



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR-LOJA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONOMICAS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
PRODUCTORA DE LICOR ARTESANAL (CAFÉ CON COÑAC) Y SU
COMERCIALIZACION EN LA CIUDAD DE LOJA”**

AUTOR:

ALEXIS DARIO HURTADO ARMIJOS

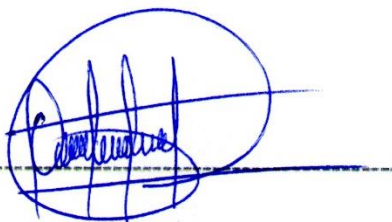
DIRECTORA:

ING. COM. SILVIA JARAMILLO LUZURIAGA. MG. SC.

LOJA-ECUADOR

Yo, **Alexis Darío Hurtado Armijos**, declaro que soy el autor exclusivo de la presente investigación; que no ha sido presentada anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada. Todos los efectos académicos y legales que se desprendan de la presente investigación serán de mi sola y exclusiva responsabilidad.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.



ALEXIS DARIO HURTADO ARMIJOS

Yo, **Ing. Com. Silvia Jaramillo Luzuriaga. Mg. Sc.**, certifico que conozco al autor del presente trabajo siendo él responsable exclusivo tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.



**ING. COM. SILVIA JARAMILLO L. MG. SC.
DIRECTORA DE TESIS**

Al finalizar el presente trabajo de investigación, quiero principalmente agradecer a Dios por regalarme la vida y la salud suficiente para poder llegar hasta este momento de mi formación profesional, ya que sin su bendición nada hubiese sido posible.

A mis padres, quienes con sus enseñanzas diarias han forjado de mí una persona con valores y virtudes, por ser mi bastón de apoyo y por estar siempre presentes en todos los momentos de mi vida. A mi hermano por ser un amigo y confidente en todo este trayecto. A toda mi familia y amigos por sus consejos que sin duda han llenado mi alma y me han motivado siempre.

Agradezco de todo corazón a una mujer muy especial, quien con su valor y entrega ha sido una persona incondicional en mi vida, ha sido mi soporte, mi consejera y mi amiga para seguir siempre adelante

De manera especial a la Ing. Silvia Jaramillo, por su generosidad al brindarme su conocimiento y experiencia científica en la dirección del presente trabajo de tesis, ya que ha sido un aporte invaluable en el desarrollo de la misma.

También quiero agradecer a la Universidad Internacional del Ecuador- Ext. Loja, por brindarme las herramientas necesarias para mi formación académica, así como también a toda la planta docente de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas (FACIADE), por su tiempo y esfuerzo en el aprendizaje de los conocimientos.

ALEXIS DARIO HURTADO ARMIJOS

Dedico este trabajo a Dios por guiarme siempre por el camino del bien, por poner en mi camino personas que me han ayudado a crecer ética y moralmente.

A mis padres Gonzalo y Orfa, porque sin su apoyo esto no sería posible, por su amor infinito e incondicional, por su esfuerzo, por darme todo lo que he necesitado sin que nunca me falte nada. Por darme un hogar en el que siempre ha primado el respeto, el cariño y la humildad.

Son mi inspiración para seguir en mi formación profesional.

A mi hermano y familia ya que siempre han estado presentes en cada paso y momentos de mi formación, por sus consejos y sus palabras de aliento.

A mi novia, por ser uno de los motivos más grandes para continuar este camino de formarme profesionalmente, por apoyarme en todo momento, por su amor y cariño incondicional.

ALEXIS DARIO HURTADO ARMIJOS

Resumen

En el presente proyecto de investigación se presenta un plan de negocios para la implementación de una microempresa para la elaboración de licor artesanal a base de café con coñac denominado “Coffeñac” en la ciudad de Loja.

Para dicha investigación se utilizó como métodos de investigación el: inductivo, deductivo, estadístico y analítico los cuales permitieron dar estructura y cuerpo al presente proyecto, la recolección de datos se hizo a través de la investigación de campo mediante la aplicación de encuestas y la observación directa del comportamiento de los consumidores potenciales frente al producto que se está ofertando.

Las encuestas se realizaron a las 384 familias de la ciudad de Loja y a los intermediarios de productos similares y sustitutos, estos resultados que fueron obtenidos de forma fidedigna permitieron la realización del presente estudio de plan de negocios que está conformado por 4 estudios como son: estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y estudio financiero, los mismos que permitieron realizar los análisis correspondientes para poder determinar la factibilidad de dicho proyecto y mediante los resultados obtenidos poder tomar decisiones acertadas sobre la inversión a realizar y así poder llegar a posteriores conclusiones sobre el emprendimiento.

Las fuentes de información obtenidas para la el marco referencial y el marco conceptual se obtuvieron de fuentes primarias y secundarias, dando contexto a los temas que esta investigación requiere, para poder analizar minuciosamente todos los aspectos necesarios.

Palabras clave: plan de comercialización; estudio de mercado, demanda

Abstract

In this research project a business plan is presented for the implementation of a micro-enterprise for the elaboration of artisan liquor based on coffee with cognac called “Coffeñac” in the city of Loja.

For this research, the following research methods were used: inductive, deductive, statistical and analytical which allowed to give structure and body to this project, data collection was done through field research through the application of surveys and observation direct behavior of potential consumers towards the product that is being offered.

The surveys were carried out to 384 families in the city of Loja and to intermediaries of similar products and substitutes, these results that were obtained in a reliable way allowed the realization of this study of the business plan that is made up of 4 studies such as: study market, technical study, organizational study and financial study, the same ones that allowed to carry out the corresponding analyzes to determine the feasibility of said project and through the results obtained to be able to make correct decisions about the investment to be made and thus be able to reach subsequent conclusions about the product.

The sources of information obtained for the referential framework and the conceptual framework were obtained from primary and secondary sources, giving context to the topics that this research requires, in order to be able to thoroughly analyze all the necessary aspects.

Keywords: marketing plan; market study, demand

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA
PRODUCTORA DE LICOR ARTESANAL (CAFÉ CON COÑAC) Y SU
COMERCIALIZACION EN LA CIUDAD DE LOJA”**

Resumen.....	v
Abstract.....	vi
Índice de gráficos.....	xvii
Índice de ilustraciones.....	xix
Índice de anexos.....	xxi
Introducción.....	1
Fundamentación teórica.....	4
✓ Marco referencial.....	4
✓ Marco conceptual.....	13
Metodología de la investigación.....	24
✓ Métodos.....	24
✓ Técnicas.....	25
✓ Población y tamaño de la muestra.....	27
Capítulo 1.....	2
1. Tabulación, análisis e interpretación de las encuestas aplicadas a las familias y la entrevista realizada a los ofertantes de licores de la ciudad de Loja.....	2
1.1. Encuestas aplicadas a los demandantes del producto en la ciudad de Loja.....	3
1.2. Entrevista a la competencia.....	20
Capítulo 2.....	27

2.	Estudio de mercado.....	27
2.1.	Demanda.....	27
2.1.1.	Proyección de la población	27
2.2.	Análisis de la demanda	29
2.2.1.	¿Demanda potencial	29
2.2.2.	Demanda real.....	29
2.2.3.	Consumo Per cápita.....	30
2.2.4.	Demanda efectiva.....	31
2.3.	Resumen de las demandas	32
2.4.	Análisis de la oferta	32
2.5.	Proyección de la oferta	33
2.6.	Demanda insatisfecha	34
2.7.	Plan de comercialización.....	34
2.7.1.	Producto	34
2.7.2.	Precio.....	36
2.7.3.	Plaza	36
2.7.4.	Promoción	37
2.7.5.	Publicidad.....	37
Capítulo 3.....		42
3.	Estudio técnico.....	42
3.1.	Tamaño del proyecto	42
3.1.1.	Tamaño de la planta	42

3.1.2.	Capacidad instalada.....	43
3.1.3.	Capacidad utilizada	44
3.1.4.	Participación del mercado	45
3.2.	Localización de la planta	46
3.2.1.	Macrolocalización	46
3.2.2.	Microlocalización.....	47
3.3.	Ingeniería del proyecto	48
3.3.1.	Descripción de los recursos para la microempresa de licor artesanal Café con Coñac	49
3.3.2.	Distribución de la planta	61
3.3.3.	Proceso de producción del licor artesanal “Café con Coñac”	63
3.3.4.	Diagrama de procesos	66
Capítulo 4.....		67
4.	Estudio organizacional.....	67
4.1.	Organización legal.....	67
4.1.1.	Acta constitutiva.....	67
4.1.2.	Razón social	76
4.1.3.	Domicilio de la microempresa	76
4.1.4.	Objetivos de la microempresa	77
4.1.5.	Capital social	77
4.1.6.	Tiempo de duración de la microempresa	77
4.2.	Organización administrativa.....	77

4.2.1. Niveles jerárquicos	78
4.2.2. Organigramas	79
4.2.3. Manual de Funciones	82
Capítulo 5.....	88
5. Estudio financiero	88
5.1. Inversiones.....	88
5.1.1. Activos fijos	88
5.1.2. Activos diferidos	97
5.1.3. Activo circulante o capital de trabajo.....	98
5.2. Financiamiento de la inversión.....	114
5.3. Análisis de costos	115
5.3.1. Presupuesto preformado.....	115
5.3.2. Costo unitario de producción	117
5.3.3. Determinación del precio de venta al público (PVP).....	117
5.3.4. Determinación de los ingresos por venta	118
5.3.5. Clasificación de costos	118
5.3.5.1. Costos fijos.....	118
5.3.5.2. Costos variables.....	119
5.3.6. Punto de equilibrio	121
5.3.6.1. Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada	121
5.3.6.2. Punto de equilibrio en función de las ventas.....	122
5.3.7. Estado de pérdidas y ganancias.....	123

Capítulo 6.....	124
6. Evaluación financiera.....	124
6.1. Flujo de caja.....	124
6.2. Valor actual neto.....	125
6.3. Periodo de recuperación del capital.....	125
6.4. Relación beneficio costo.....	126
6.5. Tasa interna de retorno	127
6.5.1. Análisis de sensibilidad con el 25,15% de incremento en los costos.....	128
6.5.2. Análisis de sensibilidad con el -34,72% % de decremento en los ingresos originales.....	130
Conclusiones	131
Recomendaciones	133
Anexos	135
✓ Encuesta	135
✓ Entrevista	138
✓ Tasa de crecimiento poblacional.....	139
✓ IPC, inflación acumulada.....	139
Bibliografía	140

Tabla 1 Requisitos para construir una empresa	18
Tabla 2 Lista de oferentes intermediarios de licores.....	29
Tabla 3 Ingresos mensuales	3
Tabla 4 Consumo de licor	4
Tabla 5 Consume licor de café con coñac.....	5
Tabla 6 Presentación en la que ha consumido café con coñac.....	6
Tabla 7 Calidad de los licores que consume	7
Tabla 8 Características al comprar licor	8
Tabla 9 Lugares en los que adquieren con mayor frecuencia licores	9
Tabla 10 Consumiría el producto licor de café con coñac	10
Tabla 11 Cantidad de botellas de 375ml que consumiría mensualmente	11
Tabla 12 Precio que pagaría por una botella de licor de coñac con café	12
Tabla 13 Lugar donde le gustaría encontrar el producto	13
Tabla 14 Medios de comunicación por los que le gustaría conocer del producto	14
Tabla 15 Emisoras de preferencia.....	15
Tabla 16 Canales de preferencia	16
Tabla 17 Diarios de preferencia.....	17
Tabla 18 Hojas volantes frecuencia de entrega.....	18
Tabla 19 Redes sociales de preferencia	19
Tabla 20 Conoce empresas productoras de licor en la ciudad de Loja	20
Tabla 21 Vende licor con sabor a coñac con café.....	21
Tabla 22 Licor con mayor demanda	22
Tabla 23 Cantidad de licor que vende mensualmente.....	23

Tabla 24 Precio de la botella de coñac con café de 375ml	24
Tabla 25 Lugar de adquisición.....	25
Tabla 26 Medios de comunicación que emplea	26
Tabla 27 Proyección de familias 2019 - 2024.....	28
Tabla 28 Demanda potencial.....	29
Tabla 29 Demanda real	30
Tabla 30 Consumo per cápita.....	30
Tabla 31 Demanda Efectiva.....	32
Tabla 32 Resumen de las demandas	32
Tabla 33 Oferta	33
Tabla 34 Proyección de la oferta.....	33
Tabla 35 Demanda Insatisfecha	34
Tabla 36 Producción anual.....	44
Tabla 37 Capacidad Instalada	44
Tabla 38 Capacidad utilizada.....	45
Tabla 39 Participación en el mercado	46
Tabla 40 Personal administrativo y ventas	58
Tabla 41 Personal Operativo.....	58
Tabla 42 Muebles y enseres de oficina	58
Tabla 43 Equipo de oficina	59
Tabla 44 Útiles de aseo	59
Tabla 45 Útiles de oficina	59
Tabla 46 Equipo de computo	60

Tabla 47 Materia prima directa.....	61
Tabla 48 Materia prima indirecta.....	61
Tabla 49 Maquinaria y Equipo.....	89
Tabla 50 Depreciaciones de maquinaria y equipo	89
Tabla 51 Herramientas, muebles y enseres de producción	90
Tabla 52 Depreciación herramientas, muebles y enseres de producción.....	90
Tabla 53 Utensilios	91
Tabla 54 Depreciación de Utensilios	91
Tabla 55 Equipo de oficina	92
Tabla 56 Depreciación Equipo de oficina.....	92
Tabla 57 Equipo de computación.....	93
Tabla 58 Depreciación Equipo de computación	93
Tabla 59 Depreciación de la reinversión equipo de computación	93
Tabla 60 Muebles y enseres de administración	94
Tabla 61 Depreciación de muebles y enseres de administración.....	94
Tabla 62 Vehículo.....	95
Tabla 63 Depreciación del vehículo.....	95
Tabla 64 Resumen de las depreciaciones de activos fijos	96
Tabla 65 Resumen de activos fijos	96
Tabla 66 Activos diferidos.....	97
Tabla 67 Amortización del activo diferido	97
Tabla 68 Materia prima directa.....	99
Tabla 69 Incremento materia prima directa.....	99

Tabla 70 Mano de obra directa primer año sin fondos de reserva	100
Tabla 71 Mano de obra directa con fondos de reserva a partir del segundo año	101
Tabla 72 Incremento mano de obra directa e indirecta	101
Tabla 73 Materia prima indirecta.....	102
Tabla 74 Incremento de la materia prima indirecta	102
Tabla 75 Servicios básicos.....	103
Tabla 76 Incremento de los servicios básicos.....	103
Tabla 77 Indumentaria del personal de producción.....	104
Tabla 78 Incremento de la indumentaria del personal	104
Tabla 79 Sueldo personal administrativo sin fondos de reserva.....	105
Tabla 80 Sueldo personal administrativo con fondos de reserva.....	106
Tabla 81 Incremento personal administrativo.....	106
Tabla 82 Sueldo personal de ventas primer año sin fondos de reserva.....	107
Tabla 83 Sueldo del personal de ventas con fondos de reserva.....	107
Tabla 84 Incremento personal de ventas.....	108
Tabla 85 Útiles de oficina	109
Tabla 86 Incremento útiles de oficina.....	109
Tabla 87 Útiles de aseo	110
Tabla 88 Incremento útiles de aseo.....	110
Tabla 89 Publicidad	111
Tabla 90 Incremento publicidad	111
Tabla 91 Arriendo	112
Tabla 92 Incremento arriendo.....	112

Tabla 93 Combustible y mantenimiento	112
Tabla 94 Incremento combustible y mantenimiento.....	113
Tabla 95 Resumen del activo circulante o capital de trabajo.....	113
Tabla 96 Resumen de activos.....	114
Tabla 97 Financiamiento.....	115
Tabla 98 Amortización del crédito.....	115
Tabla 99 Presupuesto preformado o proyectado.....	116
Tabla 100 Costo unitario de producción	117
Tabla 101 Costo unitario de venta al público	118
Tabla 102 Ingresos por ventas	118
Tabla 103 Clasificación de los costos	120
Tabla 104 Ingresos ventas totales, Costos fijos, Costos variables y costos totales.....	121
Tabla 105 Estado de pérdidas y ganancias.....	123
Tabla 106 Flujo de caja.....	124
Tabla 107 Valor actual neto	125
Tabla 108 Periodo de recuperación del capital	126
Tabla 109 Relación beneficio costo	127
Tabla 110 Tasa interna de retorno (TIR)	127
Tabla 111 Análisis de sensibilidad, incremento 25,15%	128
Tabla 112 Análisis de sensibilidad, con el -34,72% de decremento en los ingresos	130

Índice de gráficos

Gráfico 1 Ingresos mensuales	3
Gráfico 2 Consumo de licor	4
Gráfico 3 Consume licor de café con coñac	5
Gráfico 4 Presentación en la que ha consumido café con coñac	6
Gráfico 5 Calidad de los licores que consume	7
Gráfico 6 Características al comprar licor	8
Gráfico 7 Lugares en los que adquiere licor	9
Gráfico 8 Consumiría café con coñac	10
Gráfico 9 Cantidad que consumiría	11
Gráfico 10 Precio que pagaría.....	12
Gráfico 11 Puntos de venta	13
Gráfico 12 Medios de comunicación de preferencia	14
Gráfico 13 Emisoras de preferencia.....	15
Gráfico 14 Canales de preferencia	16
Gráfico 15 Diarios de preferencia.....	17
Gráfico 16 Hojas volantes frecuencia de entrega.....	18
Gráfico 17 Redes sociales de preferencia	19
Gráfico 18 Conoce empresas productoras de licor en Loja	20
Gráfico 19 Vende licor con sabor a coñac con café.....	21
Gráfico 20 Licor con mayor demanda	22
Gráfico 21 Cantidad de licor que vende.....	23
Gráfico 22 Lugar de adquisición.....	25

Gráfico 23 Medios de comunicación que emplea 26

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Planta de café	5
Ilustración 2 Tallo y ramas	6
Ilustración 3 La hoja.....	7
Ilustración 4 Las Flores	8
Ilustración 5 El Fruto.....	9
Ilustración 6 Slogan.....	35
Ilustración 7 Logotipo	35
Ilustración 8 Canales de distribución	36
Ilustración 9 Cuña publicitaria	38
Ilustración 10 Hoja Volante	39
Ilustración 11 Flyer prensa	40
Ilustración 12 Flyer redes sociales	41
Ilustración 13 Macrolocalización del proyecto - Mapa de la ciudad de Loja	47
Ilustración 14 Microlocalización.....	48
Ilustración 15 Fermentador	49
Ilustración 16 Embotelladora	50
Ilustración 17 Tostadora de café	51
Ilustración 18 Molino de café.....	52
Ilustración 19 Mesa acero inoxidable.....	53
Ilustración 20 Densímetro	54
Ilustración 21 Medidor de pureza del agua	55
Ilustración 22 Guantes nitrilo	56

Ilustración 23 Mascarillas	56
Ilustración 24 Delantal de trabajo	57
Ilustración 25 Distribución de la planta	62
Ilustración 26 Simbología diagrama de procesos.....	66
Ilustración 27 Diagrama de procesos para elaboración de Licor artesanal	66
Ilustración 28 Organigrama estructural de la microempresa.....	79
Ilustración 29 Organigrama funcional de la microempresa	80
Ilustración 30 Organigrama posicional de la microempresa.....	81

Índice de anexos

Anexo 1 Encuesta a la ciudadanía	135
Anexo 2 Entrevista a la competencia.....	138
Anexo 3 Tabla de crecimiento poblacional	139
Anexo 4 Inflación acuamulada	139

Introducción

En el mundo la incidencia del consumo de bebidas alcohólicas en las reuniones sociales cada vez es más frecuente, lo que ha originado que las personas busquen diferentes tipos de bebidas para su entretenimiento personal y social, esto ha encadenado en el incremento de las importaciones de bebidas alcohólicas lo cual le genera al País grandes salidas de dinero que perjudican las arcas fiscales del estado ecuatoriano así como también la evasión de impuestos en el Ecuador es una problemática que ha provocado que diferentes productos ingresen al país por la vía del contrabando con la finalidad de no pagar los aranceles aduaneros que rigen en la ley orgánica de aduanas, esto debido a que las personas buscan formas de disminuir costos y competir dentro del mercado ecuatoriano con precios más bajos a los de sus competidores.

Dentro de este contexto se sitúa la presente investigación para la implementación de una microempresa de licor artesanal de “café con coñac”, la cual se inclina al aprovechamiento de materias primas, mano de obra nacional y recursos propios de la nación, que permita la generación de nuevas fuentes de trabajo. Ofreciendo a los ciudadanos un producto diferente, que ayude a que el consumidor elija lo nuestro y de esta manera evitar que el dinero que se genera dentro del país salga por el consumo de bebidas importadas.

Este proyecto de tesis consta de un resumen en el que se expone de forma resumida que fue lo que se estudió la forma en la que se lo hizo y a lo que se llegó en cuanto a resultados; también tiene una introducción en la que se explica cuáles fueron las causas y motivos, por las que se decidieron realizar la investigación.

Otra parte importante del presente trabajo es la elaboración del marco referencial e el que se habla todo acerca del café, licor artesanal, etc., en el marco referencial en cambio se recopiló diferentes conceptos sobre todo lo esencial de un plan de negocios, microempresa, oferta, demanda, organización y toda la información necesaria y requerida para tener como base y apoyo para la ejecución de dicho proyecto.

La metodología es otro apartado de este trabajo investigativo en el que se expone los métodos y técnicas usadas para la recopilación de datos, uso y análisis de los mismos que sirvieron como parte fundamental de la información que se encuentra descrita en el proyecto.

Para el desarrollo de la tesis fue necesario abordar 6 capítulos divididos de la siguiente manera:

- **Capítulo 1:** aquí se realizó un análisis, e interpretación exhaustiva de las 384 encuestas a las familias y 9 entrevistas a los competidores, aplicadas como técnicas de recolección de datos para poder poner en práctica la metodología inductiva, deductiva y estadística con los diferentes resultados obtenidos para conocer la aceptación y gustos sobre el licor artesanal de café con coñac.
- **Capítulo 2 :** en este capítulo realizó un estudio de mercado completo en el que se analizó la demanda, para conocer la demanda potencial, real, actual y efectiva ; también se hizo un análisis de la oferta, los promedios de ventas y la proyección para finalmente poder conocer cuál es la demanda insatisfecha dentro del mercado de licor artesanal café con coñac; dentro del mismo capítulo se puso en práctica un plan de comercialización que consta a detalle del producto, precio, plaza y promoción de “Coffeñac”.
- **Capítulo 3:** comprende un estudio técnico eficaz para detallar el tamaño del proyecto, cuál será su capacidad instalada, y la que se va a utilizar en cada año de vida de la empresa, la participación que con la capacidad utilizada se va a lograr dentro del

mercado, la localización adecuada y estratégica del proyecto, y su ingeniería en general para conocer los recursos humanos, materiales y económicos que la microempresa Coffeñac necesita.

- **Capítulo 4:** En el cuarto capítulo de la tesis, se realizó un estudio organizacional muy detallado en cuanto a la organización legal de la microempresa, como su razón social, el domicilio en el cual estará ubicada, los objetivos, el capital social y su tiempo de duración definido; también se hace mención de la organización administrativa en la que se explica el funcionamiento de la microempresa en cuanto a niveles jerárquicas, el número de puestos y los manuales de funciones de cada uno de ellos.
- **Capítulo 5:** Dentro de este apartado se realiza el estudio financiero que nos permitió conocer el valor de las inversiones para los activos, fijos, diferidos y circulantes, así como el financiamiento de los mismos. Se analizó también los costos de la microempresa, los presupuestos, el costo y precio de venta al público del licor artesanal de café con coñac; el punto de equilibrio en cuanto a ventas y capacidad instalada, y se analizó el estado de pérdidas y ganancias del ejercicio económico con presupuesto proyectado a 5 años.
- **Capítulo 6:** en este capítulo se realiza una completa evaluación financiera para conocer los flujos de caja de la microempresa, el VAN, el tiempo del periodo de recuperación del capital que se invirtió al inicio, la relación costo beneficio por cada dólar invertido, la tasa interna de retorno y los análisis de sensibilidad; todas estas evaluaciones permitieron conocer la rentabilidad económica del proyecto de inversión a corto y largo plazo.

Fundamentación teórica

✓ Marco referencial

Antecedentes históricos del Licor

La destilación era ya una técnica conocida en China alrededor del año 800 a.C. empleándose para obtener alcoholes procedentes del arroz. También se han encontrado textos en el Antiguo Egipto que describen la destilación para capturar esencias de plantas y flores. Como anécdota, se cree que una tal María egipcia fue la inventora del conocido Baño María. En cualquier caso, se sabe que la destilación era ya conocida en la Antigua Grecia y en la Antigua Roma. (Verema, 2012)

El Café

El café es una bebida que se obtiene a partir de mezcla en agua caliente de granos tostados de la planta de café (*Coffea* de la familia Rubiaceae conocida como cafeto).

A pesar de que comercialmente es la bebida número uno del mundo se estima que un tercio de la población mundial la consume. Su popularidad se debe básicamente a su efecto vigorizante, tonificante y estimulante, consecuencia de la presencia de la cafeína en aproximadamente un 0.75% al 1.5% del peso. La cafeína actúa en este caso como estimulante y diurético actuando sobre el sistema nervioso central, corazón, venas, arterias y riñones. (Macek, 2017)

Historia del café

La historia del café empieza en el Cuerno de África, en Etiopía, donde el cafeto tuvo su origen probablemente en la provincia de Kaffa. Hay varios relatos, imaginativos, pero poco probables, acerca de cómo se descubrieron los atributos del grano tostado de café. Cuenta uno de ellos que a un pastor de cabras etíope le asombró el animado comportamiento que

tenían las cabras después de haber mascado cerezas rojas de café. Lo que se sabe con más certeza es que los esclavos a los que se llevaba de lo que es hoy el Sudán a Yemen y Arabia a través del gran puerto de aquel entonces, Moca, sinónimo ahora con el café, comían la succulenta parte carnosa de la cereza del café. De lo que no cabe duda es que el café se cultivaba en el Yemen ya en el siglo XV y es probable que mucho antes también. (ICO, 2019)

Ilustración 1 Planta de café



Fuente: Vanegas, F. (31 de abril de 2016). Taxonomía del café. Obtenido de Coffee Media: <https://www.yoamoelcafedelcolombia.com/2016/08/31/taxonomia-del-cafe/>

Taxonomía del café

El autor (Vanegas, 2016), en el sitio web Coffe Media nos presenta la taxonomía del café en sus diferentes formas:

El café pertenece a la familia de las Rubiáceas y al género *Coffea*. Existen numerosas especies de café y diferentes variedades de cada especie. Las especies más importantes comercialmente pertenecientes al género *Coffea*, son conocidas como *Coffea arábica* Linneo (conocida como Arábica o Arábiga) y *Coffea canephora* Pierre Ex Froehner (conocida como Robusta).

- **La raíz**

Las raíces desempeñan un papel fundamental en el crecimiento y la producción del cafeto. La raíz es el órgano por medio del cual la planta se ancla al suelo y absorbe y transporta el agua y los minerales esenciales para su crecimiento. (Arcila Pulgarín, 2015)

- **Tallo y ramas**

Ilustración 2 Tallo y ramas



Fuente: Davids, K. (29 de Junio de 2009). *Características Morfológicas* . Obtenido de Coffea Diversa: <http://es.coffeaversa.com/cafe-villa-sarchi/>

El tallo o tronco y las ramas primarias forman el esqueleto del cafeto. Para (Vanegas, 2016) Los aspectos más sobresalientes de la morfología aérea de la planta del café tienen que ver con dos tipos de brotes:

- ✓ Ortotrópicos, que crecen verticalmente y comprenden el tallo principal y los chupones.
- ✓ Plagiotrópicos, que crecen horizontalmente y comprenden las ramas primarias, secundarias y terciarias.

En los nudos del tallo principal se encuentran varios tipos de yemas:

- ✓ Las que dan origen a las ramas primarias.
- ✓ Los chupones que son el potencial de brote de la zoca y permanecen mientras se conserve el cogollo del tallo principal.
- ✓ Otras yemas que forman flores.
- **La Hoja**

Ilustración 3 La hoja



Fuente: Cancela, M. (2019). *Compuestos fenólicos para la salud*. Obtenido de PPC plantasparacurar.com: <https://www.plantasparacurar.com/no-solo-el-cafe-tiene-propiedades-sus-hojas-tambien/>

La hoja es un órgano fundamental en la planta porque en ella se realizan los procesos de fotosíntesis, transpiración y respiración. En las ramas, un par de hojas aparece cada 15 ó

20 días aproximadamente. Independiente de la densidad de siembra, un cafeto de un año de edad tiene 440 hojas en promedio. A partir del segundo año de edad, la densidad de siembra, al igual que la condición de sol o sombra, influyen notablemente en la cantidad de hojas por planta. Las hojas duran en un cafetal alrededor de un año. La duración de las hojas se reduce con la sequía, con las altas temperaturas y con una mala nutrición.

(Vanegas, 2016)

- **Las Flores**

Ilustración 4 Las Flores



Fuente: Nithisakunman, D. (16 de Diciembre de 2019). *Café Flor del árbol con flores de color blanco cerca de vista*. Obtenido de 123RF: https://es.123rf.com/photo_22156900_caf%C3%A9-flor-del-%C3%A1rbol-con-flores-de-color-blanco-cerca-de-vista.html?fromid=a004djFpS3ZRajZBd3JnRUI5Q0gzUT09

(Arcila Pulgarín, 2015) en su libro *Sistemas de producción* nos aclara que “Una flor de café posee los cuatro tipos de estructuras que caracterizan a una flor completa y perfecta: dos

estructuras estériles que son el cáliz y la corola, y dos estructuras fértiles que son los carpelos (ovario – estilo - estigma) y los estambres.

El proceso de formación de las flores del cafeto puede durar de 4 a 5 meses, donde se presentan las siguientes etapas:

- ✓ Iniciación floral y diferenciación.
- ✓ Un corto período de latencia.
- ✓ Renovación rápida del crecimiento del botón floral.
- ✓ Apertura de las yemas.
- **El fruto**

Ilustración 5 El Fruto



Fuente: Vanegas, F. (31 de Abril de 2016). *Taxonomía del café*. Obtenido de Coffee Media: <https://www.yoamoelcafedecolombia.com/2016/08/31/taxonomia-del-cafe/>

Como resultado de la unión del grano de polen con el óvulo se forman el fruto y las semillas y en el desarrollo del fruto del café se distinguen cuatro periodos que se mencionarán a continuación en base al documento de autoría de (Vanegas, 2016)

- ✓ Primer periodo:
 - Es una etapa donde hay muy poco crecimiento en tamaño y peso del fruto.
 - Va desde la fecundación hasta la sexta semana.
- ✓ Segundo periodo:
 - En esta etapa el fruto crece rápidamente en peso y volumen.
 - Se necesita el agua, de lo contrario el grano se queda pequeño, hay secamiento, caída de frutos y se presenta el “grano negro”.
 - También es denominada como la etapa de formación del grano lechoso.
 - Va desde la sexta a la décima sexta semana después de la fecundación.
- ✓ Tercer periodo:
 - El crecimiento exterior del fruto casi no se nota.
 - Se da una gran demanda de nutrientes.
 - Se endurece la almendra.
 - Si falta agua, el fruto no termina de formarse bien y se produce el grano averanado.
 - Va de la décima sexta a la vigésima séptima semana después de la fecundación.
- ✓ Cuarto periodo:
 - Es la época de maduración o cambio de color del fruto.
 - Va de la vigésima- séptima a la trigésima- segunda semanas después de la fecundación.

- **Valor nutricional del café**

En un apartado de la revista ABC- España (Garrido, 2015) afirma que el café con moderación tiene muchos beneficios debido a su valor nutricional aquí descrito:

✓ **Minerales**

El más abundante es el potasio, con una cantidad de unos 40-80 mg por taza, que supone entre el 1-2% de la ingesta diaria. Otros minerales presentes por taza son el magnesio (24 mg), sodio (1 mg), calcio (2 mg), hierro (0,1 mg) y fósforo (4 mg).

✓ **Vitaminas**

En el grano verde de café se encuentran de tipo B1, B2, B5, vitamina C y E, pero con el tostado se pierden. Sin embargo, el niacina, un tipo de vitamina B, se obtiene cuando el grano se calienta.

✓ **Energía**

La cantidad es casi despreciable, unas 2 Kcal por taza.

✓ **Fibra**

El café contiene polisacáridos no digeribles que se consideran fibra dietética. El contenido en una taza de café puede variar entre 0,14 a 0,65 gr/100 ml y es mayor en el Arábica que en el Robusta.

✓ **Antioxidantes**

La máxima actividad antioxidante se encuentra en el café medianamente tostado. Los extractos de café Robusta presentan una actividad antioxidante superior a los del café Arábica.

✓ **Cafeína**

Sustancia estimulante del sistema nervioso central y un diurético. Cada taza de café contiene entre 50 y 100 mg.

Caña de azúcar

Según Aguirre (2010), citado por (Cobeña & Loor, 2016) en su trabajo de titulación la “caña de azúcar es una gramínea de clima tropical; es utilizada principalmente en la industria alimentaria como materia prima para realizar una extensa variedad de productos, entre ellos, el más importante es el azúcar de mesa y todos sus derivados”

Componentes del jugo de caña de azúcar

De acuerdo a varias investigaciones realizadas por distintos autores se puede llegar a la conclusión que el jugo de caña tiene algunos componentes que son muy beneficiosos para la salud, es así que el autor (Jimenez & Nicolás Gonzalez, 2014) en su artículo de revista afirma que el componente principal del jugo de caña de azúcar es

La sacarosa y en relación con ello se han dado a conocer valores de energía digestible tan altos como 15.35 kJ/g de masa seca, explicando, por lo tanto, su alta digestibilidad (González et al., 2006). El jugo de caña contiene entre 15 y 20% de sólidos totales, de los cuales alrededor del 80% son azúcares solubles, principalmente sacarosa, es libre de contenido fibroso y bajo en proteína por lo que es una fuente básicamente energética. Se considera que el jugo de caña de azúcar es 3.8 veces más energético que un cereal (Solís-Fuentes et al., 2010).

Etapas del cultivo de la caña de azúcar

La caña de azúcar tiene esencialmente cuatro fases de crecimiento según lo expresa (Aguilar, 2015) citado por (Allen, 2006, Humbert, 1974).” en su ficha técnica del cultivo de caña de azúcar: “a) fase de establecimiento germinación y emergencia, ya sea en plantación o en rebrote o retoños de los cuales crecerán nuevos tallos , b) Ahijamiento, formativa o reposo fisiológico, c) crecimiento rápido, y c) maduración y cosecha”

✓ Marco conceptual

Plan de negocios

Estudio de la información donde se describe un negocio, se analiza la situación del mercado y se establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias que serán implementadas, tanto para la promoción como para la fabricación del producto; contiene entre sus puntos principales la evaluación sistemática e integral del proyecto y un análisis de factibilidad ((Prieto Sierra, 2017), p.240).

Estructura del plan de negocio

En el libro “Emprendimiento Conceptos y plan de negocios” de (Prieto Sierra, 2017) nos detalla la posible estructura con la que debe contar un plan de negocios:

- **Resumen Ejecutivo**

El resumen ejecutivo es aquel en el que se describe de manera clara que se va a realizar en una empresa que se desea crear, dando a conocer una visión global de lo que realizara dicha empresa. Para poder elaborar el resumen ejecutivo debemos abordar ciertos puntos como: datos principales del negocio, descripción del producto, detalles que justifiquen la necesidad de crear una organización que proporcione el producto que se pretende desarrollar, cual es la parte innovadora, cuáles son nuestras ventajas competitivas, que objetivos queremos alcanzar, cuáles serán las estrategias que se tomaran, la inversión requerida, el grado de afectación al ambiente que nuestra empresa provocara y el retorno de inversión.

- **Concepto de negocio, antecedentes**

- ✓ **Valor al cliente:** Conjunto de elementos básicos que componen al producto (bien o servicio) en función de las necesidades del usuario (p.252).

- ✓ **Oportunidades en el mercado:** Descripción detallada de las características o condiciones que facilitarían la introducción del producto (p.252)
 - ✓ **Innovación:** Exposición precisa, clara y contundente sobre la innovación de la empresa (p.252).
 - ✓ **Viabilidad:** Análisis sobre el potencial éxito del proyecto en función de información objetiva proveniente de encuestas, estadísticas y otros estudios (p.252).
 - ✓ **Rentabilidad:** Beneficio que se obtendrá a partir de la implementación del negocio, puede ser representada mediante porcentajes (p.252)
- **Descripción del producto, bien o servicio**

“Para describir el producto que la empresa ofrecerá, es necesario pensar desde el punto de vista del Usuario o cliente: Cuál es la diferencia que le brindaremos respecto a la oferta ya existente” (Prieto Sierra, 2017), p.252).

- **Misión y visión de la empresa**

Las empresas y negocios se crean pensando en lo que quieren llegar a ser y representar, tienen una razón de existir o una misión que lograr, Thomas Watson Jr., quien fuera presidente de IBM, definió la misión como: “Un sólido conjunto de creencias sobre el cual la empresa basa todas sus políticas y actitudes; considero que el único factor importante en el éxito de una empresa es el apego fiel a esas creencias” (Prieto Sierra, 2017), p.254)

Investigación de mercado

“Investigación de mercados es la planeación, recolección y análisis de datos relevantes para la toma de decisiones de marketing y comunicación de los resultados de este análisis a la dirección” (McDaniel & Gates, 2015), p.4).

Demanda

“La cantidad demandada de un bien o producto determinado es la cantidad del mismo que están dispuestos a adquirir los compradores” (Mankiw, 2015), p.67).

Ley de la demanda

“La ley de la demanda dice que, si el precio de un bien sube, su cantidad demandada bajará, y que, si el precio de un bien baja, su cantidad demandada aumentará” (Espinosa, 2017), p.46).

Demanda de mercado

“La demanda de mercado o demanda global es la suma de las demandas del bien que cada persona en forma individual ejerce; así, sumando lo que cada persona demanda del bien se obtiene la demanda de mercado de ese bien” (Espinosa, 2017), p.47).

Demanda potencial

La demanda potencial es la cantidad máxima demandada posible dentro del mercado, que se podría dar para uno o varios productos, el objetivo de determinar la demanda potencial de un producto o servicio es ayudarnos a pronosticar o determinar cuál será la demanda o nivel de ventas de nuestro negocio (Gama, 2014)

Demanda efectiva

“La demanda efectiva es la cantidad de productos que los consumidores están dispuestos a adquirir dentro del mercado, en un precio y momento específico” (Westreicher, 2019)

Demanda insatisfecha

Se refiere aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y puede ser cubierta con una oferta pensada para ese mercado desatendido. La demanda insatisfecha puede presentarse cuando la demanda es mayor a la oferta en un mercado, por la dificultad de acceder a los productos o servicios, la falta de satisfacción con los beneficios de los productos o servicios

actuales, problemas con los precios, localización no adecuada, ente otros ((Burbano, 2015), p.19).

Consumo per cápita

Como consumo per cápita se conoce el consumo total (de productos, de alimentos, de agua, de energía, etc.) de un país o región dividido por el número de sus habitantes en determinado periodo de tiempo. Es un indicador que permite medir y analizar los índices de consumo en una población

Oferta

“La cantidad ofrecida de cualquier bien o servicio es la cantidad que los vendedores quieren y pueden vender” ((Mankiw, 2015), p.73).

Ley de oferta

“La relación directa entre precio y cantidad ofrecida se conoce como la ley de la oferta, y dice que, si el precio aumenta, la cantidad ofrecida aumentará, y que, si el precio disminuye, la cantidad ofrecida también sería mayor” ((Espinosa, 2017), p.49).

Estrategias de comercialización

La estrategia comercial que se defina para el proyecto deberá basarse en cuatro decisiones fundamentales que influyen individual y globalmente en la composición del flujo de caja del proyecto. Tales decisiones se refieren a las estrategias de: producto, precio, promoción y distribución ((Sapag, Sapag, & Sapag, 2014), p.52).

Producto

Es todo aquello tangible que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición o consumo para satisfacer una necesidad. Es necesario establecer las estrategias que permitan llegar al cliente, el contar con una buena elección de productos y que sean de calidad es

fundamental para el éxito de cualquier organización. Es importante detallar todos los aspectos del producto; calidad, diferenciación, valor agregado, al igual que definir los proveedores de los mismos. ((Burbano, 2015), p.24).

Precio

El precio es la cantidad de dinero que se paga por un producto o servicio. Los precios de la empresa están basados en los costos de materia prima, mano de obra, costos de producción, costos de promoción, distribución y un margen de ganancia: Para determinar un precio adecuado se debe analizar: Capacidad de pago del cliente, costos de producto, plaza y promoción, utilidad que se desea obtener y precios de los productos de la competencia ((Burbano, 2015), p.25).

Plaza

La plaza define cómo y dónde comercializar el producto o el servicio que se ofrece al cliente, considera el manejo efectivo del canal de distribución, debiendo lograrse que el producto llegue al lugar adecuado, en el momento adecuado y en las condiciones adecuadas ((Burbano, 2015), p.25).

Promoción

Se busca definir las estrategias comerciales y presentar las formas en que la empresa pretende vender su producto y conquistar a sus clientes, mantener el interés de los mismos y aumentar la demanda. Para ello también se analiza los métodos de comercialización, políticas de precios, canales de distribución y estrategias de promoción y publicidad, así como las proyecciones de ventas ((Burbano, 2015), p.25).

Estudio técnico

En el libro Preparación y evaluación de proyectos de (Sapag, Sapag, & Sapag, 2014) nos dicen que: “El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esta área” (p. 32).

Ingeniería del proyecto

“El estudio de ingeniería del proyecto detalla lo concerniente al proceso de producción, determina las inversiones requeridas, y define la instalación y funcionamiento de la planta” (Murcia et al., 2019), p. 136).

Base legal

“Al iniciar un proyecto de inversión es pertinente elegir una sociedad mercantil que regirá a los asociados para que cada uno conozca las reglas del juego en las cuales fundamentan sus relaciones ante la sociedad conformada y ante terceros” (Murcia et al., 2019), p.244).

Requisitos para constituir una empresa

Tabla 1 Requisitos para construir una empresa

Pasos	Actividad	Institución
1	Reserva un nombre	Superintendencia de Compañías
2	Elabora el estatuto social	Abogado
3	Abre una cuenta de integración	Banco
4	Eleva una escritura pública al estatuto social	Notario
5	Aprueba el estatuto	Superintendencia de Compañías
6	Publica la resolución aprobatoria	Diario Nacional

7	Obtén los permisos municipales	Municipio
8	Inscribe tu compañía	Registro mercantil
9	Nombra a los representantes de la empresa	Compañía
10	Obtén los documentos habilitantes	Superintendencia de Compañías
11	Inscribe el nombramiento del representante	Registro Mercantil
12	Obtén el RUC	SRI
13	Obtén la carta para el banco	Superintendencia de Compañías

Fuente: (LexPro, 2019)

Elaborado por: El autor

Estructura organizacional

Según (Robbins & Timothy, 2009) Una estructura organizacional define el modo en que se dividen, agrupan y coordinan los trabajos de las actividades. Hay seis elementos clave que los directivos necesitan atender cuando diseñen la estructura de su organización:

- ✓ **Especialización del trabajo:** La esencia de la especialización del trabajo es que en vez de que un trabajo completo sea hecho por un individuo, se descompone en cierto número de etapas para que cada una de éstas las efectúe una persona (p.519).
- ✓ **Departamentalización:** Una vez que se han dividido los puestos por medio de la especialización del trabajo, es necesario agruparlos de modo que se coordinen las tareas comunes. La base para agrupar los puestos se llama departamentalización (p.521).
- ✓ **Cadena de mando:** La cadena de mando es una línea ininterrumpida de autoridad que desciende del máximo nivel de la organización al escalón más bajo, y aclara quién reporta a quién (p.522).

- ✓ **Extensión de control:** Es importante porque determina en gran medida el número de niveles y gerentes que tiene una organización. Si todo lo demás permanece igual, entre más amplia o profunda sea la extensión, más eficiente es la organización (p.523).
- ✓ **Centralización:** El término centralización se refiere al grado en que la toma de decisiones está concentrada en un solo punto de la organización (p.524).
- ✓ **Formalización:** La formalización se refiere al grado en que se encuentran estandarizados los puestos en una organización. Si un puesto está muy formalizado, entonces en el trabajo respectivo hay una cantidad mínima de libertad para lo que se hace, cuándo se hace y cómo se hace (p.524).

Organigrama

En este apartado, (Wehrich, Cannice, & Koontz, 2017) nos dice que el organigrama “Indica cómo se vinculan los departamentos a lo largo de las principales líneas de autoridad”. (p.273)

Estudio económico y financiero

“Consiste en determinar la rentabilidad comercial del proyecto a precios del mercado. Es decir, se requiere medir lo que el proyecto gana o pierde desde el punto de vista comercial-financiero” ((Murcia et al., 2019), p.327).

Costos

Se define como los aquellos gastos en los que hay que incurrir para producir un

Bien o servicio, se pueden dividir en directos o indirectos, fijos o variables. Los costos

directos se entienden por aquellos en los que se incurre para la producción o elaboración de

un producto o para la prestación de un servicio, mientras que los costos indirectos en los que

se tiene que incurrir, pero no directamente para la producción de un bien o un servicio. Los costos fijos son aquellos que dependen del número de servicios o productos producidos y los cuales tienden a ser constantes, por su lado los costos variables son los que varían dependiendo del número de productos o servicios producidos ((Toro, 2010), p.16).

Ingresos

Un ingreso se produce cuando el patrimonio de la empresa aumenta, y este incremento no se debe a nuevos aportes de los socios; es decir, que el ingreso es “el precio o valor que se recibe por la venta de bienes o servicios ((Mendoza & Ortiz, 2017), p.119)

Gastos

Toda empresa, ya sea de prestación de servicios, comercial o manufacturera, para operar normalmente necesita adquirir ciertos bienes y servicios, como la mano de obra, los servicios públicos, etc. La empresa incurre en un gasto cuando obtiene una contraprestación real del exterior, es decir, cuando recibe alguno de estos bienes o servicios ((Mendoza & Ortiz, 2017), p.119).

Evaluación financiera

Para (Murcia et al., 2019) la evaluación financiera “consiste en determinar la rentabilidad comercial del proyecto a precios del mercado. Es decir, se quiere medir lo que el proyecto gana o pierde desde el punto de vista comercial – financiero” (p.327).

Flujo de efectivo

Para (Cantú & Andrade, 2014) el flujo de efectivo es un informe en el cual se incluyen las entradas y salidas de efectivo que tuvo una compañía en un periodo de operaciones para determinar el saldo o flujo neto de efectivo al final de ese tiempo.

- **Entradas de efectivo:** son los recursos provenientes de transacciones como ventas al contado, cobranza y aportaciones de los socios, entre otros (p.138).
- **Salidas de efectivo:** Son desembolsos que se realizan por transacciones como compras al contado, pago de cuentas por pagar y pago de gastos, entre otros (p.138).

Estado de resultados

El estado de resultados resume los resultados de las operaciones de la compañía referentes a las cuentas de ingresos y gastos de un determinado periodo. Del estado de resultados se obtiene los resultados de las operaciones para determinar si se ganó o perdió en el desarrollo de estas. ((Cantú & Andrade, 2014) p.135).

Valor actual neto (VAN)

Es el indicador que da a conocer si un proyecto incrementara el monto de inversión inicial. Si el Van es una cifra positiva significa que la empresa incrementara su valor al aumentar el capital que se invirtió para su creación; si el resultado es negativo, el negocio tendrá reducidas sus utilidades. Finalmente, si el VAN es 0 entonces la organización no vera cambios significativos en su valor al no incrementar ni reducir sus ganancias ((Prieto Sierra, 2017), p.160)

Tasa interna de retorno (TIR)

Es el método más popular para evaluar proyectos, estima la tasa interna de retorno; la cual se define como la tasa de descuento a la cual la sumatoria del valor presente de todos los flujos netos es igual a la inversión inicial del proyecto. Se denomina tasa interna porque depende únicamente de los flujos del proyecto y no de las tasas de interés del mercado. Es el método tradicional para comunicar de manera simple el rendimiento de una inversión o un proyecto ((Izar, 2016), p.170).

Relación beneficio costo

“Criterio de evaluación que establece la relación entre los recursos asignados y los objetivos alcanzados” (Murcia et al., 2019), p.134).

Periodo de recuperación de la inversión (PRI)

“Este indicador cuantifica la liquidez de un proyecto de inversión y permite apreciar el riesgo del mismo a corto plazo” (Prieto Sierra, 2017), p.160)

Metodología de la investigación

En el desarrollo de la presente investigación sobre el tema “Plan de negocios para la creación de una microempresa productora de licor artesanal (café con coñac) y su comercialización en la ciudad de Loja”, se utilizó métodos y técnicas que existen dentro de la investigación científica, tales como:

✓ **Métodos**

✓ **Inductivo**

Para (Estela, 2019) el método inductivo es un proceso utilizado para poder sacar conclusiones generales partiendo de hechos particulares. Es el método científico más usado. El inductivismo va de lo particular a lo general. Es un método que se basa en la observación, el estudio y la experimentación de diversos sucesos reales para poder llegar a una conclusión que involucre a todos esos casos. La acumulación de datos que reafirmen nuestra postura es lo que hace al método inductivo.

En la presente investigación el método inductivo permitió realizar los diferentes estudios que conllevaron a la obtención de las características del mercado y a la segmentación que la bebida licor “café con coñac” tiene en el mercado de la ciudad de Loja.

✓ **Deductivo**

“El método deductivo es un tipo de razonamiento usado para aplicar leyes o teorías a casos singulares. Es el método utilizado en las ciencias formales, como la lógica y la matemática.

Además, el razonamiento deductivo es clave en la aplicación de leyes a fenómenos particulares que se estudian en la ciencia” (Arrieta, 2018).

La elaboración, construcción y redacción de las conclusiones y recomendaciones que se obtuvieron en esta investigación, se las construyeron partiendo de los resultados obtenidos en la recolección de datos como la encuesta y entrevista, hacen parte del método deductivo; he ahí la importancia de dicho método en el presente trabajo investigativo.

✓ **Estadístico**

Este método permitió el análisis y la interpretación de los datos recolectados, a través de la aplicación de los diferentes métodos y técnicas de recolección de información necesaria para obtener las diferentes conclusiones del presente proyecto.

✓ **Técnicas**

✓ **Observación directa**

(Niño Rojas, 2019) en su libro afirma que la observación directa “Implica mirar atentamente una cosa, una persona o ser vivo, un fenómeno o una actividad, percibir e identificar sus características, formas y cualidades, registrarlas mediante algún instrumento (o al menos en la mente), organizarlas, analizarlas y sintetizarlas” p. 62

Gracias a la observación directa aplicada, se pudo observar el variable comportamiento que tienen las personas como consumidores y clientes potenciales de la microempresa, se logró conocer cómo reaccionan ante el consumo de productos similares al que se quiere posicionar dentro del mercado lojano.

✓ **Entrevista**

Se trata de una técnica de recolección de datos, normalmente de tipo oral, basada en preguntas y respuestas entre el investigador y los participantes para recoger las opiniones y puntos de vista de dichos participantes o, eventualmente, según objetivos, intercambiar con ellos en algún tema en concreto (Niño Rojas, 2019)

La entrevista realizada a las 9 diferentes microempresas intermediarias para el expendio de licores similares dentro del mercado lojano, ha permitido conocer, informarse, y determinar los diferentes métodos de publicidad, precio, las cantidades de oferta que ya existen en el mercado y como la gente y el público en general reacciona frente a estas.

Toda esta información recopilada mediante esta técnica de recolección de permitió determinar mediante el método deductivo e inductivo si, el producto que se encuentra en proyectos de implementación, tiene acogida dentro del mercado y si realmente va a poder competir con el resto y logrará cubrir cierta demanda insatisfecha de los consumidores lojanos.

✓ **Encuestas**

Dentro del libro metodología de la investigación de (Niño Rojas, 2019) afirma que la encuesta “permite la recolección de datos que proporcionan los individuos de una población, o más comúnmente de una muestra de ella, para identificar sus opiniones, apreciaciones, puntos de vista, actitudes, intereses o experiencias, entre otros aspectos, mediante la aplicación de cuestionarios” p.64.

Las encuestas que se aplicaron dentro del presente proyecto estuvieron dirigidas a las 384 familias lojanas, que en promedio constan de cuatro integrantes, según la información de conocimiento público expuesta y obtenida mediante el Censo Nacional realizado en 2010, dicho

tamaño de la muestra se lo obtuvo realizando primeramente una proyección del 2,65% que corresponde a la tasa de crecimiento poblacional y se lo calcula en base al último dato de habitantes proporcionado por el Censo que corresponde a 180617 hab en el 2010, y que con dicha proyección al 2019 actualmente existen 228554 hab. Y luego se procedió a aplicar la fórmula del tamaño poblacional con la población finita y nos dio como resultado las 384 familias encuestadas;

Las encuestas realizadas permitieron definir la aceptación y comportamiento de los consumidores frente al licor artesanal (café con coñac), y permitió obtener toda la información relevante en cuanto a precio, tamaño, calidad, lugares de compra y publicidad que los futuros clientes potenciales esperan recibir del nuevo producto.

✓ **Población y tamaño de la muestra**

✓ **Población**

El segmento de estudio que se determinó para el presente proyecto de investigación está delimitado por los habitantes de la ciudad de Loja, en base a ello tomando los datos del último censo poblacional realizado en el 2010, por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), la ciudad de Loja cuenta con **180.617** habitantes, dicha cantidad dividida para el número promedio de integrantes, que según los datos oficiales son 4 integrantes por familia, nos da **45.154** familias para el año **2010**. Conforme a los datos del INEC, la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Loja es del 2,65%, la misma que permitió hacer la proyección, utilizando la respectiva fórmula para el año 2019 en la que se obtuvo **228.554** habitantes, utilizando la misma cantidad de integrantes, para el año 2019 existen **57.139** familias.

✓ **Tamaño de la muestra para determinar los demandantes**

Luego de conocer la población a la cual se va a dirigir la presente investigación, procedemos a determinar el tamaño de la muestra, para la cual se tomó los datos que se obtuvo de la proyección de familias en la ciudad de Loja para el año 2019 que es de **57.139** familias. Para la cual aplicamos la siguiente fórmula matemática:

Fórmula:

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

Simbología:

n =Tamaño de la muestra

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

p = **0,5** Probabilidad de que el evento ocurra

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

N = Población (**63.661**)

e² = 5% margen de error **0,05 (5%)**

Desarrollo de la fórmula:

$$n = \frac{(1,96)^2 x (228554) x (0,5) x (0,5)}{(0,05)^2(228554 - 1) + (1,96)^2 x 0,5 x 0,5}$$

$$n = \frac{219503.2616}{572.3429} =$$

n = 384 encuestas a las familias

✓ Distribución de la muestra

La encuesta aplicada se realizó dentro del área urbana de la ciudad de Loja, que comprende las 6 parroquias que existen en dicha ciudad, por lo que las encuestas aplicadas se distribuyeron de la siguiente manera:

PARROQUIAS URBANAS	NÚMERO DE ENCUESTAS
El Sagrario	71
Sucre	71
El valle	71
San Sebastián	71
Punzara	50
Carigan	50
TOTAL	384

✓ Tamaño de la muestra para determinar los oferentes

La entrevista se realizará a la competencia e intermediarios, como son las licoreras y supermercados de Loja

Tabla 2 Lista de oferentes intermediarios de licores

N°	NOMBRE DE LOS INTERMEDIARIOS DE LICORES
1	Yerovi
2	Mercamax
3	Puerta del Sol
4	Zerimar
5	Supermercado "Rocío"
6	Mercatoa
7	Licorera el lugar de Moe
8	Vinos y licores del sur
9	Amavi y distribuidora de licores

Fuente: Municipio de Loja

Elaborado por: El autor

Capítulo 1

En el presente capítulo se expone los resultados de las encuestas aplicadas a las 384 familias que se obtuvieron del tamaño muestral, las encuestas aplicadas permitieron conocer algunas variables que son de vital importancia para el desarrollo de la presente investigación, esto se pudo llevar a cabo mediante un banco de preguntas debidamente estructurado. Las familias encuestadas respondieron con veracidad acorde a sus gustos y preferencias que tienen a la hora de adquirir un producto. También se pudo conocer la posible aceptación que puede tener el producto que se está implementando en el presente proyecto.

En este apartado también se encuentra la entrevista realizada a 9 oferentes de licores en la ciudad de Loja, el análisis y la interpretación de datos brindados permiten conocer la oferta, calidad, precio, sabor, presentación, etc., que existe de productos sustitutos.

1. Tabulación, análisis e interpretación de las encuestas aplicadas a las familias y la entrevista realizada a los ofertantes de licores de la ciudad de Loja.

1.1. Encuestas aplicadas a los demandantes del producto en la ciudad de Loja

1. ¿Cuál es el nivel de ingresos mensuales en su familia?

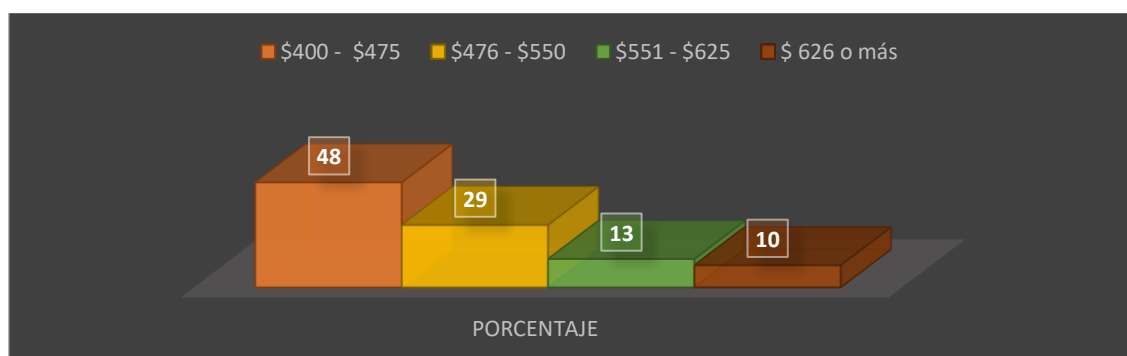
Tabla 3 Ingresos mensuales

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$400 - \$475	185	48%
\$476 - \$550	110	29%
\$551 - \$625	50	13%
\$ 626 o más	39	10%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: El autor

Gráfico 1 Ingresos mensuales



Fuente: Tabla N° 3

Elaborado por: El autor

ANALISIS E INTERPRETACION

En la encuesta aplicada a las personas de la ciudad de Loja, podemos observar que el 48% de las personas encuestadas tienen ingresos mensuales de \$400 a \$475, el 29% cuenta con ingresos de \$476 a \$550, mientras que el 13% con ingresos de \$551 a \$625 y el 10% percibe ingresos superiores a los \$ 626.

En el análisis de la gráfica se puede identificar que existen un porcentaje mayor de familias que perciben ingresos de \$400 a \$475, lo cual nos indica que la mayoría de personas tienen un salario básico, y que por ende pueden destinar una parte de su salario para gastarlo en la compra del licor de “café con coñac”.

2. ¿Consumen usted y su familia licores? (Si su respuesta es negativa pase a la pregunta numero 8)

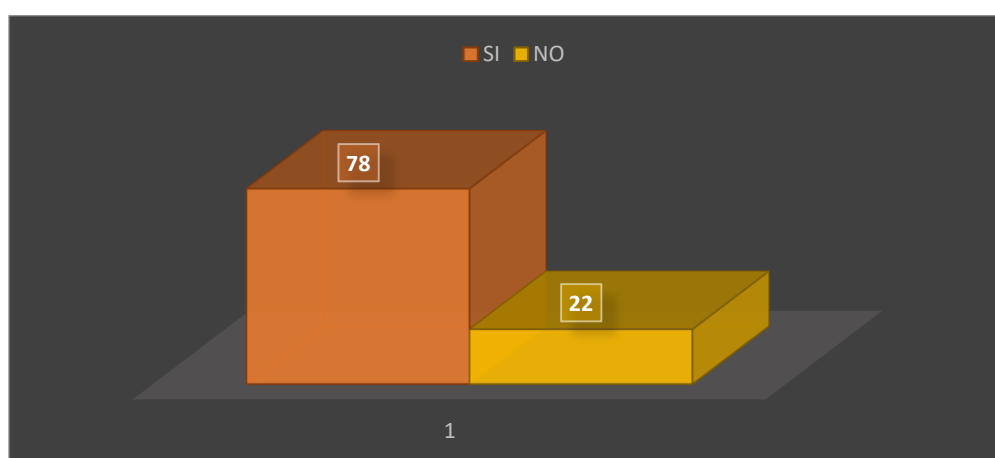
Tabla 4 Consumo de licor

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	300	78%
NO	84	22%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: El autor

Gráfico 2 Consumo de licor



Fuente: Tabla N° 4

Elaborado: El autor

ANALISIS E INTERPRETACION

Con un total de 384 familias encuestadas en la ciudad de Loja hemos obtenido que el 78% que representan 300 familias encuestadas consumen licor mientras que tan solo el 22% que representan 84 familias se abstiene del consumo de bebidas alcohólicas.

En esta grafica podemos observar que las familias en la ciudad de Loja tienen un elevado consumo de bebidas alcohólicas, ya sea esto por su cultura, tradiciones, fechas festivas, lo que es favorable para la producción y comercialización del licor de café con coñac “Coffeñac”.

3. ¿Consume usted licor de café con coñac?

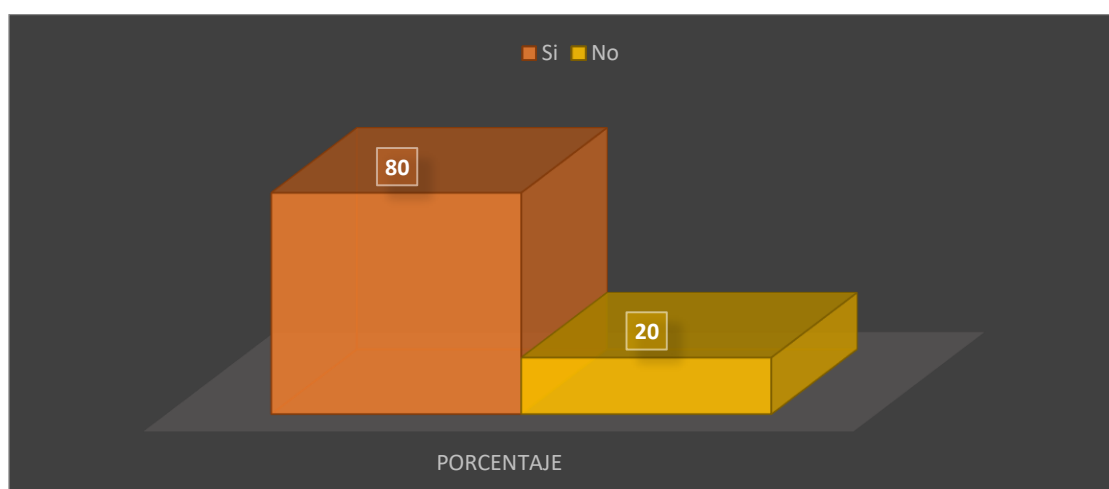
Tabla 5 Consume licor de café con coñac

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	239	80%
No	61	20%
TOTAL	300	100%

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: El autor

Gráfico 3 Consume licor de café con coñac



Fuente: Tabla N° 4

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja, el 80% de familias respondieron que han consumido el licor de café con coñac, mientras que tan solo el 20% no han consumido.

La interpretación de estos datos nos permite conocer que las familias de la ciudad de Loja consumen productos elaborados de licor de café con coñac, por lo que nuevamente con la encuesta se arroja un resultado favorable para la idea de negocio.

4. ¿En qué presentaciones usted ha consumido el coñac con café?

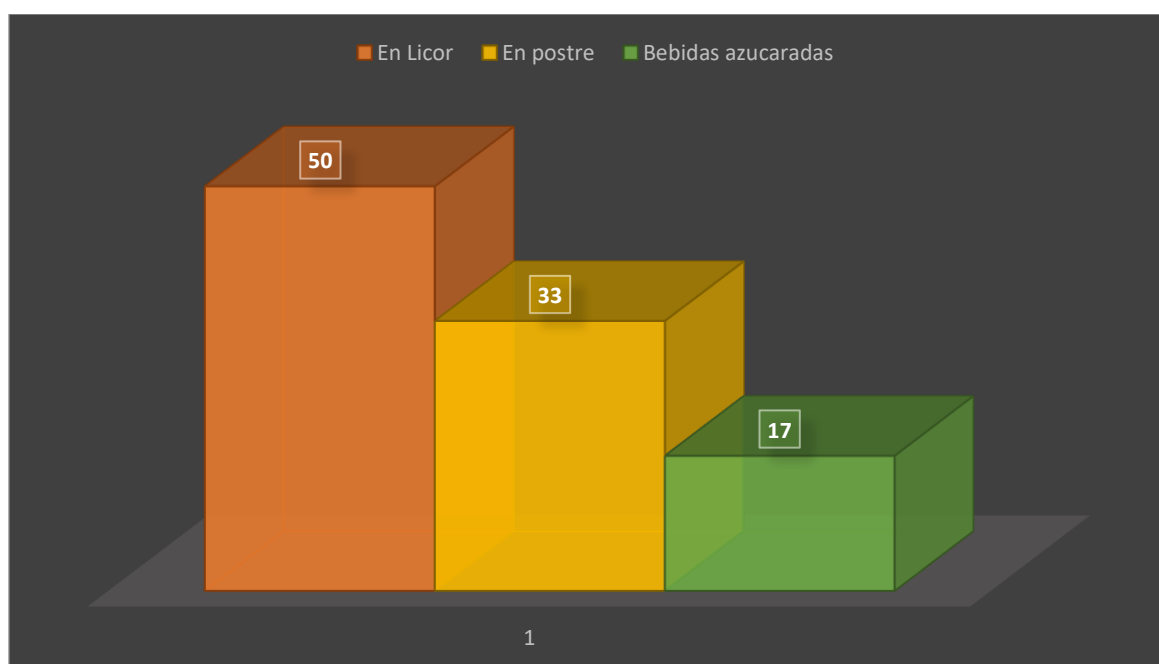
Tabla 6 Presentación en la que ha consumido café con coñac

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
En Licor	150	50%
En postre	100	33%
Bebidas azucaradas	50	17%
TOTAL	300	100%

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: El autor

Gráfico 4 Presentación en la que ha consumido café con coñac



Fuente: Tabla N° 5

Elaborado por: El autor

ANALISIS E INTERPRETACION

En la encuesta formulada a las familias lojanas se ha visto conveniente preguntar las presentaciones en las que se ha consumido café con coñac, de las cuales el 50% de las familias a respondido que ha consumido en licor, el 33% en postre y el 17% en bebidas azucaradas.

5. ¿La calidad de los licores de café con coñac que consume usted son?

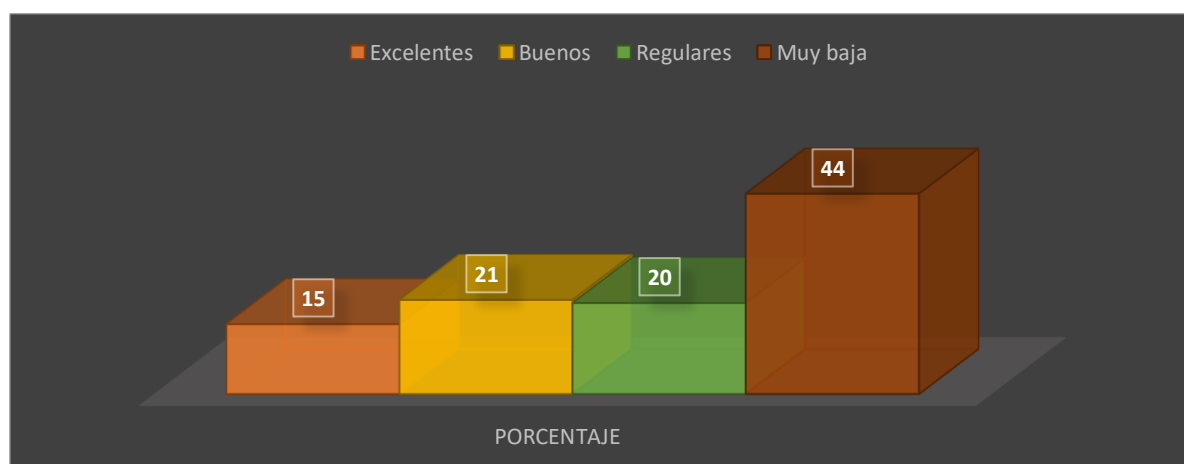
Tabla 7 Calidad de los licores que consume

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelentes	23	15%
Buenos	31	21%
Regulares	30	20%
Muy baja	66	44%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: El autor

Gráfico 5 Calidad de los licores que consume



Fuente: Tabla N° 7

Elaborado: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACION

En la encuesta aplicada a las familias se obtuvo que 150 familias han consumido licor de café con coñac, las mismas que han respondido acerca de la calidad de este producto, respondiendo el 15 % de familias que la calidad ha sido excelente, el 21% de calidad buena, el 20% de una calidad regular y el 44% a consumido el producto antes mencionado de calidad muy baja.

En el análisis de esta grafica podemos extraer que la calidad del producto en el que se basa esta investigación está siendo comercializado con estándares de calidad regulares, lo cual nos guía a que nuestro producto debe producirse con estándares de calidad superiores a los de la competencia.

6. ¿Al momento de comprar licor, qué características toma en cuenta?

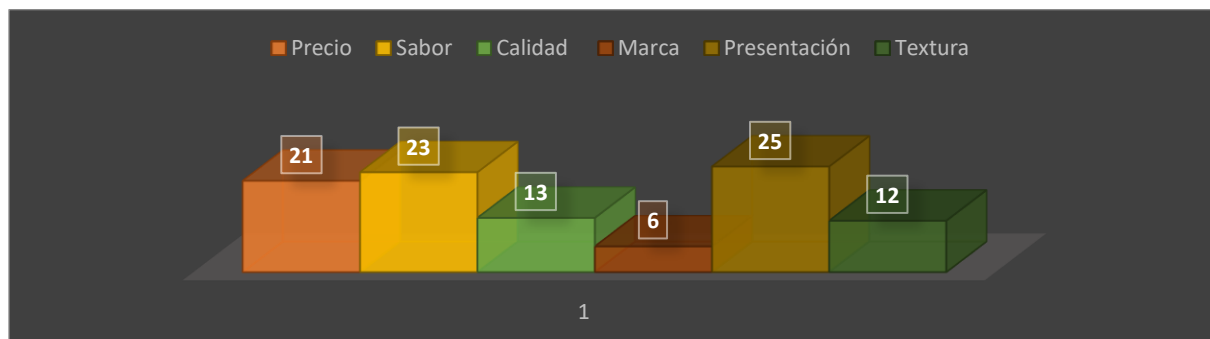
Tabla 8 Características al comprar licor

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	32	21%
Sabor	35	23%
Calidad	19	13%
Marca	9	6%
Presentación	37	25%
Textura	18	12%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: El autor

Gráfico 6 Características al comprar licor



Fuente: Tabla N°8

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACION

Las familias que han consumido licor de café con coñac, al adquirirlo fijan su atención en algunas características que debe reunir el producto es por ello que el 21% de familias encuestadas han respondido que al momento de adquirir el licor de café con coñac la primera característica que ven es el precio, el 23% en el sabor, el 13% se fijan en la calidad, el 6% piensa que la marca es la característica más importante, el 25% se fija en la presentación que tiene el producto y el 12% piensa que al probar el producto la textura debe ser adecuada.

Los datos obtenidos en esta grafica permite hacer el análisis de que los consumidores en la ciudad de Loja son exigentes al momento de adquirir un producto ya que para hacer la

adquisición se fijan mucho en las cualidades que tiene el producto, pero con mayor importancia se fijan en el precio y el sabor que tiene el producto.

7. ¿En dónde adquiere usted los licores con mayor frecuencia?

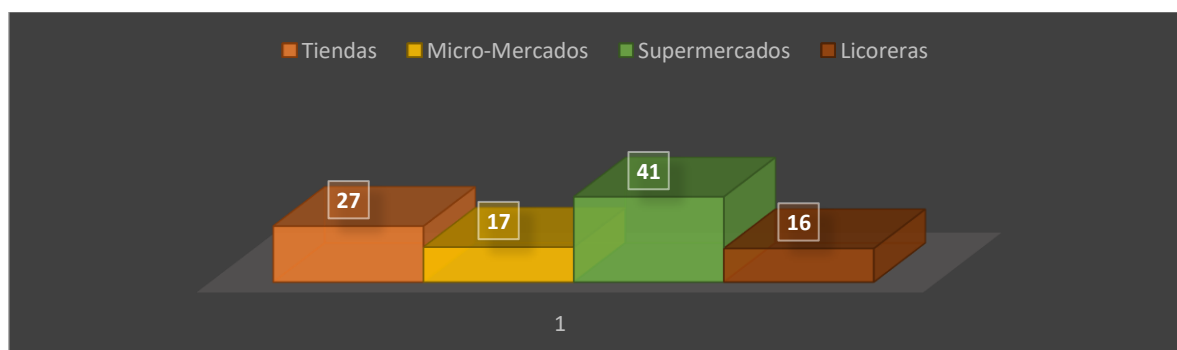
Tabla 9 Lugares en los que adquieren con mayor frecuencia licores

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas	40	27%
Micro-Mercados	25	17%
Supermercados	61	41%
Licoreras	24	16%
TOTAL	150	100%

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: El autor

Gráfico 7 Lugares en los que adquiere licor



Fuente: Tabla N° 9

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La pregunta realizada a las 150 personas que han consumido licor de café con coñac ha permitido conocer los lugares de preferencia que tienen las familias lojanas para adquirir dicho producto, es por ello que el 27% de familias adquieren el producto con mayor frecuencia en tiendas, el 17% en micro-mercados, el 41% en supermercados y el 16% en licoreras.

Esta grafica nos permite analizar cuáles son los puntos de venta que las personas prefieren, y a cuáles se debe prestar mayor atención para poder comercializar nuestro producto en la ciudad de Loja.

8. Si en la ciudad de Loja, se establece una empresa de producción y comercialización de licor de café con coñac ¿Ud. compraría y consumiría el producto?

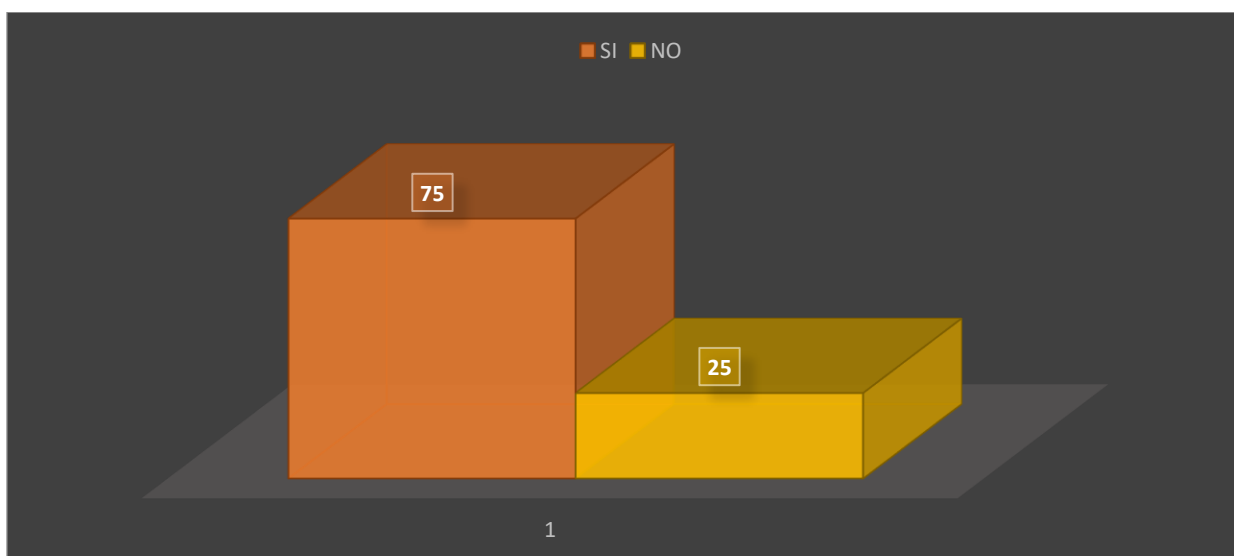
Tabla 10 Consumiría el producto licor de café con coñac

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	289	75%
NO	95	25%
TOTAL	384	100%

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: El autor

Gráfico 8 Consumiría café con coñac



Fuente: Tabla N° 10

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de 384 encuestas aplicadas a las familias lojanas, se ha obtenido que el 75% de familias de la ciudad de Loja si consumiría el producto café con coñac que va a ser producido y comercializado en dicha ciudad, mientras que el 25% de familias respondió que no consumiría dicho producto.

Estos datos permiten analizar la aceptación que puede tener nuestro producto dentro del mercado que se maneja en la ciudad de Loja.

9. ¿Qué cantidad de botellas de licor de 375ml consumiría mensualmente?

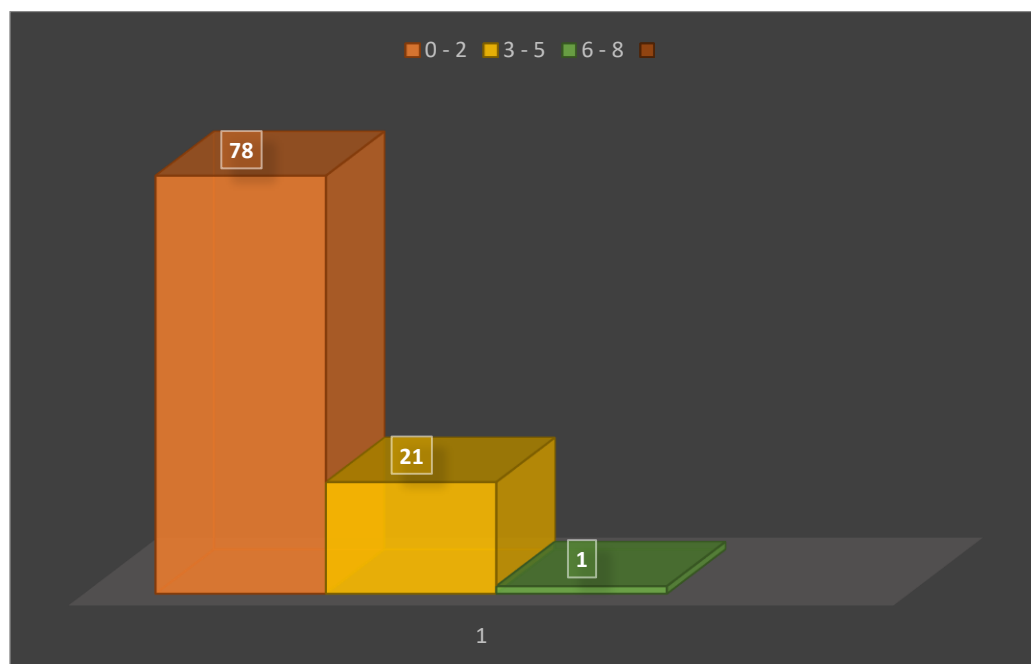
Tabla 11 Cantidad de botellas de 375ml que consumiría mensualmente

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
0 – 2	225	78%
3 – 5	60	21%
6 – 8	4	1%
TOTAL	289	100%

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: El autor

Gráfico 9 Cantidad que consumiría



Fuente: Tabla N° 11

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de 289 familias que respondieron que, si consumirían el producto café con coñac en presentación de 375ml, detallaron que: el 78% consumiría mensualmente de 0 a 2 botellas, el 21 % consumiría de 3 a 5 botellas y tan solo el 1% consumiría de 6 a 8 botellas.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la botella de coñac con café de 375ml?

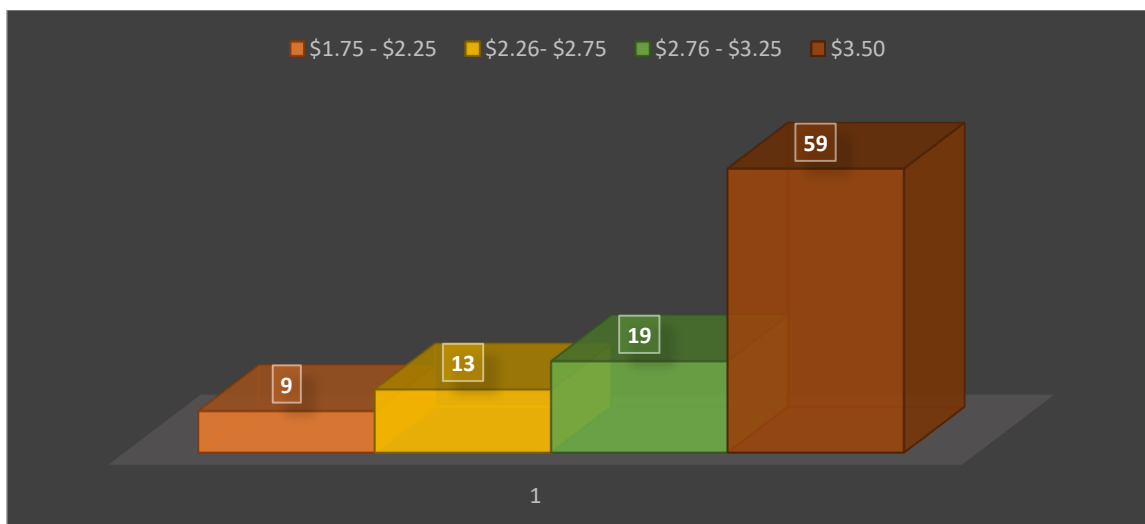
Tabla 12 Precio que pagaría por una botella de licor de coñac con café

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$1.75 - \$2.25	25	9%
\$2.26- \$2.75	38	13%
\$2.76 - \$3.25	55	19%
\$3.50	171	59%
TOTAL	289	100%

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: El autor

Gráfico 10 Precio que pagaría



Fuente: Tabla N° 12

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestas realizadas el 9 % de familias estaría dispuesta a pagar por el producto café con coñac de \$1.75 a \$2.25, el 13% de \$2.26 a \$2.75, el 19% de \$2.76 a \$3.25 y el 59% estaría dispuesto a pagar \$3.50.

Con estos datos podemos analizar que las familias de la ciudad de Loja no buscan el producto más económico, sino un producto con precio mediano pero que el producto cumpla con ciertas características descritas en la pregunta número 5.

11. ¿En dónde le gustaría encontrar las botellas de coñac con café de 375ml?

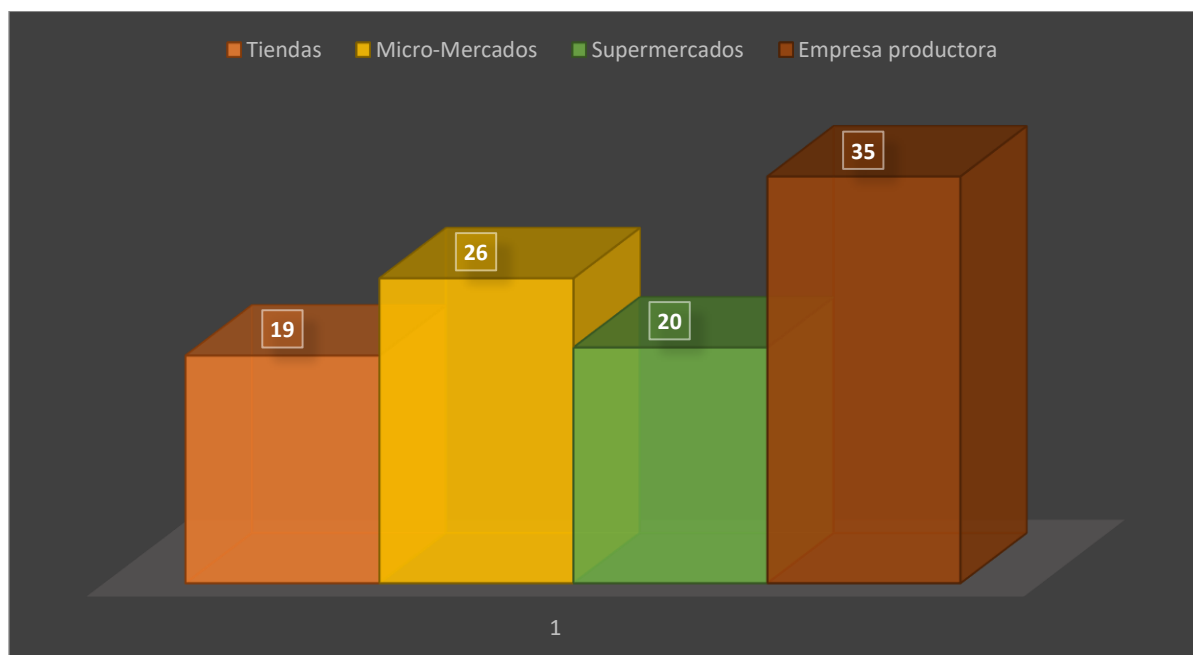
Tabla 13 Lugar donde le gustaría encontrar el producto

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas	56	19%
Micro-Mercados	75	26%
Supermercados	58	20%
Empresa productora	100	35%
TOTAL	289	100%

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: El autor

Gráfico 11 Puntos de venta



Fuente: Tabla N° 13

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los lugares de preferencia que tienen las personas para adquirir nuestro producto son con el 19% las tiendas, el 26% en micro-mercados, el 20% en supermercados y el 35% en la empresa productora

12. ¿A través de qué medios le gustaría conocer el producto a elaborarse?

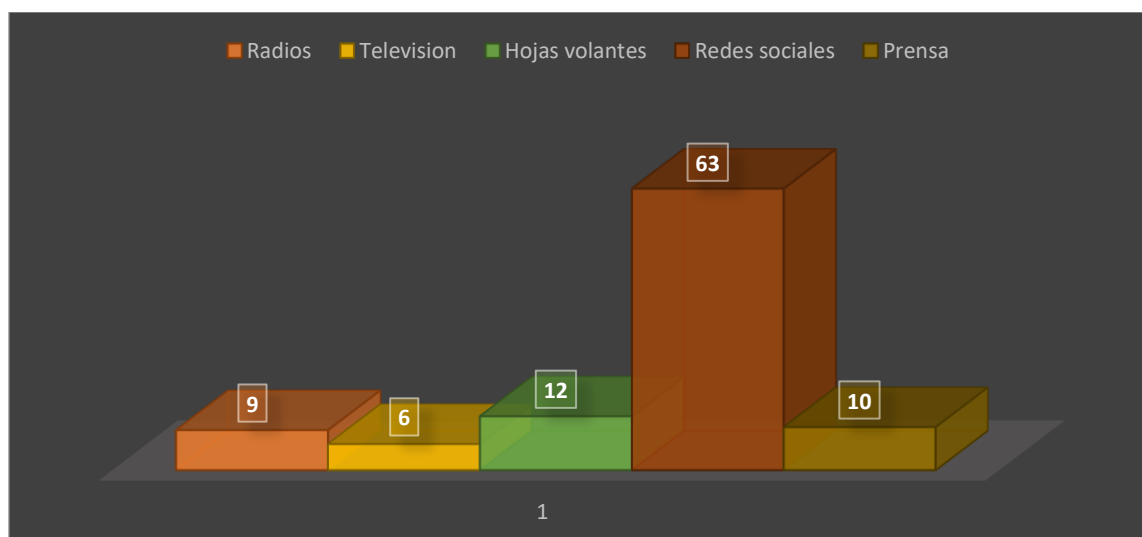
Tabla 14 Medios de comunicación por los que le gustaría conocer del producto

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radios	26	9%
Televisión	17	6%
Hojas volantes	35	12%
Redes sociales	183	63%
Prensa	28	10%
TOTAL	289	100%

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: El autor

Gráfico 12 Medios de comunicación de preferencia



Fuente: Tabla N° 14

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Loja, 289 respondieron que si consumirían nuestro producto las cuales les gustaría enterarse de dicho producto por los siguientes medios de comunicación: el 9% le gustaría enterarse por medio de la radio, el 6% por canales de televisión, el 12 % a través de hojas volantes, el 63% le gustaría obtener información por medio de redes sociales y el 10% a través de prensa escrita.

Estos datos permiten analizar los medios de comunicación que tienen mayor acogida por parte de la ciudadanía lojana, ya sea para dar a conocer nuestro producto, recibir información de ofertas y promociones. Esto se realizará a través de las diferentes plataformas virtuales de comunicación que existen hoy en día, ya que redes sociales es el medio que las personas han elegido en mayor porcentaje.

13. Si su respuesta fue la radio ¿En qué emisora le gustaría conocer sobre el producto?

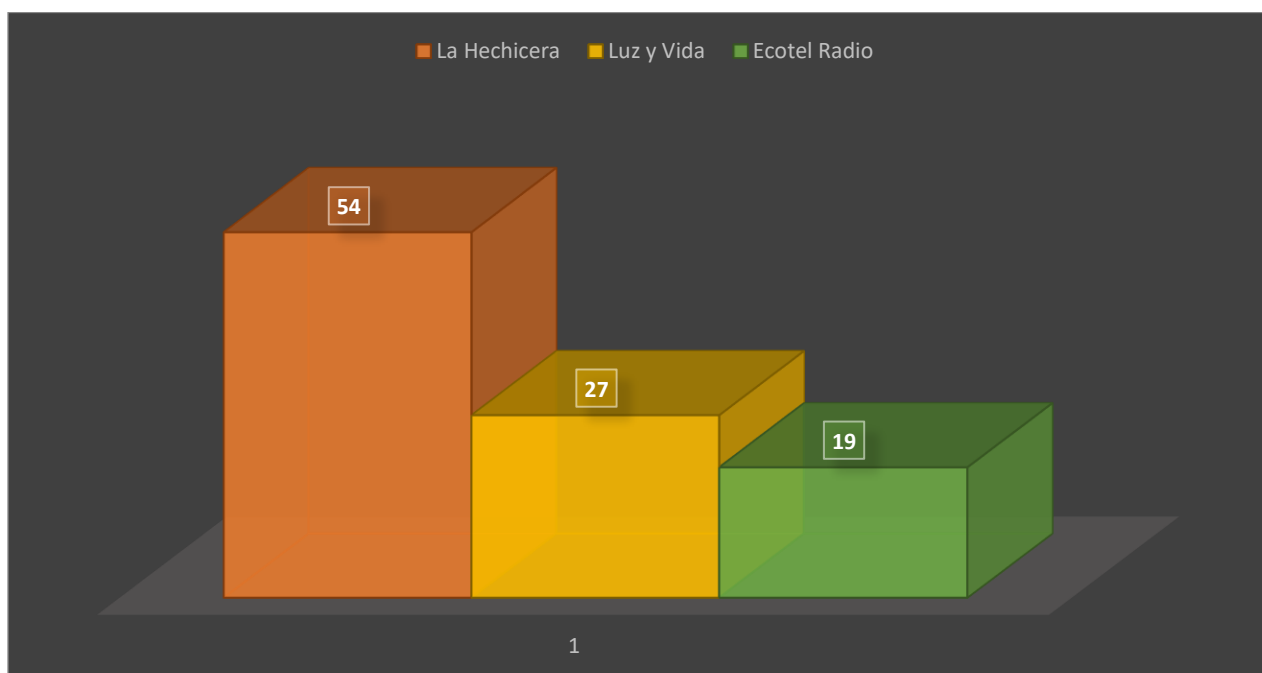
Tabla 15 Emisoras de preferencia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
La Hechicera	14	54%
Luz y Vida	7	27%
Ecotel Radio	5	19%
TOTAL	26	100%

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: El autor

Gráfico 13 Emisoras de preferencia



Fuente: Tabla N° 15

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de 289 familias encuestadas, que respondieron que, si adquirirían nuestro producto, 26 respondieron que le gustaría recibir información a través de emisoras radiales, las mismas que han seleccionado sus emisoras de preferencia con el 54% la radio “La Hechicera”, el 27% radio “Luz y Vida” y el 19% prefiere la radio “Ecotel Radio”

14. Si su respuesta fue Tv ¿En qué canal le gustaría conocer sobre el producto?

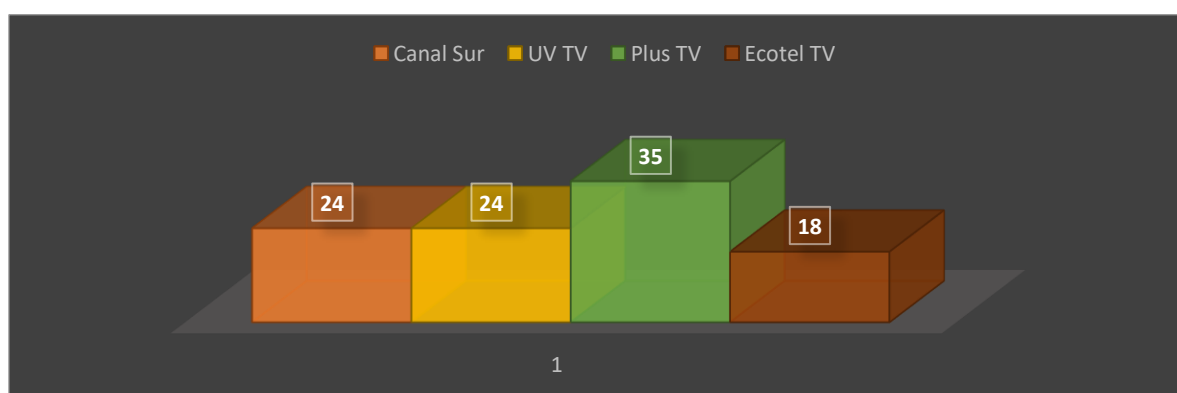
Tabla 16 Canales de preferencia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Canal Sur	4	24%
UV TV	4	24%
Plus TV	6	35%
Ecotel TV	3	18%
TOTAL	17	100%

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: El autor

Gráfico 14 Canales de preferencia



Fuente: Tabla N° 16

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de 289 familias encuestadas, que respondieron que, si adquirirían nuestro producto, 17 respondieron que le gustaría recibir información a través de canales televisivos, las mismas

que han seleccionado sus canales de preferencia con el 24% el canal “Canal Sur”, el 24% canal “UV TV”, el 35% canal “Plus TV” y el 18% prefieren el canal “Ecotel Tv”.

15. Si su respuesta fue la prensa ¿En qué diario le gustaría conocer sobre el producto?

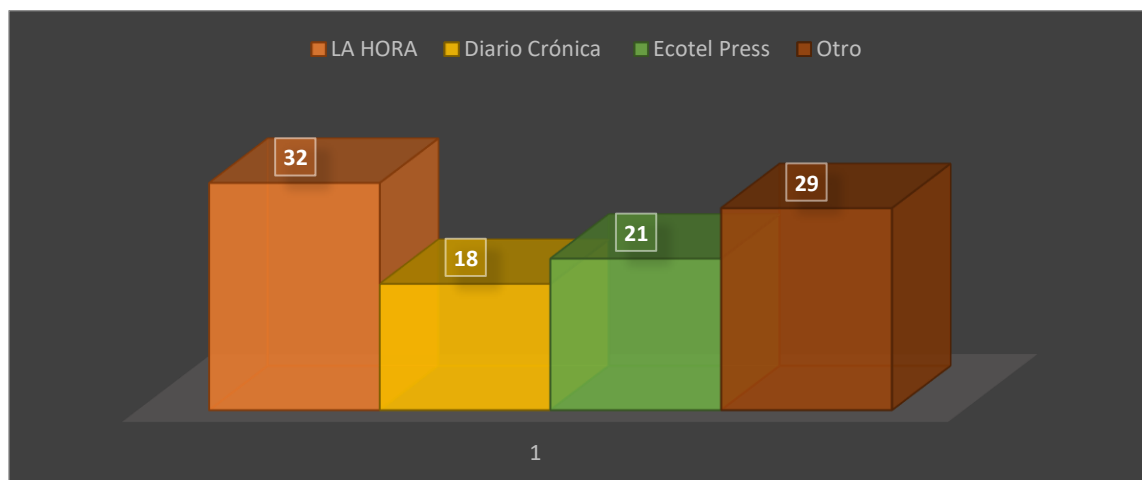
Tabla 17 Diarios de preferencia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LA HORA	9	32%
Diario Crónica	5	18%
Ecotel Press	6	21%
Otro	8	29%
TOTAL	28	100%

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: El autor

Gráfico 15 Diarios de preferencia



Fuente: Tabla N° 17

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de 289 familias encuestadas, que respondieron que, si adquirirían nuestro producto, 28 respondieron que le gustaría recibir información a través de diarios de prensa escrita, los mismos que han seleccionado sus diarios de preferencia con el 32% el diario “La Hora”, el 18% el diario “Crónica”, el 21% diario “Ecotel Press” y el 29% prefieren otros diarios nacionales.

16. Si su respuesta fue las hojas volantes ¿Cada que tiempo le gustaría que la empresa entregue hojas volantes a la ciudadanía?

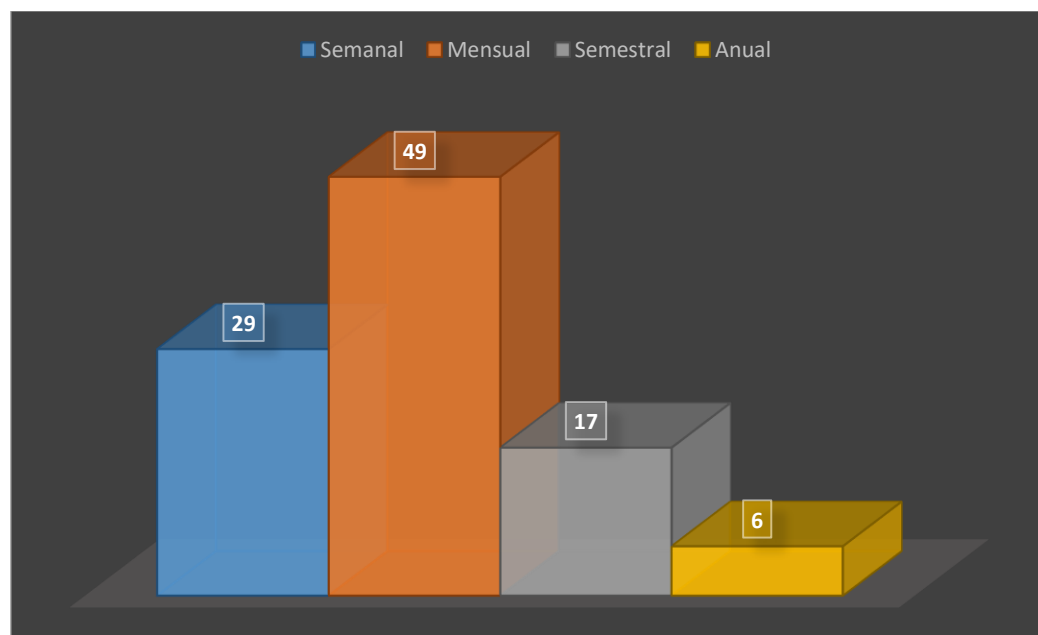
Tabla 18 Hojas volantes frecuencia de entrega

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Semanal	10	29%
Mensual	17	49%
Semestral	6	17%
Anual	2	6%
TOTAL	35	100%

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: El autor

Gráfico 16 Hojas volantes frecuencia de entrega



Fuente: Tabla N° 18

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de 289 familias encuestadas que respondieron que, si adquirirían nuestro producto, 35 respondieron que le gustaría recibir información a través de hojas volantes, las mismas que han seleccionado la frecuencia con las que dichas hojas deben ser entregadas el 29% piensa

que deben ser entregadas cada semana, el 49% prefiere que sea mensualmente, el 17% piensa que es mejor semestralmente y el 65% piensa que se debería hacer esto una vez al año.

Esto nos permite conocer el intervalo de tiempo en el que las estrategias de comunicación orientadas a persuadir al consumidor final deben ser enviadas por medio de hojas volantes.

17. ¿En qué red social le gustaría recibir información sobre nuestro producto?

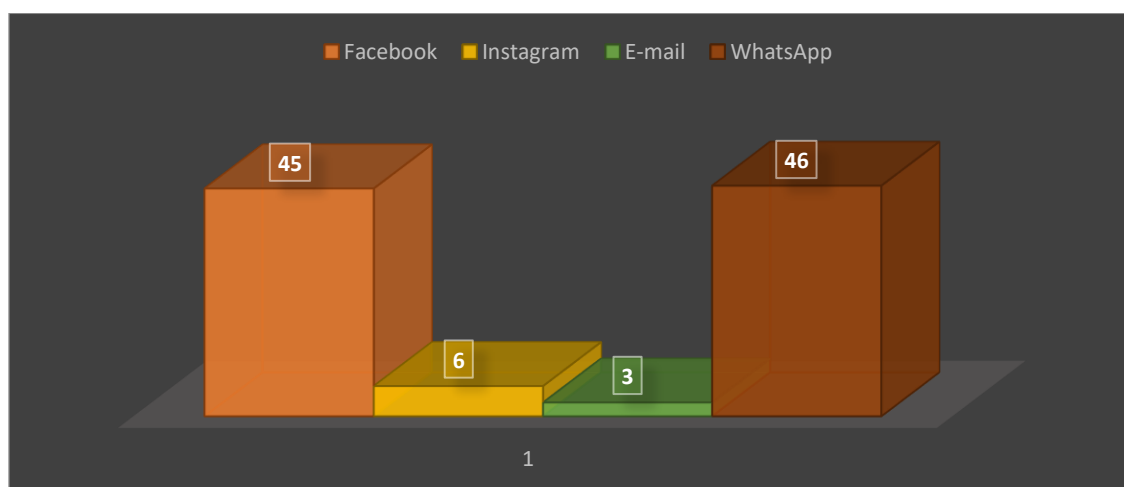
Tabla 19 Redes sociales de preferencia

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facebook	83	45%
Instagram	11	6%
E-mail	5	3%
WhatsApp	84	46%
TOTAL	183	100

Fuente: Encuesta familias

Elaborado por: El autor

Gráfico 17 Redes sociales de preferencia



Fuente: Tabla N° 19

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de 289 familias encuestadas, que respondieron que, si adquirirían nuestro producto, 183 respondieron que le gustaría recibir información a través de redes sociales, los mismos que han seleccionado sus redes sociales de preferencia con el 45% la red social “Facebook”, el 6%

la red social “Instagram”, el 3% la red social “correo electrónico” y el 46% la red social “Facebook”.

1.2. Entrevista a la competencia

1. ¿Conoce usted la existencia de empresas productoras y comercializadora de algún tipo de licor en la ciudad de Loja?

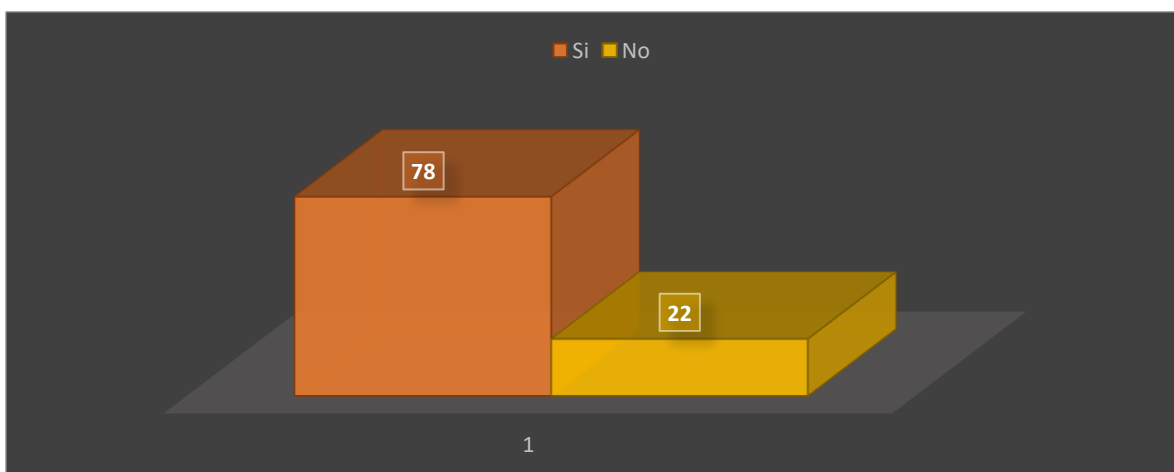
Tabla 20 Conoce empresas productoras de licor en la ciudad de Loja

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	7	78%
No	2	22%
TOTAL	9	100%

Fuente: Entrevista competencia

Elaborado por: El autor

Gráfico 18 Conoce empresas productoras de licor en Loja



Fuente: Tabla N° 20

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La entrevista realizada a 9 empresas comercializadoras de la ciudad de Loja, supieron manifestar que el 78% si conoce empresas productoras de licor, mientras que el 22% desconoce de la existencia de empresas dedicadas a la producción de licor.

Esta grafica nos permite analizar la existencia de productos sustitutos que se elaboran dentro de la ciudad, en la cual se debería poner atención a las actividades de la competencia.

2. ¿Vende usted algún licor de café con coñac?

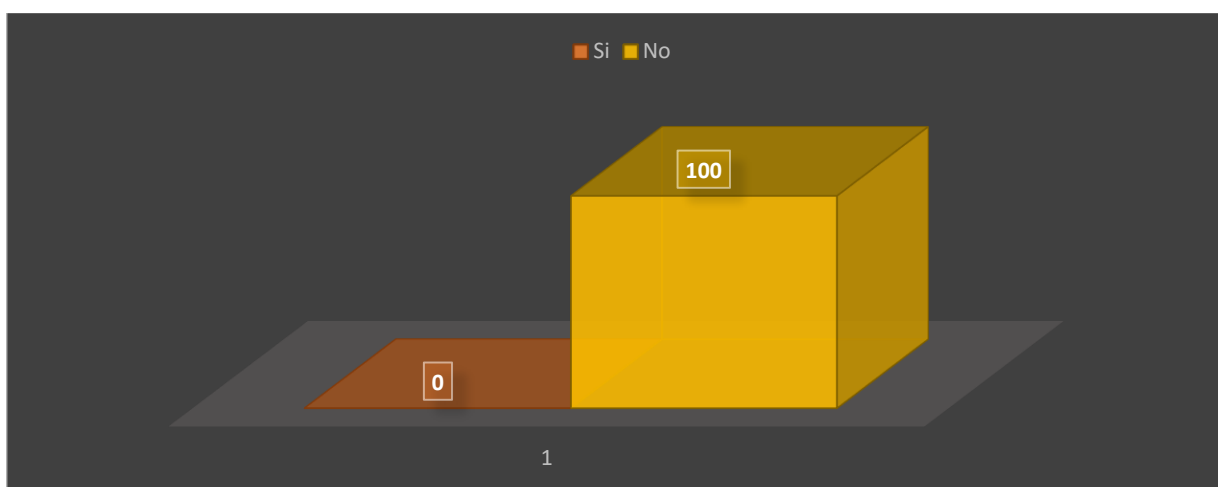
Tabla 21 Vende licor con sabor a coñac con café

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	0	0%
No	8	100%
TOTAL	8	100%

Fuente: Entrevista competencia

Elaborado por: El autor

Gráfico 19 Vende licor con sabor a coñac con café



Fuente: Tabla N° 21

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La entrevista dirigida a un segmento de empresas de la ciudad de Loja, con la interrogante de si vende licor de café con coñac, arrojó los siguientes resultados: el 100% de los entrevistados no vende ningún tipo de licor de café con coñac.

Estos datos nos permiten focalizar nuestro producto como algo innovador dentro del mercado, ya que no existe ningún producto con estas características.

3. ¿Qué licor tiene mayor demanda en su local comercial?

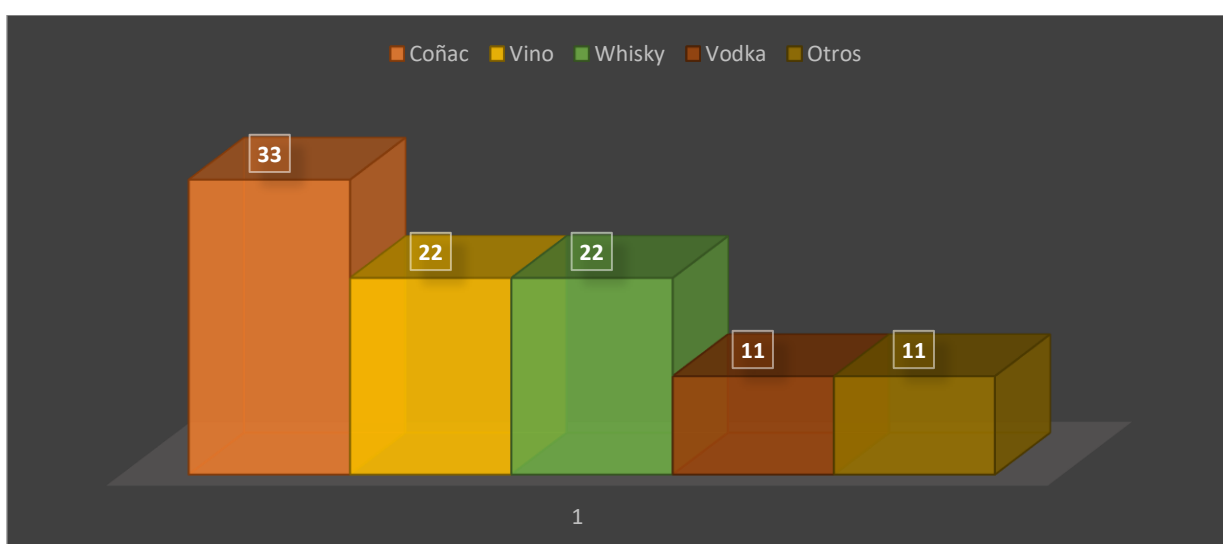
Tabla 22 Licor con mayor demanda

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Coñac	3	33%
Vino	2	22%
Whisky	2	22%
Vodka	1	11%
Otros	1	11%
TOTAL	9	100%

Fuente: Entrevista competencia

Elaborado por: El autor

Gráfico 20 Licor con mayor demanda



Fuente: Tabla N° 22

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Del total de empresas comercializadoras entrevistadas, el 33% manifestaron que el producto con mayor demanda dentro de sus perchas es el “coñac”, el 22% de entrevistados ha indicado que es el vino y el whisky y el 11% dice que es el vodka y otros tipos de licores.

Esta grafica nos permite observar la favorable aceptación que tiene el “coñac” dentro del mercado lojano, lo cual nuestro producto puede tener una aceptación buena dentro de este mercado.

4. ¿Qué cantidad de botellas de licor vende usted mensualmente?

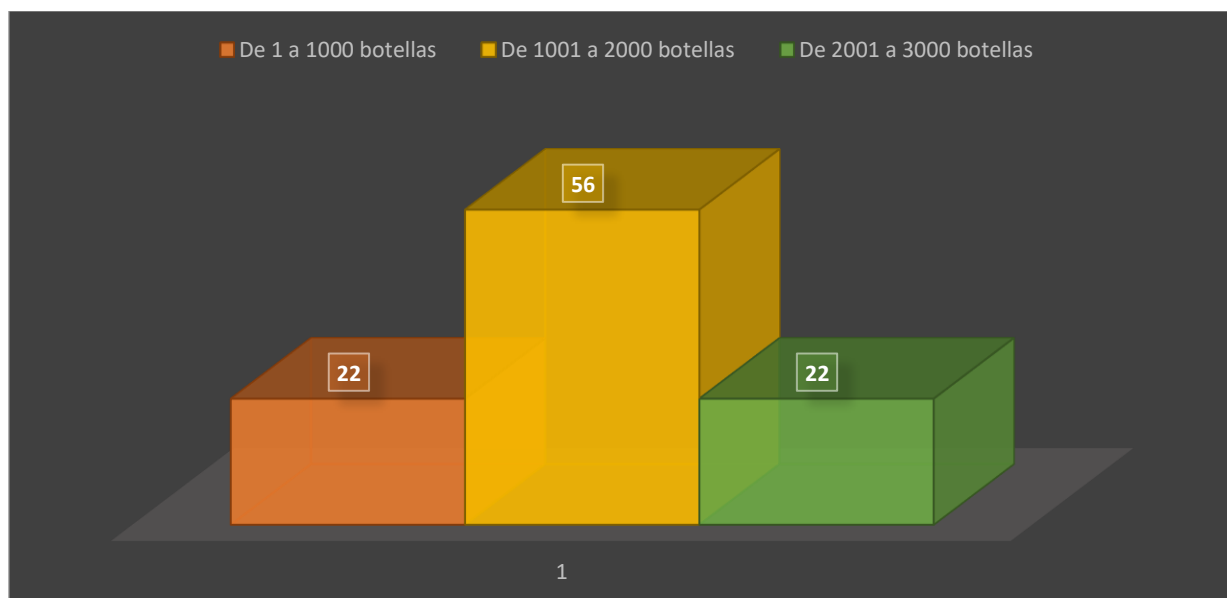
Tabla 23 Cantidad de licor que vende mensualmente

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 1000 botellas	0	0%
De 1001 a 2000 botellas	4	44%
De 2001 a 3000 botellas	5	56%
TOTAL	9	100%

Fuente: Entrevista competencia

Elaborado por: El autor

Gráfico 21 Cantidad de licor que vende



Fuente: Tabla N° 23

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a la entrevista realizada a los competidores, se ha obtenido que el 56% de las empresas venden de 1001 a 2000 botellas mensualmente, el 22% aseguraron que sus ventas mensuales son de 1 a 100 botellas al igual que el 22% restante del total de entrevistados que genera ventas de 2001 hasta 3000 botellas mensuales.

5. ¿Cuál es el precio de la botella de licor de coñac con café de 375ml que expende en su negocio?

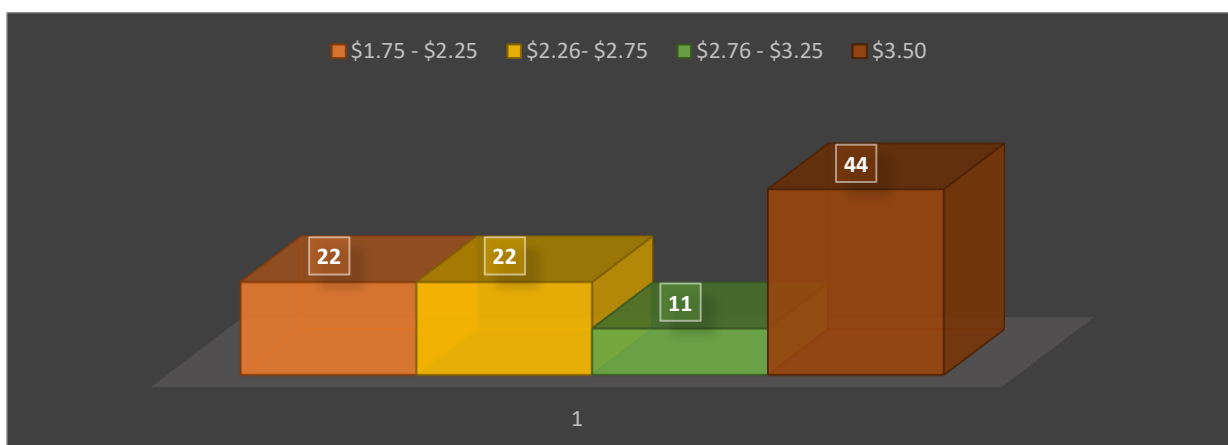
Tabla 24 Precio de la botella de coñac con café de 375ml

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$1.75 - \$2.25	2	22%
\$2.26- \$2.75	2	22%
\$2.76 - \$3.25	1	11%
\$3.50	4	44%
TOTAL	9	100%

Fuente: Entrevista competencia

Elaborado por: El autor

Grafico 1 Precio de la botella de coñac con café de 375ml



Fuente: Tabla N° 24

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las empresas comercializadoras de licores con coñac, expenden una botella de 375ml el 22% de entrevistados contestaron que ellos venden en el rango de precio de \$2.26 a \$2.75, el 11% en el rango de \$2.76 a \$3.25, y el 44% las expende en \$3.50.

Estos datos nos permiten conocer el precio que se está manejando dentro del mercado de la ciudad de Loja, y poder entrar al mercado con precios iguales a los de la competencia.

6. ¿En qué lugar adquiere usted los licores que comercializa?

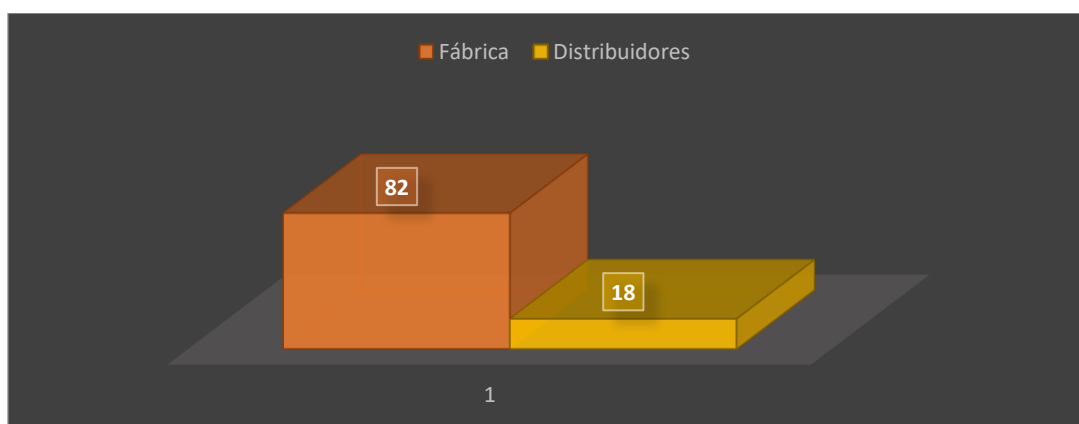
Tabla 25 Lugar de adquisición

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fábrica	6	67%
Distribuidores	3	33%
TOTAL	9	100%

Fuente: Entrevista competencia

Elaborado por: El autor

Gráfico 22 Lugar de adquisición



Fuente: Tabla N° 25

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los lugares en los con que mayor frecuencia adquieren los licores las comercializadoras entrevistadas, el 67% de empresas manifiesta compra directo a la empresa fabricante de los licores, mientras que el 18% compra a distribuidores.

7. ¿Cuáles son los medios de comunicación que usted utiliza para dar a conocer su negocio?

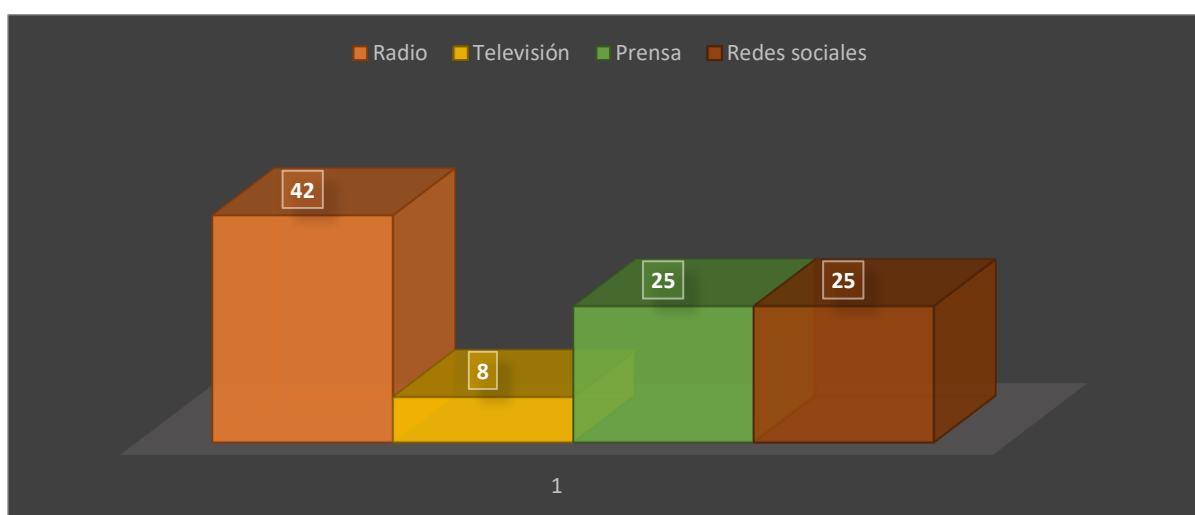
Tabla 26 Medios de comunicación que emplea

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	5	42%
Televisión	1	8%
Prensa	3	25%
Redes sociales	3	25%
TOTAL	12	100%

Fuente: Entrevista competencia

Elaborado por: El autor

Gráfico 23 Medios de comunicación que emplea



Fuente: Tabla N° 26

Elaborado por: El autor

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los 9 entrevistados de las empresas comercializadoras de la ciudad de Loja, manifiestan el 42% que ellos promocionan sus negocios mediante radios de la localidad, el 8% mediante canales televisivos, y 25% por medio de prensa y redes sociales.

Esto nos refleja que las comercializadoras de la ciudad de Loja están utilizando medios de comunicación tradicionales que no se apegan a las tendencias mundiales de comunicación como lo es las redes sociales.

Capítulo 2

2. Estudio de mercado

El estudio de mercado es un proceso minucioso en el cual se recolecta y analiza información acerca de los consumidores, competidores y el mercado, dicho estudio nos permite tomar decisiones relacionadas con el comportamiento de la oferta y la demanda, así como los gustos y preferencias de los consumidores. En este estudio también se desarrolla un plan de comercialización en el cual se analiza las 4p del marketing mix las mismas que son: producto, precio, plaza y promoción. Para lo cual se utilizaron herramientas estadísticas que permitieron conocer las condiciones del mercado en donde se implementara la microempresa.

2.1. Demanda

La implementación de la microempresa productora y comercializadora de licor artesanal (café con coñac), se destina a los habitantes de la ciudad de Loja, es por esta razón que los demandantes del producto serán las familias lojanas, con base a ello y tomando los datos del último censo poblacional realizado en el 2010, la ciudad de Loja cuenta con **45.154** familias; y para el 2019, año en el que se da inicio a la presente investigación, de acuerdo a la proyección realizada con una tasa de crecimiento del **2,65%** es de **57.139** familias.

2.1.1. Proyección de la población

Para obtener la población actualizada utilizamos la siguiente fórmula:

✓ **Simbología:**

P_x = Población futura

P_b = Población inicial es 45.154 familias de la ciudad de Loja (2010)

i = Tasa de crecimiento anual es 2,65%

n = Años de proyección, (2019 - 2024)

I = constante numérica

✓ **Para el año 2019**

$$Px = Pb(1 + i)^n$$

$$Px = 45.154 \left(1 + \frac{2.65}{100}\right)^9$$

$$Px = 45.154 (1 + 0,0265)^9$$

$$Px = 45.154 (1,0265)^9$$

$$Px = 57.139$$

Para el año 2019 mediante la proyección de la población, el total de familias de la ciudad de Loja según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) es de **57139** familias. Para los siguientes años vamos elevando a la potencia que corresponde sucesivamente. A continuación, se detalla la población proyectada para los años de vida útil de la microempresa.

Tabla 27 Proyección de familias 2019 - 2024

AÑO	TASA DE CRECIMIENTO	POBLACIÓN
2019	2,65%	57139
2020	2,65%	58653
2021	2,65%	60207
2022	2,65%	61803
2023	2,65%	63441
2024	2,65%	65122

Fuente: INEC

Elaborado por: El Autor.

2.2. Análisis de la demanda

El análisis de la demanda nos permite conocer con exactitud cuál es el nivel de aceptación que tiene un producto dentro de un mercado en particular, en este caso cual es la demanda que tiene nuestro producto dentro del mercado que existe en la ciudad de Loja.

2.2.1. ¿Demanda potencial

Para poder determinar la demanda potencial del producto se ha tomado la pregunta N°2 **¿Consume usted y su familia licor de café con coñac?** De la encuesta aplicada a las familias de la ciudad de Loja, de la cual se obtuvo que el 78% de personas si consumen licores, dándonos para el primer año que **44.568** familias serían los demandantes potenciales del total de la población

Tabla 28 Demanda potencial

AÑO	POBLACIÓN TOTAL	DEMANDANTES POTENCIALES (78%)
0	57139	44568
1	58653	45749
2	60207	46961
3	61803	48206
4	63441	49483
5	65122	50795

Fuente: Tabla N° 27

Elaborado por: El Autor.

2.2.2. Demanda real

Para el cálculo de la demanda real se procedió a multiplicar la demanda potencial (57,139 familias del año 2019) por el porcentaje obtenido de la encuesta aplicada a los demandantes según la **pregunta N.º 3 ¿Consume Usted licor de café con coñac?**, donde el 80% si consumen bebidas alcohólicas de café con coñac, los cálculos se muestran en el siguiente cuadro:

Tabla 29 Demanda real

AÑO	POBLACIÓN TOTAL	DEMANDANTES POTENCIALES	DEMANDANTES REALES (80%)
0	57139	44568	35654
1	58653	45749	36599
2	60207	46961	37569
3	61803	48206	38565
4	63440	49483	39587
5	65121	50795	40636

Fuente: Tabla N° 27 y 28

Elaborado por: El Autor.

2.2.3. Consumo Per cápita

El consumo por persona o consumo per cápita es aquel que nos indica la cantidad de botellas de café con coñac de 375ml que se adquirirán por familia en el periodo de 1 año. Los datos que se obtuvieron para el cálculo, se los tomaron de la encuesta aplicada a las familias de la

ciudad de Loja en la pregunta n° 9 **¿Qué cantidad de botellas de licor de 375ml**

consumiría mensualmente? Tomando dichos datos se procedió a la aplicación de la fórmula matemática que se detalla a continuación:

$$\text{Consumo per cápita} = F * C * V$$

Donde:

- F = frecuencia
- C= cantidad
- V= 12 meses

Tabla 30 Consumo per cápita

CONSUMO PER CÁPITA DE CAFÉ CON COÑAC					
VARIABLE	CANTIDAD (C) X	FRECUENCIA (F)	VECES AL AÑO (V)	F*C	(F*C) *V
0-2	1	225	12	225	2700
3-5	4	60	12	240	2880
6-8	7	4	12	28	336
TOTAL		289			5916

Fuente: Encuestas a las familias tabla N° 11

Elaborado por: El Autor.

En la tabla N° 30, podemos observar los cálculos que se realizaron para poder determinar el consumo per cápita anual de las 289 familias, por lo que aplicando la fórmula de $(F * C) * V$ se obtuvo un total de 5916 botellas de licor de 375ml, que consumen al año el total de las familias encuestadas; posteriormente se ha realizado el cálculo para conocer cuántas botellas de licor de 375ml consumen cada familia de forma anual y se procedió a dividir los 5916/289 familias, por lo que se obtiene un resultado de 20 botellas de licor anualmente cada familia.

En base a estas cantidades se puede decir que representan un ambiente alentador y positivo para la microempresa de licor de café con coñac a establecerse, ya que el consumo per cápita anual de las familias es bastante elevado. Para dicho cálculo se aplicó la fórmula siguiente:

$$\dot{x} = \frac{(F * C) * V}{F}$$

$$\dot{x} = \frac{5916}{289}$$

$$\dot{x} = 20,47 \rightarrow 20 \rightarrow \frac{20}{12} = 1,66 \text{ Botellas de licor de 375ml por mes}$$

En donde:

- **F** = frecuencia
- **C** = cantidad
- **V** = 12 meses

2.2.4. Demanda efectiva

Para el cálculo de la demanda efectiva se tomó los resultados que se obtuvieron en la encuesta aplicada a las familias, en la pregunta N° 8, **Si en la ciudad de Loja, se establece una empresa de producción y comercialización de licor de café con coñac ¿Ud. compraría y consumiría el producto?** En la cual se consideró el porcentaje de las familias que respondieron que, si consumirían el producto de café con coñac, el mismo que fue del

75%, dicho porcentaje permitió calcular la demanda a 5 años. En el año 0 se obtuvo que la demanda efectiva será de 26.741 familias, y para el año 5 la demanda será de 30.477 familias, para una mejor comprensión en la tabla N° 31 se detalla todos los años:

Tabla 31 Demanda Efectiva

AÑOS	POBLACIÓN TOTAL	DEMANDANTES REALES	DEMANDANTES EFECTIVOS (75%)
0	57139	35654	26741
1	58653	36599	27449
2	60207	37569	28177
3	61803	38565	28924
4	63440	39587	29690
5	65121	40636	30477

Fuente: Encuestas a las familias tabla n° 10 y 29

Elaborado por: El Autor.

2.3. Resumen de las demandas

Tabla 32 Resumen de las demandas

AÑOS	POBLACIÓN TOTAL	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA	CONSUMO PROMEDIO ANUAL	DEMANDA PROYECTADA
2019	57139	44568	35654	26741	20,00	534.817
2020	58653	45749	36599	27449	20,00	548.989
2021	60207	46961	37569	28177	20,00	563.538
2022	61803	48206	38565	28924	20,00	578.471
2023	63440	49483	39587	29690	20,00	593,801
2024	65121	50795	40636	30477	20,00	609,537
TOTAL	366363	285763	228610	171458		3,429,153

Fuente: Encuestas a las familias tabla n° 28, 29 y 31

Elaborado por: El Autor.

2.4. Análisis de la oferta

En este estudio definiremos a la oferta como la cantidad de botellas de licor de café con coñac que la microempresa estará en capacidad de ofertar a los habitantes de la ciudad de Loja.

El promedio de ventas del licor de café con coñac se tomó en base a las ventas que han obtenido los competidores en la ciudad de Loja (datos obtenidos encuesta a competidores) para el cálculo de la oferta se lo realizo de manera mensual es decir 12 meses por lo tanto, obtenemos que la oferta anual que existe dentro del mercado de licores en la ciudad de Loja es de 222.054 botellas.

Tabla 33 Oferta

VARIABLE	CANTIDAD (C) X	FRECUENCIA (F)	VECES AL AÑO (V)	F*C	(F*C)*V
1 - 1000	500,5	0	12	0	0
1001 - 2000	1500,5	4	12	6002	72.024
2001 -3000	2500,5	5	12	12502,5	150.030
TOTAL		9			222.054

Fuente: Encuesta a las familias Tablas n° 23

Elaborado por: El Autor.

2.5. Proyección de la oferta

Para poder hacer la proyección de la oferta se tomó como base la pregunta N° 4 ¿Qué cantidad de botellas de licor vende usted mensualmente?, la cual fue aplicada en la entrevista a los competidores, la proyección se la realizo con el 8% para los 5 años de vida útil.

Para la proyección se tomó el año actual (2019) como año cero, es decir las 222.054 botellas que venden mensualmente actualmente las empresas competidoras, y luego al incremento del 8% con cada uno de los años.

Tabla 34 Proyección de la oferta

AÑOS	8,00%
0	222.054
1	239.818
2	259.004
3	279.724
4	302.102
5	326.270
TOTAL	1.628.972

Fuente: Encuesta a las familias Tablas n°33

Elaborado por: El Autor

2.6. Demanda insatisfecha

Tabla 35 Demanda Insatisfecha

AÑO	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSATISFECHA
0	534.817	222.054	312.763
1	548.989	239.818	309.171
2	563.538	259.004	304.534
3	578.471	279.724	298.747
4	593.801	302.102	291.699
5	609.537	326.270	283.266

Fuente: Encuesta a las familias Tablas n°32 y 33

Elaborar por: El autor

2.7. Plan de comercialización

El plan de comercialización es de vital importancia ya que permitirá dar a conocer el producto que ofrecerá la microempresa productora y comercializadora de licor artesanal café con coñac en la ciudad de Loja, en la que se utilizarán espacios publicitarios tanto en radios de la localidad y en redes sociales, los cuales nos permitan tener mayor aceptación dentro del mercado al cual se desea ingresar.

2.7.1. Producto

El producto que se ha desarrollado, es un producto creado pensando en las necesidades, deseos y gustos que tienen los consumidores en la ciudad de Loja, cuenta con características diferentes a las ya existentes en productos ya comercializados dentro de la región. Este producto se denomina **licor artesanal de café con coñac**, el cual cumplirá con procedimientos de alta calidad, su presentación será en envases de 375ml, con los sabores más finos que tiene el café y el coñac, que al combinarlos se obtendrá una mezcla de sabor muy agradables al gusto de los consumidores, su aroma será un punto más a favor ya que las

materias primas principales son de aromas muy exóticos que cautivan la atención de las personas.

✓ Slogan

El slogan que se ha seleccionado es “Disfruta tus mejores encuentros...”, es una frase que hace alusión a las reuniones o encuentros que tienen las personas, y que, si los disfrutan con un buen coñac con café, ese encuentro será inolvidable.

Ilustración 6 Slogan



Disfruta tus mejores encuentros...

Elaborado por: El autor

✓ Logotipo

Para crear el logotipo que represente al producto se ha seleccionado los colores y gráficos que van acorde a la identificación del mismo, para el cual se ha creído conveniente el siguiente logotipo:

Ilustración 7 Logotipo



Elaborado por: El autor

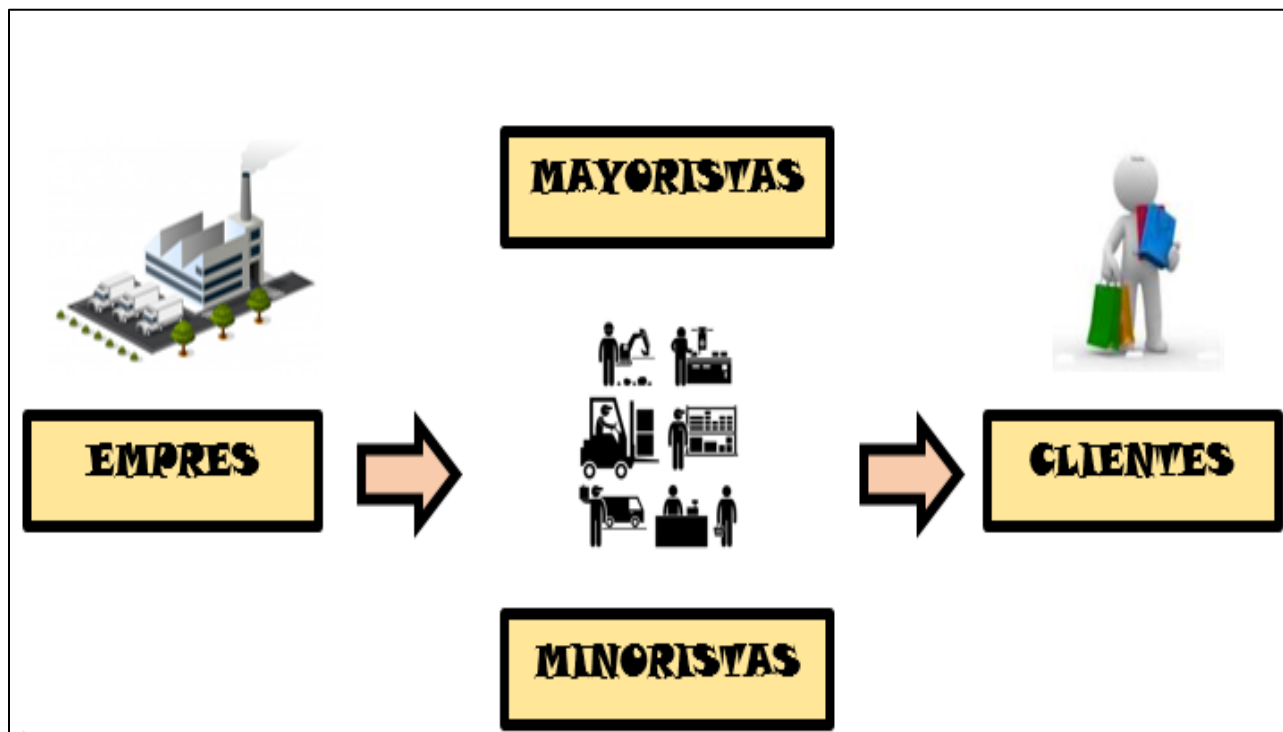
2.7.2. Precio

El precio será fijado tomando en cuenta las necesidades que tienen los consumidores, también estará basado en los costos de producción que tiene el producto, y en el precio que tienen los competidores, es por ello que analizando dichas variables el costo que tendrá el producto licor de café con coñac es de \$3,50 la botella de 375ml

2.7.3. Plaza

La plaza se entiende como el proceso en la cual un bien o servicio llegara de una empresa (fabricación) a las manos del consumidor final (clientes), razón por la cual, para la comercialización y la distribución se ha seleccionado dos canales de distribución que se detallan a continuación:

Ilustración 8 Canales de distribución



Elaborado por: El autor

2.7.4. Promoción

La Promoción es una herramienta que tiene como objetivo principal: informar, persuadir y recordar al público acerca de los productos que la empresa está ofreciendo. Por lo cual dentro del estudio se han elegido las siguientes promociones:

- ✓ Descuentos del 5% del producto los días lunes en supermercados y puntos de venta.
- ✓ Paga la primera botella de 375ml y lleva la segunda a mitad de precio
- ✓ Para distribuidores, compra una caja de 12 unidades y lleva 1 unidad gratis

2.7.5. Publicidad

La publicidad que se desarrollará en el presente estudio estará dirigida a los medios de comunicación que las familias de la ciudad de Loja seleccionaron en la encuesta realizada, ya que es por estos canales que la población de la ciudad conocerá el producto que se desea comercializar. Para lo cual se seleccionarán los dos medios de comunicación con mayor votación obtenida en la encuesta.

- **Radio**

La radio es un medio de comunicación tradicional que las personas y familias hoy en día siguen prefiriendo como un medio de información, es por ello que se pasaran cuñas radiales 2 veces al día de lunes a viernes durante un mes. Las radios por las cuales se pasarán dichas cuñas radiales serán: radio la Hechicera y radio Luz y Vida, el texto que se leerá se describe en el siguiente gráfico:

Ilustración 9 Cuña publicitaria



Ahora es mas fácil compartir con tus amigos, en fiestas,
recepciones! Por que todo lo que necesitas es Coffeñac, licor de
café con coñac ¡No hay excusas para compartir !
Encuentranos: Loja, cdla. Daniel Alvarez calles Emiliano zapata y
Miguel Hidalgo esq.

Elaborado por: El autor

- **Hojas volantes**

Con los datos obtenidos median la encuesta las hojas volantes se repartirán 2 veces al mes, ya que los encuestados prefieren recibir información por este medio con mayor frecuencia cada mes.

Ilustración 10 Hoja Volante

Nosotros estamos presentes
para que tus fiestas no se terminen



LICOR DE CAFE CON COÑAC

**DISFRUTA TUS MEJORES
ENCUENTROS**

Ubicanos: cdla. Daniel Alvarez calles
Emiliano Zapata y Miguel Hidalgo
LOJA - ECUADOR
0989782155

Elaborado por: El Autor

- **Prensa**

En este espacio se publicará un Flyer, acorde a los datos obtenidos el medio de preferencia es el diario La Hora, el cual contendrá lo siguiente:

Ilustración 11 Flyer prensa



Elaborado por: El Autor

- **Redes sociales**

Los espacios publicitarios que se utilizaran en las redes sociales se generaran de manera orgánica es decir mediante publicaciones no pagadas, acorde a los datos obtenidos en la encuesta a las familias las redes sociales con mayor frecuencia son: Facebook y WhatsApp a las cuales se les dará mayor énfasis.

Ilustración 12 Flyer redes sociales



Elaborado por: El Autor

Capítulo 3

En el presente capítulo se abordará el estudio técnico, el cual abarca todo lo correspondiente al funcionamiento y a la operatividad de la microempresa, es decir se determinará la capacidad instalada y utilizada de la microempresa, el tamaño del proyecto, la participación en el mercado, la macrolocalización y la microlocalización de la microempresa de licor artesanal “Café con Coñac”

En este capítulo también se hará el estudio de la ingeniería del proyecto, el cual nos permitirá conocer la maquinaria idónea que necesitaremos para la optimización de los recursos, y poner en marcha el funcionamiento de la microempresa.

3. Estudio técnico

En este estudio necesitaremos conocer todo lo necesario para la puesta en marcha de la microempresa, los cuales nos permitan calcular y determinar los costos de operación que implicaran en la ejecución de la microempresa.

3.1. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto es la capacidad de producción que tendrá la microempresa de licor artesanal “Café con Coñac”, durante un tiempo determina, el cual para el presente estudio será de 5 años.

3.1.1. Tamaño de la planta

El tamaño de la planta hace referencia a la capacidad instalada optima que debe tener la microempresa, para lo cual consideramos algunos factores tales como la capacidad instalada y utilizada de la microempresa, demanda insatisfecha, mano de obra, tecnología, materia prima,

proveedores, etc., de esta manera se obtendrá el tamaño óptimo, el cual permita desarrollar las actividades con eficiencia y eficacia.

3.1.2. Capacidad instalada

La capacidad instalada es el volumen máximo que una empresa puede producir dentro de un tiempo determinado, teniendo en cuenta los recursos con los que se cuenta.

Para calcular la producción de botellas de 375ml por hora de trabajo, se procedió a tomar la capacidad de almacenamiento de los fermentadores que se necesitarán, y, que más adelante se describirán en la ingeniería del proyecto, la capacidad individual de cada fermentador es de 105 litros por 4 fermentadores que se requieren nos dan un total de 420 litros de almacenamiento. Estos 420 litros se procedieron a convertirlos en mililitros ya que las unidades que se producirán son de 375 mililitros, dando como resultado 420000 mililitros de este total se dividió para los 375ml de cada botella, dejando una producción de 1.120 botellas de 375ml. Esto dividido para las 8 horas laborales nos da como resultado 140 botellas de 375ml por hora de trabajo.

Es por ello que para la presente investigación se ha determinado que la capacidad máxima de producción es de **140** botellas de 375ml por hora de trabajo, calculando por las 8h de trabajo que rigen en la ley, obtenemos que la producción diaria es de **1120** botellas de 375ml. El año comercial tiene 260 días laborables de lunes a viernes, en base a esto obtenemos que anualmente se producirán **291200** botellas de 375ml, las cuales corresponden al volumen máximo de la capacidad instalada de la microempresa.

Tabla 36 Producción anual

Producción	140	Por hora de trabajo
Horas Laborables	8	
Producción Diaria	1120	
Días Laborables	260	Días del año
Producción Anual	291.200,00	

Elaborado por: El Autor

Tabla 37 Capacidad Instalada

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN
1	309.171	291.200,00
2	304.534	291.200,00
3	298.747	291.200,00
4	291.699	291.200,00
5	283.266	291.200,00

Fuente: Encuesta a las familias tabla N° 35

Elaborado por: El Autor.

3.1.3. Capacidad utilizada

Para el cálculo de la capacidad utilizada tomamos el valor de la capacidad instalada que en este caso es de 291.000 botellas de 375ml por el porcentaje de la capacidad instalada de cada año.

Por lo que se obtiene que para el primero y segundo año con el 75% de la capacidad instalada la capacidad de producción de la microempresa será de 218.400 botellas de 375ml, para el tercero y cuarto año con el 80% de la capacidad instalada la producción será de 232.960 botellas y para el último año con el 85% de la capacidad instalada se producirá 530.247.520 botellas de 375ml.

Tabla 38 Capacidad utilizada

AÑO	CAPACIDAD INSTALADA	% CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA
1	291.200	75%	218.400
2	291.200	75%	218.400
3	291.200	80%	232.960
4	291.200	80%	232.960
5	291.200	85%	247.520

Fuente: Encuesta a las familias tabla N° 37

Elaborado por: El Autor.

3.1.4. Participación del mercado

La participación del mercado constituye el porcentaje de ventas que tiene un producto o servicio en un mercado nacional o extranjero en el que se participa. Para el desarrollo del presente proyecto la participación del mercado se realizó de forma anual, proyectados a 5 años los mismos que representan los años de vida del presente proyecto. Para lo cual se aplicado la siguiente formula:

$$\% \textit{participación del mercado} = \frac{(\textit{capacidad utilizada} * 100)}{\frac{\textit{Demanda insatisfecha}}{100}}$$

Estos datos obtenidos, nos indican la participación que tendrá la microempresa de licor artesanal café con coñac en el mercado de la ciudad de Loja en los cinco primeros años, dentro del primer año el porcentaje de participación que tendrá la microempresa en la comercialización y producción del licor artesanal “café con coñac “ será del 71%, para el segundo año su participación será del 72%, el tercer año la participación será del 80%, el cuarto año el porcentaje de participación será del 80% y finalmente para el último año de vida útil de la microempresa el porcentaje de participación será del 87%. Esto refleja el total del mercado que la microempresa “Coffeñac” puede llegar a obtener anualmente.

Tabla 39 Participación en el mercado

AÑO	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD UTILIZADA	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
1	309.171	218.400	71%
2	304.534	218.400	72%
3	298.747	232.960	78%
4	291.699	232.960	80%
5	283.266	247.520	87%

Fuente: Encuesta a las familias tabla N° 37 y 38

Elaborado por: El Autor.

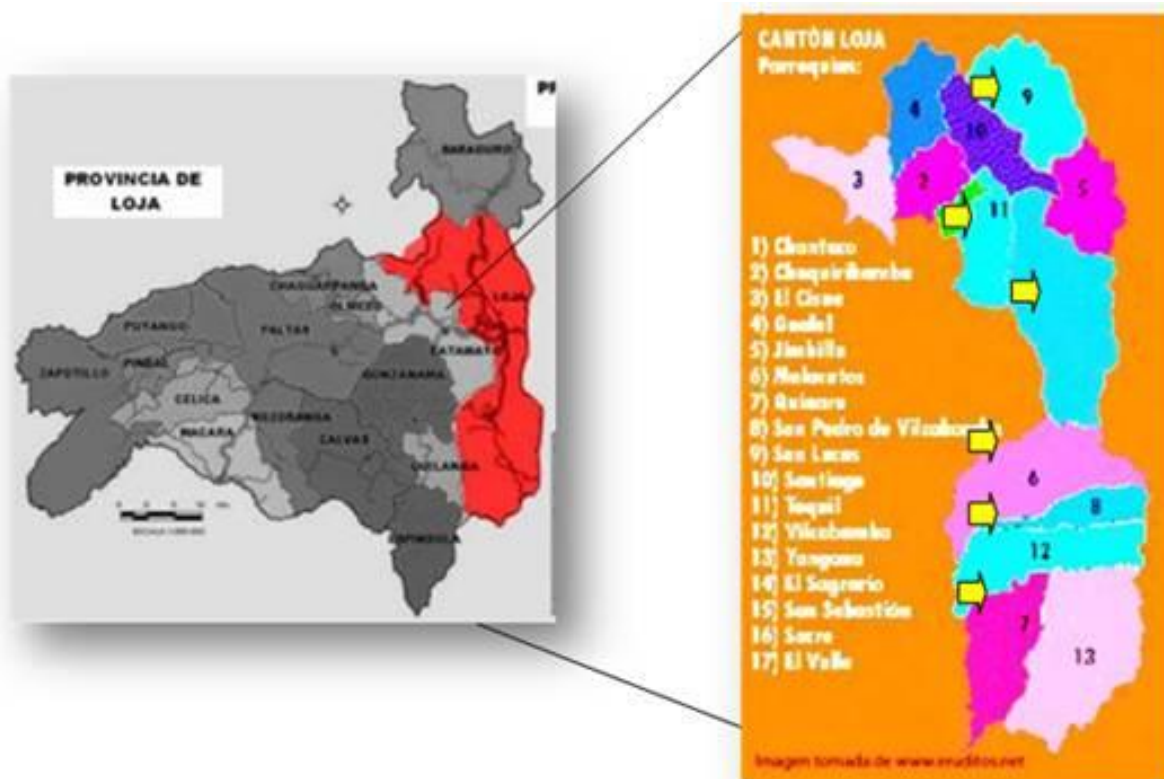
3.2. Localización de la planta

La localización de la planta hace referencia al estudio minucioso para determinar la ubicación idónea que debe tener la microempresa para el desarrollo de las actividades que en ella se van a efectuar, la cual permita la optimización de los factores de producción para el desarrollo eficiente y eficaz de la organización.

3.2.1. Macrolocalización

La macrolocalización del proyecto es el estudio en donde se determina la región o el territorio donde se ubicará la empresa, en el cual se analizarán sus características físicas e indicadores socio-económicos más relevantes. Es decir, cubriendo las exigencias o requerimiento del proyecto.

Ilustración 13 Macrolocalización del proyecto - Mapa de la ciudad de Loja

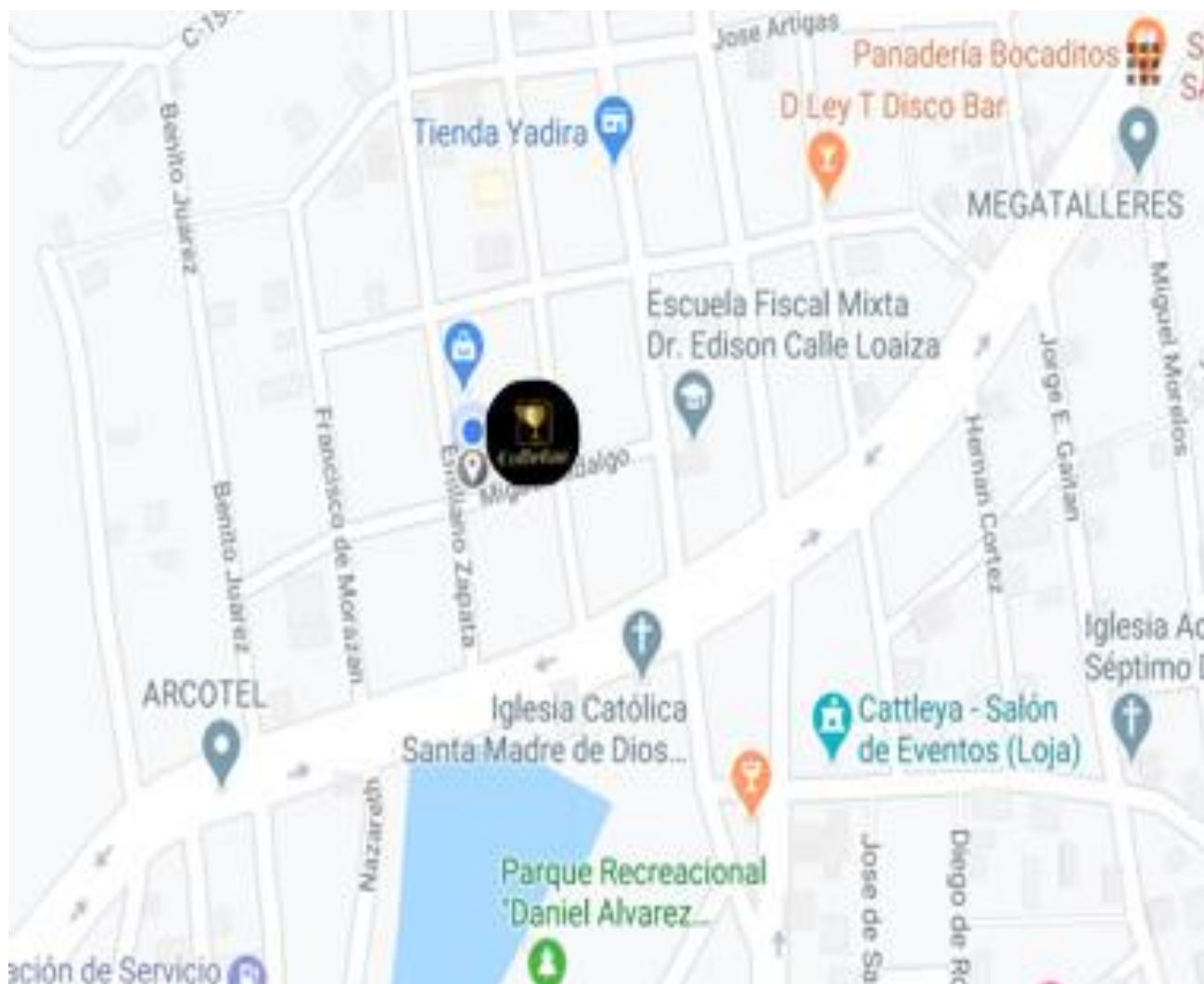


Fuente: Chamba, M. (25 de Julio de 2013). *Plan de negocios para la implementación de una empresa de abonos orgánicos*. Obtenido de monografias.com: <https://www.monografias.com/trabajos97/plan-negocios-implementacion-empresa-abonos-organicos/plan-negocios-implementacion-empresa-abonos-organicos.shtml>

3.2.2. Microlocalización

La microlocalización es el punto específico dentro de la macro localización en donde se asentará la microempresa. Para el presente proyecto la microempresa dedicada a la comercialización y producción de licor artesanal de café con coñac “Coffeñac” se ubicará en el barrio Daniel Álvarez en las calles: Emiliano Zapata y Miguel Hidalgo esq. Esta ubicación es estratégica ya que cuenta con características de vital importancia para la comercialización y la producción del producto “Coffeñac” como: vías de acceso, servicios básicos, fácil acceso para proveedores y compradores, entre otras.

Ilustración 14 Microlocalización



Fuente: Google maps. (s.f.). Google maps. Obtenido de <https://www.google.com/maps/@-4.0183263,-79.2134208,17z?hl=es>

3.3. Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto es la etapa en la cual se definen los recursos necesarios para la puesta en marcha de la microempresa, recursos tales como: maquinaria y equipos, insumos, materia prima, mano de obra directa e indirecta, etc. Es decir, todos los recursos necesarios para el funcionamiento de la empresa u organización.

3.3.1. Descripción de los recursos para la microempresa de licor artesanal Café con Coñac

- **Maquinaria y equipo**
 - ✓ **Fermentador**

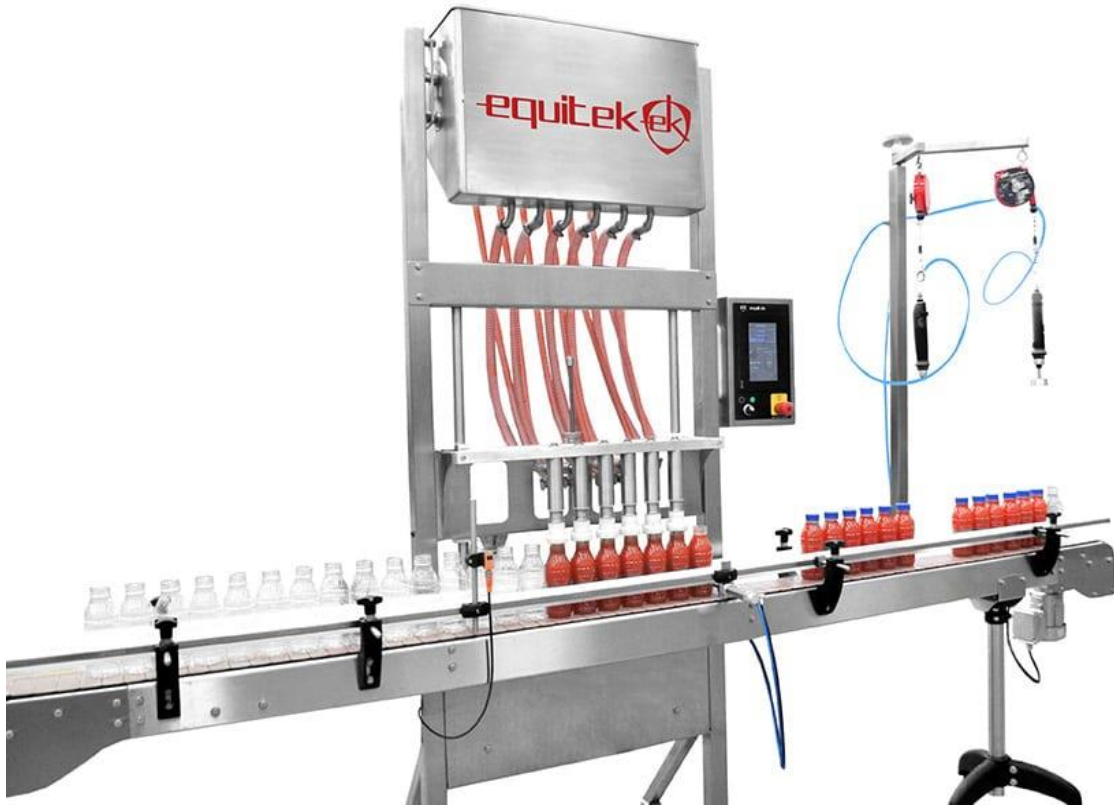
Ilustración 15 Fermentador



Fuente: Mercado libre Ecuador

- **Cantidad:** 4 fermentadores
 - **Capacidad:** 105 litros
 - **Dimensiones:** diámetro: 63cm – altura: 210cm
 - **Descripción:** fermentadores en inox, con válvulas inox sanitarias y termómetro
 - **Precio:** \$1650
- ✓ **Embotelladora**

Ilustración 16 Embotelladora



Fuente: Equitek

- **Cantidad:** 1 embotelladora
- **Capacidad:** 50ml a 1.5lt
- **Descripción:** La tecnología de este equipo está basada en boquillas de llenado por nivel, las cuales recirculan el exceso de producto y espuma al tanque de balance.
- **Precio:** \$8000

✓ Tostadora de café

Ilustración 17 Tostadora de café



Fuente: Ochoa hermanos

- **Cantidad:** 1 tostadora
- **Descripción:** Tostadora de café en acero inoxidable capacidad 100lb por tostada
- **Precio:** \$3000

✓ **Molino de café**

Ilustración 18 Molino de café



Fuente: Importadora Montero

- **Cantidad:** 1 molino
- **Descripción:** Molino para granos con tolva de acero inoxidable y panel electrónico capacidad 100 lb por hora
- **Precio:** \$1500

- **Herramientas, muebles y enseres de producción**
 - ✓ **Mesa de acero inoxidable**

Ilustración 19 Mesa acero inoxidable



Fuente: Ochoa hermanos

- **Cantidad:** 3 mesas industriales
- **Descripción:** Mesa en acero inoxidable 1.14 cm x 41cm y 90 cm de alto
- **Precio:** \$90
- ✓ **Pipeta graduada**



Fuente: Mercado libre

- **Cantidad:** 1 pipeta graduada
- **Descripción:** Pipeta graduada 10 ml
- **Precio:** \$5 x unidad
- **Utensilios**
 - ✓ **Densímetro**

Ilustración 20 Densímetro

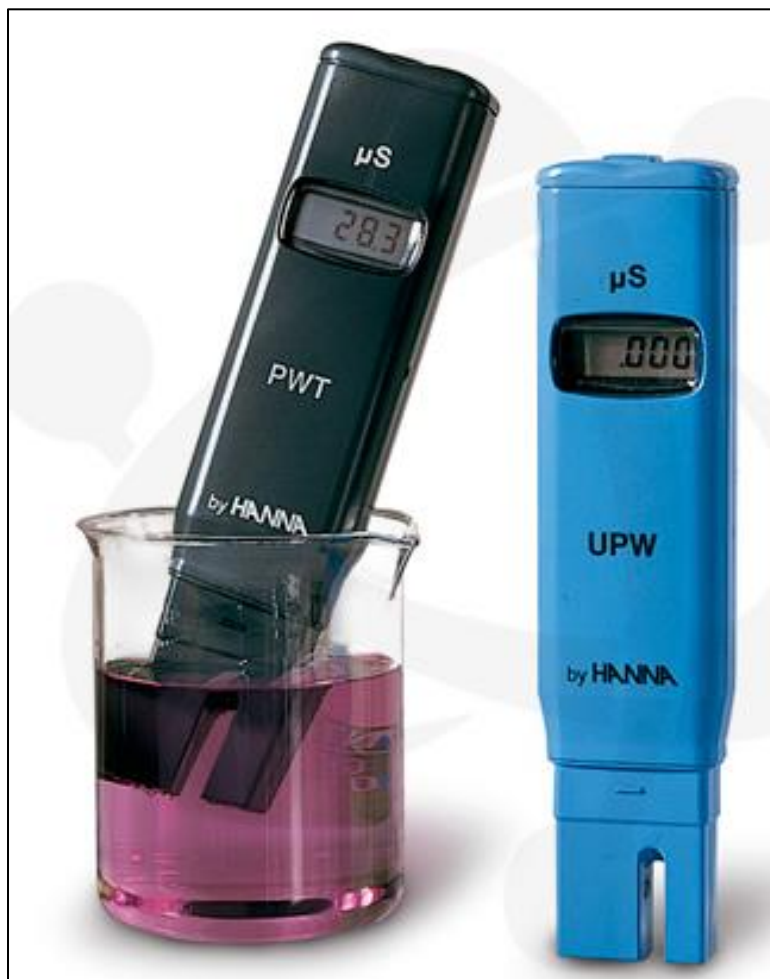


Fuente: Mercado libre Ecuador

- **Cantidad:** 1 densímetro
- **Dimensiones:** 27,5 cm de largo, 1,7 cm de diámetro.
- **Capacidad:** Usar en probeta de 250 ml
- **Descripción:** Hidrómetro (densímetro) para medir la gravedad específica de un mosto
- **Precio:** \$15

✓ **Medidor de pureza del agua**

Ilustración 21 Medidor de pureza del agua



Fuente: Mercado libre Ecuador

- **Cantidad:** 2 medidores
- **Dimensiones:** 15.5 x 3.1 x 2.3cm (6.1 x 1.25 x 1 pulgadas)
- **Capacidad:** Usar en probeta de 250 ml
- **Descripción:** Es un probador del medidor de TDS digital para probar la pureza de calidad del agua del filtro.
- **Precio:** \$12

- **Indumentaria del personal**
 - ✓ **Guantes**

Ilustración 22 Guantes nitrilo



Fuente: Mercado libre Ecuador

- **Cantidad:** 1 caja (100 unidades)
 - **Descripción:** Guantes de nitrilo para químicos y líquidos
 - **Precio:** \$10 por caja
- ✓ **Mascarillas**

Ilustración 23 Mascarillas



Fuente: DirectIndustry

- **Cantidad:** 1 cajas (100 unidades)
- **Descripción:** Guantes de nitrilo para químicos y líquidos
- **Precio:** \$120 por caja

✓ **Gorro industrial**



Fuente: Mercado libre Ecuador

- **Cantidad:** 1 caja (50 unidades)
- **Descripción:** Gorro industrial
- **Precio:** \$ 50 por caja

✓ **Delantal industrial para la industria agroalimentaria**

Ilustración 24 Delantal de trabajo



Fuente: DirectIndustry

- **Cantidad:** 4 delantales
- **Descripción:** delantal impermeable de poliuretano
- **Precio:** \$40 por unidad

✓ **Personal administrativo y ventas**

Tabla 40 Personal administrativo y ventas

-
- ✓ 1 Gerente
 - ✓ 1 secretaria - contadora
 - ✓ 1 guardia - conserje
 - ✓ 1 chofer - vendedor

Fuente: El autor.
Elaborado por: El autor

✓ **Personal operativo**

Tabla 41 Personal Operativo

-
- ✓ 2 obreros
 - ✓ 1 jefe de producción

Fuente: El autor.
Elaborado por: El autor

✓ **Muebles y enseres de oficina**

Tabla 42 Muebles y enseres de oficina

-
- ✓ 3 escritorio
 - ✓ 3 sillones ergonómicos
 - ✓ 2 archivadores
 - ✓ 3 sillas ergonómicas

Fuente: El autor.
Elaborado por: El autor

✓ **Equipo de oficina**

Tabla 43 Equipo de oficina

-
- ✓ 2 teléfonos
 - ✓ 1 sumadora digital
 - ✓ Repetidor de señal wi-fi
-

Fuente: El autor.
Elaborado por: El autor

✓ **Útiles de aseo**

Tabla 44 Útiles de aseo

-
- ✓ Trapeadores
 - ✓ Escobas
 - ✓ Baldes
 - ✓ Detergente
 - ✓ Desinfectante
 - ✓ Cloro
 - ✓ Toallas
 - ✓ Papel higiénico
 - ✓ Jabón líquido
-

Fuente: El autor.

✓ **Útiles de oficina**

Tabla 45 Útiles de oficina

-
- ✓ Esferográficos
 - ✓ Lápices
-

-
- ✓ Grapadoras
 - ✓ Perforadoras
 - ✓ Hojas de papel boom
 - ✓ Tinta de impresora
 - ✓ Sobres
 - ✓ Resaltadores
 - ✓ Borradores
 - ✓ Carpetas
 - ✓ Resaltadores
 - ✓ Clics
 - ✓ Cúter
 - ✓ Grapas
 - ✓ Cinta adhesiva

Fuente: El autor.
Elaborado por: El autor

✓ **Equipo de computo**

Tabla 46 Equipo de computo

-
- ✓ 2 computadores
 - ✓ 2 impresoras
 - ✓ 2 flash memory
 - ✓ 1 disco duro 1tb

Fuente: El autor.

✓ **Materia prima directa**

Tabla 47 Materia prima directa

-
- ✓ Jugo de caña de azúcar
 - ✓ Levadura
 - ✓ Café
 - ✓ Uva verde
 - ✓ Almendras
 - ✓ Ciruela pasa
-

Fuente: El autor.
Elaborado por: El autor

✓ **Materia prima indirecta**

Tabla 48 Materia prima indirecta

-
- ✓ Envase de vidrio
 - ✓ Etiquetas
 - ✓ Sello plástico para tapa
 - ✓ Vehículo
-

Fuente: El autor.
Elaborado por: El autor

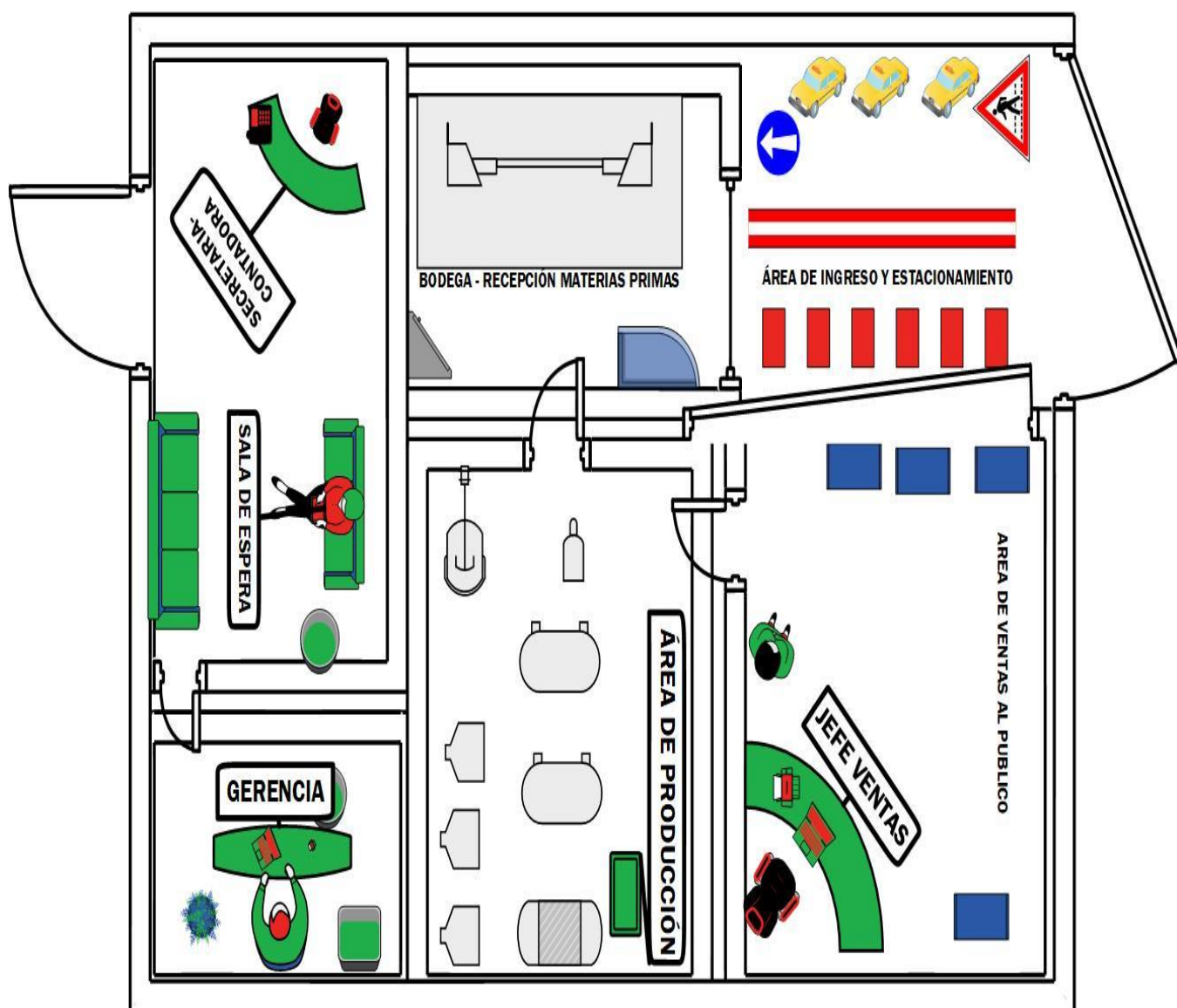
3.3.2. Distribución de la planta

La distribución de la planta consiste en el ordenamiento físico de los elementos industriales necesarios para la producción de un producto. Dicha ordenación incluye tanto los espacios

necesarios de movilidad del material, mano de obra, almacenamiento, carga y descarga de materias primas, etc.

En el presente proyecto la ubicación ya antes mencionada en la microlocalización, estará en el barrio “Daniel Álvarez” en las calles Emiliano Zapata y Salvador Allende, en una extensión de 200 m². Dicha área permitirá la correcta distribución de la planta para el correcto funcionamiento de la microempresa.

Ilustración 25 Distribución de la planta



Elaborado por: El autor

3.3.3. Proceso de producción del licor artesanal “Café con Coñac”

El proceso de producción es el conjunto de actividades encaminadas a la transformación de recursos o factores productivos en bienes o servicios.

El proceso para la elaboración del licor artesanal “café con coñac” se desarrolla de la siguiente manera:

1. Recepción, inspección y selección de materia prima

Para la elaboración del producto “Coffeñac” se necesita la recepción y posterior almacenamiento de tres ingredientes principales: café en grano, jugo de caña de azúcar y saborizante sabor a coñac. Este proceso implica un tiempo de 120 minutos ya que es necesario la inspección de cada una de las materias primas, verificando y cumpliendo las normas que exige la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (Arcsa).

2. Preparación

❖ Fermentación

Fermentaremos 420 litros de jugo de caña de azúcar y levadura para conseguir hasta un 21% de alcohol, es decir, más de 40 litros de alcohol etanol. Esos 40 litros de etanol diluidos a, por ejemplo 30° se convertirán en 420 litros. Y como las botellas contienen 375 ml, hablamos de 1120 botellas de licor aproximadamente:

❖ Destilación

El fermentado conseguido en el paso anterior será sometido a destilación, en este procedimiento se debe gestionar la temperatura del destilador, el termómetro del destilador, la refrigeración de la columna de destilación, la recogida de los tres destilados: Cabeza,

corazón y cola. Aquí se utilizará el densímetro, es una sencilla herramienta que permite saber qué porcentaje de alcohol hay en un destilado.

❖ **Elaboración del licor “Coffeñac”**

Con el alcohol obtenido en el paso anterior elaboraremos el licor de “café con coñac”. Esta tarea incluye: Diluir el alcohol de 70° a una graduación menor. Hacer, en ese alcohol, un macerado con el café y el coñac (uva verde, ciruela pasa y almendras), también preparar un almíbar (azúcar + agua) para endulzar el licor.

3. Control de calidad

En este punto un operario deberá medir la concentración de alcohol final de todo el lote de producción, también se medirá el nivel de azúcar, color, aroma y viscosidad del líquido.

Todos estos procedimientos se desarrollarán cumpliendo un riguroso protocolo en el cual se respeten las normas de higiene y asepsia.

4. Envasado

Luego de que el producto cumplió con las normas de calidad necesarias para su comercialización, procedemos al envasado el cual se efectuara a través de una maquina envasadora. Monitoreada por un operario que se encargara de la colocación de los envases de 375ml y de verificar que todas las botellas cumplan con la cantidad de líquido descrito en la etiqueta del producto.

5. Sellado, etiquetado y empacado

Envasado el producto se procede a llevar las botellas de 375ml mediante bandas transportadoras a la máquina que se encargara del sellado y etiquetado. En este






procedimiento se necesita dos operarios los cuales se encargará de tomar el producto final e ir empacando en cajas de cartón las cuales abarcaran 12 botellas.

6. Almacenamiento

Una vez empacado el producto en las cajas de cartón éstas serán transportadas hasta el área de almacenamiento para ser puestas en estanterías metálicas, para su posterior comercialización.



















3.3.4. Diagrama de procesos

Ilustración 26 Simbología diagrama de procesos

OPERACIÓN	INSPECCIÓN	TRANSPORTE	DEMORA	ALMACENAMIENTO
				

Elaborado por: El Autor.

Ilustración 27 Diagrama de procesos para elaboración de Licor artesanal "Café con coñac"

N°	ACTIVIDAD	SIMBOLOGIA					TIEMPO
							
1	RECEPCION MP						60 min
2	INSPECCION Y SELECCIÓN						100 min
3	PREPARACIÓN						50 min
4	FERMENTACIÓN						50 min
5	DESTILACIÓN						100 min
6	ELABORACIÓN						50 min
7	ENVASADO						20 min
8	ETIQUETADO Y SELLADO						20 min
9	ALMACENAMIENTO						30 min
10	TOTAL						480 min

Elaborado por: El Autor.

Capítulo 4

El presente capítulo consiste en determinar la organización que la empresa va a considerar para su establecimiento, así como la estructura legal y organizacional, las fuentes y métodos de reclutamiento y el capital con el que la microempresa va a operar.

4. Estudio organizacional

4.1. Organización legal

4.1.1. Acta constitutiva

CONSTITUCIÓN COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

SEÑOR NOTARIO:

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase Insertar una de constitución de compañía de responsabilidad limitada, al tenor de las cláusulas siguientes:

PRIMERA. - COMPARECIENTES Y DECLARACIÓN DE VOLUNTAD. –

Intervienen en la celebración de este contrato, los señores: ALEXIS DARIO HURTADO ARMIJOS. LUIS ALFONSO JARAMILLO y GONZALO AUGUSTO HURTADO MONCADA; los comparecientes manifiestan ser ecuatorianos, mayores de edad, soltero el primero, y casados los dos últimos, domiciliados en esta ciudad; y, declaran su voluntad de constituir, como en efecto constituyen, la compañía de responsabilidad limitada «Coffeñac CÍA. LTDA.» la misma que se registrará por las leyes ecuatorianas; de manera especial, por la Ley de Compañías, sus reglamentos y los siguientes estatutos.

SEGUNDA. - ESTATUTOS DE. COFFEÑAC CÍA. LTDA.**CAPITULO PRIMERO****DENOMINACIÓN. NACIONALIDAD, DOMICILIO,****FINALIDADES Y PLAZO DE DURACIÓN**

ARTICULO UNO. - Constituyese en la ciudad de Loja, con domicilio en el mismo lugar, provincia de Loja. República del Ecuador, de nacionalidad ecuatoriana, la compañía de responsabilidad limitada «COFFEÑAC CÍA. LTDA.

ARTICULO DOS. - La compañía tiene por objeto y finalidad, la fabricación, distribución y venta de licor artesanal con sabor a café con coñac, y cualquier otra actividad afín con la expresada. La compañía podrá por sí o por otra persona natural o jurídica intervenir en la venta y exportación de los productos que elabore si ello es conveniente a sus Intereses; y tiene facultades para abrir dentro o fuera del país, agencias o sucursales, y para celebrar contratos con otras empresas que persigan finalidades similares sean nacionales o extranjeras.

ARTICULO TRES. - La compañía podrá solicitar préstamos internos o externos para el mejor cumplimiento de su finalidad.

ARTICULO CUATRO. - El plazo de duración del contrato social de la compañía es de cinco años, a contarse de la fecha de Inscripción en el Registro Mercantil del domicilio principal de la compañía; puede prorrogarse por resolución de la junta general de socios, la que será convocada expresamente para deliberar sobre el particular. La compañía podrá disolverse antes, si así lo resolviere la Junta general de socios en la forma prevista en estos estatutos y en la Ley de Compañías.

CAPITULO SEGUNDO

DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE

LA RESERVA LEGAL

ARTICULO CINCO. - El capital social de la compañía es de dieciocho mil dólares, dividido en seis mil participaciones de un dólar cada una, que estarán representadas por el certificado de aportación correspondiente de conformidad con la ley y estos estatutos, certificado que será firmado por el presidente y gerente de la compañía. El capital está íntegramente suscrito y pagado en numerario en la forma y proporción que se especifica en las declaraciones.

ARTICULO SEIS. - La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la Junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social, en la forma prevista en la Ley y, en tal caso los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportes sociales, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios.

ARTICULO SIETE. - El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo efectuará: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas y/o proveniente de la revalorización pertinente y por los demás medios previstos en la ley.

ARTICULO OCHO.- La compañía entregará a cada socio el certificado de aportaciones que corresponde; dicho certificado de aportación se extenderá en libre tiñes acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, notaría en la que se otorgó, fecha y número de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de

expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del presidente y gerente de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el libro de socios y participaciones; y para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTICULO NUEVE. - Todas las participaciones son de Igual calidad, los socios fundadores no se reservan beneficio especial alguno.

ARTICULO DIEZ. - Las participaciones de esta compañía podrán transferirse por acto entre vivos, requiriéndose para ello: el consentimiento unánime del capital social, que la cesión se celebre por escritura pública y que se observe las pertinentes disposiciones de la ley. Los socios tienen derecho preferente para adquirir estas participaciones a prorrata de las suyas, salvo resolución en contrario de la Junta general de socios. En caso de cesión de participaciones, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo. La compañía formará forzosamente un fondo de reserva por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades liquidas y realizadas.

ARTICULO ONCE. - En las Juntas generales para efectos de votación cada participación dará al socio el derecho a un voto.

CAPITULO TERCERO

DE LOS SOCIOS. DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y

RESPONSABILIDADES

ARTICULO DOCE. - Son obligaciones de los socios:

Las que señala la Ley de Compañías:

Cumplir con las funciones, actividades y deberes que les asigne la Junta general de socios, el presidente y el gerente;

Cumplir con las aportaciones suplementarias en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía cuando y en la forma que decida la Junta general de socios; y,

Las demás que señalen estos estatutos.

ARTICULO TRECE. - Los socios de la compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta general de socios, personalmente o mediante mandato a otro socio o extraño, con poder notarial o carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión y, el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio tendrá derecho a un voto;

Elegir y ser elegido para los órganos de administración;

A percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones, lo mismo respecto del acervo social de producirse la liquidación de la compañía:

Los demás previstos en la ley y en estos estatutos.

ARTICULO CATORCE. - La responsabilidad de los socios de la compañía, por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones Individuales a la compañía, salvo las excepciones de ley.

CAPITULO CUARTO

DEL GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN

ARTICULO QUINCE. - El gobierno y la administración de la compañía se ejerce por medio de los siguientes órganos: La Junta general de socios, el presidente y el gerente.

ARTICULO DIECISEIS. - DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS. - La junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

ARTICULO DIECISIETE. - Las sesiones de junta general de socios son ordinarias y extraordinarias, y se reunirán en el domicilio principal de la compañía para su validez. Podrá la compañía celebrar sesiones de Junta general de socios en la modalidad de junta universal, esto es, que la junta puede constituirse en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente todo el capital, y los asistentes quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad acepten por unanimidad la celebración de la junta y los asuntos a tratarse, entendiéndose así, legalmente convocada y válidamente constituida.

ARTICULO DIECIOCHO. - Las Juntas generales se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico, y las extraordinarias en cualquier tiempo que fueren convocadas. En las sesiones de Junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria, en caso contrario las resoluciones serán nulas.

ARTICULO DIECINUEVE. - Las juntas ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación por lo menos al señalado para la sesión de Junta general. La convocatoria indicará el lugar, local, fecha, el orden del día y objeto de la sesión.

ARTICULO VEINTE. - El quórum para las sesiones de Junta general de socios, en la primera convocatoria será de más de la mitad del capital social y. en la segunda se podrá sesionar con el número de socios presentes, lo que se Indicará en la convocatoria. La sesión no podrá instalarse, ni continuar válidamente sin el quórum establecido.

ARTICULO VEINTIUNO. - Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social concurrente a la sesión, con las excepciones que señalan estos estatutos y la Ley de Compañías. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

ARTICULO VEINTIDÓS. - Las resoluciones de la Junta general de socios tomadas con arreglo a la ley y a estos estatutos y sus reglamentos, obligarán a todos los socios, hayan o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTICULO VEINTITRÉS. - Las sesiones de junta general de socios, serán presididas por el presidente de la compañía y. a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios: actuará de secretario el gerente o el socio que en su falta la Junta elija en cada caso.

ARTICULO VEINTICUATRO. - Las actas de las sesiones de junta general de socios se llevarán a máquina, en hojas debidamente foliadas y escritas en el anverso y reverso, las que llevarán la firma del presidente y secretario. De cada sesión de junta se formará un expediente que contendría la copia del acta, los documentos que Justifiquen que la convocatoria ha sido hecha legalmente, así como todos los documentos que hubieren sido conocidos por la Junta.

ARTICULO VEINTICINCO. - Son atribuciones privativas de la junta general de socios: Resolver sobre el aumento o disminución de capital, fusión o transformación de la compañía, sobre la disolución anticipada, la prórroga del plazo de duración: y, en general resolver cualquier reforma al contrato constitutivo y a estos estatutos:

- Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarlos e Informes que presenten los administradores;
- Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;

- Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios:
- Acordar la exclusión de socios de acuerdo con las causas establecidas en la ley:
- Resolver cualquier asunto que no sea competencia privativa del presidente o del gerente y dictar las medidas conducentes a la buena marcha de la compañía;
- Interpretar con el carácter de obligatorio los casos de duda que se presenten sobre las disposiciones del estatuto:
- Acordar la venta o gravamen de los bienes Inmuebles de la compañía;
- Aprobar los reglamentos de la compañía:
- Aprobar el presupuesto de la compañía;
- Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones, establecimientos y oficinas de la compañía:
- Las demás que señalen la Ley de Compañías y estos estatutos.

ARTICULO VEINTISÉIS. - Las resoluciones de la Junta general de socios son obligatorias desde el momento en que son tomadas válidamente.

ARTICULO VEINTISIETE. - DEL PRESIDENTE. - El presidente será nombrado por la junta general de socios y durará dos años en el ejercicio de su cargo, pudiendo ser indefinidamente reelegido. Puede ser socio o no.

ARTICULO VEINTIOCHO. - Son deberes y atribuciones del presidente de la compañía:

- Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de los servidores de la misma e Informar de estos particulares a la junta general de socios:
- Convocar y presidir las sesiones de junta general de socios y suscribir las actas;
- Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación de sus políticas;

- Firmar el nombramiento del gerente y conferir certificaciones sobre el mismo;
- Las demás que le señalan la Ley de Compañías, estos estatutos, reglamentos de la compañía y la junta general de socios.

ARTICULO VEINTINUEVE. - DEL GERENTE. - El gerente será nombrado por la Junta general de socios y durará dos años en su cargo, pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Puede ser socio o no.

ARTICULO TREINTA. - Son deberes y atribuciones del gerente de la compañía:

- Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;
- Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos;

CAPÍTULO QUINTO

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

ARTÍCULO TREINTA Y UNO. - La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la Ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once; así como por el Reglamento pertinente y lo previsto en estos estatutos.

ARTÍCULO TREINTA Y DOS. - No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

DECLARACIONES. - El capital con el que se constituye la compañía • COFFEÑAC CIA. LTDA.* ha sido suscrito y pagado en su totalidad en la siguiente forma: el señor Alexis Darío Hurtado Armijos ocho mil quinientos noventa y nueve participaciones, de un dólar cada una, con un valor total de ocho mil dólares; el señor Luis Alfonso Jaramillo ocho mil ocho mil quinientos noventa y nueve participaciones, un dólar cada una, con un valor total de ocho mil ocho mil quinientos noventa y nueve dólares; y, el señor Gonzalo Augusto Hurtado

Moncada ocho mil ocho mil quinientos noventa y nueve participaciones de un dólar cada una, TOTAL: veinte seis mil ocho mil quinientos noventa y nueve participaciones de un dólar cada una, que dan un total de VEINTISEIS MIL PARTICIPACIONES DE UN DÓLAR; valor que ha sido depositado en dinero en efectivo en la cuenta «Integración de Capital», en el Banco del Austro, Sucursal en Loja, cuyo certificado se agrega a la presente escritura como documento habilitante. Los socios de la compañía por unanimidad nombran al señor Alexis Darío Hurtado Armijos para que se encargue de los trámites pertinentes, encaminados a la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil y convocatoria a la primera junta general de socios, en la que se designarán presidente y gerente de la compañía.

Hasta aquí la minuta. Usted señor Notario se sírvase agregar las cláusulas de estilo para su validez.

Atentamente, Dr. Carlos Benavides

4.1.2. Razón social

La razón social con la que la microempresa dedicada a la elaboración y comercialización del licor artesanal café con coñac se identificará será “Coffeñac compañía limitada o Coffeñac CIA. Ltda.”

4.1.3. Domicilio de la microempresa

La microempresa estará domiciliada en la provincia de Loja, cantón Loja, parroquia sucre, Barrió “Daniel Álvarez”, calles: Emiliano Zapata y Miguel Hidalgo. Dicha dirección estará constituida y registrada legalmente en la razón social de la empresa.

4.1.4. Objetivos de la microempresa

El objetivo de Coffeñac CIA. Ltda. que constará en la constitución de la microempresa y en su razón social, es la elaboración y comercialización de licor artesanal con sabor a café con coñac.

4.1.5. Capital social

El capital social mínimo que se requiere para la constitución de la compañía de responsabilidad limitada es de \$68.701,31 (SESENTA Y OCHO MIL SETECIENTOS UN DOLARES AMERICANOS CON TREINTA Y UN CENTAVOS). Obtenido en el presente estudio, mediante el cálculo de todos los factores de producción que incurren en la fabricación de un producto

4.1.6. Tiempo de duración de la microempresa

La duración de la microempresa registrada en la razón social de la compañía será de 5 años (60 mes), los cuales serán contabilizados a partir de la inscripción en el registro mercantil, autorizado por la Superintendencia de Compañías (SUPERCIAS). Es decir, el periodo de funcionamiento de la microempresa será 2020-2024, terminado este tiempo se pedirá una extensión del tiempo de duración de la empresa.

4.2. Organización administrativa

En este proceso se aplica los 4 conceptos fundamentales de la administración que son. Planificar, controlar, dirigir y organizar los recursos propios de la empresa, con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados.

4.2.1. Niveles jerárquicos

✓ Nivel legislativo

Dentro de la microempresa el máximo nivel de legislación está conformado por los socios accionistas de la misma y corresponde a la junta general de socios que han conformado la “Coffeñac CIA. Ltda.”; ellos tienen toda la capacidad y autoridad de ejercer la toma de decisiones y la función de formular y plantear las políticas institucionales, planes, programas y proyectos.

✓ Nivel ejecutivo

En este nivel se encuentran encabezando el gerente general que está al frente de la microempresa, sobre el cual pesa la mayor parte de decisiones que van a llevar al éxito a la misma, dicho gerente es encargado de ejecutar y desarrollar las políticas, planes programas y proyectos.

✓ Nivel asesor

Dentro de este nivel está el asesor jurídico o abogado que se va a encargar de asesorar y representar a la microempresa jurídicamente ante cualquier situación o circunstancia que esta afronte.

✓ Nivel de apoyo

En este nivel se encuentran el guardia -conserje y al secretaria- contadora , quienes forman parte esencial de la microempresa, ya que el uno se encargara de velar por la seguridad y el mantenimiento de las instalaciones en óptimas condiciones para cumplir con todas las

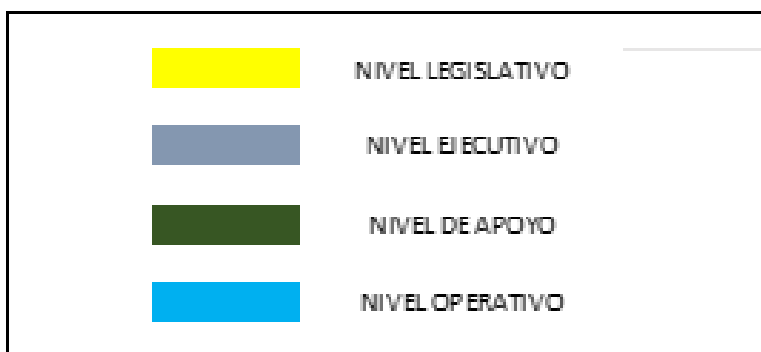
normas sanitarias dictadas por el ARCOSA, bomberos y otras entidades que controlan el funcionamiento de las organizaciones, la secretaria contadora a estará encargada de llevar la contabilidad y atender todos los asuntos administrativos de la microempresa “Coffeñac CIA. Ltda.”; con la finalidad de al terminar cada ejercicio económico poder presentar a la junta general de socios y trabajadores en general los resultados del balance, flujo de caja y todos los estados financieros para poder tomar decisiones acertadas.

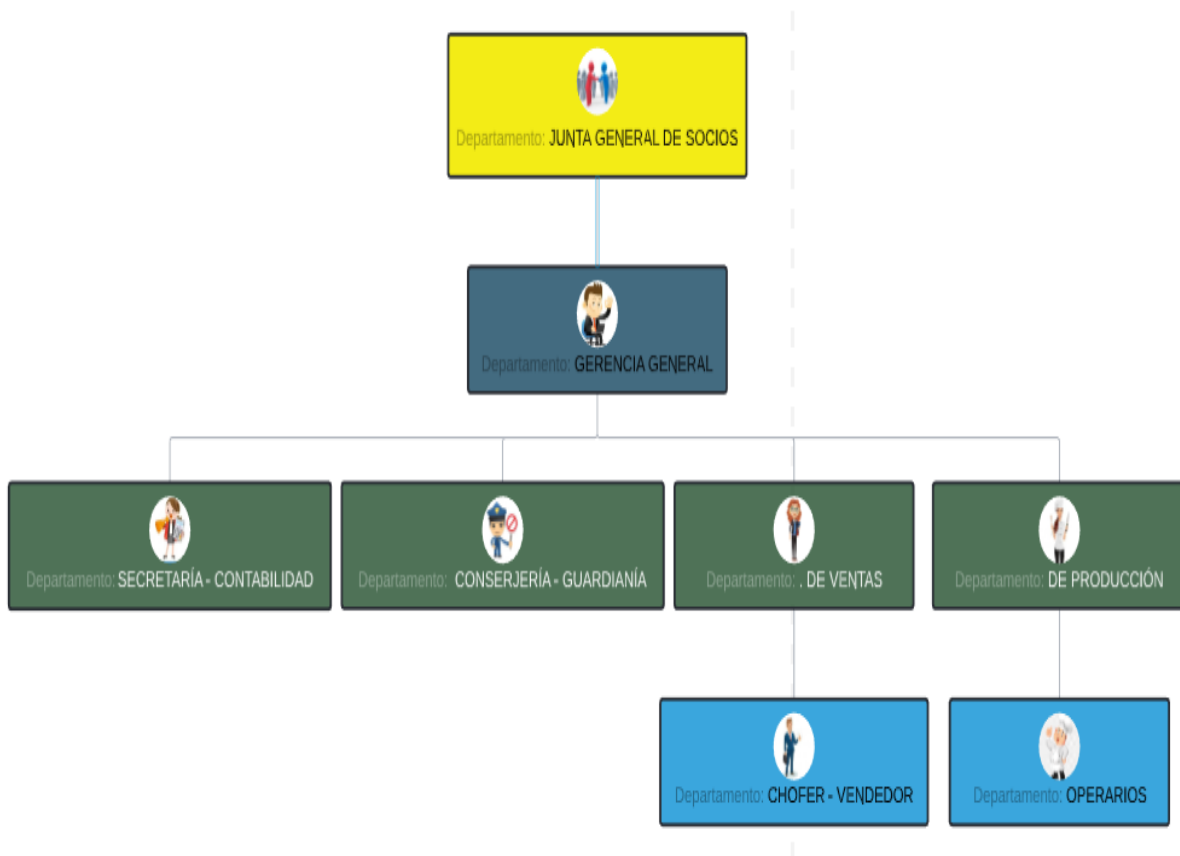
✓ Nivel operativo

El ultimo nivel en orden jerárquico , pero uno de los más importantes es el operativo donde se encuentran los jefes de producción y ventas, que dirigen y asesoran a los obreros encargados de la producción del licor artesanal (café con coñac), y del chofer vendedor, elaborando estrategias de venta y producción con la finalidad de obtener una producción eficaz y eficiente, tratando de que el producto que cumplan con las expectativas de los clientes y lograr posicionar el licor de café con coñac dentro del mercado lojano.

4.2.2. Organigramas

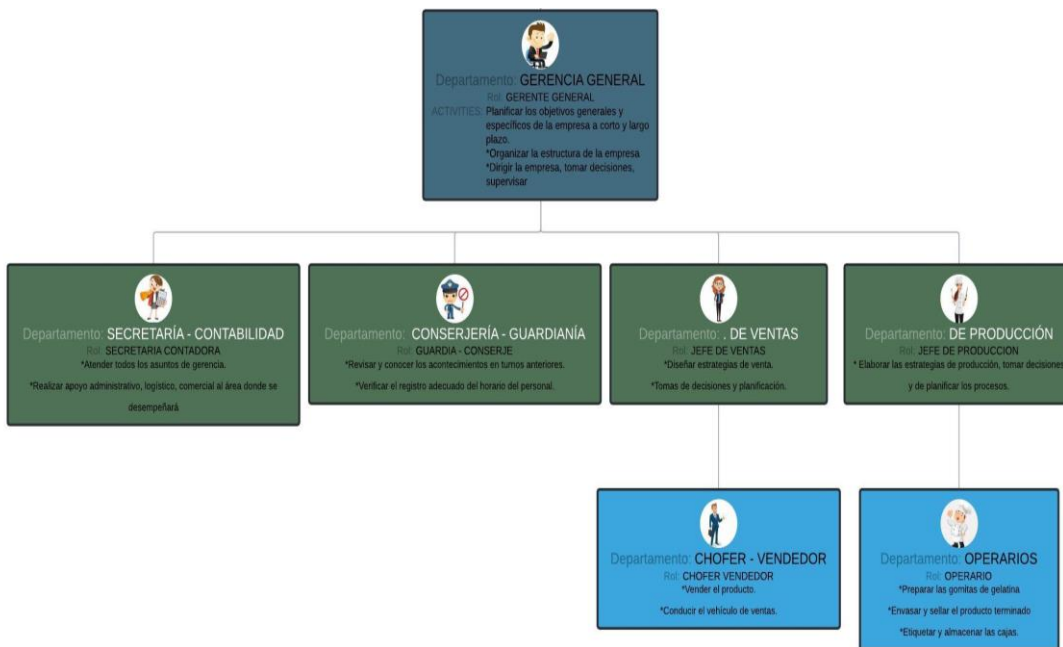
Ilustración 28 Organigrama estructural de la microempresa



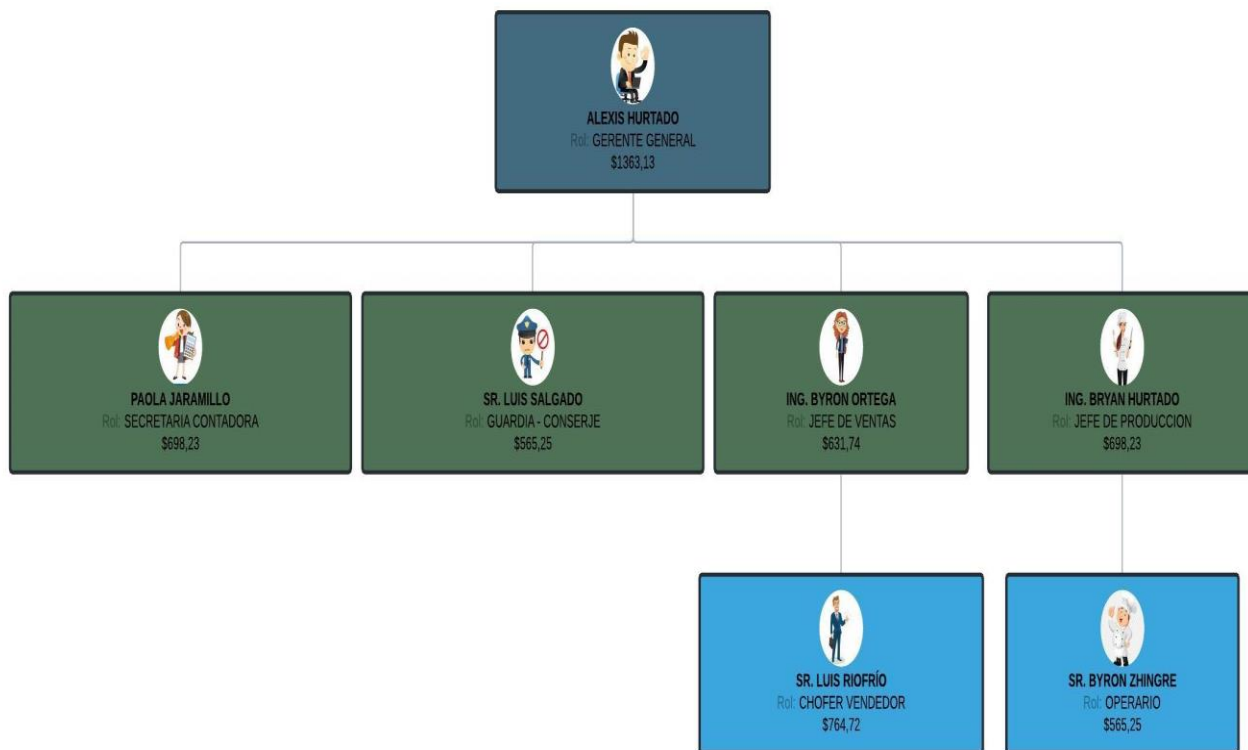


Elaborado por: El Autor.

Ilustración 29 Organigrama funcional de la microempresa



Elaborado por: El Autor.

Ilustración 30 Organigrama posicional de la microempresa

Elaborado por: El Autor.

4.2.3. Manual de Funciones

MANUAL DE FUNCIONES EMPRESA COFFEÑAC CIA.ltda.

CODIGO:
00001

CARGO A DESEMPEÑAR: GERENTE

ROLES DEL TRABAJO:

El rol del gerente consiste en la utilización eficiente de los diversos recursos para obtener los beneficios en la organización. El gerente también controlará, planificará y organizará la empresa. Coordinara a las personas para poder lograr el cumplimiento de cada uno de nuestros objetivos.

FUNCIONES:

- ✓ Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- ✓ Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.
- ✓ Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- ✓ Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
- ✓ Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado .
- ✓ Realizar cálculos matemáticos, algebraicos y financieros.
- ✓ Deducir o concluir los análisis efectuados anteriormente.

INTERFAZ:

- ✓ Con Departamentos (ventas, producción, financiero, marketing, jurídico)
- ✓ Con clientes
- ✓ Con proveedores
- ✓ Con instituciones financieras

REQUISITOS MINIMOS:

- ✓ Idioma: Inglés.
- ✓ Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos.
- ✓ Títulos: Ingeniero Comercial, Ingeniero en Administración de Empresas.
- ✓ Estudios complementarios: Computación, administración, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas.
- ✓ Experiencia: que tenga 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

CAPACIDADES Y HABILIDADES MENTALES:

Los requerimientos o capacidades son planear, controlar, dirigir, organizar, analizar, calcular, deducir. Las habilidades mentales que debe poseer la persona para este cargo son la numérica, de lenguaje, conocimientos básicos de las actividades de los subordinados y psicológicas como la empatía, etc.

MANUAL DE FUNCIONES EMPRESA
COFFEÑAC CIA.ltda.

CODIGO:
00003

CARGO A DESEMPEÑAR: Secretaria - Contadora

ROLES DEL TRABAJO:

Ordenar, manejar e interpretar la contabilidad de la empresa, uno de sus principales objetivos es generar informes financieros que permitan tomar decisiones analíticas; además, llevar los libros contables, registra movimientos y calcular el monto de los impuestos.

FUNCIONES:

- ✓ Procesa, codifica y contabiliza comprobantes por concepto de activos, pasivos, ingresos y egresos. Al mismo tiempo, actualiza los soportes con el objetivo de controlar los movimientos contables y genera balances y reportes financieros.
- ✓ Verifica los datos fiscales de las facturas recibidas, lleva a cabo el registro de movimientos y pagos de los proveedores y mantiene actualizadas las cuentas por pagar.
- ✓ Revisa el cálculo de las planillas de retenciones de impuestos sobre la renta de tus colaboradores y realiza los ajustes necesarios. Además, mantiene los libros generales de compras y ventas mediante el registro de facturas emitidas y recibidas para realizar la declaración del IVA.
- ✓ Recibir documentos
- ✓ Atender llamadas telefónicas
- ✓ Atender visitas
- ✓ Archivar documentos
- ✓ Realizar cálculos elementales
- ✓ Tener actualizada la agenda, tanto telefónica como de direcciones, y de reuniones

INTERFAZ:

- ✓ Con Departamentos (ventas, producción, financiero, marketing, jurídico)
- ✓ Con clientes
- ✓ Con proveedores

REQUISITOS MINIMOS:

- ✓ Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos.
- ✓ Títulos: Contador y/o certificaciones en contabilidad
- ✓ Estudios complementarios: Computación, administración, finanzas, contabilidad,
- ✓ Experiencia: que tenga 1-2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

CAPACIDADES Y HABILIDADES MENTALES:

- ✓ Buenas habilidades de comunicación verbal y escrita.
- ✓ Capacidad para el trabajo en equipo y la resolución de problemas; capacidad de liderazgo.
- ✓ Sentir interés por cómo funcionan las empresas.
- ✓ Conocimientos de TIC; la mayoría de los sistemas de contabilidad son sistemas informatizados.
- ✓ Gran capacidad de gestión del tiempo.

CARGO A DESEMPEÑAR: Conserje – Guardia**ROLES DEL TRABAJO:**

El Conserje – Guardia, de ser una persona responsable, organizada, metódica y puntual, lo ideal es que el conserje tenga nociones de mantenimiento, con el objetivo de solucionar cualquier incidencia que pueda surgir en la empresa.

FUNCIONES:

- ✓ Vigilancia: El control de acceso es una de sus principales funciones. El conserje debe vigilar quien entra y quién sale de la empresa, y además ayudar a todos aquellos que no encuentren el piso u oficina que están buscando.
- ✓ Limpiar: Entre sus labores se encuentran la de limpieza de algunas zonas comunes de la empresa.
- ✓ Apertura y cierre de los portales y accesos
- ✓ Energía: Es el encargado de encender, apagar o programar las luces y la calefacción, según esté fijado en la empresa.
- ✓ Si se produce alguna avería en el edificio, es el encargado de avisar al servicio técnico para que vengan a revisar la incidencia.
- ✓ Tareas de mantenimiento de jardines
- ✓ Contenedores: Se deben establecer unos turnos de sacar los contenedores de basura a la calle y su posterior recogida.
- ✓ Es el responsable de las llaves de los espacios que pertenecen a las zonas comunes.
- ✓ En algunas ocasiones, el conserje deberá realizar un parte diario de tareas con todas aquellas que haya realizado durante el día.

INTERFAZ:

- ✓ Con todos los departamentos de la empresa
- ✓ Con clientes
- ✓ Orientación a resultados

REQUISITOS MINIMOS:

- ✓ Títulos: Bachillerato mínimo
- ✓ Estudios complementarios: seguridad, limpieza, plomería (no esenciales)
- ✓ Experiencia: que tenga 1 año de experiencia como mínimo en cargos similares.

CAPACIDADES Y HABILIDADES MENTALES:

Las funciones que deben realizar un conserje-guardia son básicas e imprescindibles para un mantenimiento óptimo de la empresa, así como para propiciar una relación armónica entre toda la organización.

MANUAL DE FUNCIONES EMPRESA
COFFEÑAC CIA.ltda.

CODIGO:
00005

CARGO A DESEMPEÑAR: Jefe de producción

ROLES DEL TRABAJO:

El jefe de producción trabajará en la industria manufacturera y será el responsable de gestionar los materiales y los trabajadores. Se asegurará de que la producción sea tan eficiente como sea posible.

FUNCIONES:

- ✓ Supervisa toda la transformación de la materia prima y material de empaque en producto terminado
- ✓ Coordina labores del personal. Controla la labor de los supervisores de áreas y del operario en general
- ✓ Vela por el correcto funcionamiento de maquinarias y equipos.
- ✓ Es responsable de las existencias de materia prima, material de empaque y productos en proceso durante el desempeño de sus funciones.
- ✓ Entrena y supervisa a cada trabajador encargado de algún proceso productivo durante el ejercicio de sus funciones
- ✓ Vela por la calidad de todos los productos fabricados
- ✓ . Ejecuta planes de mejora y de procesos.
- ✓ Emite informes, analiza resultados, genera reportes de producción que respalden la toma de decisiones.
- ✓ Ejecuta y supervisa planes de seguridad industrial. Controla la higiene y limpieza de la fabrica
- ✓ Establece controles de seguridad y determina parámetros de funcionamiento de equipos y procesos que garanticen la producción y mantengan la seguridad del empleado.

INTERFAZ:

- ✓ Con operarios
- ✓ Con proveedores
- ✓ Con gerencia
- ✓ Logística

REQUISITOS MINIMOS:

- ✓ Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos.
- ✓ Títulos: Ingeniero Industrial o Ingeniero de Alimentos
- ✓ Estudios complementarios: Computación
- ✓ Experiencia: Que tenga 5 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

CAPACIDADES Y HABILIDADES MENTALES:

Alto sentido de compromiso, ética, trabajo en equipo, colaborador, responsable, buena comunicación y orientado al logro de metas, con capacidad de planificación, organización y supervisión de personal y buen manejo de información confidencial.

MANUAL DE FUNCIONES EMPRESA
COFFEÑAC CIA.Itda.

CODIGO:
00006

CARGO A DESEMPEÑAR: Chofer - Vendedor

ROLES DEL TRABAJO:

Los choferes repartidores siguen las rutas preestablecidas y velan por la entrega del paquete en el menor tiempo posible. También deberán clasificar y llevar el inventario de los paquetes asignados. Además de ello, por lo general, se requiere que el destinatario firme una planilla para dejar constancia de que el paquete fue recibido.

FUNCIONES:

- ✓ Revisar el vehículo antes de su salida.
- ✓ Reportar cualquier malfuncionamiento o reparación.
- ✓ Verificar la lista de paquetes a entregar.
- ✓ Verificar que todos los paquetes estén debidamente cargados en el vehículo.
- ✓ Verificar las direcciones y rutas.
- ✓ Conducir el vehículo atendiendo a las normativas y leyes de tránsito terrestre vigentes.
- ✓ Realizar la entrega de paquetes y recopilar los acuses de recibo debidamente firmados.
- ✓ Devolver los paquetes al remitente cuando no se haya podido realizar la entrega.
- ✓ Llevar el registro de entregas y devoluciones.
- ✓ Reportar cualquier emergencia o accidente.

INTERFAZ:

- ✓ Con Departamentos (ventas y producción)
- ✓ Con clientes
- ✓ Atención al cliente

REQUISITOS MINIMOS:

- ✓ Títulos: Bachillerato – Licencia profesional
- ✓ Estudios complementarios: Mecánica, atención al cliente
- ✓ Experiencia: que tenga 1-2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.

CAPACIDADES Y HABILIDADES MENTALES:

- ✓ Conocimientos de mecánica y habilidad para conducir:
- ✓ Alto nivel de independencia e ingenio:
- ✓ Excelente condición física y resistencia:
- ✓ Manejo del estrés y capaz de manejar su tiempo efectivamente:
- ✓ Habilidades de comunicación:
- ✓ Alto nivel de honestidad, integridad y confiabilidad.

MANUAL DE FUNCIONES EMPRESA
COFFEÑAC CIA.ltda.

CODIGO:
00007

CARGO A DESEMPEÑAR: Obrero

ROLES DEL TRABAJO:

Son las personas que realizan un trabajo directo en la fábrica de transformación de la materia prima en producto, siguiendo los requisitos de calidad impuestos. Para realizar su trabajo correctamente se apoyan en los documentos de producción como pueden ser planos o especificaciones técnicas.

FUNCIONES:

- ✓ Abastecer la maquinaria de producción con materia prima
- ✓ Ensamblar mercancías en líneas de producción
- ✓ Supervisar el proceso de producción
- ✓ Llevar a cabo controles y pruebas básicas de calidad
- ✓ Almacenar correctamente la mercancía y materia prima en nuestro almacén
- ✓ Utilizar equipo de elevación y montacargas para cumplir con los pedidos
- ✓ Embalar las mercancías a enviar
- ✓ Mantenimiento de las áreas de trabajo y el equipo

INTERFAZ:

- ✓ Con Departamentos (ventas y producción)
- ✓ Jefe de producción
- ✓ Con chofer

REQUISITOS MINIMOS:

- ✓ Títulos: Primaria/ Secundaria
- ✓ Experiencia: Que tenga 1 año de experiencia como mínimo en cargos similares.

CAPACIDADES Y HABILIDADES MENTALES:

- ✓ Personas con buena actitud
- ✓ Vocación de servicio
- ✓ Trabajo en equipo y bajo presión
- ✓ Buenas relaciones interpersonales
- ✓ Adaptabilidad al cambio
- ✓ Laborar en turnos rotativos u horas extras.

Capítulo 5

5. Estudio financiero

En esta sección del presente proyecto se va a realizar el estudio financiero, el mismo que consiste en el proceso a través del que se analiza la viabilidad de un proyecto. Tomando como base los recursos económicos que tenemos disponibles y el coste total del proceso de producción. Su finalidad es permitirnos ver si el proyecto de la microempresa “Coffeñac CIA. Ltda.” Es viable en términos de rentabilidad económica.

El estudio financiero formará parte de un posterior estudio de mercado. Toda la información recogida nos permitirá hacer el análisis de riesgos del proyecto y evaluar en profundidad su viabilidad.

Para conocer el monto total de la inversión, es importante realizar un estudio detallado a través del cálculo de los activos fijos con sus respectivas depreciaciones, el activo diferido con la amortización correspondiente, el capital de trabajo proyectado con una tasa de inflación anual de 0.17% para el mes de junio. Según datos obtenidos de la página del Banco Central del Ecuador (BCE).

5.1. Inversiones

La evaluación y la selección de las inversiones que se utilizaran en el proyecto en estudio, estará dada por los activos fijos, activos diferidos y activo circulante o capital de trabajo.

5.1.1. Activos fijos

Un activo fijo es un bien tangible o intangible que tiene una empresa, que no puede convertirse en líquido a corto plazo, pero son necesarios para el funcionamiento de la empresa, entre ellos tenemos los siguientes:

- **Maquinaria y equipo**

La microempresa para la producción y comercialización del licor artesanal de café con coñac necesitara para su producción el siguiente listado de maquinaria y equipo, las mismas que permitirán operar con eficiencia y eficacia.

Tabla 49 Maquinaria y Equipo

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Fermentador	4	1650	6600
Embotelladora	1	7500	7500
Tostadora de café	1	3000	3000
Molino de café	1	1500	1500
Cafetera industrial	10	70	700
TOTAL			19300

Fuente: MercadoLibre, Equitek, Importadora Montero, Hnos. Ochoa

Elaborado por: El Autor.

Tabla 50 Depreciaciones de maquinaria y equipo

Valor del activo:				19300
Vida Útil en años:				10
Depreciación:				10%
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION	VALOR ACTUAL
0	19300	1930,00	1737	17370,00
1	17370,00	1930,00	1737	15633,00
2	15633,00	1930,00	1737	13896,00
3	13896,00	1930,00	1737	12159,00
4	12159,00	1930,00	1737	10422,00
5	10422,00	1930,00	1737	8685,00
6	8685,00	1930,00	1737	6948,00
7	6948,00	1930,00	1737	5211,00
8	5211,00	1930,00	1737	3474,00
9	3474,00	1930,00	1737	1737,00
10	1737,00	1930,00	1737	0,00

Fuente: Tabla N° 49

Elaborado por: El Autor.

- **Herramientas, muebles y enseres de producción:**

Este activo esta descrito como todos los materiales de producción que son necesarios para fabricar un producto. Es por ello que para la fabricación del producto que se viene desarrollando en la siguiente investigación se necesitara: mesas en acero inoxidable y pipetas graduadas que permitirán un mejor desenvolvimiento de las actividades.

Tabla 51 Herramientas, muebles y enseres de producción

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mesa industrial	3	90	270
Pipeta graduada	4	5	20
TOTAL			290

Fuente: Hnos. Ochoa, Mercado libre Ecuador.

Elaborado por: El Autor.

Tabla 52 Depreciación herramientas, muebles y enseres de producción

Valor del activo:				290
Vida Útil en años:				10
Depreciación:				10%
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	290,00	29,00	26,1	261,00
1	261,00	29,00	26,1	234,90
2	234,90	29,00	26,1	208,80
3	208,80	29,00	26,1	182,70
4	182,70	29,00	26,1	156,60
5	156,60	29,00	26,1	130,50
6	130,50	29,00	26,1	104,40
7	104,40	29,00	26,1	78,30
8	78,30	29,00	26,1	52,20
9	52,20	29,00	26,1	26,10
10	26,10	29,00	26,1	0,00

Fuente: Tabla N° 51

Elaborado por: El Autor.

- **Utensilios**

Los utensilios que se necesitara para la producción del licor “café con coñac”, son dos: primero es el densímetro, el cual permitirá determinar el momento o grado de fermentación en que se encuentra el jugo de caña de azúcar, y que también nos ayudara a conocer el grado de alcohol en el que se encuentra el macerado. Y por último tenemos el medidor de pureza del agua, este dispositivo permitirá conocer el grado de pureza que tiene el agua, es decir mide el PH de una sustancia si esta es ácida, neutra o básica, calculando el número de iones de hidrogeno presentes. El agua nos servirá para sacar el concentrado de café.

Tabla 53 Utensilios

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Densímetro	1	15	15
Medidor de pureza del agua	2	12	24
TOTAL			39

Fuente: Mercado libre Ecuador

Elaborado por: El Autor.

Tabla 54 Depreciación de Utensilios

Valor del activo:	39			
Vida Útil en años:	10			
Depreciación:	10%			
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	39,00	3,90	3,51	35,10
1	35,10	3,90	3,51	31,59
2	31,59	3,90	3,51	28,08
3	28,08	3,90	3,51	24,57
4	24,57	3,90	3,51	21,06
5	21,06	3,90	3,51	17,55
6	17,55	3,90	3,51	14,04
7	14,04	3,90	3,51	10,53
8	10,53	3,90	3,51	7,02
9	7,02	3,90	3,51	3,51
10	3,51	3,90	3,51	0,00

Fuente: Tabla N° 53

Elaborado por: El Autor.

- **Equipo de oficina**

La oficina es un espacio físico que se encuentra organizada de diferentes formas y que presenta diversas características acordes a la función que se ejerce en dicho espacio.

Haciendo este pequeño preámbulo podemos deducir que, para el correcto desenvolvimiento de las actividades de la microempresa, tomando en cuenta el espacio físico con el que se cuenta se necesitara: 1 repetidor de señal wi-fi, 1 teléfono y 1 sumadora digital, dicho equipo se lo describe en la siguiente tabla:

Tabla 55 Equipo de oficina

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Repetidor de señal	1	20	20
Teléfono	2	50	100
Sumadora digital	1	35	35
TOTAL			155

Fuente: TodoHogar
Elaborado por: El Autor.

Tabla 56 Depreciación Equipo de oficina

Valor del activo:					155
Vida Útil en años:					10
Depreciación:					10%
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL	
0	155,00	15,50	13,95	139,50	
1	139,50	15,50	13,95	125,55	
2	125,55	15,50	13,95	111,60	
3	111,60	15,50	13,95	97,65	
4	97,65	15,50	13,95	83,70	
5	83,70	15,50	13,95	69,75	
6	69,75	15,50	13,95	55,80	
7	55,80	15,50	13,95	41,85	
8	41,85	15,50	13,95	27,90	
9	27,90	15,50	13,95	13,95	
10	13,95	15,50	13,95	0,00	

Fuente: Tabla N° 55
Elaborado por: El Autor.

- **Equipo de computación**

La recepción de pedidos, la contabilidad de la empresa, inventario de materias primas, stock de mercadería, etc., es almacenada en equipos de cómputo que ayudan al desarrollo de las actividades, que en la microempresa se ejercerán diariamente. Por lo cual se necesitará el siguiente equipo de cómputo:

Tabla 57 Equipo de computación

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Impresora	2	280	560
Computadora	2	600	1200
SUBTOTAL		880	1760
Impresora	2	280,476	560,952
Computadora reinversión	2	601,02	1202,04
TOTAL, REINVERSION			1762,992
	TOTAL		3522,99

Fuente: Master PC
Elaborado por: El Autor.

Tabla 58 Depreciación Equipo de computación

Valor del activo:					1760
Vida Útil en años:					3
Depreciación:					33,33%
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL	
0	1760,00	586,67	391,11	1173,33	
1	1173,33	586,67	391,11	782,22	
2	782,22	586,67	391,11	391,11	
3	391,11	586,67	391,11	0,00	

Fuente: Tabla N° 57
Elaborado por: El Autor.

Tabla 59 Depreciación de la reinversión equipo de computación

Valor del activo:					1762,992
Vida Útil en años:					3
Depreciación:					33,33%
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL	
0	1763,0	587,7	391,8	1175,3	
1	1175,3	587,7	391,8	783,6	
2	783,6	587,7	391,8	391,8	
3	391,8	587,7	391,8	0,0	

Fuente: Tabla N° 57
Elaborado por: El Autor.

- **Muebles y enseres de administración**

El presente activo hace referencia a los materiales como: escritorios, sillones, archivadores, sillas, etc. Estos permiten que el talento humano que trabajará en la microempresa cumplan sus tareas con mayor facilidad. Es importante recalcar que estos muebles deben ser contruidos adaptándose a la ergonomía de nuestra fuerza laboral. Los muebles y enseres que se necesitarán se los detalla a continuación:

Tabla 60 Muebles y enseres de administración

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorio	3	85	255
Sillones	3	50	150
Archivador	2	45	90
Sillas ergonómicas	3	50	150
TOTAL			645

Fuente: La casa del mueble

Elaborado por: El Autor.

Tabla 61 Depreciación de muebles y enseres de administración

Valor del activo:	645			
Vida Útil en años:	10			
Depreciación:	10,00%			
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION	VALOR ACTUAL
0	645	64,5	58,05	580,5
1	580,5	64,5	58,05	522,45
2	522,45	64,5	58,05	464,4
3	464,4	64,5	58,05	406,35
4	406,35	64,5	58,05	348,3
5	348,3	64,5	58,05	290,25
6	290,25	64,5	58,05	232,2
7	232,2	64,5	58,05	174,15
8	174,15	64,5	58,05	116,1
9	116,1	64,5	58,05	58,05
10	58,05	64,5	58,05	0

Fuente: Tabla N° 60

Elaborado por: El Autor.

- **Vehículo**

En este activo se analizó los canales de distribución ya que en este tenemos, la venta directa al consumidor final y la venta a mayoristas o minoristas, por lo cual se necesitará un vehículo en el que se puedan realizar las entregas correspondientes, así como también la adquisición de materias primas que se requieran para la producción del licor “café con coñac”. Por lo cual se ha visto necesario la adquisición de una mini van marca Chevrolet, para una mejor comprensión se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 62 Vehículo

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Mini Van Chevrolet	1	11500	11500
	TOTAL		11500

Fuente: Mirasol

Elaborado por: El Autor.

Tabla 63 Depreciación del vehículo

Valor del activo:				11500
Vida Útil en años:				5
Depreciación:				20,00%
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACION	VALOR ACTUAL
0	11500	2300	1840	9200
1	9200	2300	1840	7360
2	7360	2300	1840	5520
3	5520	2300	1840	3680
4	3680	2300	1840	1840
5	1840	2300	1840	0

Fuente: Tabla N° 62

Elaborado por: El Autor

Tabla 64 Resumen de las depreciaciones de activos fijos

ACTIVOS	VALOR DEL ACTIVO	AÑOS	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR DEL SALVAMENTO
Maquinaria y Equipo	19300	10	1930,00	1737,00	8685,00
Herramientas y muebles de producción	290	10	29,00	26,10	130,50
Utensilios	39	10	3,90	3,51	17,55
Equipo de oficina	155	10	15,50	13,95	69,75
Equipos de computación	1760,00	3	586,67	391,11	0,00
Reinversión	1762,99	3	587,7	391,8	391,8
Muebles y enseres	645	10	64,5	58,05	290,25
Vehículo	11500	5	2300	1840	0
TOTAL	35451,992	61	5517,23	4461,50	9584,83

Fuente: Tabla N° 50,52,54,56,58,59, 61 y 63.

Elaborado por: El Autor.

El resumen de los activos se realizó en base a las cuentas que conforman todos los activos fijos, es decir: maquinaria y equipo, herramientas, muebles y enseres de producción, utensilios, equipo de oficina, equipos de computación, muebles y enseres de administración y vehículo. Por lo que la inversión para el funcionamiento de la microempresa es de \$36651,99.

Tabla 65 Resumen de activos fijos

DETALLE	VALOR
Maquinaria y Equipo	19800
Herramientas y muebles de producción	290
Utensilios	39
Equipo de oficina	155
Equipos de computación	3522,99
Muebles y enseres	645
Vehículo	12200
TOTAL	36651,99

Fuente: Tabla N° 49, 51, 53 55, 57, ,60 y 62

Elaborado por: El Autor.

5.1.2. Activos diferidos

Por este activo entendemos como el gasto pagado por anticipado, es decir son todos los costos que la empresa utilizara en el futuro, pero que se pagan de forma anticipada. Como activo diferido en la microempresa de licor artesanal de café con coñac “COFFENAC” tenemos: el estudio preliminar del producto, la constitución legal, la patente municipal, el pago a los bomberos, los permisos de funcionamiento (salud, municipio, bomberos), y por último el registro de la marca, los costos se los detalla a continuación:

Tabla 66 Activos diferidos

DETALLE	VALOR TOTAL
Estudio preliminar	100
Constitución legal	125
Patente municipal	85
Pago bomberos	15
Permiso de funcionamiento	75
Permiso de funcionamiento de salud	100
Registro, marca	250
TOTAL	750

Fuente: Municipio de Loja, Bomberos, Arcsa, MSP, Sri

Elaborado por: El Autor.

El activo diferido del presente proyecto es de \$750, por lo que la amortización será dentro de los 5 años de vida útil de la microempresa de café con coñac, es decir \$150 dólares anuales, lo que equivale a \$12,50 mensuales.

Tabla 67 Amortización del activo diferido

DETALLE	VALOR DEL ACTIVO	PERIODO DE AMORTIZACIÓN	AÑOS				
			1	2	3	4	5
Activo diferido	750	5	150	150	150	150	150

Fuente: Tabla N° 66

Elaborado por: El Autor.

5.1.3. Activo circulante o capital de trabajo

Se considera como activo circulante o capital de trabajo a aquellos recursos que se requieren dentro de la empresa para poder operar, estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir todas las necesidades que la empresa requiere.

- **Materia prima directa**

Para la producción del licor artesanal “café con coñac” se necesita del tratamiento de algunas materias primas, las mismas que son: café, jugo de caña de azúcar, levadura, uva verde, ciruela pasa y almendra. En base a la capacidad de producción que tendrá la microempresa para el primer y segundo, que corresponde al 75% de la capacidad instalada se producirá 218.400 botellas de 375ml por lo que se requiere de 17.134(kg) kilogramos de café en grano, 145.800(l) litros de caña de azúcar, 750(kg) kilogramos de levadura, 6.000(kg) kilogramos de uva verde, 6.000(kg) de ciruela pasa y 2.500(kg) de almendra.

Para el tercero y cuarto año con el 80 % de la capacidad instalada se producirá 232.960 botellas de 375ml y se requiere de 19.346(kg) kilogramos de café en grano, 160.000(l) litros de jugo de caña de azúcar, 800(kg) de levadura, 7.000(kg) kilogramos de uva verde y ciruela pasa y 3.000(kg) de almendra.

Para el quinto y último año con el 85% de la capacidad instalada se producirá 247.520 botellas de 375ml para lo cual se requiere de 20.574(kg) kilogramos de café en grano 169.000(l) de jugo de caña de azúcar, 850(kg) kilogramos de levadura, 8.000 (kg) kilogramos de uva verde y ciruela pasa, finalmente 3500(kg) de almendra.

Tabla 68 Materia prima directa

DETALLE	1 y 2 años				3 y 4 años			5 años		
	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL	CANTIDAD	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL	CANTIDAD	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Café en grano (kg)	3,00	17134	4284	51402	19346	4836,50	58038,00	20574	5144	61722
Jugo de caña de azúcar (lt)	0,85	145800	10328	123930	160000	11333,33	136000,00	169.000	11971	143650
Levadura (kg)	4,50	750	281	3375	800	300,00	3600,00	850	319	3825
Uva verde (kg)	3,25	6000	1625	19500	7000	1895,83	22750,00	8000	2167	26000
Ciruela pasa (kg)	2,90	6000	1450	17400	7000	1691,67	20300,00	8000	1933	23200
Almendra (kg)	4,25	2500	885	10625	3000	1062,50	12750,00	3500	1240	14875
TOTAL			18852,67	226232		21120	253438		22772,67	273272,0

Fuente: Imelda de Jaramillo, Café Chaguarpamba

Elaborado por: El Autor.

Tabla 69 Incremento materia prima directa

AÑOS	VALOR TOTAL
1	226232
2	226232
3	253438
4	253438
5	273272

Fuente: Tabla N° 68

Elaborado por: El Autor.

- **Mano de obra directa e indirecta**

El cálculo del salario de los trabajadores del primer año está dado por todos los aportes que exige la ley en el Ecuador, menos por el 8,33% de fondos de reserva, que, según las leyes vigentes en el país, este valor se calcula a partir del primer año de trabajo.

Dentro de la planta de producción se requiere de 2 obreros que hacen parte de la mano de obra directa, los cuales estarán encargados de la elaboración del producto, la remuneración de dichos obreros es de un salario básico más los beneficios que la ley otorga al trabajador.

Es decir, cada obrero tendrá un salario de \$565,25 dólares americanos en el segundo año, lo

que equivale a que el salario de los dos obreros anualmente será de \$13.566,08 dólares americanos.

La mano de obra indirecta la conforma el jefe de producción el cual supervisara los procesos de producción que requiere la elaboración del licor artesanal café con coñac; el salario a percibir el jefe de producción es de \$500 dólares americanos, más los beneficios que la ley le otorga este valor se incrementa a \$698,23 dólares americanos; este valor anualmente es de \$8.378,80 dólares americanos.

El incremento que se realizó para los años posteriores de la mano de obra directa e indirecta está dado por el del 0,17% acorde a la última tasa de inflación anual 2019-2020.

Tabla 70 Mano de obra directa primer año sin fondos de reserva

RUBROS	CARGO	
	OBREROS	JEFE DE PRODUCCIÓN
Sueldo Básico Unificado	400	500
Décimo Tercero	33,33	41,67
Décimo Cuarto Sueldo	33,33	33,33
Aporte Patronal 12,15%	48,60	60,75
Vacaciones	16,67	20,83
TOTAL REMUNERACIÓN	531,93	656,58
Nº de empleados	2	1
TOTAL MENSUAL	1063,87	656,58
TOTAL ANUAL	12766,40	7879,00
TOTAL MENSUAL (MD-MI)		1720,45
TOTAL MANO DE OBRA D E I		20645,40

Fuente: Ministerio de trabajo, IEES.

Elaborado por: El Autor.

Tabla 71 Mano de obra directa con fondos de reserva a partir del segundo año

RUBROS	CARGO	
	OBREROS	JEFE DE PRODUCCIÓN
Sueldo Básico Unificado	400	500
Décimo Tercero	33,33	41,67
Décimo Cuarto Sueldo	33,33	33,33
Fondo de Reserva 8,33%	33,32	41,65
Aporte Patronal 12,15%	48,60	60,75
Vacaciones	16,67	20,83
TOTAL, REMUNERACIÓN	565,25	698,23
N° de empleados	2	1
TOTAL, MENSUAL	1130,51	698,23
TOTAL, ANUAL	13566,08	8378,80
TOTAL, MENSUAL (MD-MI)		1828,74
TOTAL, MANO DE OBRA D E I		21944,88

Fuente: Ministerio de trabajo, IEES.

Elaborado por: El Autor.

Tabla 72 Incremento mano de obra directa e indirecta

AÑOS	TOTAL OBREROS	TOTAL JEFE DE PRODUCCIÓN
1	12766,40	7879,00
2	13566,08	8378,80
3	13589,14	8393,04
4	13612,24	8407,31
5	13635,38	8421,60

Fuente: Tabla N° 70 y 71

Elaborado por: El Autor.

- **Materia prima indirecta**

La materia prima indirecta se conoce a todos aquellos materiales que, por sus características dentro del proceso de producción, no se puede medir fácilmente su consumo pero que son de vital importancia para que el producto esté listo para su comercialización.

Es por ello que para la producción del licor artesanal café con coñac se requiere el sello plástico para sellar y hermetizar la tapa, para el primero y segundo año se necesita 218.400 unidades dando un valor anual de \$6.552 dólares para el tercero y cuarto año son necesarias 232.960 unidades con un valor anual de \$6.989 y para el quinto año se necesita de 247.520 unidades con un valor anual de \$7.426.

Otro material indirecto es la botella de 375ml en donde se va a envasar el licor que en el presente proyecto se viene desarrollando, para lo cual se requiere para el primero y segundo año 218.400 botellas con un costo anual de \$80.808,00 dólares, para el tercero y cuarto año se necesita 232.960 unidades lo que representa un valor anual de \$86.195 dólares y finalmente para el quinto año se necesita 247.520 unidades con un valor anual de \$91.582 dólares, los valores aquí descritos se los detalla en la siguiente tabla:

Tabla 73 Materia prima indirecta

DETALLE	1 y 2 años	CANTIDAD	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL	3 y 4 Años			5 AÑOS		
	PRECIO				CANTIDAD	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL	CANTIDAD	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
sello plástico para tapa	0,03	218400,00	546,00	6552,00	232960	582	6.989	247.520	619	7.426
botellas 375ml de vidrio con etiqueta	0,37	218400,00	6734,00	80808,00	232960	7.183	86.195	247.520	7.632	91.582
TOTAL			7280,00	87.360,00		7.765	93.184		8.251	99.008

Fuente: Ecuavases

Elaborado por: El Autor.

Tabla 74 Incremento de la materia prima indirecta

AÑOS	VALOR TOTAL
1	87360,00
2	87360,00
3	93184,00
4	93184,00
5	99008,00

Fuente: Tabla N° 73

Elaborado por: El Autor

- **Servicios básicos**

Los servicios básicos necesarios para el correcto funcionamiento de la microempresa que se han creído necesarios son: agua potable, energía eléctrica y teléfono. Por lo que el valor de su consumo mensual acorde a la producción es de \$52 dólares de agua potable, \$60 dólares de energía eléctrica y \$40 dólares de teléfono. Todos estos rubros suman un pago mensual de \$152 dólares mensuales y \$1.824 dólares al año.

Tabla 75 Servicios básicos

DETALLE	CANTIDAD			COSTOS	
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Agua potable m3	325	3900	0,16	52	624
Energía eléctrica (kW)	150	1800	0,4	60	720
Teléfono minutos	500	6000	0,08	40	48
TOTAL				152	1824

Fuente: Municipio de Loja, CNT, EERSSA.

Elaborado por: El Autor.

El total del valor del pago por concepto de servicios básicos se divide el 75% para el área de producción, y el 25% para el área de administración. Estos valores tienen un incremento anual acorde a la última tasa de inflación que corresponde al 0,17%.

Tabla 76 Incremento de los servicios básicos

AÑOS	VALOR TOTAL	PRODUCCIÓN	ADMINISTRACIÓN	TOTAL
0	0,17%	75%	25%	
1	1824	1368,00	456,00	1824,00
2	1827,10	1370,33	456,78	1827,10
3	1830,21	1372,66	457,55	1830,21
4	1833,32	1374,99	458,33	1833,32
5	1836,43	1377,33	459,11	1836,43

Fuente: Tabla N° 75

Elaborado por: El Autor.

- **Indumentaria del personal**

La indumentaria que requiere el personal para la elaboración del producto consiste en: guantes, gorro, mascarilla y delantal, los cuales permitirán cuidar la asepsia con el que se maneja las materias primas para obtener el producto. Esto representa un costo anual de \$220 dólares, el incremento anual se lo calculara con el porcentaje de la última inflación anual.

Tabla 77 Indumentaria del personal de producción

DETALLE	CANTIDAD		COSTOS		
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Guantes nitrilo (caja 100u)	1	1	10	10	10
Gorro industrial (caja 50 u)	1	1	50	50	50
Mascarilla (caja 100u)	1	1	120	120	120
Delantal	1	4	10	10	40
TOTAL				190	220

Fuente: Mercado libre, AMC Ecuador, Novachem.

Elaborado por: El Autor.

Tabla 78 Incremento de la indumentaria del personal

AÑOS	INCREMENTO 0,17%
1	220
2	220,37
3	220,75
4	221,12
5	221,50

Fuente: Tabla N° 77

Elaborado por: El Autor.

- **Sueldos del personal administrativo**

El personal administrativo que requiere la microempresa de licor artesanal café con coñac “Coffeñac”, para su óptimo funcionamiento es de un gerente, una secretaria/contadora y de un guardia/conserje.

Dentro del primer año mediante el código de trabajo rige que los fondos de reserva se pagaran a partir del primer año de trabajo, por lo que a partir del segundo año se generan los siguientes valores:

El gerente de la empresa tendrá un salario de \$1.000 dólares, más los beneficios que por ley le corresponde y el total del salario será de \$1.363,13; la secretaria/contadora su salario total más beneficios será de \$698,23 y finalmente el del guardia/conserje su salario total será de \$565,25. Por lo cual la microempresa deberá cancelar en total al año por concepto de sueldos de personal administrativo \$31.519,44 dólares, dicho total tiene un incremento anual del 0,17% acorde a la tasa de inflación anual.

Tabla 79 Sueldo personal administrativo sin fondos de reserva

RUBROS	DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
	GERENTE	SECRETARIA- CONTADORA	GUARDIAN CONSERJE
Sueldo básico unificado	1000	500	400
Décimo tercero	83,33	41,67	33,33
Décimo Cuarto Sueldo	33,33	33,33	33,33
Aporte Patronal 12,15%	121,50	60,75	48,60
Vacaciones	41,67	20,83	16,67
TOTAL REMUNERACIÓN	1279,83	656,58	531,93
# Empleados	1	1	1
TOTAL MENSUAL	1279,83	656,58	531,93
TOTAL ANUAL	15358,00	7879,00	6383,20
TOTAL MENSUAL TODOS		29620,20	
TOTAL ANUAL TODOS		29620,20	

Fuente: Ministerio de trabajo, IEES.

Elaborado por: El Autor.

Tabla 80 Sueldo personal administrativo con fondos de reserva

RUBROS	DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
	GERENTE	SECRETARIA- CONTADORA	GUARDIA- CONSERJE
Sueldo básico unificado	1000	500	400
Décimo tercero	83,33	41,67	33,33
Décimo Cuarto Sueldo	33,33	33,33	33,33
Fondo de reserva 8,33%	83,30	41,65	33,32
Aporte Patronal 12,15%	121,50	60,75	48,60
Vacaciones	41,67	20,83	16,67
TOTAL, REMUN.	1363,13	698,23	565,25
# Empleados	1	1	1
TOTAL, MENSUAL	1363,13	698,23	565,25
TOTAL, ANUAL	16357,60	8378,80	6783,04
TOTAL, MENSUAL T		2626,62	
TOTAL, ANUAL T		31519,44	

Fuente: Ministerio de trabajo, IEES.

Elaborado por: El Autor.

Tabla 81 Incremento personal administrativo

AÑOS	VALOR TOTAL
1	29620,20
2	31519,44
3	31573,02
4	31626,70
5	31680,46

Fuente: Tabla N° 79 y 80.

Elaborado por: El Autor

- **Sueldos del personal de ventas**

El departamento de ventas de la microempresa estará dado por un jefe de ventas que se encargará de la creación de estrategias y planes de venta, que permitan la expansión del producto “Coffeñac” a nuevos mercados, y por un chofer/vendedor el mismo que tendrá el rol de llevar y entregar el producto y a su vez la recepción de nuevos pedidos. El salario a percibir del jefe de ventas es de \$450 más los beneficios que la ley le otorga el total de su salario es de \$764,72 dólares; mientras que el chofer/vendedor tendrá un salario mayor por

realizar dos trabajos, su salario a percibir es de \$631,74 dólares. El monto total anual del personal de ventas es de \$16.757,60 dólares, dicho monto anualmente tiene un incremento debido a la inflación anual, que es del 0,17%.

Tabla 82 Sueldo personal de ventas primer año sin fondos de reserva

RUBROS	DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
	CHOFER - VENDEDOR	JEFE DE VENTAS
Sueldo Básico Unificado	550	450
Décimo tercero	45,83	37,50
Décimo Cuarto Sueldo	33,33	33,33
Aporte Patronal 12,15%	66,83	54,68
Vacaciones	22,92	18,75
TOTAL REMUNERACIÓN	718,91	594,26
# Empleados	1	1
TOTAL MENSUAL	718,91	594,26
TOTAL ANUAL	8626,90	7131,10
TOTAL MENSUAL (CHOFER-JEFE DE VENTAS)	1313,17	
TOTAL ANUAL (CHOFER-JEFE DE VENTAS)	15758,00	

Fuente: Ministerio de trabajo, IEES.

Elaborado por: El Autor.

Tabla 83 Sueldo del personal de ventas con fondos de reserva

RUBROS	DESCRIPCIÓN DEL CARGO	
	CHOFER - VENDEDOR	JEFE DE VENTAS
Sueldo Básico Unificado	550	450
Décimo tercero	45,83	37,50
Décimo Cuarto Sueldo	33,33	33,33
Fondo de reserva 8,33%	45,82	37,49
Aporte Patronal 12,15%	66,83	54,68
Vacaciones	22,92	18,75

TOTAL, REMUNERACIÓN	764,72	631,74
# Empleados	1	1
TOTAL, MENSUAL	764,72	631,74
TOTAL, ANUAL	9176,68	7580,92
TOTAL, MENSUAL (CHOFER-JEFE DE VENTAS)		1396,47
TOTAL, ANUAL (CHOFER-JEFE DE VENTAS)		16757,60

Fuente: Ministerio de trabajo, IEES.

Elaborado por: El Autor.

Tabla 84 Incremento personal de ventas

AÑOS	VALOR TOTAL
1	15758,00
2	16757,60
3	16786,09
4	16814,62
5	16843,21

Fuente: Tabla N° 82 y 83.

Elaborado por: El Autor

- **Útiles de oficina**

Las operaciones que conlleva la creación de un producto se ve envuelta en una serie de procedimientos administrativos los cuales deben ser atendidos de manera eficiente y eficaz, es por ello que se requiere de todos los útiles de oficina necesarios para su desenvolvimiento.

Dichos útiles son: esferográficos, lápices, grapadora, perforadora, hojas de papel boom, tinta de impresora, sobres, resaltadores, borradores, carpetas, reglas, clics, cúter, grapas y cinta adhesiva.

Este rubro anualmente es de \$123,75 dólares, este valor tendrá el incremento anual durante 5 años del 0,17%.

Tabla 85 Útiles de oficina

DETALLE	CANTIDAD		COSTOS		
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Esferográficos (x100u)	1	1	12,00	12,00	12,00
Lápiz (x100u)	1	1	8,50	8,50	8,50
Grapadora	1	3	2,50	2,50	7,50
Perforadora	1	3	3,50	3,50	10,50
Hojas de papel boom (x 500u)	2	20	2,50	5,00	50,00
Tinta de impresora	1	4	3,25	3,25	13,00
Sobres (x100u)	1	2	1,00	1,00	2,00
Resaltadores	1	4	0,35	0,35	1,40
Borradores (x100u)	1	1	1,25	1,25	1,25
Carpetas (x100u)	1	1	5,00	5,00	5,00
Reglas	2	5	0,20	0,40	1,00
Clics (x100u)	1	3	1,10	1,10	3,30
Cúter	1	2	0,75	0,75	1,50
Grapas (x100u)	1	12	2,20	2,20	26,40
Cinta adhesiva	1	2	0,45	0,45	0,90
TOTAL			24,05	26,75	123,75

Fuente: La Reforma, Graficas Santiago.

Elaborado por: El Autor.

Tabla 86 Incremento útiles de oficina

AÑOS	VALOR TOTAL
	0,17%
1	123,75
2	123,96
3	124,17
4	124,38
5	124,59

Fuente: Tabla N° 82

Elaborado por: El Autor

- Útiles de aseo

El espacio de trabajo y las instalaciones en general, en el que va a laborar tanto el personal administrativo como de operaciones deben estar siempre en condiciones de higiene adecuadas. La limpieza nos permite preservar la vida útil del mobiliario y de los equipos, así como también dar una buena impresión a los clientes que visiten nuestra microempresa. Los útiles de aseo que se han considerado necesarios para mantener la microempresa se los detalla en la tabla n° 83, dichos útiles generan un costo anual de \$296,68 dólares este costo tiene un incremento anual del 0,17% por los cinco años de vida útil de la microempresa.

Tabla 87 Útiles de aseo

DETALLE	CANTIDAD		PRECIO UNITARIO	COSTOS	
	MENSUAL	ANUAL		MENSUAL	ANUAL
Trapeadores	1	6	1,80	1,80	10,80
Escobas	1	6	1,98	1,98	11,88
Balde (4l)	1	2	3,00	3,00	6,00
Detergente (5kg)	1	5	5,00	5,00	25,00
Desinfectante (galón)	1	5	4,00	4,00	20,00
Cloro (galón)	1	5	2,60	2,60	13,00
Toallas desechables (rollo 200m)	2	12	2,75	5,50	33,00
Papel higiénico industrial (rollo 200m)	10	100	1,50	15,00	150,00
Jabón líquido (galón)	1	6	4,50	4,50	27,00
TOTAL				43,38	296,68

Fuente: Yerovi, Supermaxi, Almacenes Tía.

Elaborado por: El Autor.

Tabla 88 Incremento útiles de aseo

AÑOS	VALOR TOTAL (0,17%)
1	296,68
2	297,18
3	297,69
4	298,20
5	298,70

Fuente: Tabla N° 87

Elaborado por: El Autor

- **Publicidad**

Publicidad en redes sociales y hojas volates será la forma de comunicar la existencia de nuestro producto, esto con la finalidad de incrementar y expandir el mercado del licor artesanal de café con coñac “Coffeñac” y posicionar nuestra marca en la mente de los consumidores. El costo anual de la publicidad que se realizara es de \$72 dólares el primer año, para el resto de años tiene un incremento del 0,17% acorde a la tasa de inflación anual.

Tabla 89 Publicidad

DETALLE	CANTIDAD		COSTOS		
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Publicidad redes sociales	1	12	5	5	60
Hojas volantes	200	1200	0,01	2	12
TOTAL				7	72

Fuente: Facebook, Instagram; Google, Imprenta Santiago.

Elaborado por: El Autor.

Tabla 90 Incremento publicidad

AÑOS	VALOR TOTAL (0,17%)
1	72
2	72,12
3	72,25
4	72,37
5	72,49

Fuente: Tabla N° 89

Elaborado por: El Autor

- **Arriendo**

El lugar en donde la microempresa tendrá toda su infraestructura para la puesta en marcha tiene un costo de arrendamiento de \$250 dólares mensuales, el contrato de arriendo será para 5 años, lo cual genera un valor de \$3000 dólares anuales.

Tabla 91 Arriendo

DETALLE	CANTIDAD	
	MENSUAL	ANUAL
Arriendo	250	3000
TOTAL	250	3000

Fuente: Contrato de arriendo

Elaborado por: El Autor

Tabla 92 Incremento arriendo

AÑOS	VALOR TOTAL (0,17%)
1	3000
2	3005,10
3	3010,21
4	3015,33
5	3020,45

Fuente: Tabla N° 91

Elaborado por: El Autor

- **Combustible y mantenimiento**

La distribución del producto “Coffeñac” necesita de un vehículo en el que se pueda trasportar nuestro producto ya terminado a los diferentes puntos de venta de la ciudad, por lo que es necesario que dicho vehículo se encuentre en condiciones adecuadas para su correcto funcionamiento, y no existan imprevistos en la distribución. Para que esto suceda se requiere anualmente de: 1.400 galones de diésel, 12 cambios de aceite y 6 mantenimientos. El total de estos rubros al año es de \$1.811,8 dólares el primer año, a partir del segundo año se calcula el incremento del 0,17% debido a la tasa de inflación.

Tabla 93 Combustible y mantenimiento

DETALLE	CANTIDAD			COSTOS	
	MENSUAL	ANUAL	UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Diésel (galón)	150	1400	1,037	155,55	1451,8
Cambio de aceite	1	12	20	20	240
Mantenimiento	1	6	20	20	120
TOTAL				195,55	1811,8

Fuente: Facebook, Instagram; Google, Imprenta Santiago.

Elaborado por: El Autor.

Tabla 94 Incremento combustible y mantenimiento

AÑOS	VALOR TOTAL (0,17%)
1	1811,8
2	1814,88
3	1817,97
4	1821,06
5	1824,15

Fuente: Tabla N° 93

Elaborado por: El Autor

- **Resumen de activo circulante o capital de trabajo**

El activo circulante está dado por las cuentas de materia prima directa, mano de obra directa e indirecta, materia prima indirecta, servicios básicos, indumentaria del personal, sueldos del personal administrativo, sueldos del personal de ventas, útiles de oficina, útiles de aseo, publicidad, combustible y mantenimiento, estas cuentas hacen parte del resumen del activo circulante o capital de trabajo, por lo que el valor mensual del activo circulante es de \$32.499,31 dólares y el valor anual es de \$386.963,83 dólares.

Tabla 95 Resumen del activo circulante o capital de trabajo

DETALLE	CUADRO N°	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materia Prima Directa	67	18852,67	226232,00
Materia Prima Indirecta	71	7280,00	87360,00
Mano de Obra Directa	69	1063,87	12766,40
Mano de Obra Indirecta	69	656,58	7879,00
Servicios Básicos	73	152	1824,00
Indumentaria al personal	75	190	220
Sueldo personal administrativo	77	2468,35	29620,20
Sueldo al personal de ventas	79	1313,17	15758,00
Útiles de oficina	81	26,75	123,75
Útiles de aseo	83	43,38	296,68
Publicidad	85	7	72
Arriendo	87	250	3000

Combustible y mantenimiento	88	195,55	1811,8
TOTAL		32499,31	386963,83

Fuente: Tablas N° 68, 70, 71, 73, 75, 77, 79, 80, 82, 83, 85, 87, 89, 91 y 93.

Elaborado por: El Autor.

- **Resumen de activos**

El resumen de los activos nos indica el monto de las inversiones que debemos realizar en cada activo (fijo, diferido, circulante) y poner en funcionamiento la microempresa de licor artesanal, por lo que se ha obtenido los siguientes montos totales: para el **activo fijo** se requiere de \$ **35451,99** dólares, para el **activo diferido** se necesita \$ **750** dólares y para el **activo circulante** es necesario \$ **32.499,31**. El monto total de la inversión que se requiere para la puesta en marcha es de \$ **68, 701,31** dólares.

Tabla 96 Resumen de activos

DETALLE	CUADRO N°	VALOR
Activo Fijo	65	35451,992
Activo Diferido	66	750
Activo Circulante (MENSUAL)	95	32499,31
TOTAL		68701,31

Fuente: Tablas N° 65,66 y 95.

Elaborado por: El Autor.

5.2. Financiamiento de la inversión

La microempresa de licor artesanal de café con coñac “Coffeñac” requiere para su funcionamiento una inversión total de \$ 68.701,31 dólares, los mismos que serán financiados en un 27% con capital o aporte de los socios lo que equivale a \$18.701,31 dólares, y el 73% restante será financiado por medio de un crédito a una institución bancaria equivalente a \$50.000,00 dólares.

Tabla 97 Financiamiento

DETALLE	VALOR	PORCENTAJE
Préstamo	50000,00	73%
Aporte de los Socios	18701,31	27%
TOTAL INVERSION	68701,31	100

Fuente: Banco de Loja, capital de los socios.

Elaborado por: El Autor.

La tabla N° 95 indica la amortización del crédito solicitado, el monto es de \$55.000,00 dólares con un interés anual del 11% a cinco años plazo, en pagos semestrales.

Tabla 98 Amortización del crédito

AÑO	SEMESTRE	AMORTIZACIÓN	INTERÉS	DIVIDENDOS	CAPITAL REDUCIDO
	0				50000,00
	1	5000	2750	7750	45000,00
1	2	5000	2475	7475	40000,00
	3	5000	2200	7200	35000,00
2	4	5000	1925	6925	30000,00
	5	5000	1650	6650	25000,00
3	6	5000	1375	6375	20000,00
	7	5000	1100	6100	15000,00
4	8	5000	825	5825	10000,00
	9	5000	550	5550	5000,00
5	10	5000	275	5275	0,00

Fuente: Banco de Loja, capital de los socios.

Elaborado por: El Autor

5.3. Análisis de costos

5.3.1. Presupuesto preformado

El presente trabajado investigativo se realizó tomando en cuenta 5 años de vida útil de la microempresa, por lo cual el presupuesto proyectado es hasta el quinto año en el cual se incluyen

todos los costos y gastos que se generan en el proceso de producción y en el correcto funcionamiento de la microempresa, también las depreciaciones, los incrementos anuales y algunos activos.

Es importante recordar que los incrementos anuales se realizaron acorde a la tasa de inflación anual que brinda el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC); que para el presente proyecto la tasa de inflación es del 0,17% a junio 2019 /junio 2020.

Para una mejor comprensión en la tabla a continuación se detalla las cuentas que se han tomado para el cálculo de presupuesto proyectado de cada año.

Tabla 99 Presupuesto preformado o proyectado

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCION					
	Costo primo				
Materia Prima directa	226232,00	226232,00	253438,00	253438,00	273272,00
Mano de obra directa	12766,40	13566,08	13589,14	13612,24	13635,38
TOTAL DE COSTO PRIMO	238998,40	239798,08	267027,14	267050,24	286907,38
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN					
Materiales indirectos	87360,00	87360,00	93184,00	93184,00	99008,00
Mano de obra indirecta	7879,00	8378,80	8393,04	8407,31	8421,60
Servicios básicos para la producción	1368,00	1370,33	1372,66	1374,99	1377,33
Indumentaria de personal de producción	220,00	220,37	220,75	221,12	221,50
Depreciación Maquinaria y Equipo	1737	1737	1737	1737	1737
Depreciación de herramientas y muebles de producción	26,1	26,1	26,1	26,1	26,1
TOTAL GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN	98590,10	99092,60	104933,55	104950,52	110791,53
TOTAL COSTOS DE PRODUCCIÓN	337588,50	338890,68	371960,69	372000,77	397698,92
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos Administrativos	29620,20	31519,44	31573,02	31626,70	31680,46
Útiles de oficina	123,75	123,960375	124,1711076	124,3821985	124,5936483
Arriendo	3000	3005,10	3010,21	3015,33	3020,45
Depreciaciones Equipos de oficina	13,95	13,95	13,95	13,95	13,95
Depreciaciones Equipos de cómputo	391,11	391,11	391,11	391,8	391,8
Depreciaciones muebles y enseres administrativos	58,05	58,05	58,05	58,05	58,05
Servicios básicos	456,00	456,78	457,55	458,33	459,11
Útiles de aseo	296,68	297,184356	297,6895694	298,1956417	298,7025743
Amortización del diferido	150	150	150	150	150
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	34109,74	36015,57	36075,76	36136,71	36197,10
GASTOS DE VENTA					
Sueldos personales de ventas	15758,00	16757,60	16786,09	16814,62	16843,21
Publicidad	72	72,12	72,25	72,37	72,49
Depreciación vehículo	1840	1840,00	1840,00	1840,00	1840,00
Combustible y mantenimiento	1811,8	1814,88	1817,97	1821,06	1824,15
TOTAL GASTOS DE VENTAS	19481,80	20484,60	20516,30	20548,05	20579,85
GASTOS FINANCIEROS					
Interés del préstamo	5225	4125	3025	1925	825
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	5225	4125	3025	1925	825
OTROS GASTOS					

Amortización del capital	10000	10000	10000	10000	10000
TOTAL OTROS GASTOS	10000	10000	10000	10000	10000
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	68816,54	70625,17	69617,05	68609,75	67601,95
TOTAL PRESUPUESTO COSTOS TOTALES	406405,04	409515,85	441577,74	440610,52	465300,86

Elaborado por: El Autor.

5.3.2. Costo unitario de producción

Para calcular el costo unitario se toman los costos totales de producción y se divide para el número de unidades que producirá la microempresa, este cálculo nos da el valor monetario que tiene cada producto. En la tabla n° 97 podemos observar lo que le cuesta a la microempresa producir una botella de 375ml de licor artesanal café con coñac.

Tabla 100 Costo unitario de producción

AÑOS	COSTO	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN
1	406405,04	218.400	1,86
2	409515,85	218.400	1,88
3	441577,74	232.960	1,90
4	440610,52	232.960	1,89
5	465300,86	247.520	1,88

Fuente: Tabla N° 96

Elaborado por: El Autor.

5.3.3. Determinación del precio de venta al público (PVP)

Para poder determinar el precio de venta al público (PVP) es necesario tomar el costo unitario de producción y a este valor agregar un margen de utilidad o ganancia. Esto nos permite conocer el precio en el que el consumidor final lo va a adquirir al producto. Como se puede observar en la tabla n° 101 el margen de utilidad para el año 1 es del 37%, para el año 2 es del 36%, para el año 3 es del 34,50%, del año 4 es del 35% y para el año 5 es del 35%., esto equivale a que el precio final de venta al público es de \$2,55 dólares por cada botella de 375ml.

Tabla 101 Costo unitario de venta al público

AÑOS	COSTO UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD	PVP
1	1,86	37,00%	2,55
2	1,88	36,00%	2,55
3	1,90	34,50%	2,55
4	1,89	35,00%	2,55
5	1,88	35,50%	2,55

Fuente: Tabla N° 97

Elaborado por: El Autor.

5.3.4. Determinación de los ingresos por venta

Para determinar los ingresos por ventas que tendrá la microempresa se realiza el cálculo de multiplicar las unidades producidas anualmente, por el precio de venta al público (PVP), y de esta manera obtenemos el ingreso por ventas de cada año de funcionamiento de la microempresa “Coffeñac”.

Tabla 102 Ingresos por ventas

AÑOS	UNIDADES PRODUCIDAS	PVP	INGRESO POR VENTAS
1	218.400	2,55	556920,00
2	218.400	2,55	556920,00
3	232.960	2,55	594048,00
4	232.960	2,55	594048,00

Fuente: Tabla N° 98

Elaborado por: El Autor.

5.3.5. Clasificación de costos

5.3.5.1. Costos fijos

Se conoce como costos fijos a todos aquellos costos que se incurren dentro de la empresa y que sea cual sea la producción no varían permanecen fijos, aunque la empresa dejara de producir.

5.3.5.2. Costos variables

Los costos variables en cambio son aquellos costos que realmente dependen del nivel de producción de la empresa, es por ello que a mayor producción mayores costos variables, y a menor producción menores costos variables.

Tabla 103 Clasificación de los costos

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTOS DE PRODUCCION										
Costo Primo										
Materia prima directa		226232,00				253438,00		253438,00		273272,00
Mano de Obra directa	12766,40		13566,08		13589,14		13612,24		13635,38	
TOTAL DE COSTO PRIMO	12766,40	226232,00	13566,08	226232,00	13589,14	253438,00	13612,24	253438,00	13635,38	273272,00
GASTOS GENERALES DE FABRICACION										
Materiales Indirectos		87360,00		87360,00		93184,00		93184,00		99008,00
Mano de Obra indirecta	7879		8378,8		8393,04		8407,312135		8421,604565	
Serv basicos para produccion		1368,00		1370,33		1372,66		1374,99		1377,33
Indumentaria de personal de producción	220		220,374		220,75		221,1239085		221,4998191	
Depreciacion Maq y equipo	1737		1737		1737		1737		1737	
Dep herramientas y muebles de produccion	26,1		26,1		26,1		26,1		26,1	
TOTAL DE GASTOS GENERALES DE FABRICACION	9862,1	88728,00	10362,274	88730,33	10376,8926	94556,66	10391,53604	94558,99	10406,20438	100385,3261
TOTAL COSTOS DE PRODUCCION	22628,50	314960,00	23928,35	314962,33	23966,03	347994,66	24003,78	347996,99	24041,59	373657,33
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
Sueldos Administrativos	29620,20		31519,44		31573,02		31626,70		31680,46	
Utiles de Oficina	123,75		123,96		124,17		124,38		124,59	
Arriendo	3000		3005,10		3010,21		3015,33		3020,45	
Depreciaciones equipos de oficina	13,95		13,95		13,95		13,95		13,95	
Depreciacion equipo de computacion	391,11		391,11		391,11		391,78		391,78	
Depreciacion de muebles y enseres administrativos	58,05		58,05		58,05		58,05		58,05	
Serv. Basicos		456,00		456,78		457,55		458,33		459,11
Utiles de Aseo	296,68		297,18		297,69		298,20		298,70	
Amortizacion del diferido	150,00		150,00		150,00		150,00		150,00	
TOTAL, GASTOS ADMINISTRATIVOS	33653,74	456,00	35558,80	456,78	35618,20	457,55	35678,38	458,33	35737,99	459,11
GASTOS DE VENTA										
Sueldos Personal de Ventas	15758,00		16757,60		16786,09		16814,62		16843,21	
Publicidad	72,00		72,12		72,25		72,37		72,49	
Depreciacion Vehiculo	1840,00		1840,00		1840,00		1840,00		1840,00	
Combustible y mantenimiento		1811,80		1814,88		1817,97		1821,06		1824,15
TOTAL GASTOS DE VENTAS	17670,00	1811,80	18669,72	1814,88	18698,33	1817,97	18726,99	1821,06	18755,70	1824,15
GASTOS FINANCIEROS										
Interes del Prestamo	5225,00		4125,00		3025,00		1925,00		825,00	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	5225,00		4125,00		3025,00		1925,00		825,00	
OTROS GASTOS										
Amortizacion del capital	10000,00		10000,00		10000,00		10000,00		10000,00	
TOTAL OTROS GASTOS	10000,00		10000,00		10000,00		10000,00		10000,00	
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	66548,74	2267,80	68353,52	2271,66	67341,54	2275,52	66330,37	2279,39	65318,69	2283,26
TOTAL COSTOS FIJOS Y VARIABLES	89177,24	317227,80	92281,87	317233,98	91307,57	350270,17	90334,15	350276,37	89360,28	375940,59
TOTAL COSTOS TOTALES	406405,04		409515,85		441577,74		440610,52		465300,86	

Fuente: Tabla N° 97.

Elaborado por: El Autor.

5.3.6. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio nos permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costos totales de producción, es decir necesitamos conocer la cantidad mínima de unidades que necesitamos vender para conocer el nivel de ingresos que cubren los costos fijos y variables.

Para calcular el punto de equilibrio lo podemos realizar de dos maneras primero en función a las ventas y segundo en función de la capacidad instalada, para lo cual necesitamos conocer los valores de los costos fijos, variables y totales los mismos se los detalla a continuación:

Tabla 104 Ingresos ventas totales, Costos fijos, Costos variables y costos totales

AÑOS	INGRESOS VENTAS TOTALES	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL
1	556.920,00	89.177,24	317.227,80	406.405,04
2	556.920,00	92.281,87	317.233,98	409.515,85
3	594.048,00	91.307,57	350.270,17	441.577,74
4	594.048,00	90.334,15	350.276,37	440.610,52
5	631.176,00	89.360,28	375.940,59	465.300,86

Fuente: Tabla N° 99 y 100

Elaborado por: El Autor.

5.3.6.1. Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada

Para calcular el punto de equilibrio en función de la capacidad instalada debemos de utilizar la siguiente formula, la cual aplicaremos para el primer y quinto año:

$$Pe = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS TOTALES}}}$$

- **Primer año**

El punto de equilibrio del primer año en función de la capacidad instalada será de 291.200

botellas de 375ml, los valores los podemos observar en la aplicación de la fórmula:

$$Pe1 = \frac{89177,24}{1 - \frac{317277,80}{556920,00}}$$

$$Pe1 = 207201,52$$

- **Quinto año**

Para el quinto año el punto de equilibrio en función de la capacidad instalada es de 220980,55 botellas de 375ml.

$$Pe5 = \frac{89360,28}{1 - \frac{375940,59}{631176,00}}$$

$$Pe5 = 220980,55$$

5.3.6.2. Punto de equilibrio en función de las ventas

El punto de equilibrio en función de las ventas se calcula aplicando la siguiente formula, este cálculo se lo realizara para el primero y quinto año:

$$Pe1 = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Ventas totales}} * 100$$

- **Primer año**

Para el primer año el punto de equilibrio en función de las ventas es de 16,01, por lo que el volumen de ventas totales no tiene que estar por debajo del 16,01%.

$$Pev_1 = \frac{89177,24}{556920} * 100$$

$$Pev_1 = 16,01$$

- **Quinto año**

El punto de equilibrio para el quinto año en función de las ventas es del 14,16%

$$Pev_5 = \frac{89360,28}{631176} * 100$$

$$Pev_5 = 14,16$$

5.3.7. Estado de pérdidas y ganancias

El estado financiero o estado de pérdidas y ganancias permite identificar el grado de eficiencia de la microempresa, es decir, muestra ordenada y detalladamente que tan rentable ha sido la microempresa a lo largo de un período determinado y en base a esta información poder analizar su situación financiera, su estructura de ingresos, costos y tomar decisiones sobre el futuro de la misma.

Tabla 105 Estado de pérdidas y ganancias

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. INGRESOS					
Ventas	556.920,00	556.920,00	594.048,00	594.048,00	631.176,00
(+) VALOR RESIDUAL					5.517,23
TOTAL DE INGRESOS	556.920,00	556.920,00	594.048,00	594.048,00	636.693,23
2. EGRESOS					
(-) Costos de producción	337.588,50	338.890,68	371.960,69	372.000,77	397.698,92
(-) Gastos de operación	68.816,54	70.625,17	69.617,05	68.609,75	67.601,95
TOTAL DE EGRESOS	406.405,04	409.515,85	441.577,74	440.610,52	465.300,86
UTILIDA BRUTA 1-2	150.514,96	147.404,15	152.470,26	153.437,48	171.392,37
(-)15%De distribución Utilidad	22.577,24	22.110,62	22.870,54	23.015,62	25.708,86
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	127.937,72	125.293,52	129.599,72	130.421,86	145.683,51
(-)25%Impuesto a la Renta	31.984,43	31.323,38	32.399,93	32.605,46	36.420,88
UTILIDAD LÍQUIDA ANTES DE RESERVA	95.953,29	93.970,14	97.199,79	97.816,39	109.262,63
(-) 10% reserva legal	9595,33	9397,01	9719,98	9781,64	10926,26
(=) UTILIDAD LIQUIDA	86.357,96	84.573,13	87.479,81	88.034,75	98.336,37

Fuente: Tabla N° 93,94,99 y 101

Elaborado por: El Autor.

Capítulo 6

6. Evaluación financiera

En este capítulo se abordará la evaluación financiera dicha evaluación nos permitirá determinar o conocer la rentabilidad que tendrá el proyecto en ejecución, si este es viable para su puesta en marcha. Para poder determinar su rentabilidad es necesario el cálculo de los siguientes indicadores: flujo de caja, valor actual neto (VAN), el periodo de recuperación del capital, la relación costo beneficio, la tasa interna de retorno (TIR),

6.1. Flujo de caja

El flujo de caja es la operación en donde tenemos todos los ingresos y egresos que tiene la empresa dentro de un año comercial, la diferencia de estos dos rubros nos permite conocer la utilidad bruta, después de obtener esta utilidad debemos restar el 15% del reparto de utilidad y el 25% del impuesto a la renta, finalmente sumamos las amortizaciones y depreciaciones.

Tabla 106 Flujo de caja

DESCRIPCIONES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1. INGRESOS						
Ventas Totales		556.920,00	556.920,00	594.048,00	594.048,00	631.176,00
Valor Salvamento						5.517,23
Capital Financiero	50.000,00					
Capital Propio	18.701,31					
TOTAL, DE INGRESOS	68.701,31	556.920,00	556.920,00	594.048,00	594.048,00	636.693,23
2. EGRESOS						
Activo Fijo	35.451,99					
Activo Diferido	750,00					
Activo circulante	32.499,31					
Costo de producción		337.588,50	338.890,68	371.960,69	372.000,77	397.698,92
(+) Gastos de operación		68.816,54	70.625,17	69.617,05	68.609,75	67.601,95
TOTAL, DE EGRESOS	68.701,31	406.405,04	409.515,85	441.577,74	440.610,52	465.300,86
UTILIDAD BRUTA 1-2		150.514,96	147.404,15	152.470,26	153.437,48	171.392,37
(-) 15% de Reparto de Utilidad		22.577,24	22.110,62	22.870,54	23.015,62	25.708,86
(-) 25% de Impuesto a la Renta		31.984,43	31.323,38	32.399,93	32.605,46	36.420,88
(=) UTILIDAD		95.953,29	93.970,14	97.199,79	97.816,39	109.262,63
(+) Amortización diferido		150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
(+) Depreciaciones		4.461,50	4.461,50	4.461,50	4.461,50	4.461,50
TOTAL, FLUJO DE CAJA NETO	0,00	100.564,78	98.581,64	101.811,29	102.427,89	113.874,13

Fuente: Tabla N°102

Elaborado por: El Autor.

6.2. Valor actual neto

El valor actual neto (VAN) es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad del proyecto. Si tras medir los flujos netos y descontar la inversión inicial queda alguna ganancia, el proyecto es viable. El Van del presente proyecto se calculó tomando el flujo neto de cada año por el factor de actualización del 11% y se obtuvo los flujos netos actualizados. Luego de obtener los flujos actualizados aplicamos la formula $VAN = \text{Flujo de caja} - \text{Inversión}$

Tabla 107 Valor actual neto

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
	68.701,31	11,00%	
1	100.564,78	0,90090090	90.598,90
2	98.581,64	0,81162243	80.011,07
3	101.811,29	0,73119138	74.443,53
4	102.427,89	0,65873097	67.472,42
5	113.874,13	0,59345133	67.578,75
TOTAL	517.259,73		380.104,69

Fuente: Tabla N° 106

Elaborado por: El Autor.

$$VAN = \text{Flujo de caja} - \text{Inversión}$$

$$VAN = 380.104,69 - 68.701,31$$

$$VAN = 311.403,38$$

6.3. Periodo de recuperación del capital

El periodo de recuperación del capital es un indicador que mide el tiempo en el que recuperaremos el total de la inversión. Para este cálculo se toma en cuenta el total del flujo de caja neto, menos la inversión inicial y todo esto, dividido para el flujo neto del último año. En la formula aplicada podemos observar que el periodo de recuperación del capital será de 3 años 11 meses y 08 días.

Tabla 108 Periodo de recuperación del capital

AÑO	FLUJO NETO
	68.701,31
1	100.564,78
2	98.581,64
3	101.811,29
4	102.427,89
5	113.874,13
TOTAL	517.259,73

Fuente: Tabla N° 107
Elaborado por: El Autor.

$$\text{PRC} = \frac{\text{TOTAL FLUJO DE CAJA-INVERSION INICIAL}}{\text{FLUJO DE CJA (Ultimo año)}}$$

$$\text{PRC} = \frac{517.259,73 - 68.701,31}{113.874,13}$$

$$\text{PRC} = \frac{569.629,45}{144.271,10}$$

$$\text{PRC} = 3,94$$

6.4. Relación beneficio costo

La relación costo beneficio es una herramienta financiera, en la que se compara el costo de un producto, frente al beneficio que se obtiene de este. En el presente proyecto la relación costo beneficio nos permitirá conocer el valor que vamos a ganar por cada dólar de inversión. Por lo cual aplicando la fórmula que nos dice que la relación costo beneficio es igual a los ingresos actualizados divididos para los egresos actualizados obtenemos que por cada dólar de inversión ganaremos 0,36 centavos, es decir tenemos un margen de ganancia positivo.

Tabla 109 Relación beneficio costo

AÑO	INGRESOS ORIGINALES	EGRESOS ORIGINALES	FACTOR DE ACTUALIZACION.	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
			11,00%		
1	556.920,00	406.405,04	0,90090090	501.729,73	366.130,67
2	556.920,00	409.515,85	0,81162243	452.008,77	332.372,25
3	594.048,00	441.577,74	0,73119138	434.362,78	322.877,84
4	594.048,00	440.610,52	0,65873097	391.317,82	290.243,80
5	631.176,00	465.300,86	0,59345133	374.572,24	276.133,41
TOTAL				2.153.991,33	1.587.757,98

Fuente: Tabla N° 106

Elaborado por: El Autor.

$$RCB = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}}$$

$$RCB = \frac{2.153.991,33}{1.587.757,98}$$

$$RCB = 1,36$$

6.5. Tasa interna de retorno

La rentabilidad de un proyecto se mide a través de la tasa interna de retorno, es por ello que el cálculo de la misma, nos permitirá conocer si la microempresa de licor artesanal de café con coñac “Coffeñac” tendrá la rentabilidad necesaria para su puesta en marcha. Para su cálculo se ha tomado el factor de actualización de la **TIR menor** de 144,61% y de la **TIR mayor** de 144,62%, dando como resultado que la **TIR del proyecto** es de 144,62%.

Tabla 110 Tasa interna de retorno (TIR)

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACION Tm	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACION TM (mayor)	VAN MAYOR
		(menor) 144,61%		TM (mayor) 144,62%	
0			68.701,31		68.701,31
1	100.564,78	0,40881403	41112,29	0,408797318	41110,61
2	98.581,64	0,16712891	16475,84	0,167115247	16474,50
3	101.811,29	0,06832464	6956,22	0,068316265	6955,37
4	102.427,89	0,02793207	2861,02	0,027927506	2860,56
5	113.874,13	0,01141902	1300,33	0,01141669	1300,07
		TOTAL	68705,71	TOTAL	68701,10
		VAN +	4,41	VAN -	-0,21

Fuente: Tabla N° 106

Elaborado por: El Autor.

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$TIR = 144,61 + 0,01 \left(\frac{4,41}{4,41 - (-0,21)} \right)$$

$$TIR = 144,61 + 0,01 \left(\frac{4,41}{4,61} \right)$$

$$TIR = 144,61 + 0,01 (0,95)$$

$$TIR = 144,61 + 0,01$$

$$TIR = 144,62$$

6.5.1. Análisis de sensibilidad con el 25,15% de incremento en los costos

Tabla 111 Análisis de sensibilidad, incremento 25,15%

AÑO	COSTOS ORIGINALES	COSTOS TOTALES ORIGINALES	INGRESOS ORIGINALES	NUEVO FLUJO	FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN MAYOR
		25,15%			60,12%		60,13%	
0						68.701,31		68.701,31
1	406.405,04	508.615,91	556.920,00	48304,09	0,624532	30167,43	0,624493	30165,55
2	409.515,85	512.509,09	556.920,00	44410,91	0,390040	17322,02	0,389991	17319,86
3	441.577,74	552.634,55	594.048,00	41413,45	0,243592	10087,99	0,243546	10086,10
4	440.610,52	551.424,07	594.048,00	42623,93	0,152131	6484,42	0,152093	6482,80
5	465.300,86	582.324,03	631.176,00	48851,97	0,095011	4641,46	0,094981	4640,01
					SUMATORIA	68703,32		68694,31
					VAN +	2,01	VAN -	-6,99

Fuente: Tabla N° 103,106

Elaborado por: El Autor.

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$TIR = 60,12 + 0,01 \left(\frac{2,01}{2,01 - (-6,99)} \right)$$

$$TIR = 60,12 + 0,01 \left(\frac{2,01}{9,01} \right)$$

$$TIR = 60,12 + 0,01 (0,2234)$$

$$TIR = 60,12 + 0,00$$

$$TIR = 60,12$$

✓ **Análisis 1**

TIR original o del proyecto= 144,62

Diferencia de la TIR= TIR ORIGINAL -NUEVA TIR

$$\text{Diferencia de la TIR}=144,62 - 60,12$$

$$\text{Diferencia de la TIR}=84,50$$

% VARIACIÓN= $\frac{\text{DIFERENCIA DE TIR}}{\text{TIR ORIGINAL}} * 100$

$$\% \text{ VARIACIÓN} = \frac{84,50}{144,62} * 100$$

$$\% \text{ VARIACIÓN} = 0,58130364 * 100$$

$$\% \text{ VARIACIÓN} = 58,43$$

SENSIBILIDAD = $\frac{\% \text{ Variación}}{\text{Nueva TIR}}$

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{58,43}{60,12}$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = 0.97$$

El análisis de sensibilidad nos indica que los costos pueden tener un incremento hasta del 25.15%, pasado este porcentaje el proyecto ya no es factible. Este porcentaje esta dado debido a que aplicando dicho incremento la sensibilidad es igual a 0.97. Este porcentaje no puede ser mayor debido a que si la sensibilidad pasa de 1, el proyecto no sería rentable.

6.5.2. Análisis de sensibilidad con el -34,72% % de decremento en los ingresos originales

Tabla 112 Análisis de sensibilidad, con el -34,72% de decremento en los ingresos

AÑO	INGRESOS ORIGINALES	INGRESOS TOTALES ORIGINALES	COSTOS TOTALES	NUEVO FLUJO	FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACION	VAN MAYOR
		-34,72%			62,37%		62,38%	
0						68.701,31		68.701,31
1	556.920,00	363557,38	406405,04	42847,67	0,615877	26388,91	0,615839	26387,28
2	556.920,00	363557,38	409515,85	45958,48	0,379305	17432,27	0,379258	17430,13
3	594.048,00	387794,53	441577,74	53783,21	0,233605	12564,04	0,233562	12561,72
4	594.048,00	387794,53	440610,52	52815,99	0,143872	7598,75	0,143837	7596,88
5	631.176,00	412031,69	465300,86	53269,17	0,088608	4720,05	0,088580	4718,60
					SUMATORIA	68704,03		68694,61
					VAN +	2,72	VAN -	-6,70

Fuente: Tabla N° 104,108

Elaborado por: El Autor.

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right)$$

$$TIR = 62,37 + 0,01 \left(\frac{2,72}{2,72 - (-6,70)} \right)$$

$$TIR = 62,37 + 0,01 \left(\frac{2,72}{9,42} \right)$$

$$TIR = 62,37 + 0,01 (0,2889)$$

$$TIR = 62,37 + 0,0029$$

$$TIR = 62,37$$

✓ **Análisis 2**

TIR original o del proyecto= 151,18

Diferencia de la TIR= TIR ORIGINAL -NUEVA TIR

Diferencia de la TIR=144,62 – 62,37

Diferencia de la TIR=82,25

$$\% \text{ VARIACIÓN} = \frac{\text{DIFERENCIA DE TIR}}{\text{TIR ORIGINAL}} * 100$$

$$\% \text{ VARIACIÓN} = \frac{82,25}{144,62} * 100$$

$$\% \text{ VARIACIÓN} = 0.568710528 * 100$$

$$\% \text{ VARIACIÓN} = 56,87$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = \frac{56,87}{62,37}$$

$$\text{SENSIBILIDAD} = 0.91$$

Conclusiones

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal la creación de una microempresa dedicada a la elaboración de licor artesanal de café con coñac con el nombre de “Coffeñac”, gracias a los diferentes estudios realizados aquí expuestos, se ha concluido que:

- El desarrollo del plan de negocios ha servido como una herramienta de mucha utilidad, ya que el proceso investigativo que conlleva debe hacer siguiendo un orden lógico y coherente de los diferentes estudios. El mismo ha permitido fijar la atención en los riesgos y beneficios que nos presentan cada uno de los estudios.
- El estudio de mercado mediante las encuestas realizadas a las familias de la ciudad de Loja, y otras técnicas de recolección de datos permitió concluir que el producto “Coffeñac”, es un producto que tendrá una demanda aceptable en el mercado de la

- ciudad de Loja, debido a diversos factores entre ellos que en dicho mercado no se ofertan productos de similar característica.
- Mediante el estudio técnico se pudo conocer la capacidad instalada que tendrá la microempresa, lo que permitió concluir que con el 100% de la capacidad instalada se podrá producir 291.200 botellas de 375ml, así como también definir y estructurar la ingeniería del proyecto en la cual se definieron los recursos necesarios para la puesta en marcha de la microempresa.
 - El estudio organizacional nos permitió concluir cual será la razón social que debe tener la microempresa, el acta constitutiva en la cual se especifica el aporte de los socios, el objetivo que tiene la microempresa, el tiempo de duración que tendrá la misma, así como también los niveles jerárquicos y los manuales de funciones en los cuales se especifica los requerimientos para la selección del personal.
 - El estudio financiero mediante el cálculo de los diferentes indicadores, nos muestran que la situación financiera del proyecto, será estable durante los cinco (5) años de vida. Debido a que los ingresos pronosticados son mayores a los costos y gastos involucrados. También se concluye que existe una gran demanda insatisfecha en el mercado lojano al que se pretende ingresar, debido a que la oferta actual no cubre las necesidades (precio, cantidad, calidad) de la demanda.

- La evaluación financiera permitió conocer el valor actual neto (VAN) obtenido es de **\$380.104,69** dólares, con un factor de actualización del 11% el cual representa el costo de oportunidad de invertir en el proyecto. También se conoció la tasa interna de retorno (TIR) que es de 144,61% lo que significa que el rendimiento de la inversión será rentable, el periodo de recuperación del capital será en 3 años, 11 meses y 08 días. Finalmente, la relación costo beneficio permitió conocer que por cada dólar de inversión se tendrá una ganancia de 0,36 centavos

- Finalmente podemos concluir que la implementación de la microempresa “Coffeñac” hablando en términos financieros es rentable.

Recomendaciones

Es importante que durante la implementación de la microempresa de licor artesanal de café con coñac “Coffeñac” se tome en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Evaluar la posibilidad de migrar a nuevos mercados tanto nacionales como extranjeros, para que la demanda del producto no dependa de un solo mercado en caso de crisis económicas, sociales, naturales, etc.

- Vigilar y mejorar los procesos operativos de producción, con la finalidad de seguir ofreciendo un producto con altos estándares de calidad, a través de la adquisición de nueva maquinaria y equipo con tecnologías nuevas, que permitan operar con eficiencia y eficacia.

- Realizar periódicamente estudios que permitan conocer las cambiantes preferencias y gustos de las personas, esto permitirá innovar tomando en cuentas las tendencias que se van creando con el pasar del tiempo.

- Poner mayor atención a la publicidad por redes, ya que hoy en día la atención de la mayoría de personas se encuentra enfocada en redes como Facebook, Instagram, WhatsApp, e-mail, etc. Esto permite el posicionamiento de nuestra marca dentro del mercado y principalmente en la mente de los consumidores.

- Analizar y evaluar constantemente los indicadores financieros para que permitan verificar la viabilidad del proyecto.

Anexos

✓ Encuesta

Anexo 1 Encuesta a la ciudadanía



Universidad Internacional del Ecuador

Como estudiante de la carrera de Negocios internacionales de la UIDE- Loja, y previo a la obtención de mi título estoy realizando una investigación para conocer la factibilidad de establecer una microempresa productora de coñac con café en la ciudad de Loja; para lo cual solicito absoluta sinceridad al momento de contestar las preguntas planteadas.

1. ¿Cuál es el nivel de ingresos mensuales en su familia?

\$400 - \$500	\$501 - \$600	\$601 - \$700	\$701 a mas

2. ¿Consumen usted y su familia licores? (Si su respuesta es negativa pase a la pregunta numero 8)

SI	NO

3. ¿Consumen usted licor de café con coñac?

SI	NO

4. ¿En qué presentaciones usted ha consumido el coñac con café?

En bebida	En postre	Otros

5. ¿La calidad de los licores de café con coñac que consume usted son?

Excelentes	Buenos	Regulares	Pésimos	Otros

6. ¿Al momento de comprar licor, qué características toma en cuenta?

Precio	Sabor	Calidad	Marca	Presentación	Textura

¿Por que?.....

7. **¿En dónde adquiere usted los licores con mayor frecuencia?**

Tiendas	Micro mercados	Supermercados	Licoreras

¿Por que?.....

8. **Si en la ciudad de Loja, se establece una empresa de producción y comercialización de licor de café con coñac ¿Ud. compraría y consumiría el producto?**

SI	NO

¿Por qué?

9. **¿Qué cantidad botellas de 375ml consumiría mensualmente?**

0-2	3-5	6-8

10. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por la botella de coñac con café de 375ml?**

\$2	\$2.01-\$2.75	\$2.76-\$3.5

¿Por qué?

11. **¿En dónde le gustaría encontrar las botellas de coñac con café de 375ml?**

Tiendas	Micro mercados	Supermercados	Empresa productora

¿Por que?.....

12. **¿A través de qué medios le gustaría conocer el producto a elaborarse?**

Radio	TV	Hojas volantes	Redes sociales	Periódico

¿Por que?.....

13. Si su respuesta fue la radio ¿En qué emisora le gustaría conocer sobre el producto, y en que horario?

Horario	Luz y Vida	La Hechicera	Matovelle	Ecotel Radio	Otros
7:00-10:00					
11:00-14:00					
15:00-18:00					
19:00-22:00					

¿Por que?.....

14. Si su respuesta fue Tv ¿En qué canal le gustaría conocer sobre el producto?

UV TV	Ecotel Tv

¿Por que?.....

15. Si su respuesta fue la prensa ¿En qué diario le gustaría conocer sobre el producto?

LA HORA	Ecotel Press	Crónica de la tarde	Otro

¿Por que?.....

16. Si su respuesta fue las hojas volantes ¿Cada que tiempo le gustaría que la empresa entregue hojas volantes a la ciudadanía?

Semanal	Mensual	Trimestral	Semestral	Anual

¿Por que?.....

17. ¿En que rede social le gustaría recibir información sobre nuestro producto?

WhatsApp	Facebook	Instagram	Twitter	E-mail

¿Por que?.....

✓ Entrevista

Anexo 2 Entrevista a la competencia



Universidad Internacional del Ecuador

Como estudiante de la carrera de Negocios internacionales de la UIDE- Loja, y previo a la obtención de mi título, estoy realizando una investigación para conocer la factibilidad de establecer una microempresa productora de coñac con café en la ciudad de Loja; para lo cual solicito absoluta sinceridad al momento de contestar las preguntas planteadas.

1. **¿Conoce usted la existencia de empresas productoras y comercializadora de algún tipo de licor en la ciudad de Loja?**

SI	NO

2. **¿Vende usted algún licor de café con coñac**

SI	NO

3. **¿Qué licor tiene mayor demanda en su local comercial?**

Coñac	Vino	Whisky	Vodka	Otros

4. **¿Cuántas botellas de licor vende usted mensualmente?**

De 1 a 1000 botellas	De 1001 a 2000	De 2001 a 3000

5. **¿Cuál es el precio de la botella de licor de coñac con café de 375ml que expende en su negocio?**

\$1.75 - \$2.25	\$2.26- \$2.75	\$2.76 - \$3.25	\$3.25

6. **¿En qué lugar adquiere usted los licores que comercializa?**

Fábrica	Distribuidores

7. **¿Cuáles son los medios de comunicación que usted utiliza para dar a conocer su negocio?**

Radio	TV	Hojas volantes	Redes sociales	Periódico

✓ Tasa de crecimiento poblacional

Anexo 3 Tabla de crecimiento poblacional

www.inec.gob.ec www.ecuadorencifras.gob.ec ECUADOR CUENTA CON E					
POBLACIÓN Y TASAS DE CRECIMIENTO INTERCENSAL D					
Código	Nombre de parroquia	imiento Anu	Tasa de Crecimiento Anual 1990 - 200		
		Total	Hombre	Mujer	Total
	Nacional	1,95%	2,06%	2,14%	2,10%
110150	LOJA	2,65%	2,12%	2,44%	2,29%
110151	CHANTACO	-1,23%	-1,79%	-1,79%	-1,79%

Fuente: Ecuador en cifras, INEC

✓ IPC, inflación acumulada

Anexo 4 Inflación acumulada

Tabla 1. Índice de Precios al Consumidor y sus variaciones

Mes	Índice	Inflación Mensual	Inflación Anual	Inflación Acumulada
jun-19	105,45	-0,04%	0,61%	0,15%
jul-19	105,54	0,09%	0,71%	0,25%
ago-19	105,43	-0,10%	0,33%	0,14%
sep-19	105,42	-0,01%	-0,07%	0,13%
oct-19	105,97	0,52%	0,50%	0,65%
nov-19	105,22	-0,70%	0,04%	-0,06%
dic-19	105,21	-0,01%	-0,07%	-0,07%
ene-20	105,45	0,23%	-0,30%	0,23%
feb-20	105,29	-0,15%	-0,23%	0,07%
mar-20	105,50	0,20%	0,18%	0,27%
abr-20	106,56	1,00%	1,01%	1,28%
may-20	106,28	-0,26%	0,75%	1,01%
jun-20	105,62	-0,62%	0,17%	0,39%

Fuente: Índice de Precios al Consumidor (IPC).

Fuente: IPC (IPC, s.f.)

Bibliografía

- Arrieta, E. (2018). *Metodo inductivo y deductivo*. Obtenido de diferenciador:
<https://www.diferenciador.com/diferencia-entre-metodo-inductivo-y-deductivo/>
- Burbano, V. (2015). “*Estudio de la demanda insatisfecha de los productos alimenticios para persona hipertensas y diabéticas y la viabilidad de la creación de un centro de*. Tulcan.
- Cancela, M. (2019). *Compuestos fenólicos para la salud*. Obtenido de PPC
 plantasparacurar.com: <https://www.plantasparacurar.com/no-solo-el-cafe-tiene-propiedades-sus-hojas-tambien/>
- Cantú, G., & Andrade, N. (2014). *Contabilidad Financiera*. Perú: El Comercio, S.A.
- Chamba, M. (25 de Julio de 2013). *Plan de negocios para la implementación de una empresa de abonos orgánicos*. Obtenido de monografias.com:
<https://www.monografias.com/trabajos97/plan-negocios-implementacion-empresa-abonos-organicos/plan-negocios-implementacion-empresa-abonos-organicos.shtml>
- Davids, K. (29 de Junio de 2009). *Características Morfológicas* . Obtenido de Coffea Diversa:
<http://es.coffeaversa.com/cafe-villa-sarchi/>
- Espinosa, E. M. (2017). *Economía. Introducción al estudio de la ciencia económica*. Mexico: Publicaciones Cultural.
- Estela, M. (22 de Diciembre de 2019). *Metodo Inductivo*. Obtenido de Concepto.de.:
<https://concepto.de/metodo-inductivo/>
- Gama, G. (12 de Septiembre de 2014). *Definición Demanda Potencial*. Obtenido de SCRIB:
<https://es.scribd.com/document/239544936/Definicion-Demanda-Potencial>
- Google maps. (s.f.). *Google maps*. Obtenido de <https://www.google.com/maps/@-4.0183263,-79.2134208,17z?hl=es>

- ICO. (2019). *International Coffee Organization*. Obtenido de Historia del cafe :
http://www.ico.org/ES/coffee_storyc.asp
- IPC. (s.f.). Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Junio-2020/Boletin_tecnico_06-2020-IPC.pdf
- Izar, J. (2016). *Gestión y Evaluación de Proyectos*. Mexico: CENGAGE Learning.
- LexPro. (2019). *ASESORÍA LEGAL EN MATERIA SOCIETARIA*. Obtenido de LexPro Ecuador:
<http://www.lexproec.com/asesoria-legal-en-materia-societaria.html>
- Macek, M. (2017). *zonadiet.com*. Obtenido de El cafe:
<https://www.zonadiet.com/bebidas/cafe.htm>
- Mankiw, G. (2015). *Principios de la Economía*. Mexico, D.F: CENGAGE Learning.
- McDaniel, C., & Gates, R. (2015). *Investigación de Mercados*. Mexico: CENGAGE Learning.
- Mendoza, C., & Ortiz, O. (2017). *Contabilidad Financiera para contaduria y administracion*.
Colombia: ECOE EDICIONES.
- Murcia et al. (2019). *Proyectos/ Formulación y criterios de evaluación*. Bogotá: Alfaomega.
- Niño Rojas, V. M. (2019). *Metodología de la investigación* (2da ed.). Bogotá, Colombia:
Ediciones de la U.
- Nithisakunman, D. (16 de Diciembre de 2019). *Café Flor del árbol con flores de color blanco cerca de vista*. Obtenido de 123RF: https://es.123rf.com/photo_22156900_caf%C3%A9-flor-del-%C3%A1rbol-con-flores-de-color-blanco-cerca-de-vista.html?fromid=a004djFpS3ZRajZBd3JnRUI5Q0gzUT09
- Prieto Sierra, C. (2017). *Emprendimiento Conceptos y Plan de negocios*. Mexico: Pearson.
- Robbins, S., & Timothy, J. (2009). *Comportamiento Organizacional. Decimotercera edicion*.
Mexico: PEARSON EDUCACION.

- Sapag, N., Sapag, R., & Sapag, J. (2014). *Preparación y evaluación de proyectos* . Mexico: McGraw-Hill.
- Toro, J. (2010). Formulacion y Evaluacion de Proyectos de Inversión . *Contribuciones a la Economía*, 2-44.
- Vanegas, F. (31 de Abril de 2016). *Taxonomia del cafe* . Obtenido de Coffee Media:
<https://www.yoamoelcafedecolombia.com/2016/08/31/taxonomia-del-cafe/>
- Verema. (13 de Junio de 2012). *Blog de Licores y Destilados*. Obtenido de Historia de la destilación. Origen de los licores y destilados: 2012
- Wehrich, H., Cannice, M., & Koontz, H. (2017). *Administración. Una perspectiva global, empresarial y de innovacion*. China: McGraw-Hill.
- Westreicher, G. (2019). *La Demanda efectiva*. Obtenido de Economipedia - Haciendo facil la Economía: <https://economipedia.com/definiciones/demanda-efectiva.html>