administrativos y de ventas se hace de igual forma, con excepción de sueldos de personal operativo, administrativo y de ventas para cuya proyección se considera el incremento salarial del 6,07% tomando como referencia el incremento en el sueldo básico desde el 2021.

Las depreciaciones no sufren alteraciones salvo el caso del equipo de computación que termina su vida útil a los 3 años de vida del proyecto, de cuyo bien se hace reinversión en el cuarto año y en el gasto financiero se considera el interés pagado a la institución financiera.

Tabla 49*Presupuesto Preformado o proyectado*

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTO PRIMO					
Materia prima directa	60.720,00	62.966,64	65.296,41	67.712,37	70.217,73
Mano de obra directa	17.529,48	18.592,85	19.720,72	20.917,02	22.185,88
COSTOS GENERALES DE FABRICACIÓN					
Materiales Indirectos	17.082,96	17.715,03	18.370,49	19.050,19	19.755,05
Indumentaria de trabajo	168,80	175,05	181,52	188,24	195,20
Depreciación de Maquinaria y Equipo	677,45	677,45	677,45	677,45	677,45
Servicios básicos de producción	218,40	226,48	234,86	243,55	252,56
Depreciación de utensilios	41,40	41,40	41,40	41,40	41,40
TOTAL GASTOS DE FABRICACIÓN	96.438,49	100.394,90	104.522,85	108.830,23	113.325,28
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
Sueldos y Salarios	23.072,64	24.472,27	25.956,80	27.531,38	29.201,49
Honorarios profesionales	800,00	848,53	900,00	954,60	1.012,51
Arriendo	1.440,00	1.493,28	1.548,53	1.605,83	1.665,24
Servicios básicos de Administración	508,80	527,63	547,15	567,39	588,39
Útiles de Oficina	109,35	113,40	117,59	121,94	126,45
Útiles de Aseo	207,85	215,54	223,52	231,79	240,36
Insumos de seguridad	20,00	20,74	21,51	22,30	23,13
Permisos de funcionamiento	64,70	67,09	69,58	72,15	74,82
Depreciación de Equipos de Computo	262,24	262,24	262,24	292,43	292,43
Depreciación equipo de seguridad	4,50	4,50	4,50	4,50	4,50
Depreciación de Muebles y Enseres	164,81	164,81	164,81	164,81	164,81
Amortizaciones de Activos Diferidos	345,35	345,35	345,35	345,35	345,35
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	27.000,24	28.535,37	30.161,57	31.914,48	33.739,48
GASTOS DE VENTA					

Sueldo personal de ventas	9.160,68	9.716,38	10.305,80	10.930,96	11.594,06
Publicidad y propaganda	208,40	216,11	224,11	232,40	241,00
Servicios básicos de ventas	88,80	92,09	95,49	99,03	102,69
Combustibles y lubricantes	732,00	759,08	787,17	816,30	846,50
Mantenimiento de vehículo	660,00	684,42	709,74	736,00	763,24
Depreciación de vehículo	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS	13.249,88	13.868,08	14.522,31	15.214,69	15.947,48
GASTOS FINANCIEROS					
Intereses por Préstamo	2.857,99	2.286,39	1.714,19	1.143,19	571,60
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	2.857,99	2.286,39	1.714,19	1.143,19	571,60
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	43.108,11	44.689,85	46.398,67	48.272,36	50.258,56
COSTO TOTAL DE PRODUCCION	139.546,60	145.084,74	150.921,52	157.102,59	163.583,84

Nota: Presupuesto preformado o proyectado de la empresa MANIRICH

Los datos de la tabla anterior, muestran que el costo de producción para el primer año es de \$ 139.546,60 dólares y para el quinto año será de \$163.583,84 dólares.

7.4.2.3. Costo Unitario de Producción

Para obtener el costo unitario de producción que constituye la base para la aplicación del precio, se divide el costo total de producción para el número de unidades producidas obteniendo para el primer año un costo de \$1,40 ctv.

CUP= Costo total de producción / Número de unidades producidas anualmente.

Tabla 50*Costo Unitario de Producción*

Años	Costo de producción	Unidades producidas	Costo unitario de producción
1	139.546,60	99.600	1,40
2	145.084,74	99.600	1,46
3	150.921,52	99.600	1,52
4	157.102,59	99.600	1,58
5	163.583,84	99.600	1,64

Nota: La presente tabla indica el costo unitario de producción para los 5 años de vida útil del proyecto.

7.4.2.4. Precio de venta al intermediario y al público

Para determinar el precio unitario de venta se toma como referencia el costo de producción y la información del estudio de mercado que indica que los demandantes pagan hasta \$ 2,70 por la cada libra de bocadillos dependiendo de la innovación que tengan, Por lo tanto, el margen de utilidad se tomará en consideración del precio de la competencia o productos sustitutos. Teniendo como resultado para el primer año un precio al intermediario de \$1,60 obteniendo un margen de utilidad del 14%.

$$\text{PVP} = (\text{CUP} * \text{Margen de Utilidad}) + \text{CUP}$$

Tabla 51*Precio de venta al intermediario*

Años	Costo unitario	Margen de utilidad	Precio al Intermediario
1	1,40	14%	\$ 1,6
2	1,46	16%	\$ 1,7
3	1,52	18%	\$ 1,8
4	1,58	20%	\$ 1,9
5	1,64	22%	\$ 2,0

Nota: La tabla muestra el precio de venta al intermediario y al público

7.4.2.5. Ingreso por venta

Según la estrategia de la empresa se ofrecerá este producto a los intermediarios como son los supermercados o tiendas de dulces de la ciudad de Loja, por lo que las unidades producidas son 99.600 pero se ha optado ofrecer 120 unidades durante el año como muestras gratis por lo que se obtendrá en ingresos netos 99.480 unidades producidas al año que se multiplican por \$1,60 que es el precio que se ofrecerá al intermediario alcanzando un ingreso de 158,891,46 para el primer año.

Tabla 52
Ingreso por ventas

Años	Unidades producidas	Precio de venta al intermediario	Ingreso por ventas
1	99.480	1,6	158.891,46
2	99.480	1,7	168.095,53
3	99.480	1,8	177.872,83
4	99.480	1,9	188.295,97
5	99.480	2,0	199.331,83

Nota: La presente tabla indica el total de ingresos para los 5 años de vida útil del proyecto

7.4.2.6. Clasificación de costos fijos y variables

En todo proceso productivo los costos deben ser clasificados en fijos y variables, Y permite el cálculo del punto de equilibrio.

- **Costos Fijos:** Corresponde a los egresos que se deben cubrir ya sea que exista o no producción.
- **Costos Variables:** Constituyen los valores que inciden en función de su capacidad de producción, varían de acuerdo a la producción que realiza la empresa

Tabla 53
Costos fijos y variables

DESCRIPCIÓN	AÑO 1		AÑO 5	
	Costo Fijo	Costo Variable	Costo Fijo	Costo Variable
Materia prima directa		60.720,00		70.217,73
Mano de obra directa		17.529,48		22.185,88
Materiales Indirectos		17.082,96		19.755,05
Depreciación de Maquinaria y Equipo	677,45		677,45	
Indumentaria de trabajo	168,80		195,20	
Servicios básicos de producción		218,40		252,56
Depreciación de utensilios	41,40		41,40	
Sueldos y Salarios	23.072,64		29.201,49	
Honorarios profesionales	800,00		1.012,51	
Arriendo	1.440,00		1.665,24	
Servicios básicos	508,80		588,39	
Útiles de Oficina	109,35		126,45	
Útiles de Aseo	207,85		240,36	
Insumo de seguridad	20,00		23,13	
Permiso de funcionamiento	64,70		74,82	

Depreciación de Equipos de Computo	262,24		292,43	
Depreciación de Muebles y Enseres	164,81		164,81	
Depreciación de equipo de seguridad	4,50		4,50	
Amortizaciones de Activos Diferidos	345,35		345,35	
Sueldo personal de ventas	9.160,68		11.594,06	
Publicidad y propaganda	208,40		241,00	
Mantenimiento de vehículo	660,00		763,24	
Servicios básicos de ventas	88,80		102,69	
Combustibles y lubricantes		732,00		846,50
Depreciación de vehículo	2.400,00		2.400,00	
Intereses por Préstamo	2.857,99		571,60	
	43.263,76	96.282,84	50.326,12	113.257,72
		139.546,60		163.583,84

Nota: Clasificación de los costos fijos y variables

7.4.2.7. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es un punto en el que no hay pérdidas ni ganancias, es por ello que permite establecer el punto medio entre los ingresos y egresos, para poder determinar el punto de equilibrio se debe contar con los costos fijos y variables, para ello se realiza el siguiente cálculo a través de fórmulas para determinar el punto medio:

Tabla 54

Datos para determinar el punto de equilibrio del año 1

Datos	Año 1
Costo fijo	43.264
Costo variable	96.283
Costo Total	139.547
Ventas Totales	158.891

Nota: Datos obtenidos en la tabla 86

- **Punto de equilibrio en función de la capacidad utilizada**

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

$$PE = \frac{43264}{158891 - 96283} \times 100$$

$$PE = 69\%$$

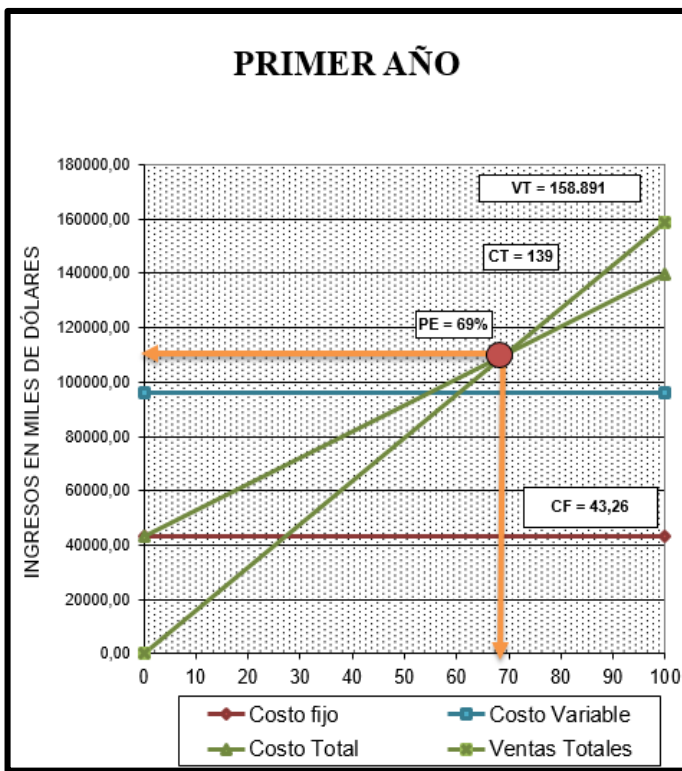
- **En Función de las ventas**

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

$$PE = \frac{43264}{1 - \frac{96283}{158891}}$$

$$PE = \$109.797$$

Figura 49
Punto de Equilibrio Año 1



Nota: Representación gráfica del punto de equilibrio del Año 1

Tabla 55
Punto de Equilibrio Año 5

Datos	Año 5
Costo fijo	50.326
Costo variable	113.258
Costo Total	163.584
Ventas totales	199.332

Nota: Datos obtenidos de la tabla 86

- **Punto de equilibrio en función de la capacidad utilizada**

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

$$PE = \frac{50326}{199332 - 113258} \times 100$$

$$PE = 58\%$$

- **En función a las ventas**

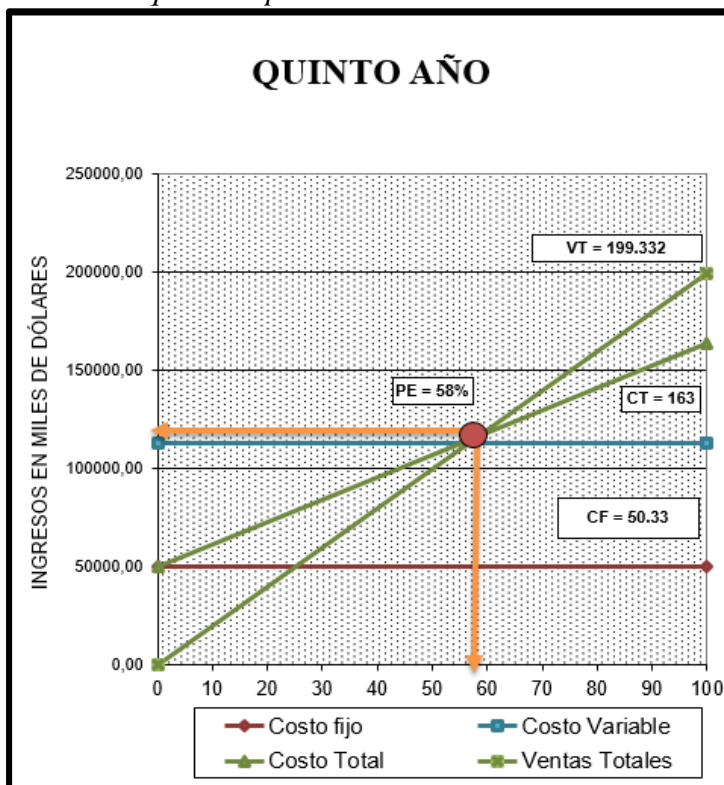
$$PE = \frac{\text{Costo Fijo Total}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Total}}}$$

$$PE = \frac{50326}{1 - \frac{113258}{199332}}$$

$$PE = \$116,546$$

Figura 50

Punto de Equilibrio para el Año 5



Nota: Punto de Equilibrio Año 5

7.4.2.8. Estado de pérdidas y ganancias

Proporciona la información referente a la situación financiera de la empresa en un momento dado, permite conocer si la empresa establece utilidades o pérdidas, para ello se hace una comparación de los ingresos y egresos percibidos en base a lo establecido por el Código de trabajo y la Ley de Régimen Tributaria: 15% Utilidad trabajadores, para obtener el porcentaje tipo marginal hay que ubicarse en la tabla entre el límite inferior y el superior según las ventas. El procedimiento se lo realiza de la siguiente manera, se resta el límite superior con el valor del primer año de ventas y se lo multiplica por el tipo marginal del 10%, 12% Y 15% valor correspondiente a los límites y el impuesto se lo ubica según la tabla que en este caso sería de \$160 hasta 1.356 dólares de acuerdo al impuesto a la renta que está disponible en el año actual 2023y un 10% de reserva legal.

Tabla 56
Impuesto a la Renta 2023

Fracción básica	Exceso hasta	Impuesto Fracción Básica	% Impuesto Fracción Excedente
0	11.722	0	0%
11.722	14.930	0	5%
14.930	19.385	160	10%
19.385	25.638	606	12%
25.638	33.738	1.356	15%
33.738	44.721	2.571	20%
44.721	59.537	4.768	25%
59.537	79.388	8.472	30%
79.388	105.580	14.427	35%
105.580	en adelante	23.594	37%

Nota: Información obtenida de la página del SRI <https://www.sri.gob.ec/impuesto-renta> anexo N°4

Tabla 57
Estado de pérdidas y ganancias

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	158.891,46	168.095,53	177.872,83	188.295,97	199.331,83
(-) Costos de fabricación	96.438,49	100.394,90	104.522,85	108.830,23	113.325,28
Utilidad Bruta en ventas	62.452,96	67.700,64	73.349,98	79.465,75	86.006,55
(-) Costo de Adm. y Ventas	40.250,12	42.403,46	44.683,88	47.129,17	49.686,96
Utilidad antes de gastos financieros	22.202,84	25.297,18	28.666,10	32.336,58	36.319,59
(-) Gastos Financieros	2.857,99	2.286,39	1.714,79	1.143,19	571,60
Utilidad antes del dividendo a trabajadores	19.344,86	23.010,79	26.951,31	31.193,38	35.748,00

(-)15% dividendo a trabajadores	2.901,73	3.451,62	4.042,70	4.679,01	5.362,20
Utilidad antes de los impuestos	16.443,13	19.559,17	22.908,61	26.514,37	30.385,80
(-) Porcentaje tipo marginal	294,19	729,46	327,53	1.083,54	502,83
(-) Impuesto a la fracción Básica	160,00	606,00	606,00	1.356,00	1.356,00
(=) Utilidad antes de Reserva Legal	15.988,94	18.223,71	21.975,09	24.074,83	28.526,97
(-) 10% de Reservas	1.598,89	1.822,37	2.197,51	2.407,48	2.852,70
(=) Utilidad Líquida	14.390,05	16.401,34	19.777,58	21.667,35	25.674,27

Nota: En la tabla se muestra el estado de pérdidas y ganancias de la empresa.

7.4.2.9. Flujo de Caja

El flujo de caja representa las entradas y salidas de dinero, lo que permite tomar decisiones sobre la evolución de la empresa “MANIRICH Cía. Ltda.”, durante la vida útil del proyecto, además este estado financiero es un indicar que proporciona información para la evaluación financiera referente a la aplicación de los indicadores.

Tabla 58

Flujo de Caja

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. INGRESOS					
Ventas	158.891,46	168.095,53	177.872,83	188.295,97	199.331,83
Valor residual			262,24		9.158,70
TOTAL INGRESOS	158.891,46	168.095,53	178.135,07	188.295,97	208.490,53
2. EGRESOS					
Costo de Producción	96.438,49	100.394,90	104.522,85	108.830,23	113.325,28
Costo de Operación	43.108,11	44.689,85	46.398,67	48.272,36	50.258,56
Reinversión de equipo de cómputo				1.315,89	
Reparto de Utilidades	2.901,73	3.451,62	4.042,70	4.679,01	5.362,20
Amortización del crédito	4.763,31	4.763,31	4.763,31	4.763,31	4.763,31
Pago impuesto a la renta	454,19	1.335,46	933,53	2.439,54	1.858,83
TOTAL EGRESOS	147.665,82	154.635,13	160.661,06	170.300,34	175.568,18
FLUJO DE CAJA	11.225,63	13.460,40	17.474,01	17.995,63	32.922,36
(+) Depreciaciones	3.550,40	3.550,40	3.550,40	3.550,40	3.550,40
(+) Amortización de activos diferidos	345,35	345,35	345,35	345,35	345,35
(+) Reserva legal	1.598,89	1.822,37	2.197,51	2.407,48	2.852,70
FLUJO DE CAJA	16.720,28	19.178,53	23.567,28	24.298,87	39.670,80

Nota: La tabla muestra el flujo de caja de la empresa.

7.5. Evaluación Financiera

La evaluación financiera permite determinar si la inversión del proyecto es conveniente para la rentabilidad de la empresa de bocadillos de panela, maní y maracuyá en base a los indicadores: VAN, TIR, RBC, PRC y los análisis de sensibilidad (AS) con incremento en los costos y disminución en los ingresos

7.5.1. Valor Actual Neto (VAN)

Representa el valor presente de los beneficios después de haber recuperado la inversión realizada en el proyecto más sus costos de oportunidad.

Los criterios de decisión basados en el VAN son:

- VAN es mayor que la inversión: El proyecto es factible
- VAN es menor que la inversión: El proyecto no es factible
- VAN es igual que la inversión: El proyecto es Indiferente

Para determinar el cálculo se procede a la siguiente fórmula:

$$\text{Factor de actualización} = 1 \div (1 + i)^n$$

$$\text{Factor de actualización} = 1 \div (1 + 12\%)^1$$

$$\text{Factor de actualización} = 0,892857$$

Para el cálculo del valor actual neto (VAN) se realiza lo siguiente:

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

$$\text{VAN} = 84.945,20 - 39.694,25$$

$$\text{VAN} = 45.250,95$$

Tabla 59

Valor Actual Neto

Años	Flujos netos	Factor de actualización	Flujos netos actualizados
0	39.694,25		
1	16.720,28	0,892857143	14.928,82
2	19.178,53	0,797193878	15.289,00
3	23.567,28	0,711780248	16.774,72
4	24.298,87	0,635518078	15.442,37
5	39.670,80	0,567426856	22.510,28
	Total		84.945,20
		VAN=	45.250,95

Nota: Dato tomado de la tabla 79

Se obtiene un VAN positivo \$45.250,95 tomando en cuenta los criterios de evaluación se manifiestan que la ejecución del proyecto es aceptable

7.5.2. Tasa Interna De Retorno (TIR)

Constituye la tasa de interés, a la cual se debe descontar los flujos de caja generados por el proyecto, a través de su vida económica para que estos se igualen con la inversión.

Los criterios de decisiones son los siguientes:

- TIR es mayor que el costo de oportunidad: El proyecto es factible
- TIR es menor que el costo de oportunidad: El proyecto no es factible
- TIR es igual que el costo de oportunidad: El proyecto es Indiferente

Tabla 60

Tasa interna de retorno (TIR)

AÑOS	FLUJO NETO	ACTUALIZACION		FACTORES DE ACTUALIZACION	VAN MAYOR
		FACTOR DE ACTUALIZACION 45,0%	VAN MENOR		
0	39.694,25				
1	16.720,28	0,689655	11.531,23	0,684932	11.452,25
2	19.178,53	0,475624	9.121,77	0,469131	8.997,24
3	23.567,28	0,328017	7.730,46	0,321323	7.572,70
4	24.298,87	0,226218	5.496,85	0,220084	5.347,79
5	39.670,80	0,156013	6.189,15	0,150743	5.980,08
	Total		40.069,46		39.350,06
			375,21		-344,19

Nota: Tasa Interna de Retorno

Para el cálculo se realiza la siguiente fórmula

$$TIR = T_m + Dt \left[\frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN T_M} \right]$$

$$TIR = 45 + 1 \left[\frac{375,21}{719,40} \right]$$

$$TIR = 45 + 1 \quad 0,52$$

$$TIR = 45 \quad 0,52$$

$$TIR = 45,52\%$$

Análisis: La tasa interna de retorno obtenida es de 45,52% mayor al costo de capital del 12%, indicando una inversión de alto rendimiento del capital y por ende es aceptable para su ejecución

7.5.3. Relación Beneficio Costo

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

- Si la relación ingresos / egresos es igual a 1 el proyecto es indiferente
- Si la relación es mayor a 1 el proyecto es rentable
- Si la relación es menor a 1 el proyecto no es rentable

Tabla 61

Relación Beneficio Costo

AÑOS	INGRESOS ORIGINALES	EGRESOS ORIGINALES	FACTOR DE ACTUALIZACION	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
1	158.891,46	139.546,60	0,892857	141.867,37	124.595,18
2	168.095,53	145.084,74	0,797194	134.004,73	115.660,67
3	177.872,83	150.921,52	0,711780	126.606,37	107.422,96
4	188.295,97	157.102,59	0,635518	119.665,49	99.841,54
5	199.331,83	163.583,84	0,567427	113.106,24	92.821,86
		Total		635.250,20	540.342,21

Nota: Relación Beneficio-Costo

Para el cálculo de la relación beneficio costo se debe aplicar la siguiente formula

$$RBC = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{EGRESOS ACTUALIZOS}}$$

$$RBC = \frac{635.250,20}{540.342,21}$$

$$RBC = 1,18$$

Análisis: La Relación Beneficio Costo es mayor que 1 (\$1.18 USD) indicador que sustenta la ejecución del proyecto. Por la tanto; quiere decir que por cada dólar invertido en el proyecto se obtiene un beneficio de 0.18 ctvs., de acuerdo al resultado obtenido el proyecto es rentable.

7.5.4. Periodo de recuperación de capital

Permite conocer el tiempo en que se va a recuperar la inversión inicial, para su cálculo se utiliza los valores del flujo de caja y el monto de la inversión.

Tabla 62*Periodo de recuperación del capital (PRC)*

AÑOS	FLUJOS NETOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS	FLUJOS ACUMULADOS
0	39.694,25			
1	16.720,28	0,892857	14.928,82	14.928,82
2	19.178,53	0,797194	15.289,00	30.217,82
3	23.567,28	0,711780	16.774,72	46.992,55
4	24.298,87	0,635518	15.442,37	62.434,92
5	39.670,80	0,567427	22.510,28	84.945,20
Total			84.945,20	

Nota: Periodo de recuperación del capital

Para calcular el PRC del proyecto se realiza los siguientes cálculos:

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

$$\text{PRC} = 3 + \frac{39694,25 - 46992,55}{16774,72}$$

$$\text{PRC} = 2,56$$

Se obtiene que en 2 años se recupera la inversión para determinar los meses y días se desarrolló de la siguiente manera. Al 0,56 se lo multiplica por los 12 meses y se obtiene 6,72 quiere decir que 6 son los meses y el 0,72 se lo multiplica por 30 que son los días del mes obteniendo 21 días.

Años	2,56	2	Años
Meses	0,56*12	6	Meses
Días	0,72*30	12	Días

Análisis: La inversión inicial es de 39.694,25 del proyecto se recuperará en un tiempo de 2 años, 6 meses y 21 días.

7.5.5. Análisis de sensibilidad

La finalidad de este análisis es obtener la tasa de rentabilidad esperada de un proyecto frente al cambio imprevisto de una variable, asumiendo que el resto de variables permanezcan constantes.

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

- Si el coeficiente es mayor a 1 el proyecto es sensible, los cambios reducen o anulan la rentabilidad.
- Si el coeficiente menor a 1 el proyecto no es sensible, los cambios no afectan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es igual a 1 no hay efectos sobre el proyecto.

7.5.5.1. Análisis de Sensibilidad con Incremento en los Costos

Este análisis soporta un incremento en los costos del 5,65% con un Tm del 31% y una TM del 32%

Tabla 63

Análisis de sensibilidad con incremento en los costos

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 5,65% EN LOS COSTOS								
AÑOS	COSTO ORIGINAL	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESOS TOTALES	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 31%	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 32%	VAN MAYOR
0	39.694,25			-39.694,25				
1	139.546,60	147.430,98	158.891,46	11.460,47	0,76336	8.748,45	0,75758	8.682,18
2	145.084,74	153.282,03	168.095,53	14.813,50	0,58272	8.632,07	0,57392	8.501,78
3	150.921,52	159.448,59	177.872,83	18.424,24	0,44482	8.195,51	0,43479	8.010,65
4	157.102,59	165.978,89	188.295,97	22.317,09	0,33956	7.577,96	0,32939	7.350,92
5	163.583,84	172.826,33	199.331,83	26.505,51	0,25921	6.870,36	0,24953	6.614,04
			Total			40.024,36		39.159,57
						330,11		-534,68

Nota: La tabla muestra el análisis de sensibilidad con incremento en los costos del 5,65%

Para el cálculo del análisis de sensibilidad referente a los incrementos en los costos se realiza lo siguientes:

a. Nueva TIR

$$\text{TIR} = T_m + Dt \frac{\text{VAN } T_m}{\text{VAN } T_m - \text{VAN } T_M}$$

$$\text{TIR} = 31 + 1 \frac{330,11}{864,79}$$

$$\text{TIR} = 31 + 1 (0,381719134)$$

$$\text{TIR} = 31 + (0,381719134)$$

$$\text{TIR} = 31,38$$

b. TIR resultante

$$\text{TIR} = \text{TIR O} - \text{NTIR}$$

$$\text{TIR} = 45,52 - 31,38$$

$$\text{TIR} = 14,14$$

c. Porcentaje de variación (%V)

$$\%V = \frac{\text{TIR R}}{\text{TIR O}} \times 100$$

$$\%V = \frac{14,14}{45,52} \times 100$$

$$\%V = 31,06$$

d. Valor de sensibilidad

$$S = \frac{\%V}{N \text{ TIR}}$$

N TIR

$$S = \frac{31,06}{31,38}$$

31,38

$$S = 0,99$$

Análisis: En relación a los resultados obtenidos del análisis de sensibilidad con el incremento en los costos se concluye que el proyecto no es sensible debido a que soporta hasta el 5,65 % con el incremento, es menor que 1 por lo tanto con el incremento en los costos no afectan la rentabilidad de la inversión durante la vida útil del proyecto:

7.5.5.2. Análisis de sensibilidad con disminución en los costos

Este análisis soporta un incremento en los costos del 4,83% con un Tm del 31% y una TM del 32%

Tabla 64

Análisis de sensibilidad con disminución en los costos

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 4,83% EN LOS INGRESOS								
AÑOS	COSTO ORIGINAL	INGRESOS TOTALES	INGRESO TOTAL ORIGINAL	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 31%	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 32%	VAN MAYOR
0	39.694,25			-39694,25				
1	139.546,60	158.891,46	151.217,00	11.670,40	0,76336	8.908,70	0,75758	8.841,21
2	145.084,74	168.095,53	159.976,52	14.891,78	0,58272	8.677,69	0,57392	8.546,70
3	150.921,52	177.872,83	169.281,58	18.360,05	0,44482	8.166,95	0,43479	7.982,74
4	157.102,59	188.295,97	179.201,28	22.098,69	0,33956	7.503,80	0,32939	7.278,98
5	163.583,84	199.331,83	189.704,11	26.120,27	0,25921	6.770,51	0,24953	6.517,90
Total						40.027,65		39.167,55
						333,40		-526,70

Nota: Análisis de sensibilidad con la disminución en los ingresos:

Para el cálculo del análisis de sensibilidad referente a la disminución en los ingresos se realiza lo siguiente:

b. Nueva TIR

$$TIR = T_m + Dt \frac{VAN T_m}{VAN T_m - VAN TM}$$

$$TIR = 31 + 1 \frac{333,40}{860,10}$$

$$TIR = 31 + 1 (0,387625606)$$

$$TIR = 31 + (0,387625606)$$

$$TIR = 31,39$$

c. TIR resultante

$$TIR = TIR O - NTIR$$

$$TIR = 45,52 - 31,39$$

$$TIR = 14,13$$

d. Porcentaje de variación (%V)

$$\% V = \frac{TIR R}{TIR O} \times 100$$

$$\% V = \frac{14,13}{45,52} \times 100$$

$$\% V = 31,05$$

e. Valor de sensibilidad

$$S = \frac{\% V}{N TIR}$$

$$S = \frac{31,05}{31,39}$$

$$S = 0,99$$

Análisis: A través de los resultados de la disminución en los ingresos se obtiene que el proyecto no es sensible debido a que soporta hasta el 4,83% de disminución, es menor que 1 por lo tanto con el incremento en los costos no afectan la rentabilidad de la inversión durante la vida útil del proyecto.

8. Conclusiones

Luego de haber culminado con el Trabajo de Integración Curricular, y tomando como referencia los resultados obtenidos presento a continuación las siguientes conclusiones:

- Referente al estudio de mercado realizado, se resalta que existe un gran volumen de demanda insatisfecha que es de 400.466 libras de Bocadillos para el primer año, en cuanto se refiere a un nuevo producto inexistente en el mercado como son los bocadillos de panela, maní y maracuyá de la ciudad de Loja.
- El estudio técnico determina que la empresa tiene una capacidad instalada de 438.000 libras, la empresa producirá 99.600 libras, por lo que se está utilizando el 22,74% de la capacidad. La empresa estará ubicada en la parroquia San Antonio, Cantón Paltas, provincia de Loja.
- En el estudio legal se indica que esta empresa estará constituida jurídicamente como Compañía de Responsabilidad Limitada y su razón social será: “MANIRICH “Cía. Ltda. el objeto principal de la compañía será de ofrecer el nuevo producto “Bocadillo de panela, maní y maracuyá” en la ciudad de Loja, el plazo de duración de la empresa es de 5 años de vida útil.
- La inversión total de para la implementación de la nueva empresa es de \$ 39.694,25 la misma que contará con el 40% con capital propio y el 60% con crédito directo al Banco Nacional de Fomento.
- El costo de producción del primer año será de \$139.546,60 dólares para lo cual se obtendrá un ingreso de \$163.583,84 dólares.
- El costo unitario por cada libra de bocadillo es de \$1,40 más el margen de utilidad que es de 14% quedando un precio de venta al intermediario de \$1,60ctv.
- En la evaluación financiera se establece: el Valor Actual Neto de \$45.250,95; Tasa Interna de Retorno de 45,52%; Relación Beneficio Costo es de 1.18 por cada dólar invertido la empresa gana 0.18 centavos de dólar; Periodo de Recuperación de Capital es de 2 años, 6 meses y 21 días; Análisis de Sensibilidad indica que el proyecto soporta un incremento en los costos del 5,65% dando un total del 0.99% y el análisis de sensibilidad en la disminución en los ingresos del 4,83% dando un total del 0.99% por lo cual se considera que el proyecto es factible.

9. Recomendaciones

Luego de haber concluido la presente investigación se recomienda lo siguiente:

- Se recomienda la práctica de este proyecto por los resultados positivos obtenidos así mismo por facilidad de encontrar los recursos financieros, las materias primas, la mano de obra y las instalaciones.
- Efectuar el plan de comercialización con las estrategias propuestas ya que al ser un producto nuevo necesita posicionarse en el mercado lojano
- Se recomienda dar seguimiento a este proyecto con la finalidad de analizar cada parte del mismo que lleva un orden sistemático y profundizar temas correspondientes a la factibilidad.
- Llevar la contabilidad para evitar problemas financieros y falta de liquidez y estar al día con los egresos e ingresos de la empresa.
- Usar las nuevas tecnologías de producción y plataformas digitales de comunicación para posicionamiento en el mercado local y nacional

10. Bibliografía

- Aguirre, J. R. (2021). Importancia de la determinación del punto de equilibrio en proyectos de empresas constructoras. *Ciencia administrativa*, 50-58.
- Amaro, R., Joyo, E., & Ramos, R. (2019). Exportación de bocadillos naturales piuranos a base de caña de azúcar y maní a Estados Unidos. [Universidad Tecnológica del Perú]. (*Tesis de licenciatura*). Universidad Tecnológica del Perú, Lima-Perú. Obtenido de file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Roberto%20Amaro_Erol%20Joyo_Ruth%20Ramos_Trabajo%20de%20Suficiencia%20Profesional_Titulo%20Profesional_2019%20(2).pdf
- Barraza, B. J. (2009). Problemática de conceptos. *Revista de la Facultad de ciencias Contables*, 16, 101. Obtenido de https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/25479/Quipukamayoc10v16n32_2009.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bolaños, L., Briñez, I., & Ramirez, J. (2018). EVALUACIÓN TERMODINÁMICA DE VARIABLES CRÍTICAS EN LA. *Revista Facultad de Ciencias Básicas*, 101-102. Obtenido de <https://revistas.unimilitar.edu.co/index.php/rfcb/article/view/3167/2879>
- Brito, L. A., & Abarca, J. V. (2018). Diseño y construcción de una despulpadora semiautomática para la producción de diferentes pulpas de "fruta tropical y cítricos, para el laboratorio de Ingeniería Agroindustrial. *Universidad Nacional de Chimborazo Facultad de Ingeniería Escuela de ingeniería Agroindustrial*. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/403/1/UNACH-EC-IAGRO-2012-0002.pdf>
- Cañizarez, A., & Jaramillo, E. (2015). *El cultivo del Maracuyá en Ecuador*. Machala: UTMACH.
- Carrillo, D., Vega, V., & Navas, S. (2019). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión* (Primera ed.). Quito: Editorial jurídica del Ecuador.
- Celi, G. (11 de Noviembre de 2020). *GK*. Obtenido de GK: <https://gk.city/2020/11/10/celi-pais-fracasa-emprender/>
- Daft, R. (2011). *Teoría y diseño organizacional* (Décima ed.). México: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V., una Compañía de Cengage Learning, Inc.
- EcuRed. (23 de Enero de 2019). *ecured.cu/Paltas*. Obtenido de [ecured.cu/Paltas](https://www.ecured.cu/Paltas): <https://www.ecured.cu/Paltas>

- Espinoza, M. M. (20 de Noviembre de 2015). PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE BOCADILLOS DE PANELA, MANÍ Y COCO RALLADO, EN EL CANTÓN OLMEDO Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”. 2-3.
- Gutierrez, E. (2020). ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE PANELA EN LA FINCA PLANADAS PERICO YOPAL CASANARE. *Universidad Santo Tomas*, 13.
- Haro, J., & Saltos, I. (2022). *Plan de negocios para la creacion de una empresa de servicio de transporte*. Guayaquil: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/5411/1/T-ULVR-4402.pdf>
- Mazón, L., Villao, D., Núñez, W., & Serranoluyó, M. (2017). Análisis de punto de equilibrio en la toma de decisiones de un negocio: caso Grand Bazar Riobamba-Ecuador. *Revista de Estrategia del Desarrollo Empresarial*, 16-17.
- Miranda, J. J. (2013). *Gestión de Proyectos* (Cuarta ed.).
- Morales, A. M. (2009). *Proyectos de Inversión Evaluación y formulación* . México: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Narváez, O. (2009). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá.
- Orozco, J. d. (2013). *Evaluación financiera de proyectos* (Tercera ed.). Bogotá: ECOE Ediciones.
- Padilla, M. C. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Pasaca, M. E. (2017). *Formulación y Evaluación de proyectos de inversión* (Segunda ed.). Loja: Graficplus.
- PDOT-PALTAS. (2015-2019). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Paltas . Paltas , Loja. Obtenido de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdiagnostico/1160000910001_PDyOT%20%20Cant%C3%B3n%20Paltas%20%20Diagnostico_05-03-2015_10-49-08.pdf
- Ramírez, M. Á. (2008). *Cultivos para la producción sostenible de biocombustibles, una alternativa para la generación de empleos e ingresos*. Honduras: Comunica. Obtenido de <http://www.bibalex.org/search4dev/files/289330/120295.pdf>
- Sapag, N., & Sapag, R. (2008). *Prepaación y evaluación de proyectos* (Quinta ed.). Colombia: McGraw-Hill Interamericana S.A.

- Serrano, F. G. (2020). *Proyectos de inversion*. México: Grupo Editorial Patria,S.A. de C.V.
Obtenido de <https://books.google.es/books?id=zJctEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=true>
- Suarez, K., & Álvaro, G. (2020). Propuesta de formulación de un suplemento alimenticio con fines terapéuticos a base de maní, soya, aceite vegetal y azúcar para la rehabilitación. *Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua*, 17.
- Tayan, C. (2020). *Docsity*. Obtenido de Docsity: <https://www.docsity.com/es/tipos-de-companias-que-existen-en-ecuador/7040504/>
- Torres, J. M. (2020). Importancia nutricional y económica del maní. *Revista de Investigación e Innovación Agropecuaria y de Recursos Naturales* , 115-118.
- Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de proyectos* (Sexta ed.). México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Urbina, G. B. (2016). *Evaluación de Proyectos* . México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. .
- Vigo, V., Vigil, S., Sánchez, M., & Medianero, D. (2018). *Manual de diseño de proyectos de Desarrollo Sostenible* (Segunda ed.). Perú: Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2018-16260.
- Viñan, J., Puente, M., Aválos, J., & Córdova, J. (2018). *Proyectos de inversión: un enfoque práctico*. Riobamba: La Caracola editores.
- Zambrano, M. R. (Marzo de 2015). PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA PRODUCTORA DE "BOCADILLO DE GUAYABA CON PANELA" Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD QUITO, PROVINCIA DE PICHINCHA. 2-3. Loja.

11. Anexos

Anexo 1

Diseño de encuesta para los demandantes

Estimado Sr. (a)

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja, de la carrera de Administración de empresas, con el objetivo de realizar un **ESTUDIO DE PRE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE BOCADILLOS A BASE DE (PANELA, MANÍ Y MARACUYÁ) EN EL CANTÓN PALTAS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA** me dirijo a Usted, para solicitarle de la manera más comedida se digne contestar las siguientes preguntas, toda la información será utilizada con fines académicos.

Correo electrónico

.....

1. Género

Masculino

Femenino

LGTBI

2. ¿Cuál es su Edad?

18 – 28 años

29 – 39 años

40 – 50 años

51- 61 años

62 años o más

3. ¿Consumes bocadillos?

Si

No

4. ¿Compra bocadillos?

Si

No ¿Por qué?

Nota: Si su respuesta es negativa, lo invito a contestar la pregunta N° 11

5. ¿Qué tipo de bocadillos compra?

- Bocadillo con panela y maní
- Bocadillos con azúcar y maní
- Bocadillo de panela, maní y coco rallado
- Bocadillo con chocolate
- Bocadillo con extra maní
- Bocadillo con nuez y almendra
- Bocadillos con panela, maní y maracuyá
- otros (especifique).....

6. ¿Qué cantidad de bocadillo compra trimestralmente?

- 1lb
- 2lb
- 3lb
- 4lb
- 5lb o más

7. ¿Al momento de comprar los bocadillos se ha fijado en la marca o nombre de la empresa?

- Si
- No

Nota: Si su respuesta fue si, puede señalar o enlistar la marca que ha comprado o es de su preferencia.

8. De las marcas señaladas ¿cuál es de su preferencia?

- Tinizarai
- Don Javier
- Dulcería Miraflores
- Miguelito
- No me eh fijado
- Otro (especifique).....

9. ¿Cuánto paga por el bocadillo de su preferencia?

- \$1,25
- \$1,50

() \$2,00

() \$2,10

() \$2,50

10. Seleccione ¿Qué característica del producto considera más importante?

() Cantidad

() Presentación

() Sabor

() Precio

() Marca






11. En el cantón Paltas se pretende implementar una empresa que aproveche la producción de maní, de panela para elaborar bocadillos agregando el exquisito sabor y las múltiples propiedades del maracuyá ¿Estaría dispuesto a comprar el producto?

() Si

() No

Nota: Si su respuesta es negativa, le agradezco su colaboración puede finalizar la encuesta.

12. ¿Qué forma le gustaría que tenga el bocadillo?

13. ¿Cuántas libras de bocadillo de panela, maní y maracuyá comprará mensualmente?

() 1lb

() 2lb

() 3lb

4lb

5 lb

14. ¿En qué lugar le gustaría adquirir los bocadillos de panela, maní y maracuyá?




Tiendas

Mercados

Directamente del productor

Otros (especifique).....

15. ¿Cómo le gustaría el envase del producto? Señale la de su preferencia

 <p>- Cajas de cartón</p>	 <p>- Plástico</p>	 <p>- Fundas de Cartón</p>

16. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir por la compra del producto

Descuentos

Muestras gratis

Producto adicional gratis

Otro (especifique).....

17. ¿Por medio de que Red Social le gustaría obtener información sobre el bocadillo de panela, maní y maracuyá?

Facebook

Instagram

Tik Tok

18. ¿Qué tiempo le dedica a la red Social seleccionada anteriormente?

2 horas

4 horas

6 horas

8 horas o más

19. ¿En qué jornada accede a esta red social?

Mañana

Tarde

Noche

Todo el día

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 2

Encuesta para los Oferentes

Estimado Sr. (a)

Como estudiante de la Universidad Nacional de Loja, de la carrera de Administración de empresas, con el objetivo de realizar un **ESTUDIO DE PRE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA DE BOCADILLOS A BASE DE (PANELA, MANÍ Y MARACUYÁ) EN EL CANTÓN PALTAS Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA** me dirijo a Usted, para solicitarle de la manera más comedida se digne contestar las siguientes preguntas, toda la información será utilizada con fines académicos.

1. ¿Cuál es el nombre de la empresa o RUC?

.....

2. ¿En su empresa se vende Bocadoillos?

() Si

() No

3. ¿Dónde se encuentra ubicada la empresa de Bocadoillos?

.....

4. ¿Qué tipo de bocadoillos usted vende? Y ¿Cuántas libras de bocadoillos vende mensualmente?

	75 lb	400 lb	500lb	600lb	800lb	900 lb	1200 lb
Bocadoillo con panela y maní							
Bocadoillos con azúcar y maní							
Bocadoillo de panela, maní y coco rallado							
Bocadoillo con chocolate							
Bocadoillo con extra maní							

Bocadillo con nuez y almendra							
Bocadillos con panela, maní y maracuyá							

5. ¿Cuántas libras aproximadamente ha vendido en los últimos años?

	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Bocadillo con panela y maní					
Bocadillos con azúcar y maní					
Bocadillo de panela, maní y coco rallado					
Bocadillo con chocolate					
Bocadillo con extra maní					
Bocadillo con nuez y almendra					
Bocadillos con panela, maní y maracuyá					

6. ¿A qué precio vende la libra de Bocadillo?

- 1,25
- 1,50
- 2,00
- 2,10
- 2,50

7. ¿Quiénes son sus clientes?

- Mayoristas
- Minoristas
- Detallistas

8. ¿En que se basa para fijar el precio del bocadillo?

- Costos
- Competencia
- Otro ¿especifique.....

9. ¿Cuál es el envase del producto que ofrece?

- Funda plástica
- Funda de cartón
- Funda Polifan
- Otro (especifique)

10. ¿Qué tipo de promociones ofrece en su negocio?

- Muestras gratis
- Degustaciones
- Descuentos
- Ninguna

11. ¿Por cuales medios publicitarios usted ofrece el producto?

.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 3

Proforma de maquinaria y equipo



Loja, 23 de enero de 2023

PROFORMA

Nombre: Jenifer Campoverde
Ruc: 1150499109
Teléfono: 0987356705
Dirección: Loja - Argelia

CANT.	DETALLE	V. UNIT.	V.TOTAL
1	Marmita en acero inoxidable con capacidad para 200 litros.	\$ 2053.57	\$ 2053.57
1	Tostadora para grano seco con capacidad e 80 a 100 libras con estructura en material mixto.	\$ 1651.79	\$ 1651.79
1	Molino en acero inoxidable importado con motor de 3 hp para sacar diferentes tipos de granos.	\$ 758.93	\$ 758.93
1	Molino industrial importado con motor de 4 hp para sacar diferentes tipos de granos secos.	\$ 785.71	\$ 785.71
1	Mesa de trabajo económica de 110*70*90.	\$ 223.21	\$ 223.21
		SUB TOTAL	\$ 5473.21
		IVA	\$ 656.79
		TOTAL	\$ 6130.00

TIEMPO DE ENTREGA: 15 días laborables

- ✓ La proforma cuenta con servicio de instalación dentro de la ciudad de Loja, capacitación y mantenimiento, además de cubrir con un año de garantía contra defectos de fabricación.
- ✓ Fabricamos nuestros equipos bajo estándares de calidad y buenas prácticas de manufactura (BPM), nuestros terminados están basados en las calidades de las planchas que la ARCSA y Municipio competente solicitan con el afán de pasar revisiones técnicas para la entrega de permisos de funcionamiento.
- ✓ La presente proforma no incluye en ninguna circunstancia obra civil ni acometida eléctrica con caja térmica, breaker, puesta a tierra y protector de voltaje, es importante que la empresa contratante ya tenga disponible todos los elementos anteriormente mencionados para una correcta instalación.

GARANTIA: 1 año contra defectos de fábrica.

VALIDEZ PROFORMA: 20 días laborables.

FORMA DE PAGO: 50% de entrada y 50% contra entrega

CORDIALMENTE
LIC. NATHALY OCHOA
OCHOA HERMANOS-LOJA

Dirección: Av. Pio Jaramillo Alvarado S/N Faraday, sector la Argelia (Fabrica) Lourdes y Avenida Universitaria
(Local Comercial) Teléfonos: 072545049 (Fabrica) 072573471 (Local Comercial) 0989569703 (WhatsApp)
Email:
ochoahermanos_loja@hotmail.com
Loja - Ecuador

Anexo 4

Tabla para el Servicio de Rentas Interna

IMPUESTO A LA RENTA PERSONAS NATURALES

AÑO 2023 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto Fracción Básica	% Impuesto Fracción Excedente
0	11.722	0	0%
11.722	14.930	0	5%
14.930	19.385	160	10%
19.385	25.638	606	12%
25.638	33.738	1.356	15%
33.738	44.721	2.571	20%
44.721	59.537	4.768	25%
59.537	79.388	8.472	30%
79.388	105.580	14.427	35%
105.580	en adelante	23.594	37%

Decreto Ley Orgánica para el Fortalecimiento de la Economía Familiar publicado en el S.R.O 335 de 20/06/2023

AÑO 2022 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto Fracción Básica	% Impuesto Fracción Excedente
0	11.310,00	0	0%
11.310,01	14.410,00	0	5%
14.410,01	18.010,00	155,00	10%
18.010,01	21.630,00	515,00	12%
21.630,01	31.630,00	949,40	15%
31.630,01	41.630,00	2.449,40	20%
41.630,01	51.630,00	4.449,40	25%
51.630,01	61.630,00	6.949,40	30%
61.630,01	100.000,00	9.949,40	35%
100.000,01	en adelante	23.378,90	37%

Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y Sostenibilidad Fiscal tras la pandemia COVID 19 publicada en el S.R.O. 587 de 29/11/2021

AÑO 2021 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto Fracción Básica	% Impuesto Fracción Excedente
0	11.212,00	0	0%
11.212,00	14.285,00	0	5%
14.285,00	17.854,00	154	10%
17.854,00	21.442,00	511	12%
21.442,00	42.874,00	941	15%
42.874,00	64.297,00	4.156	20%
64.297,00	85.729,00	8.440	25%
85.729,00	114.288,00	13.798	30%
114.288,00	En adelante	22.366	35%

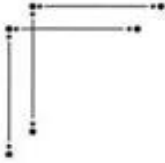
NAC-DGERCGC20-00000077 publicada en el S.R.O. 359 de 29/12/2020

AÑO 2020 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto Fracción Básica	% Impuesto Fracción Excedente
0	11.315,00	0	0%
11.315,01	14.416,00	0	5%
14.416,01	18.018,00	155	10%
18.018,01	21.639,00	515	12%
21.639,01	43.268,00	950	15%
43.268,01	64.887,00	4.194	20%
64.887,01	86.516,00	8.518	25%
86.516,01	115.338,00	13.925	30%
115.338,01	En adelante	22.572	35%

NAC-DGERCGC19-00000063 publicada en el S.R.O. 108 de 26/12/2019

Anexo 5

Certificado de traducción del resumen



unl | Universidad
Nacional
de Loja



Loja, 03 de agosto de 2023

Lic. Marlon Armijos Ramírez Mgs.

**DOCENTE DE 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 Integración Curricular titulado: **Estudio de pre factibilidad para la implementación de una empresa productora de bocadillos a base de (panela, maní y maracuyá) en el cantón Paltas y su comercialización en la ciudad de Loja**, autoría de Jeniffer Mishelle Campoverde Cedeño con CI: 1150499109 de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja.

Lo certifica en honor a la verdad y autorizo a la parte interesada hacer uso del presente en lo que a sus intereses convenga.

Atentamente,



**MARLON RICHARD
ARMIJOS RAMIREZ**

MARLON ARMIJOS RAMÍREZ
DOCENTE DE LA CARRERA PINE-UNL

1031-12-1131340

1031-2017-1905329



Educamos para Transformar

