



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**TESIS DE GRADO PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN  
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

***“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA  
PRODUCTORA DE CAFÉ EN TÉ EN SAN PEDRO DE VILCABAMBA Y SU  
COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”***

**AUTORA:**

KAREN GABRIELA GONZÁLEZ CARAGUAY

**DIRECTOR/A:**

Mgs. Silvia Alexandra Jaramillo Luzuriaga

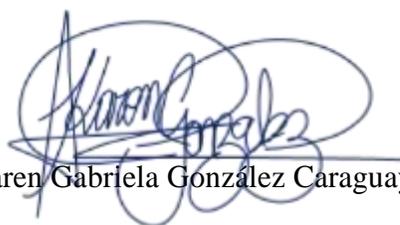
**Loja – Ecuador**

2021

## CERTIFICACIÓN

Yo, Karen Gabriela González Caraguay, declaro bajo juramento, que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

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.



Karen Gabriela González Caraguay

Yo, Mgs. Silvia Alexandra Jaramillo Luzuriaga certifico que conozco al autor/a del presente trabajo siendo la responsable exclusiva tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.



Mgs. Silvia Alexandra Jaramillo Luzuriaga

DIRECTORA DE TESIS

*Al concluir esta etapa de mi vida, agradezco profundamente a Dios por las oportunidades que me ha brindado, y agradezco a toda mi familia, especialmente a mis padres Wilmer y Janeth por apoyarme en todas las decisiones de mi vida y ser quienes me daban palabras de aliento, a mis hermanos Santiago y Alejandra, por ser la chispa de alegría que me animaba todos los días, finalmente, a mi abuelita Ciria por siempre motivarme a seguir adelante y superarme.*

*También expreso mi gratitud a todos quienes fueron mis docentes en la Universidad Internacional del Ecuador, quienes mostraron desinteresadamente su apoyo durante todo el proceso de aprendizaje en mi vida profesional. A su vez, quiero dar las gracias a todos mis amigos, especialmente a Paola, Stefany y Samanta, con quienes he compartido muchos momentos que los guardaré en mi memoria, gracias por su apoyo incondicional.*

*Att.*

*Karen Gabriela González Caraguay.*

*Mi tesis la dedico con todo amor y cariño a mis padres Wilmer y Janeth, por su apoyo incondicional en mis estudios, por darme ánimos y creer en mi capacidad de superarme y ser mejor cada día; también va dedicada a mis hermanos Santiago y Alejandra, quienes con sus palabras de aliento me daban fuerzas para seguir adelante y no desmayar en el camino.*

*Att.*

*Karen Gabriela González Caraguay.*

## **Resumen**

El plan de negocios para la creación de una microempresa productora de café en té en San Pedro de Vilcabamba y su comercialización en la ciudad de Loja, recopila un estudio de mercado en el que se conoce la demanda, se analiza la oferta y se propone el plan de comercialización. Además, se realiza el estudio técnico en el que se menciona la localización específica de la planta en San Pedro de Vilcabamba, el tamaño y la ingeniería del proyecto, así como la infraestructura física que detalla la distribución de las divisiones en un área de 300 m<sup>2</sup>.

Por otra parte, se presenta la base legal en la que se formará la empresa “KAFFE” CIA Ltda. la misma que contará con 3 socios. La inversión total del proyecto es de \$66.756,30, los mismos que estarán financiados por los socios en un 55,06% y por un préstamo que se realiza a la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Juventud Ecuatoriana Progresista”, significando el 44,94%.

En la metodología, se empleó el método inductivo para realizar los análisis de la investigación, el método deductivo para la recopilación de información en fuentes secundarias para la realización del estudio de mercado y la segmentación del mercado y; el método estadístico en la recolección de información primaria y secundaria (medición), la presentación y las síntesis. De igual manera, las técnicas usadas fueron la observación directa, la encuesta y la entrevista.

Finalmente, con la investigación realizada y los datos obtenidos de los diferentes indicadores de la evaluación financiera se concluye indicando que el proyecto de la microempresa productora de café en té de 25 unidades, con un contenido de 100gr, es rentable.

**Palabras clave:** *Plan, negocios, microempresa, producción y comercialización.*

**Abstract**

The business plan for the creation of a microenterprise producer of coffee in tea in San Pedro de Vilcabamba and its commercialization in the city of Loja, compiles a market study in which the demand is known, the offer is analyzed and the marketing plan. In addition, the technical study is carried out, mentioning the specific location of the plant in San Pedro de Vilcabamba, the size and engineering of the project, as well as the physical infrastructure that details the distribution of the departments in an area of 300 m<sup>2</sup>.

On the other hand, the legal basis on which the company "KAFFE" CIA Ltda. Will be formed is presented, which will have 3 partners. The total investment of the project is \$ 66,756.30, which will be financed by the partners in a 55.06% and by a loan made to the Cooperativa de Ahorro y Crédito "Juventud Ecuatoriana Progresista", meaning 44.94 % of the capital.

In the methodology, the inductive method was used to carry out the analysis of the research, the deductive method for the collection of information in secondary sources to carry out the market study and market segmentation; and the statistical method was used in the collection of primary and secondary (measurement) information, presentation and syntheses. In the same way, the techniques used were direct observation, survey, and interview.

Finally, with the research carried out and the data obtained from the different indicators of the financial evaluation, it is concluded that the project of the microenterprise producing coffee in tea of 25 units, with a content of 100gr, is profitable.

**Keywords:** Plan, business, microenterprise, production, and marketing.

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA  
PRODUCTORA DE CAFÉ EN TÉ EN SAN PEDRO DE VILCABAMBA Y SU  
COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA**

Resumen .....	V
Abstract.....	VI
Índice de tablas .....	X
Índice de Ilustraciones .....	XV
Índice de Anexos .....	XVIII
Introducción.....	1
Fundamentación Teórica .....	4
Marco referencial.....	4
Producción del café.....	5
Características generales del café.....	5
Aspectos generales sobre el cultivo de café.....	6
Plagas del café.....	6
Proceso productivo del café .....	7
Marco conceptual .....	18
Metodología Utilizada .....	30
Métodos: .....	30
Técnicas:.....	31
Población y muestra: .....	33
Capítulo I.....	36
Análisis e Interpretación de los resultados de las 382 encuestas a las diferentes familias de las áreas urbanas de la ciudad de Loja; y, 8 entrevistas a la competencia directa. ....	36
Análisis e interpretación de las encuestas aplicadas a las 382 familias del área urbana de la ciudad de Loja .....	37
Análisis e interpretación de las entrevistas aplicadas a los gerentes de supermercados de la ciudad de Loja .....	62
Capítulo II.....	73
2. Estudio de mercado .....	73
2.1. Promedio de consumo:.....	73

2.2.	Análisis de la demanda .....	74
2.2.1.	Demanda potencial: .....	74
2.2.2.	Demanda actual o real: .....	75
2.2.3.	Demanda efectiva: .....	77
2.3.	Análisis de la oferta .....	78
2.3.1.	Promedio de ventas: .....	79
2.3.2.	Proyección de la oferta: .....	80
2.3.3.	Balance de la oferta y la demanda: .....	81
2.4.	Plan de comercialización .....	82
2.4.1.	Producto:.....	82
2.4.2.	Precio:.....	86
2.4.3.	Plaza o distribución: .....	87
2.4.4.	Promociones: .....	88
2.4.5.	Publicidad: .....	90
Capítulo III.....		94
3.	Estudio técnico .....	94
3.1.	Localización de la planta: .....	95
3.1.1.	Macro localización: .....	98
3.1.2.	Micro localización: .....	99
3.2.	Tamaño del proyecto .....	100
3.2.1.	Tamaño de la planta:.....	100
3.2.2.	Capacidad instalada: .....	101
3.2.3.	Capacidad utilizada: .....	103
3.2.4.	Reservas:.....	104
3.3.	Ingeniería del proyecto .....	105
3.3.1.	Materia prima para utilizarse en el proyecto de café en té: .....	105
3.3.2.	Maquinaria y equipo:.....	106
3.3.3.	Herramientas para utilizar: .....	109
3.3.4.	Equipo de seguridad y aseo: .....	111
3.4.	Infraestructura física: .....	112
3.4.1.	Distribución de la planta:.....	113
3.4.2.	Proceso de producción:.....	114

3.4.3.	Descripción del proceso productivo: .....	115
3.4.4.	Flujo de procesos: .....	116
Capítulo IV	.....	119
4.	Estudio administrativo.....	119
4.1.	Base legal: .....	119
4.2.	Organización administrativa: .....	121
4.2.1.	Niveles jerárquicos: .....	121
4.2.2.	Organigramas: .....	123
4.3.	Manual de funciones: .....	129
Capítulo V	.....	138
5.	Estudio financiero .....	138
5.1.	Inversiones .....	138
5.1.1.	Inversión en activos fijos .....	138
5.1.2.	Inversión en activos diferidos.....	148
5.1.3.	Inversión en activo circulante o capital de trabajo .....	149
5.1.4.	Resumen de la inversión.....	166
5.1.5.	Financiamiento de la inversión.....	166
5.1.6.	Análisis de costos .....	167
Capítulo VI	.....	182
6.	Evaluación financiera.....	182
6.1.	Flujo de caja.....	182
6.2.	Valor actual neto (VAN).....	183
6.3.	Periodo de recuperación del capital .....	185
6.4.	Relación beneficio – costo .....	186
6.5.	Tasa interna de retorno .....	187
6.6.	Análisis de sensibilidad .....	188
Conclusiones y recomendaciones	.....	193
Anexos.....	.....	195

## Índice de tablas

Tabla 1 Supermercados	33
Tabla 2 Ingreso mensual familiar	37
Tabla 3 Consumo de té	38
Tabla 4 Clases de té	39
Tabla 5 Consumo de té de café	40
Tabla 6 Presentación de la caja de té de café	41
Tabla 7 Características del producto	42
Tabla 8 Precio que se paga por el té de café	43
Tabla 9 Medio por el que conoció el té de café	44
Tabla 10 Promociones brindadas	45
Tabla 11 Beneficios del café	46
Tabla 12 Disposición para adquirir el producto	47
Tabla 13 Presentación para la adquisición del café en té	49
Tabla 14 Precio que pagaría por la caja de café en té 25 u.	50
Tabla 15 Lugar para adquirir el producto	51
Tabla 16 Aspectos que atraen del café	52
Tabla 17 Promoción	53
Tabla 18 Medios de información	54
Tabla 19 Prensa	55
Tabla 20 Emisora	56
Tabla 21 Canal de televisión	57
Tabla 22 Hojas volantes	58
Tabla 23 Red social	60
Tabla 24 Ofrece café en té	62
Tabla 25 Adquisición del café en té	63
Tabla 26 Estándares de calidad	64
Tabla 27 Incremento en la comercialización	65
Tabla 28 Precios del café en té	66
Tabla 29 Promociones del café en té	67

Tabla 30 Venta semanal	68
Tabla 31 Presentación más demandada	69
Tabla 32 Compra a empresa comercializadora y productora	70
Tabla 33 Precio de mayorista	71
Tabla 34 Consumo per cápita mensual	74
Tabla 35 Demanda potencial	75
Tabla 36 Demanda real	76
Tabla 37 Demanda efectiva	77
Tabla 38 Resumen de las demandas	78
Tabla 39 Promedio de ventas	79
Tabla 40 Proyección de la oferta	80
Tabla 41 Proyección de la demanda insatisfecha	81
Tabla 42 Producción	102
Tabla 43 Capacidad instalada	102
Tabla 44 Capacidad utilizada	103
Tabla 45 Porcentaje de participación en el mercado	104
Tabla 46 Reserva	105
Tabla 47 Distribución de la planta	114
Tabla 48 Flujo de procesos	117
Tabla 49 Simbología	118
Tabla 50. Simbología organigrama estructural	126
Tabla 51. Gerente general	130
Tabla 52. Asesor jurídico	131
Tabla 53. Secretaria - contadora	132
Tabla 54. Conserje – guardián	133
Tabla 55. Jefe de producción	134
Tabla 56. Jefe de marketing	135
Tabla 57. Obreros	136
Tabla 58. Chofer - vendedor	137
Tabla 59. Terreno	139
Tabla 60. Construcción	139

Tabla 61. Depreciación construcción _____	140
Tabla 62. Maquinaria _____	141
Tabla 63. Depreciación maquinaria _____	141
Tabla 64. Herramientas, muebles y enseres de producción _____	142
Tabla 65. Depreciación herramientas, muebles y enseres de producción _____	142
Tabla 66. Equipos de oficina _____	143
Tabla 67. Depreciación equipos de oficina _____	143
Tabla 68. Equipos de computación _____	144
Tabla 69. Depreciación 1 equipos de computación _____	144
Tabla 70. Depreciación 2 equipos de computación _____	144
Tabla 71. Muebles y enseres de administración _____	145
Tabla 72. Depreciación muebles y enseres de administración _____	145
Tabla 73. Vehículo _____	146
Tabla 74. Depreciación vehículo _____	146
Tabla 75. Resumen de depreciaciones de activos fijos _____	147
Tabla 76. Resumen de activos fijos _____	147
Tabla 77. Activos diferidos _____	148
Tabla 78. Amortización _____	149
Tabla 79. Materia prima directa _____	150
Tabla 80. Incremento materia prima directa _____	150
Tabla 81. Mano de obra directa _____	151
Tabla 82. Incremento mano de obra directa _____	152
Tabla 83. Materia prima indirecta _____	153
Tabla 84. Incremento materia prima indirecta _____	153
Tabla 85. Mano de obra indirecta _____	154
Tabla 86. Incremento mano de obra indirecta _____	154
Tabla 87. Servicios básicos de administración _____	155
Tabla 88. Incremento servicios básicos de administración _____	155
Tabla 89. Servicios básicos de la planta de producción _____	156
Tabla 90. Incremento servicios básicos de la planta de producción _____	156
Tabla 91. Indumentaria del personal _____	157

Tabla 92. Incremento indumentaria de personal _____	158
Tabla 93. Sueldos y salarios administrativos _____	159
Tabla 94. Incremento sueldos y salarios administrativos _____	159
Tabla 95. Sueldo al personal de ventas _____	160
Tabla 96. Incremento sueldo al personal de ventas _____	160
Tabla 97. Suministros de oficina _____	161
Tabla 98. Incremento suministros de oficina _____	162
Tabla 99. Útiles de aseo _____	162
Tabla 100. Incremento útiles de aseo _____	163
Tabla 101. Publicidad _____	163
Tabla 102. Incremento publicidad _____	164
Tabla 103. Combustible y mantenimiento _____	164
Tabla 104. Incremento combustible y mantenimiento _____	165
Tabla 105. Resumen del activo circulante _____	165
Tabla 106. Resumen de la inversión _____	166
Tabla 107. Financiamiento de la inversión _____	166
Tabla 108. Tabla de amortización _____	167
Tabla 109. Presupuesto proyectado _____	169
Tabla 110. Clasificación de los costos _____	172
Tabla 111. Costo unitario de producción _____	174
Tabla 112. P.V.P. _____	174
Tabla 113. Ingresos por ventas _____	175
Tabla 114. Estado de pérdidas y ganancias _____	176
Tabla 115. Datos punto de equilibrio _____	177
Tabla 116. Flujo de caja _____	183
Tabla 117. VAN _____	184
Tabla 118. Datos PRC _____	185
Tabla 119. Relación beneficio - costo _____	186
Tabla 120. TIR _____	187
Tabla 121. Análisis de sensibilidad con el incremento del 77,52% en los costos _____	190
Tabla 122. Análisis de sensibilidad con la disminución en los ingreso de un -55,14 % _____	191



## Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Especies de café: arábica y robusta.	4
Ilustración 2 Granos de café maduro.	5
Ilustración 3 Construcción de un germinador.	8
Ilustración 4 Almacigo.	9
Ilustración 5 Preparación del terreno.	10
Ilustración 6 Manejo de anverses.	12
Ilustración 7 Sombrío.	13
Ilustración 8 Fertilización.	14
Ilustración 9 Control de plagas.	15
Ilustración 10 Ingreso mensual familiar	37
Ilustración 11 Consumo de té	38
Ilustración 12 Clases de té	39
Ilustración 13 Consumo de té de café	40
Ilustración 14 Presentación de la caja de té de café	41
Ilustración 15 Características del producto	42
Ilustración 16 Precio que se paga por el té de café	43
Ilustración 17 Medio por el que conoció el té de café	44
Ilustración 18 Promociones brindadas	46
Ilustración 19 Beneficios del café	47
Ilustración 20 Disposición para adquirir el producto	48
Ilustración 21 Presentación para la adquisición del café en té	49
Ilustración 22 Precio que pagaría por la caja de café en té 25 u.	50
Ilustración 23 Lugar para adquirir el producto	51
Ilustración 24 Aspectos que atraen del café	52
Ilustración 25 Promoción	53
Ilustración 26 Medios de información	54
Ilustración 27 Prensa	56
Ilustración 28 Emisora	57
Ilustración 29 Canal de televisión	58

Ilustración 30 Hojas volantes _____	59
Ilustración 31 Red social _____	60
Ilustración 32 Ofrece café en té _____	62
Ilustración 33 Adquisición del café en té _____	63
Ilustración 34 Estándares de calidad _____	64
Ilustración 35 Incremento en la comercialización _____	65
Ilustración 36 Precios del café en té _____	66
Ilustración 37 Promociones del café en té _____	67
Ilustración 38 Venta semanal _____	68
Ilustración 39 Presentación más demandada _____	69
Ilustración 40 Compra a empresa comercializadora y productora _____	70
Ilustración 41 Precio de mayorista _____	71
Ilustración 42 Envoltura _____	83
Ilustración 43 Etiqueta _____	84
Ilustración 44 Logotipo _____	85
Ilustración 45 Marca _____	86
Ilustración 46 Distribución directa _____	87
Ilustración 47 Distribución canal corto _____	88
Ilustración 48 Taza con el logo _____	89
Ilustración 49 Código promocional _____	90
Ilustración 50 Página de Facebook _____	91
Ilustración 51 Página de Instagram _____	92
Ilustración 52 Hoja volante promoción _____	93
Ilustración 53 Macro localización _____	99
Ilustración 54 Micro localización _____	100
Ilustración 55 Tostador de café industrial _____	106
Ilustración 56 Molino industrial _____	107
Ilustración 57 Balanza digital _____	108
Ilustración 58 Mesa de acero inoxidable _____	109
Ilustración 59 Tanque Rotoplas _____	109
Ilustración 60 Percha metálica _____	110

Ilustración 61 Tazón de acero inoxidable	110
Ilustración 62 Bandeja de acero inoxidable	110
Ilustración 63 Cucharas medidoras	111
Ilustración 64 Gorro desechable	111
Ilustración 65 Tapabocas	112
Ilustración 66 Guantes	112
Ilustración 67 Delantal	112
Ilustración 68 Plano de la empresa	114
Ilustración 69. Organigrama estructural	125
Ilustración 70. Organigrama funcional	127
Ilustración 71. Organigrama posicional	128
Ilustración 72. Punto de equilibrio año 1	179
Ilustración 73. Punto de equilibrio año 5	181

**Índice de Anexos**

Anexo 1: Resumen del proyecto.....	195
Anexo 2: Modelo de la encuesta. ....	196
Anexo 3: Modelo de la entrevista.....	200
Anexo 4: Tasa de inflación.....	202

## **Introducción**

El café más que una bebida es una tradición. El café lojano es sinónimo de una bebida filtrada, ya que la tela con la que se realiza el filtrado modifica el sabor del café, siendo esta preparación pasada de generación en generación.

En el medio se puede encontrar diferentes presentaciones del café, por ejemplo: granos tostados; granos molidos, siendo la más empleada; café soluble o conocido como instantáneo. Sin embargo, no existe una presentación fácil de preparar como el café instantáneo pero que conserve el sabor único de los granos de café molidos para su filtración, por lo que se propone la creación de una microempresa productora de café en té en San Pedro de Vilcabamba y su comercialización en la ciudad de Loja.

El presente proyecto consta de 6 capítulos, el primer capítulo se realiza el análisis e interpretación de los resultados de las 382 encuestas aplicadas en a las diferentes familias de las áreas urbanas de la ciudad de Loja; y, las 8 entrevistas que se realizó a la competencia directa.

En el segundo capítulo se realiza el estudio de mercado, en el que analiza la demanda potencial, actual, efectiva y la oferta en el mercado para realizar su balance y posterior planteamiento del plan de comercialización, en el que se detalla el producto, precio, plaza, y promoción.

En el tercer capítulo se efectúa el estudio técnico, mencionando así la macro y micro localización de la planta y su tamaño; también, se estudia la capacidad instalada y utilizada, a su vez, se detalla la ingeniería del proyecto, y la infraestructura física, mencionando la

distribución de la planta, el proceso de producción y el flujo de procesos.

En el cuarto capítulo se establece el estudio administrativo, planteando la base legal para la constitución de la empresa, asimismo, se determina la organización administrativa de manera escrita y visual por medio de los organigramas, complementando con el manual de funciones para todo el personal.

En el quinto capítulo se lleva a cabo el estudio financiero, en el que se detalla cada una de las inversiones, tanto en activos fijos, activos diferidos y activo circulante o capital de trabajo, igualmente se concreta el financiamiento de la inversión, conociendo los valores a pagar a la entidad financiera por el préstamo, por último, se analiza los costos, se los proyecta, y se divide en costos fijos y variables, para proceder a obtener el precio de venta al público y los ingresos por ventas de los 5 años de operación.

En el sexto capítulo se estudia los datos obtenidos anteriormente por medio de la evaluación financiera, para conocer si el proyecto es rentable o no, por medio del análisis del flujo de caja, el valor neto actual, el periodo de recuperación del capital, la relación beneficio – costo, la tasa interna de retorno y el análisis de sensibilidad.

Finalmente, se llega a las conclusiones, en las que se destaca que el 84,03% de la población estará dispuesta a adquirir el producto en la empresa a establecerse. Por otra parte, se conoce que el valor actual neto (VAN) es mayor a 0, por lo tanto, el proyecto es factible, ya que generará un beneficio. Además, el periodo de recuperación del capital es de 4 años, 6 meses y 25 días y la tasa interna de retorno se obtiene un valor de 343,89, el mismo que acepta el proyecto, ya que

la tasa interna de retorno es igual a la tasa de descuentos de los flujos. Por último, el análisis de sensibilidad señala que el proyecto no es sensible a cambios en los dos escenarios propuestos, el primero con un aumento de los costos de un 77,52% y el segundo con una disminución de -55,14%.

## Fundamentación Teórica

### Marco referencial

Delgado, Larco, García, Alcívar, Chilán y Patiño (2002) señalan que en Ecuador se produce café en 20 de las 22 provincias, lo que indica su relevancia a nivel socioeconómico del sector en el país. La Asociación Nacional de Exportadores de Café, presenta una estimación de siembra de cafetales en la región costa de 112,000 hectáreas (ha), en la sierra 62,000 ha, en la región amazónica 55.000 ha y en Galápagos 1.000 ha. Esta amplia distribución se presenta porque el Ecuador es uno de los 14 países, entre cerca de 70, que tiene producción mixta, es decir, cultiva las especies comerciales, como lo son: arábica (*Coffea arabica*) y robusta (*Coffea canephora*).

### Ilustración 1

*Especies de café: arábica y robusta.*



Fuente: <https://www.excelenciasgourmet.com/es/opinion/robusta-vs-arabica-un-producto-dos-sabores>

Los arbustos arábicos se pueden encontrar desde el nivel del mar hasta los 2.500 metros de altura (msnm), sin embargo, su producción es mejor si se cultivan entre 1.000 y 2.000 msnm, en un clima templado, con suelos ricos en nutrientes y precipitaciones estacionales y moderadas.

Al contrario, las plantas de robusta se pueden encontrar en altitudes menores a 1.000 msnm, donde existen suelos bastante pobres en nutrientes aunque las precipitaciones abundantes y frecuentes, en un clima caliente y húmedo promueven un frecuente reciclaje de materia orgánica. (Delgado, y otros, 2002)

## **Producción del café**

### **Características generales del café**

El café es miembro de la familia rubiaceae y viene de la forma latina coffea, la misma que tiene más de 500 géneros y 6000 especies de árboles tropicales y arbustos. Las variedades de especies de café de pequeños arbustos y árboles son de 32 pies de alto y las hojas pueden variar en la gama de púrpura a amarillo, sin embargo, el verde se evidencia como el color predominante. El árbol del café se lo llama cafeto, que son arbustos de las regiones tropicales y subtropicales. Produce frutos carnosos rojos llamados cerezas de café. (Delgado, y otros, 2002)

## **Ilustración 2**

*Granos de café maduro.*



Fuente: <https://www.foodnewlatam.com/sectores/16-agricultura/4576-la-producci%C3%B3n-de-caf%C3%A9-en-china.html>

## **Aspectos generales sobre el cultivo de café según el Instituto del Café de Costa Rica (2011)**

**Altitud:** Incide en forma directa sobre los factores de temperatura y precipitación. La altitud óptima para el cultivo de café se localiza entre los 500 y 1700 msnm. Por encima de este nivel altitudinal se presentan fuertes limitaciones en relación con el desarrollo de la planta.

**Precipitación:** La cantidad y distribución de las lluvias son aspectos importantes, para el buen desarrollo del cafeto. Con menos de 1000 mm anuales, se limita el crecimiento de la planta y por lo tanto la cosecha; además, un período de sequía muy prolongado propicia la defoliación y en última instancia la muerte de la planta. Por otra parte, con precipitaciones mayores de 3000 mm, la calidad física del café oro y la calidad de taza puede comenzar a verse afectada.

**Temperatura:** La temperatura promedio anual favorable para el cafeto es entre los 17 a 23°C; Con temperaturas inferiores a 10 °C., provocan clorosis y paralización del crecimiento de las hojas jóvenes.

**Humedad relativa:** Se conoce que cuando alcanza niveles superiores al 85%, se propicia el ataque de enfermedades fungosas que se ven notablemente favorecidas.

**Viento:** Fuertes vientos inducen a la desecación y al daño mecánico de tejido vegetal, e inciden en enfermedades. Por lo tanto, es conveniente escoger terrenos protegidos del viento, o bien establecer rompevientos.

### **Plagas del café**

Las principales plagas que afectan al cafeto se enlistan a continuación:

- La broca del café.
- Minador de la hoja.
- Cochinillas de la raíz.
- Cochinilla aérea.
- Gallina ciega.
- Araña roja.
- Barrenador del tallo.
- Grillo del cafeto.
- Pulgones.

### **Proceso productivo del café**

Las prácticas adecuadas en el cultivo. Se consideran recomendables en un cultivo de café las siguientes:

- La construcción del germinador.
- La construcción del almácigo.
- Preparación del terreno, trazado ahoyado y siembra.
- La fertilización.
- El control de arvenses.
- El control de plagas.
- El manejo de enfermedades.
- La conservación de suelos y aguas.
- El beneficio ecológico

#### **1. Germinador.**

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC), (2016) indica que la semilla debe estar disponible 8 meses antes del trasplante definitivo en campo, de este período, dos meses corresponden a la etapa de germinador y seis meses al almácigo. En las etapas del proceso

productivo de germinador y almácigo se necesitan insumos, como guaduas o estacones de madera redonda, arena lavada de río, tierra, pulpa descompuesta o materia orgánica, bolsas plásticas, materiales para disponer sombra en viveros, plaguicidas de baja toxicidad, solo si se requieren.

### **Ilustración 3**

*Construcción de un germinador.*



Fuente: <https://fncantioquia.org/construccion-de-germinadores-en-el-municipio-de-salgar/>

Existen dos clases: de piso y aéreo. El germinador consiste en un cuadro hecho con madera o ladrillos en el cual se siembra la semilla en arena lavada de río con riego permanente. Su tamaño de construcción va a depender del área a sembrar. Para la siembra se sugiere que se la realice los meses de enero y septiembre.

La utilización de la arena lavada de río y el agua caliente son herramientas que controlan muy bien el mal del tallito, enfermedad causada por el hongo *Rhizoctonia solani*. La construcción elevada del germinador previene esta enfermedad, que es la más severa en esta etapa. También evita salpicamiento de aguas lluvias y la contaminación con aguas de escorrentía o de desagües. (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2016)

## 2. Almacigo.

### Ilustración 4

*Almacigo.*



Fuente: <https://www.agrosilicium.com/mejicorrectio-en-almacigo-de-cafe/>

Según señala la FNC (2016) el almacigo se lo realiza con el propósito de obtener un adecuado desarrollo y la selección de las plántulas para el establecimiento definitivo del cultivo. En este proceso es indispensable asegurarse de la buena selección del material. En su construcción se usan bolsas de polietileno color negro, calibre 1.5 o 2, perforadas a los lados y al fondo, y de un tamaño del 7 x 23cm. El mejor sustrato es una mezcla de tierra y pulpa de café descompuesta, en una proporción de 3 a 1.

Las bolsas se disponen a nivel, en eras de 1 metro de ancho y 10 metros de largo, separadas por calles de 0.5 metros, las que deben llevar zanjitas de 0.1 metros de profundidad para que el agua escurra con facilidad. Con materiales como guadua, madera redonda, alambre, hojas de plátano, se debe construir una penumbra a una altura de 2 metros, orientada de norte a sur.

Uno de los problemas fitosanitarios críticos en esta etapa tiene que ver con el ataque de nemátodos. Una manera de evitar el uso de nematicidas es mediante la adición de micorrizas, lo cual previene su ataque en la plantación de café. Se debe evitar la compra de almácigos que vienen con sustratos ajenos a los de la finca, no usar gallinaza traída de otros sitios y seleccionar en el transplante aquellos almácigos que no presenten nudosidades y/o malformaciones en las raíces.

La desinfección de la tierra para el almácigo se puede hacer mediante solarización, lo que se logra tapándola con un plástico y dejándola al sol por una semana. El control de arvenses en el almácigo se puede hacer manualmente, evitando el uso de herbicidas, hasta donde sea necesario. (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2016)

### **3. Preparación del terreno, trazado ahoyado y siembra.**

#### **Ilustración 5**

*Preparación del terreno.*



Fuente: <https://app.emaze.com/@AWOLLCQF#4>

En la adecuación del terreno se utilizan herramientas y materiales como estacas de madera y se realiza un sistema de siembra y un trazo. La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

(2016) indica que cuando el sistema de producción es bajo sombra, se necesitan semilla y colinos de guamo y plátano, principalmente; y en las etapas de establecimiento, crecimiento y producción son necesarios insumos como: palines, machetes, selector de arvenses para su manejo, fertilizantes químicos (en caso de ser necesarios) y abonos orgánicos.

Por medio de un cultivo ordenado se aprovecha el suelo de mejor manera, ya que se planifica su siembra, esto se lo obtiene mediante un buen trazado que aproveche todos los espacios y ubica el mayor número de árboles por unidad de superficie. Para el trazado se usan estacas, varas y piolas. Se sugiere que se realicen en surcos a través de la pendiente.

Un hoyo de tamaño adecuado permite que se desarrolle el árbol en buen estado, lo que asegura un buen anclaje y una mejor nutrición. Es recomendable que sean de 30 cm de ancho por 40 cm de profundidad, para suelos de condiciones físicas y fertilidad normales. Sus paredes deben quedar irregulares y el fondo bien repicado, para evitar encharcamiento y facilitar penetración. Para alcanzar el éxito en la siembra de los cafetos en el sitio definitivo, deben tenerse en cuenta los siguientes aspectos:

- Tamaño de los árboles: deben ser llevados al campo antes de que el nabo llegue al fondo de la bolsa, para evitar su malformación, lo cual incidiría en su nutrición posterior.
- Calidad de los árboles: seleccionar los mejores por sanidad, vigor y buena formación.
- Época de siembra: debe coincidir con períodos de lluvia. En caso de presentarse una época de verano, se recomienda regar los almácigos antes de llevarlos al sitio definitivo.
- Transporte cuidadoso: se debe evitar pérdidas y daños en los árboles por un inadecuado transporte de los colinos al campo.

Existen dos sistemas de producción para el cultivo: sol y sombra protectora. Solamente el 20% de la caficultura del país se encuentra a plena exposición, en suelos derivados de cenizas volcánicas sembradas en surcos o hileras, con buena distribución de lluvias, coberturas protectoras y relieve ondulado. Los sistemas de producción a la sombra están compuestos por especies productivas y protectoras, que producen hojarasca que conserva el suelo y aumenta la materia orgánica. Además, el sombrío reduce el impacto de la lluvia, evitando procesos erosivos. (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2016)

#### **4. Manejo de arvenses.**

##### **Ilustración 6**

*Manejo de arvenses.*



Fuente: <https://www.agronegocios.co/aprenda/conozca-y-maneje-correctamente-las-arvenses-al-interior-de-sus-cultivos-de-cafe-2743258#>

La FNC (2016) menciona que esta actividad se basa en la selección de coberturas nobles, que conservan el suelo del impacto de las gotas de lluvia. A su vez, los sistemas de desyerba utilizados por los agricultores de manera tradicional han tenido como finalidad desnudar totalmente los suelos. Para ello se han usado herramientas como el azadón, la gala, la gambia, el machete, la guadañadora, y en los últimos 20 años, los herbicidas.

El uso del azadón ha sido reemplazado por tecnologías conservacionistas del recurso suelo, como el mantenimiento de coberturas nobles y la mínima labranza, las barreras vivas y productivas, y el asocio con cultivos de pancoger, como el maíz y el frijón. El tema de las arvenses orienta al agricultor hacia un manejo racional de las mismas, consiguiendo además la protección de los suelos contra la erosión, la regulación de las aguas de escorrentía, la conservación de la biodiversidad genética y la reducción de los costos de las desyerbas hasta en un 85%. (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2016)

Esta actividad está basada en la selección de coberturas nobles, que permiten la conservación del recurso suelo. Estas coberturas garantizan la sostenibilidad de la biodiversidad en flora y fauna benéfica para el cultivo. El establecimiento de coberturas protege el suelo del impacto de las gotas de lluvia, siendo así una alternativa para hacer el control de arvenses es el selector de arvenses. (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2016)

## **5. Establecimiento del sombrío.**

### **Ilustración 7**

*Sombrío.*



Fuente: <https://mundocafeto.com/sombrío-del-café/la-sombra-permanente-en-el-cultivo-del-café/>

El sombrío para los cafetales debe disponerse según las condiciones climáticas, el tipo de suelo y la pendiente del terreno.

## 6. Fertilización.

### Ilustración 8

*Fertilización.*



Fuente: <https://cafeenlared.blogspot.com/2016/05/cafe-de-colombia-cafeteros-claman.html>

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (2016) indica que el concepto de nutrición para el cultivo del café forma parte de la agricultura sostenible, que es la que optimiza la efectividad de los insumos sin dañar el medio ambiente, ya que se busca la conservación del suelo, en especial su capa orgánica. Este proceso consiste en la instalación, establecimiento, crecimiento y producción. Además, se recomienda, cuando sea necesario, complementar la nutrición del cultivo con la adición de fuentes de materia orgánica, por ejemplo existen alternativas de gran calidad como son la pulpa de café descompuesta y el lombricompost.

## 7. Control de plagas.

La FNC (2016) menciona que dentro de los controles utilizados para el manejo de plagas en el

café se encuentran el biológico, cultural, legal, mecánico, natural y químico. La plaga de más importancia económica en el café es la broca. Su control ha estado apoyado en el manejo integrado, el cual tiene como objetivo producir café tipo Federación en presencia del insecto.

## **Ilustración 9**

*Control de plagas.*



Fuente: <https://andelima.wixsite.com/andelima/single-post/2015/11/11/Prevenci%C3%B3n-y-monitoreo-son-claves-para-evitar-Proliferaci%C3%B3n-de-Plagas>

Entre el 65 y 75% del control de la broca se realiza a partir del Control Cultural, conocido como RE-RE, que consiste en recoger todos los frutos maduros de la plantación y repasar para recoger aquellos que se hayan quedado; la recolección oportuna debe dirigirse a granos maduros, sobre maduros y secos en el árbol y en el suelo, con el fin de romper su ciclo biológico. Como medida complementaria es importante evitar el escape de la broca de las instalaciones del beneficio al cultivo. (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2016)

Los otros controles complementarios son el biológico y el químico. El primero mediante la aplicación del hongo *Beauveria bassiana* y avispitas como *Prorops nasuta*, *Cephalonomia*

stephanoderis y *Phymastichus coffea*, conocidas como la avispa de Uganda, de Costa de Marfil y de Togo, respectivamente. El segundo, se realiza por focos o puntos calientes en el cafetal y cuando se han analizado variables como: porcentaje de infestación y posiciones de la broca. Los insecticidas recomendados para el control de la broca y otras plagas deben pertenecer a las categorías toxicológicas III o IV, de bajo riesgo en la salud humana y en el ambiente. (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2016)

## **8. Sistema de renovación.**

La FNC (2016) señala que existen dos sistemas de renovación de cafetales: renovación por zoca y por siembra, en los que busca mantener una caficultura joven que pueda ser competitiva en el entorno mundial cafetero. La renovación de cafetales tiene componentes ambientales por las siguientes razones:

- Una caficultura joven la cual permite el manejo de plagas y enfermedades de manera más racional, pues los cafetales de edades mayores multiplican dichos problemas.
- La renovación por zoca permite utilizar el recurso forestal sobrante (tallos), en diferentes actividades en la finca, disminuyendo la presión sobre los bosques existentes.
- El sistema de renovación corta ciclos de plagas y enfermedades que afectan el cultivo.
- La renovación por siembra permite corregir fallas en el manejo de suelos con la implementación de prácticas conservacionistas, como trazos a través de la pendiente, planificación del sombrío y otros.
- La implementación de cultivos de pancoger en lotes de renovación como el fríjol y el tomate le aportan al cultivo del café materia orgánica de diferentes orígenes.

- Algunos residuos maderables de la renovación por zoca (ramas, ramillas, hojas, tallos) son depositados en el cafetal, protegiendo los suelos y aportando materia orgánica.

La racionalidad de diferentes prácticas agronómicas en el cultivo del café es más eficiente en un cafetal joven que en uno de edad avanzada. Esto lleva a la utilización más adecuada de los insumos utilizados en diferentes etapas en el cultivo del café. (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, 2016)

## **Marco conceptual**

### **Plan de negocios:**

El presente trabajo investigativo, realiza un plan de negocios como parte del proceso de aprendizaje para la obtención del título de grado. Se define al plan de negocios como un planteamiento formal de una idea, proyecto o iniciativa empresarial con un conjunto de objetivos, que se constituye como una fase de proyección y evaluación. En el plan de negocio deben aparecer de forma detallada los objetivos generales y específicos de la empresa, la estrategia para lograr estos objetivos, la estructura organizacional, la inversión requerida para financiar tu proyecto y las soluciones para resolver los problemas que puedan ir apareciendo. (Salazar Cortés, 2019)

### **Investigación de mercado:**

La investigación de mercado es utilizada como una herramienta de investigación para conocer el mercado en el que se busca instalar la empresa, obteniendo datos para su análisis. La investigación de mercado es un proceso sistemático de recopilación, análisis e interpretación de información. La información podría ser sobre un mercado objetivo, consumidores, competidores y la industria en general. La investigación de mercado ayuda a los empresarios a tomar decisiones bien informadas. Puede eliminar conjeturas sobre innovación y canalizar recursos en ideas y proyectos que tengan el mayor potencial. (Universidad Panamericana, 2020)

### **Demanda potencial:**

La demanda potencial es una herramienta que se la utiliza en el estudio de mercado, la misma que se conoce que es el volumen máximo de consumo que podría alcanzar un producto o servicio o línea de producto en un periodo de tiempo determinado, de forma que todos los compradores

potenciales se convirtieran en compradores efectivos con una tasa de consumo individual adecuada. (García Ayas, 2010)

**Demanda actual:**

La demanda actual es un instrumento utilizado para la realización del estudio de mercado. La demanda actual es la demanda real que el mercado realiza de ese producto o servicio o línea de producto en este año o en el último año. (García Ayas, 2010)

**Demanda efectiva:**

El cálculo y análisis de la demanda efectiva es útil para el estudio de mercado. Se conoce que la demanda efectiva es la cantidad de uno o varios productos que los consumidores pueden y desean adquirir. Esto, a un precio dado en un momento específico. (Westreicher, 2020)

**Promedio medio de ventas:**

Se lo realiza para realizar el análisis de la oferta, como parte del estudio de mercado. Se define el promedio medio de ventas como el espacio temporal que tiene lugar desde que un producto es finalizado y almacenado, hasta que se produce la venta. Es un indicador económico que nos permite tener una idea del tiempo que tardamos en vender un producto desde su finalización. (López, 2020)

**Demanda insatisfecha:**

La demanda insatisfecha sirve para balancear la oferta y la demanda, como parte del estudio de mercado. La demanda insatisfecha es aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, es decir, existe demanda insatisfecha cuando la

demanda es mayor que la oferta. (Vásquez)

### **Plan de comercialización:**

El plan de comercialización forma parte del proyecto de investigación como parte final del estudio de mercado, en el que se analizan y detallan el producto, precio, plaza, promoción y publicidad. Se conoce que el plan de comercialización es un documento escrito, en el cual se establecen los planes comerciales de la empresa para un periodo determinado, por lo general este plan varía según el tipo de negocio o empresa, los productos o servicios que ofrece y los objetivos propuestos. (Jerez, 2019)

### **Producto:**

El producto se lo utiliza para definir al café en té que se propone en el proyecto, el mismo que se define de manera general como cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo, y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. (Uruguay, 2014)

### **Servicio:**

Es necesario conocer sobre el servicio ya que es complementario al producto en la puesta en marcha de una empresa. El servicio es un producto que consiste en actividades, beneficios, o satisfacciones que se ofrecen en venta, y que son esencialmente intangibles no tienen como resultado la propiedad de algo. (Uruguay, 2014)

### **Precio:**

El precio es indispensable como medio de cambio y sirve para conocer el precio de venta al

público (PVP), una vez realizados los estudios financieros. El precio es el valor monetario que se le asigna a un producto o servicio al momento de ofrecerlo a los consumidores y, por tanto, el valor monetario que los consumidores deben pagar a cambio de obtener dicho producto o servicio. (Arturo, 2019)

**Plaza:**

La plaza se la aplica en el plan de comercialización como parte del estudio de mercado. Se entiende como plaza a la forma en la cual un bien o servicio llegará de una empresa a las manos del consumidor final. (Grapsas, 2017)

**Promoción:**

La promoción del producto forma parte del plan de comercialización como parte del estudio de mercado. La promoción se define como técnicas de persuasión masivas que permiten informar todo lo relacionado con el producto a través de argumentos de ventas. (Jerez, 2019)

**Estudio técnico:**

El estudio técnico sirve para dar a conocer la disponibilidad de recursos, determinar la locación, el tamaño e ingeniería del proyecto, así como la infraestructura física y su distribución, etc. El estudio técnico de un proyecto es un proceso utilizado para examinar y predecir los precios futuros de los valores observando cosas como el movimiento de precios, gráficos, tendencias, volumen de negociación y otros factores. (Jileana, 2020)

**Capacidad instalada:**

La capacidad instalada se la utiliza en base a la maquinaria del proyecto como parte del estudio

técnico. Se conoce que la capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección; puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia / conocimientos, etc. (Jara, 2015)

### **Capacidad utilizada:**

La capacidad utilizada del proyecto es una herramienta del estudio técnico. La capacidad utilizada es una medida de lo cerca que está el sector manufacturero de la nación de funcionar a plena capacidad. Formalmente es el ratio del índice de producción industrial dividido por el índice de plena capacidad. (Estrategias de inversión, s.f.)

### **Proceso productivo:**

El proceso productivo se lo utiliza para describir el procedimiento en la elaboración del producto como parte del estudio técnico. Se define el proceso productivo como el conjunto de tareas y procedimientos requeridos que realiza una empresa para efectuar la elaboración de bienes y servicios. También puede entenderse como una serie de operaciones y procesos necesarios que se realizan de forma planificada y sucesiva para lograr la elaboración de productos. (Quiroa, 2020)

### **Razón social:**

La razón social desempeña un papel fundamental en el estudio administrativo, ya que es la base legal del proyecto. Se conoce jurídicamente a la razón social como el nombre con el que se va a conocer a la empresa. Es única, por lo que debe ir claramente expresada en el documento que

constituye de la empresa. (Rentería J. , 2016)

### **Objeto social:**

El objeto social de la empresa sirve como base legal para la constitución de la empresa, la misma que se presenta en el estudio administrativo. Se define al objeto social como la expresión de la actividad o actividades a las que se va a dedicar la sociedad constituye uno de los puntos que, como contenido mínimo, deben recoger los Estatutos sociales. (Rentería J. J., 2016)

### **Organigramas:**

Se los establece en la organización administrativa dentro del estudio administrativo para una mejor organización y definición de jerarquías. El organigrama es un esquema organizacional que representa gráficamente la estructura interna de una empresa. (Rubén, 2020)

### **Estudio financiero:**

El estudio financiero se lo realiza para analizar las inversiones en las que incurre la empresa como parte del plan de negocios. Se puede referir al estudio financiero como un proceso para comprender el riesgo y la rentabilidad de una empresa mediante el análisis de la información financiera reportada. (Jileana, ¿Qué es un Estudio Financiero de un proyecto?, 2020)

### **Activo:**

Los activos de la empresa se los analiza en las inversiones que son de activos fijos, diferidos y circulante, útiles para una buena gestión en contabilidad y administración. Se define al activo como el conjunto de bienes y derechos que poseen un valor económico y que es propiedad de la empresa. (Ortiz Anaya, 2017)

**Pasivo:**

Es un concepto básico que permite diferenciar las diferentes cuentas contables de la empresa como parte de los diferentes estados financieros. El pasivo es un conjunto de deudas u obligaciones económicas que la empresa tiene con sus acreedores. (Ortiz Anaya, 2017)

**Patrimonio:**

Es un concepto indispensable de conocer, ya que permite diferenciar cuentas contables de la empresa y realizar una buena contabilidad y estados financieros. Al patrimonio lo conforma el conjunto de cuentas que representan la propiedad de los dueños en la empresa y resulta de restar del total del activo, el pasivo. (Ortiz Anaya, 2017)

**Costo de ventas:**

El costo de ventas se lo observa en el análisis de costos en el estudio financiero, el mismo que sirve para conocer los recursos utilizados para la producción. Se define el costo de ventas como lo que cuesta producir o comprar el producto que la empresa vende durante un periodo. (Ortiz Anaya, 2017)

**Estado de pérdidas y ganancias:**

El presente estado financiero es una herramienta que se la realiza en el estudio financiero del proyecto, el mismo que analiza los ingresos y egresos para definir la utilidad. El estado de pérdidas y ganancias es un estado financiero básico y dinámico que presenta para un periodo determinado los resultados de un negocio relacionados con ingresos. (Ortiz Anaya, 2017)

**Inversión:**

Las inversiones forman parte indispensable del proyecto, ya que se requiere una inversión inicial en activos para poner en marcha el proyecto, el mismo que se detalla en el estudio financiero. Se define a la inversión como la cantidad limitada de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones, con la finalidad de que se incremente con las ganancias que genere ese proyecto empresarial. (BBVA, 2018)

**Capital social:**

El capital social se lo detalla en el financiamiento de la inversión, dentro del estudio financiero para conocer lo que los accionistas aportan. El capital social es un elemento que podemos localizar en el balance contable de una empresa, dentro de los fondos propios o patrimonio neto. Su principal función es actuar como una garantía por parte de la empresa frente a terceros. Es decir, una especie de “colchón” de seguridad. (Sánchez Galán, Capital social, 2020)

**Presupuesto:**

El presupuesto es un concepto básico para la realización del proyecto, ya que inicialmente se realiza el presupuesto para la inversión del proyecto. El presupuesto es un plan de operaciones y recursos de una empresa, que se formula para lograr en un cierto periodo los objetivos propuestos y se expresa en términos monetarios. (Sánchez L. , 2019)

**Evaluación financiera:**

La evaluación financiera es la parte final del proyecto, la misma que evalúa los datos obtenidos en los estudios anteriores. Se conoce que la evaluación financiera es el ejercicio teórico-práctico mediante el cual se intentan identificar, valorar y comparar entre sí los costos y beneficios asociados a determinadas alternativas de proyectos de inversión con la finalidad de apoyar la

toma de decisiones de inversión que permitan crear valor, aquellos proyectos que maximicen el valor de la compañía son los favorables, aumentar su valor implica que el flujo de efectivo libre es incremental y los costos del capital son inferiores al retorno del capital invertido. (Ortega de la Rosa, s.f.)

### **Punto de equilibrio:**

El punto de equilibrio se lo detalla y analiza en el análisis de costos dentro del estudio financiero, para saber cuándo existe una igualdad entre ingresos y egresos. Se define el punto de equilibrio como aquel punto o nivel de actividad en el cual el total de ingresos de operación es igual al total de egresos operativos; es decir, la utilidad operacional es cero. Algebraicamente el punto de equilibrio para unidades se calcula con la siguiente fórmula:

$$PE_{unidades} = \frac{\text{Costo fijos}}{\text{Precio de venta unitario} - \text{Costo variable unitario}}$$

También se puede calcular para ventas de la siguiente manera: (Váquiro, 2019)

$$PE_{ventas} = \frac{\text{Costo fijos}}{1 - \frac{\text{Costo variable total}}{\text{Ventas totales}}}$$

### **Flujo de caja:**

El flujo de caja se lo calcula en la evaluación financiera del proyecto, y es útil para analizar los movimientos de efectivo. Se lo define como un estado financiero básico que presenta de manera dinámica, en un periodo determinado, el movimiento de entradas y salidas de efectivo de una empresa y la situación de efectivo al final del mismo periodo. (Ortiz Anaya, 2017)

*Fórmula: Flujo de caja = Beneficios netos + Amortizaciones + Provisiones*

Si el resultado de esta fórmula es positivo quiere decir que los ingresos de la empresa en ese período han sido mayores a los gastos. Si por el contrario es negativo, significa que las salidas de dinero fueron mayores a los ingresos.

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

Se lo determina en la evaluación financiera del proyecto para su análisis financiero y determinación de la rentabilidad del proyecto. El VAN se refiere a un criterio de inversión que pasa por actualizar los cobros y pagos de un proyecto para conocer si esa inversión resulta rentable o no. (García, Definición de Valor Actual Neto (VAN), 2017)

*Fórmula: VAN = Sumatoria de flujos netos – Inversión*

### **Periodo de recuperación de la inversión:**

Se lo obtiene y analiza en la parte final del proyecto, como parte de la evaluación financiera para conocer el tiempo de recuperación de lo invertido en el proyecto. El periodo de recuperación de la inversión es el periodo en el cual la empresa recupera la inversión realizada en el proyecto. Este método es uno de los más utilizados para evaluar y medir la liquidez de un proyecto de inversión. (Riquelme, 2012)

*Fórmula: PRI =  $\frac{\text{Inversión inicial}}{\text{Resultado promedio del flujo de caja}}$*

### **Análisis costo beneficio:**

Dentro del proyecto se lo estudia en la evaluación financiera en la relación beneficio – costo para conocer la rentabilidad del proyecto. El análisis costo beneficio se lo define como un proceso por el cual se analizan las decisiones empresariales. Se suman los beneficios de una situación dada o de una acción relacionada con el negocio, y luego se restan los costos asociados con la toma de esa acción. (Salazar López, ¿Qué es la relación costo beneficio?, 2017)

$$\text{Fórmula: } ACB = \frac{\text{Beneficios}}{\text{Costos}}$$

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

Es un indicador que se lo examina en la evaluación financiera para conocer la productividad del proyecto. Se lo define como un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión. Nos permite saber si es viable invertir en un determinado negocio, considerando otras opciones de inversión de menor riesgo. (Torres, Tasa Interna de Retorno (TIR): definición, cálculo y ejemplos, 2020)

$$\text{Fórmula: } TIR = k_{TIR}: VAN(k_{TIR}) = 0$$

*Donde:*  $k_{TIR}$  es la tasa de descuento que representa la TIR.

### **Análisis de sensibilidad:**

Forma parte de la evaluación financiera y es el indicador final del proyecto para conocer la susceptibilidad del negocio a los cambios. Se conoce el análisis de sensibilidad como una técnica utilizada para determinar cómo diferentes valores de una variable independiente impactan en

una variable dependiente particular bajo un conjunto dado de suposiciones. Esta técnica se usa dentro de límites específicos que dependen de una o más variables de entrada, como el efecto que los cambios en las tasas de interés tienen en los precios de los bonos. (EFXTO, 2018)

## Metodología Utilizada

### Métodos:

- **Método Inductivo:**

Cuando se lo emplea como un instrumento de trabajo, es un procedimiento en el que, comenzando por los datos, se acaba llegando a la teoría. Por tanto, se asciende de lo particular a lo general. Las investigaciones científicas comienzan con la observación de los hechos, siguen con la formulación de leyes universales acerca de estos hechos por inferencia inductiva, y finalmente llegan de nuevo por medio de la inducción, a las teorías.

En el desarrollo del presente trabajo investigativo, sirvió para realizar los análisis de la investigación, así como para la recopilación de información a las familias de la ciudad de Loja, lo que permitió determinar la realidad actual sobre el consumo del producto a ofrecer. Se realizó una examinación para hacer deducciones acertadas que aporten al proyecto.

- **Método Deductivo:**

Es una estrategia de razonamiento empleada para deducir conclusiones lógicas a partir de una serie de premisas o principios. En este sentido, es un proceso de pensamiento que va de lo general (leyes o principios) a lo particular (fenómenos o hechos concretos). Según el método deductivo, la conclusión se halla dentro de las propias premisas referidas o, dicho de otro modo, la conclusión es consecuencia de estas. (Significados.com, 2019)

El presente método se lo utilizó en la recopilación de información en fuentes secundarias para la realización del estudio de mercado y la segmentación del mercado en el que se desarrolló

el proyecto. Además, permitió sacar las conclusiones respectivas en el apartado final del trabajo de tesis.

- **Método Estadístico**

Consiste en una secuencia de procedimientos para el manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. Este método tiene como propósito la comprobación en una parte de la realidad, de una o varias consecuencias verificables deducidas de la hipótesis general de la investigación. (UNAM, 2019)

Se lo utilizó para la recolección de información primaria y secundaria (medición), el recuento o proceso de tabulación de datos (cómputo), la presentación, las síntesis y la interpretación y análisis de los resultados de las encuestas que se aplicaron a las familias de la ciudad de Loja, para la cual se utilizó los datos del INEC para el correcto cálculo de la muestra.

**Técnicas:**

- **La Observación Directa:**

Es aquella donde se tienen un contacto directo con los elementos o caracteres en los cuales se presenta el fenómeno que se pretende investigar, y los resultados obtenidos se consideran datos estadísticos originales. También se la conoce como investigación primaria. (Zulay, 2017)

Esta técnica permitió examinar los procesos productivos en la producción del café en té, a su vez para establecer de forma clara y precisa, la situación actual del mercado y los inconvenientes que se presentaban, determinando así los sectores donde se concentraban los problemas,

permitiendo recolectar información para conocer a profundidad en dónde se realizará la actividad productiva y comercial.

- **La Encuesta:**

Es un instrumento para recoger información cualitativa y/o cuantitativa de una población estadística. Para ello, se elabora un cuestionario, cuyos datos obtenidos serán procesados con métodos estadísticos. Entonces, son una herramienta para conocer las características de un grupo de personas. Puede tratarse de variables económicas, como el nivel de ingresos (cuantitativa), o de otro tipo, como las preferencias políticas (cualitativo). (Westreicher, Encuesta, 2020)

La encuesta permitió conocer los gustos y preferencias del mercado en cuanto al café en té. Además, en este caso se aplicaron específicamente a las diferentes familias de la parte urbana de la ciudad de Loja. Se aplicó una muestra de 382 familias, que sirvió para conocer su opinión acerca del nuevo producto que se busca ofrecer en el mercado.

- **Entrevistas:**

Es un diálogo que se establece entre dos personas en el que una de ellas propone una serie de preguntas a la otra a partir de un guion previo. Se realiza con el fin de que el público pueda conocer la información de su persona, de su experiencia o conocimientos. Los interlocutores son el entrevistador, la persona que plantea las preguntas y el entrevistado, que es quién las responde. (Lázpita, s.f.)

La entrevista posibilitó un acercamiento con la competencia. Se buscó entrevistar a los

gerentes de supermercados conocidos de la ciudad de Loja. Se seleccionaron a empresas que sean semejantes en magnitud (ancho y largo) de comercialización.

**Tabla 1**

*Supermercados*

N°	NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO
1	Mercamax	Miguel Riofrío entre Lauro Guerrero y Av. Manual Agustín Aguirre.	(07) 2 560019
2	Zerimar	Tena entre Av. Cuxibamba y Av. Gran Colombia.	(07) 2 588083
3	Puerta del Sol	18 de Noviembre entre Colón y José Antonio Eguiguren.	
4	Yerovy	Alonso de Mercadillo, entre Av. Universitaria y 18 de Noviembre.	(07) 2 565412
5	Zaka	Alonso de Mercadillo y Nicolás García esquina.	0963017304
6	Enonomax	18 de Noviembre entre Miguel Riofrío y Vicente Rocafuerte.	
7	Calva y Calva	Teodoro Wolf y Leonardo Da Vinci	
8	Mercatoa	Av. Pio Jaramillo Alvarado y Leonardo Da Vinci.	0996933996

Fuente: SRI.

Elaboración: La autora.

**Población y muestra:**

- **Población**

En el proceso investigativo se determinó la población al cual va dirigido el estudio, considerando una primera segmentación demográfica (familias) y en segunda instancia una segmentación geográfica (área urbana de la ciudad de Loja).

Tomando como base los datos que se obtuvieron de acuerdo con el último censo poblacional publicado en el 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), la ciudad de Loja cuenta con 170280 habitantes, los cuáles se dividieron para el número de integrantes de una familia, que es de 4 personas, dando un total de 42570 familias, con una tasa de crecimiento poblacional de 2,65%, la misma que proyecta para el año 2020 una población de 221184

habitantes o 55296 familias.

- **Tamaño de la muestra**

Luego de haber determinado la población se procedió al cálculo del tamaño de la muestra, donde se tomó como referencia la proyección del año 2020 que es de 55286 familias de la ciudad de Loja, siendo los demandantes, de aquí se calculó la muestra mediante la aplicación de la siguiente fórmula matemática:

**Fórmula:**

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

**Simbología:**

n= Tamaño de la muestra

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

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

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

N = Población = 55286

e<sup>2</sup>= Margen de error = 0,05 = 5%

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

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 55286}{0,05^2(55286 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = \frac{53096,6744}{139,1729}$$

$$n = 381,51$$

$n = 382$  encuestas demandantes (*familias de la ciudad de Loja*)

## Capítulo I

### **Análisis e Interpretación de los resultados de las 382 encuestas a las diferentes familias de las áreas urbanas de la ciudad de Loja; y, 8 entrevistas a la competencia directa.**

El presente capítulo consiste en el análisis e interpretación de los datos obtenidos de la aplicación de 382 encuestas a las diferentes familias de las áreas urbanas de la ciudad de Loja y entrevistas a la competencia, las cuales se aplicaron a los gerentes de 8 supermercados, los mismos que fueron considerados por sus características semejante. Los datos obtenidos de las herramientas utilizadas se tabularon y analizaron, para su respectiva presentación. Las encuestas y entrevistas consideran la segmentación establecida del plan de negocios.

Mediante la recopilación de los datos trascendentales, los cuales permitieron analizar a la empresa a constituirse, y la realización de la respectiva tabulación, se procederá con la elaboración del estudio de mercado como el plan de comercialización.

## Análisis e interpretación de las encuestas aplicadas a las 382 familias del área urbana de la ciudad de Loja

### 1. ¿Su nivel de ingreso mensual familiar está entre?

**Tabla 2**

*Ingreso mensual familiar*

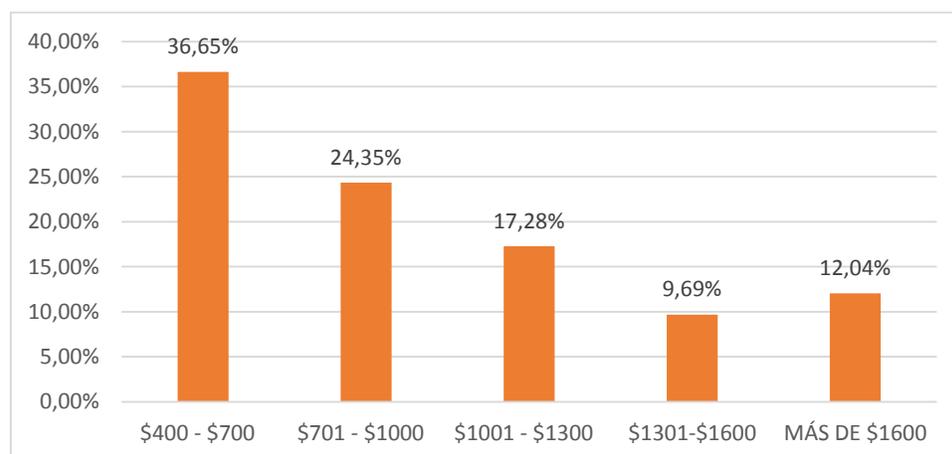
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
\$400 - \$700	140	36,65%
\$701 - \$1000	93	24,35%
\$1001 - \$1300	66	17,28%
\$1301-\$1600	37	9,69%
MÁS DE \$1600	46	12,04%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

### Ilustración 10

*Ingreso mensual familiar*



**Fuente:** Tabla 2.

**Elaboración:** La autora.

### Análisis e interpretación:

De las 382 familias encuestadas en la ciudad de Loja, el 36,65% tienen un nivel de ingresos familiar entre \$400 a \$700, siendo el rango que mayor porcentaje tiene, seguido por el 24,35%

correspondiente a ingresos de \$701 a \$1000. El menor porcentaje lo obtiene el ingreso de \$1301 a \$1600 con un 9,69%. De acuerdo con los resultados obtenidos, se conoce que la mayoría de las familias de la ciudad de Loja, tienen ingresos mensuales por familia menores a \$1000.

## 2. ¿En su familia consumen té?

**Tabla 3**

*Consumo de té*

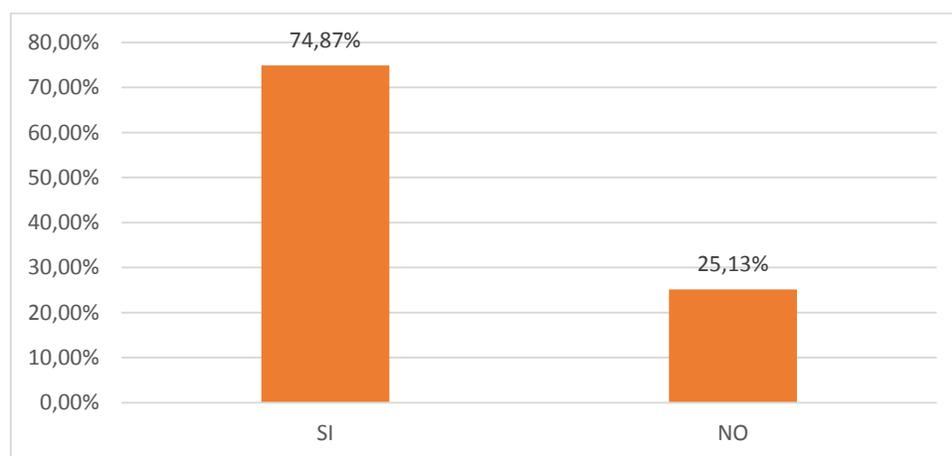
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	286	74,87%
NO	96	25,13%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

**Ilustración 11**

*Consumo de té*



**Fuente:** Tabla 3.

**Elaboración:** La autora.

### **Análisis e interpretación:**

Se puede observar que el 74,87% de las familias encuestadas, sí consumen té, mientras que el 25,13% restantes indica que no consumen té en su familia. Por lo tanto, los resultados obtenidos

muestran que la mayoría de las familias lojanas consumen té.

### 3. ¿Qué clase de té consumen en su familia?

**Tabla 4**

*Clases de té*

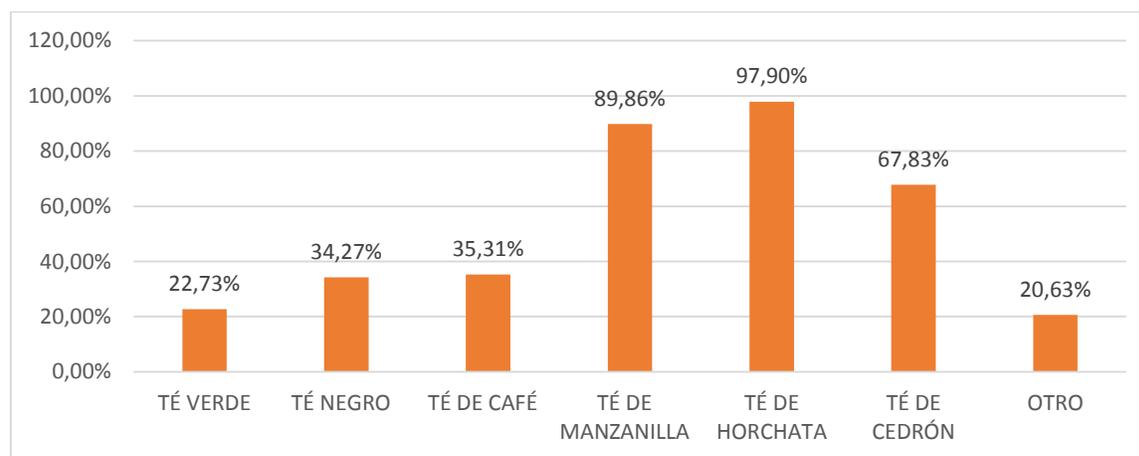
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
TÉ VERDE	65	22,73%
TÉ NEGRO	98	34,27%
TÉ DE CAFÉ	101	35,31%
TÉ DE MANZANILLA	257	89,86%
TÉ DE HORCHATA	280	97,90%
TÉ DE CEDRÓN	194	67,83%
<b>OTRO</b>	<b>59</b>	<b>20,63%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

### **Ilustración 12**

*Clases de té*



**Fuente:** Tabla 4.

**Elaboración:** La autora.

### **Análisis e interpretación:**

De las familias encuestadas de la ciudad de Loja, el 97,90% consume té de horchata, seguido

del té de manzanilla con el 89,86%, el tercer té más consumido es el de cedrón con un 67,83%. El té de café llega a ser el cuarto en consumo con un 35,31%, sin embargo, la diferencia es bastante notable con respecto al té de manzanilla, horchata y cedrón. El té verde es uno de los que menos se consume con un 22,73%. Se llega a conocer que el té de café si se consume, pero no en gran cantidad.

#### 4. ¿Cuántos sobres de té de café consume su familia mensualmente?

**Tabla 5**

*Consumo de té de café*

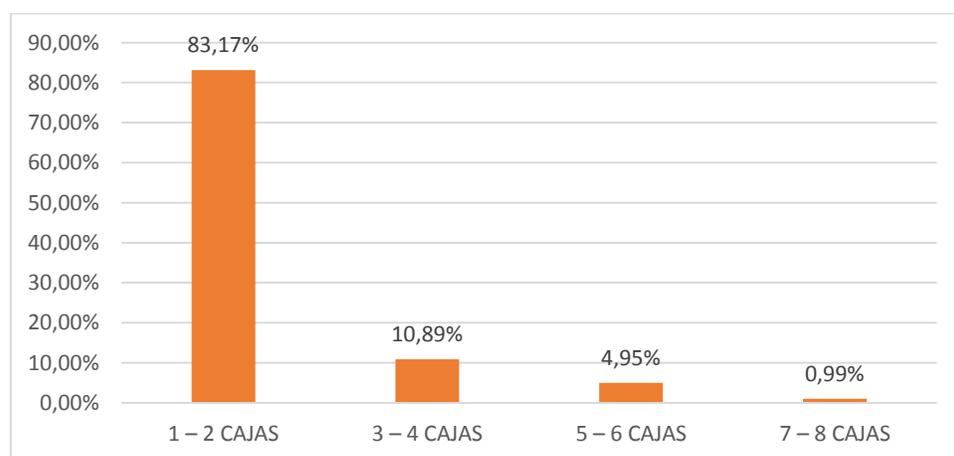
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
1 – 2 CAJAS	84	83,17%
3 – 4 CAJAS	11	10,89%
5 – 6 CAJAS	5	4,95%
7 – 8 CAJAS	1	0,99%
<b>TOTAL</b>	<b>101</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

**Ilustración 13**

*Consumo de té de café*



**Fuente:** Tabla 5.

**Elaboración:** La autora.

### Análisis e interpretación:

Los resultados indican que el 83,17% de las familias que consumen té de café, compran de 1 a 2 cajas mensualmente, el 10,89% compran entre 3 a 4 cajas, el 4,95% entre 5 a 6 cajas y sólo el 0,99 consume entre 7 y 8 cajas. Por lo tanto, se conoce que el nivel de consumo se concentra entre 1 a 2 cajas mensuales.

### 5. ¿En qué presentación usted adquiere el té de café de 25 unidades?

**Tabla 6**

*Presentación de la caja de té de café*

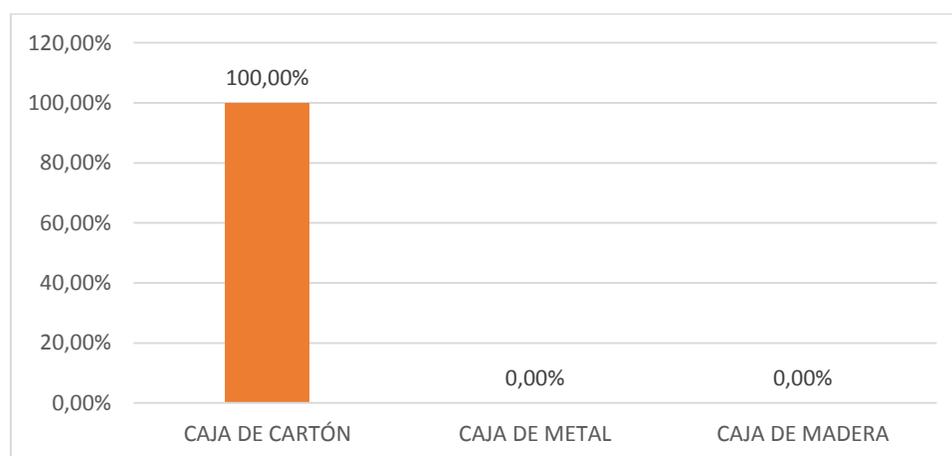
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
CAJA DE CARTÓN	101	100,00%
CAJA DE METAL	0	0,00%
CAJA DE MADERA	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>101</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

### Ilustración 14

*Presentación de la caja de té de café*



**Fuente:** Tabla 6.

**Elaboración:** La autora.

### Análisis e interpretación:

Los datos obtenidos de las encuestas aplicadas indican que el 100% de las familias que consumen té de café, lo compran en una presentación de caja de cartón. Por lo tanto, las presentaciones de caja de metal y caja de madera no han sido adquiridas.

### 6. ¿Cuándo usted adquiere el té de café se fija en?

**Tabla 7**

*Características del producto*

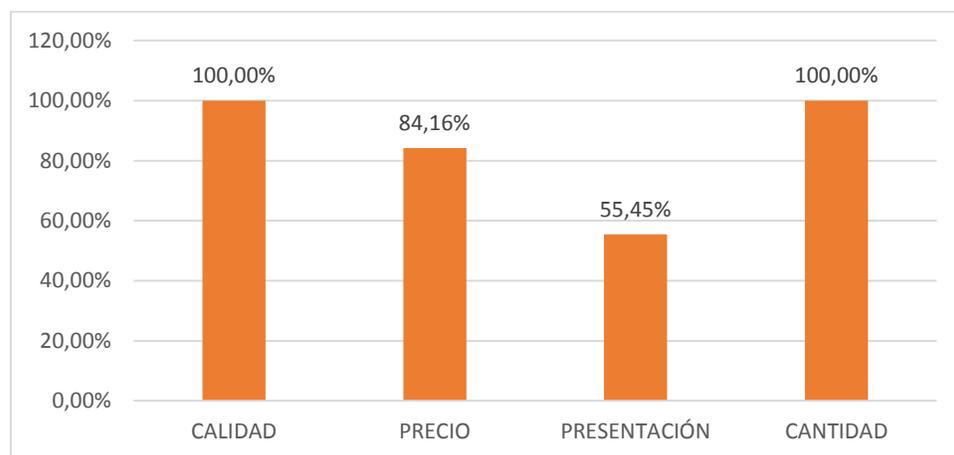
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
CALIDAD	101	100,00%
PRECIO	85	84,16%
PRESENTACIÓN	56	55,45%
CANTIDAD	101	100,00%

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

### Ilustración 15

*Características del producto*



**Fuente:** Tabla 7.

**Elaboración:** La autora.

### Análisis e interpretación:

En la presente pregunta, el 100,00% de las familias encuestadas se fija en la calidad y la cantidad del producto, la tercera característica es el precio con un 84,16%, finalmente la presentación fue la opción menos seleccionada con un 55,45%. Por lo tanto, se comprende que lo más importante para los compradores es la calidad y la cantidad del producto.

### 7. ¿Qué precio paga usted por las 25 unidades té de café?

**Tabla 8**

*Precio que se paga por el té de café*

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
\$1,00 - \$2,00	24	23,76%
\$2,01 - \$3,00	60	59,41%
\$3,01 - \$4,00	17	16,83%
<b>TOTAL</b>	<b>101</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

**Ilustración 16**

*Precio que se paga por el té de café*



**Fuente:** Tabla 8.

**Elaboración:** La autora.

### Análisis e interpretación:

Las respuestas obtenidas señalan que los consumidores pagan entre \$2,01 a \$3,00 por la caja de té de café de 25 unidades, siendo esta la opción más seleccionada. Por otra parte, el 23,76% paga entre \$1,00 a \$2,00 y 16,83% paga entre \$3,01 a \$4,00. Se conoce que el rango de precio que mayormente pagan es el rango 2, entre \$2,01 a \$3,00.

### 8. ¿A través de qué medio de comunicación conoció sobre la existencia del té de café?

**Tabla 9**

*Medio por el que conoció el té de café*

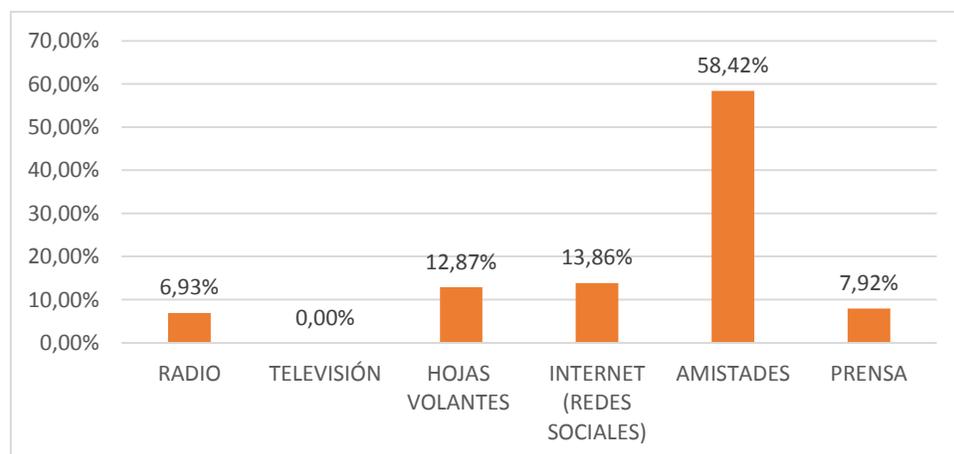
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RADIO	7	6,93%
TELEVISIÓN	0	0,00%
HOJAS VOLANTES	13	12,87%
INTERNET (REDES SOCIALES)	14	13,86%
AMISTADES	59	58,42%
PRENSA	8	7,92%
<b>TOTAL</b>	<b>101</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

### Ilustración 17

*Medio por el que conoció el té de café*



**Fuente:** Tabla 9.

**Elaboración:** La autora.

### **Análisis e interpretación:**

Las familias encuestadas mencionan que conocen de la existencia del té de café, gracias a las amistades, significando el 58,42%, seguidamente señalan el conocimiento del producto por medio de internet (redes sociales), en un 13,86%; las hojas volantes significan el 12,87%, la radio en un 6,93% y la prensa en un 7,92%. Por otra parte, no existen respuestas para la televisión. Esto indica que la mayoría de las familias llegaron a conocer el producto por recomendación o comentarios de sus amistades y pocas familias lo conocieron por publicidad, ya sea en radio, hojas volantes, internet (redes sociales) y prensa.

### **9. ¿Qué promociones le han brindado por la compra del té de café?**

**Tabla 10**

*Promociones brindadas*

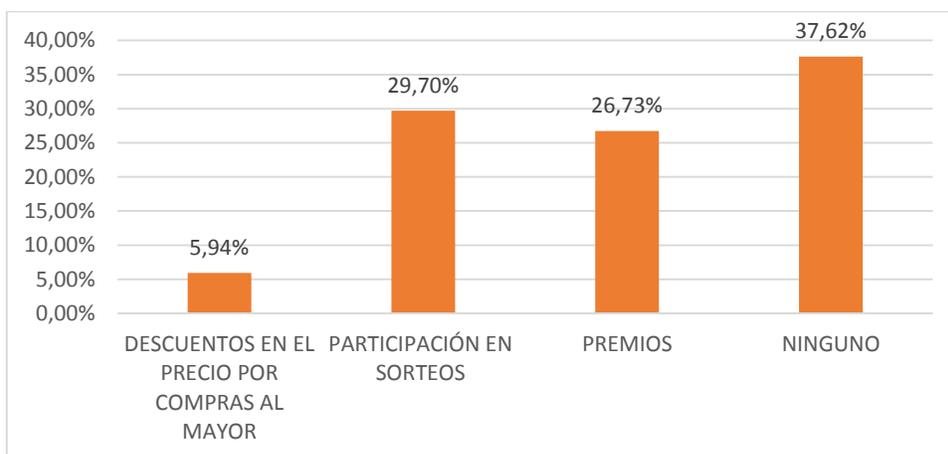
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
DESCUENTOS EN EL PRECIO POR COMPRAS AL MAYOR	6	5,94%
PARTICIPACIÓN EN SORTEOS	30	29,70%
PREMIOS	27	26,73%
NINGUNO	38	37,62%
<b>TOTAL</b>	<b>101</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

## Ilustración 18

### Promociones brindadas



**Fuente:** Tabla 10.

**Elaboración:** La autora.

### Análisis e interpretación:

Los datos obtenidos indican que el 37,62% no ha recibido promociones por la compra del té de café. Por otra parte, el 29,70% ha participado en sorteos, el 26,73% ha recibido premios y el 5,94% ha obtenido descuentos en el precio por compras al por mayor. Por lo tanto, se llega a conocer que la mitad de las familias que consume el té de café no ha sido beneficiaria de promociones, la otra mitad aproximadamente ha participado en sorteos o a recibido premios.

## 10. ¿Conoce usted los beneficios del café?

**Tabla 11**

### Beneficios del café

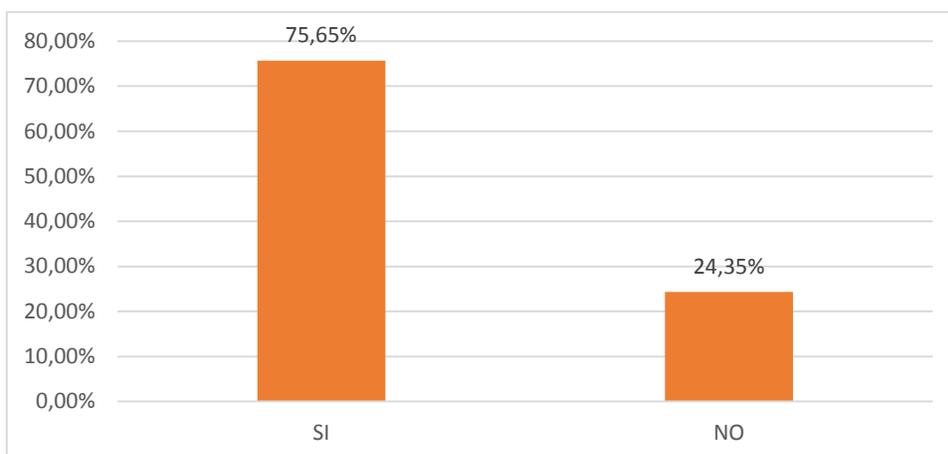
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	269	75,65%
NO	113	24,35%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

## Ilustración 19

### Beneficios del café



Fuente: Tabla 11.

Elaboración: La autora.

### Análisis e interpretación:

De las 382 familias encuestadas, el 75,65% conoce los beneficios del café y el 24,35% restante no tiene conocimiento sobre sus beneficios. Por lo tanto, la mayoría de las familias de la ciudad de Loja son conscientes de los beneficios del consumo de café para su salud.

### 11. ¿Si se implementará una microempresa dedicada a la comercialización de café en té de 25 unidades en la ciudad de Loja, estaría dispuesto a adquirir el producto usted y su familia?

**Tabla 12**

*Disposición para adquirir el producto*

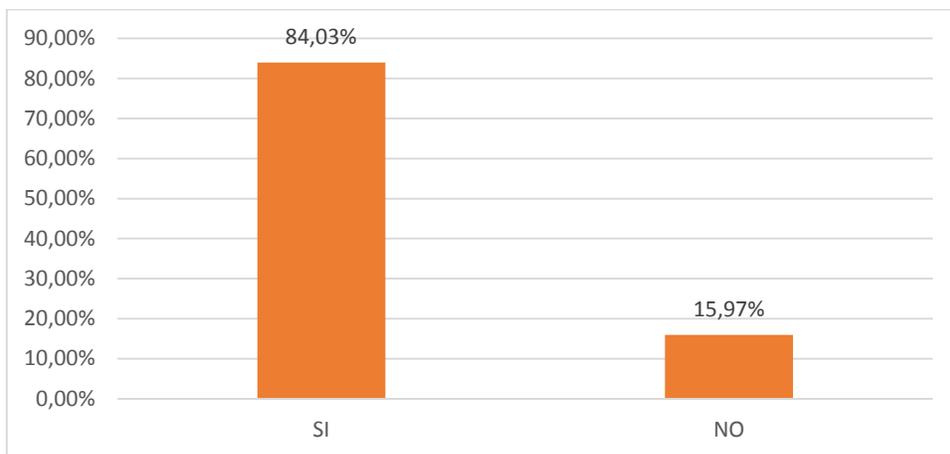
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	321	84,03%
NO	61	15,97%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

Elaboración: La autora.

## Ilustración 20

### *Disposición para adquirir el producto*



**Fuente:** Tabla 12.

**Elaboración:** La autora.

### **Análisis e interpretación:**

Los resultados indican que el 84,03% estarían dispuestas a adquirir café en té si se implementara una microempresa dedicada a la comercialización del producto en la ciudad de Loja. El 15,97% restante indica que no adquirirían el producto. Los datos indican que existe una gran aceptación de la microempresa dedicada a la comercialización de café en la ciudad de Loja, siendo favorable para el proyecto.

## 12. ¿En qué presentación le gustaría adquirir el café en té (25 unidades)?

**Tabla 13**

*Presentación para la adquisición del café en té*

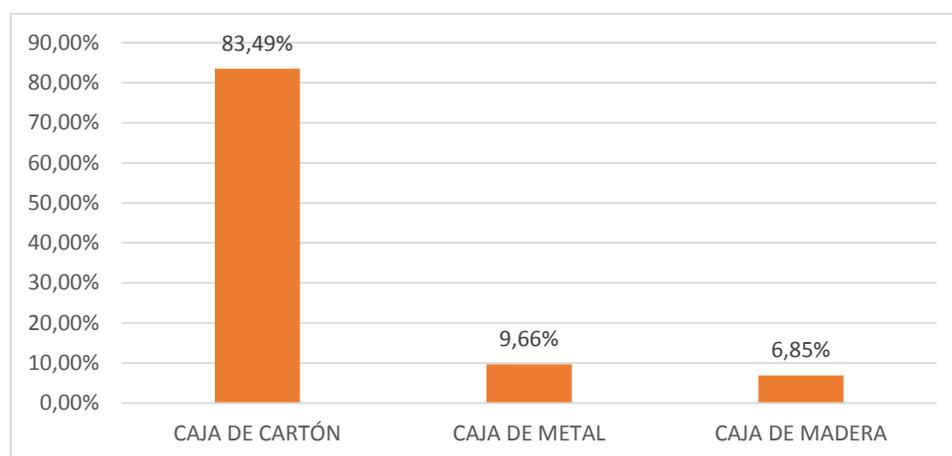
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
CAJA DE CARTÓN	268	83,49%
CAJA DE METAL	31	9,66%
CAJA DE MADERA	22	6,85%
<b>TOTAL</b>	<b>321</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

**Ilustración 21**

*Presentación para la adquisición del café en té*



**Fuente:** Tabla 13.

**Elaboración:** La autora.

### **Análisis e interpretación:**

Los resultados obtenidos de las encuestas indican que el 83,49% de las familias encuestadas, prefiere que la presentación de la caja del café en té sea de cartón, el 9,66% prefiere que sea de metal y el 6,85% restante señala el material de madera. Por lo tanto, los resultados dan a conocer que la presentación de la caja de cartón tiene mayor aceptación por parte de las familias de la ciudad de Loja.

### 13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de café en té de 25 unidades?

**Tabla 14**

*Precio que pagaría por la caja de café en té 25 u.*

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
\$1,00 - \$2,00	84	26,17%
\$2,01 - \$3,00	210	65,42%
\$3,01 - \$4,00	27	8,41%
<b>TOTAL</b>	<b>321</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

**Ilustración 22**

*Precio que pagaría por la caja de café en té 25 u.*



**Fuente:** Tabla 14.

**Elaboración:** La autora.

#### **Análisis e interpretación:**

Los datos de la gráfica señalan que el 65,42% de las familias encuestadas pagaría por una caja de café en té de 25 unidades un precio que está en el rango de \$2,01 a \$3,00; el 26,17% pagaría entre \$1,00 a \$2,00 y el 8,41% un valor entre \$3,01 a \$4,00. De modo que el precio con mayor aceptación en el mercado es el que está entre \$2,01 a \$3,00.

#### 14. ¿Dónde le gustaría adquirir el café de té?

**Tabla 15**

*Lugar para adquirir el producto*

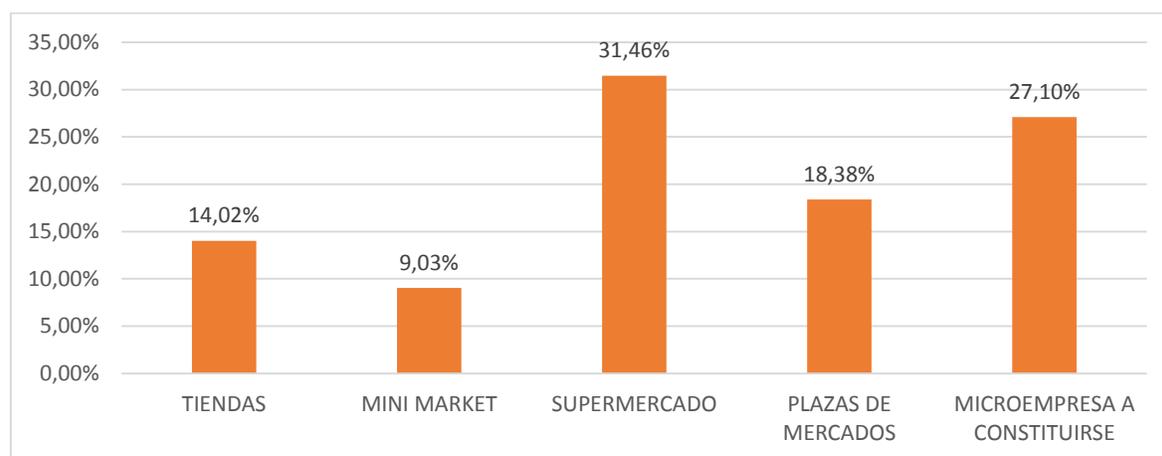
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
TIENDAS	45	14,02%
MINI MARKET	29	9,03%
SUPERMERCADO	101	31,46%
PLAZAS DE MERCADOS	59	18,38%
MICROEMPRESA A CONSTITUIRSE	87	27,10%
<b>TOTAL</b>	<b>321</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

**Ilustración 23**

*Lugar para adquirir el producto*



**Fuente:** Tabla 15.

**Elaboración:** La autora.

#### **Análisis e interpretación:**

Aproximadamente la tercera parte de los encuestados, el 31,46% indica que le gustaría adquirir el producto en supermercados, seguido por el 27,10% que indica que prefiere comprar en la microempresa a constituirse, el 18,38% señala que le gustaría que el producto estuviera disponible en las plazas de mercados, el 14,02% señaló su preferencia por las tiendas; por otra

parte, sólo el 9,03% apunta a la opción del mini market. Por ello, los resultados dan a conocer que es más factible que el café en té esté disponible en supermercados.

### 15. Del café en té seleccione los aspectos que más le atraen:

**Tabla 16**

*Aspectos que atraen del café*

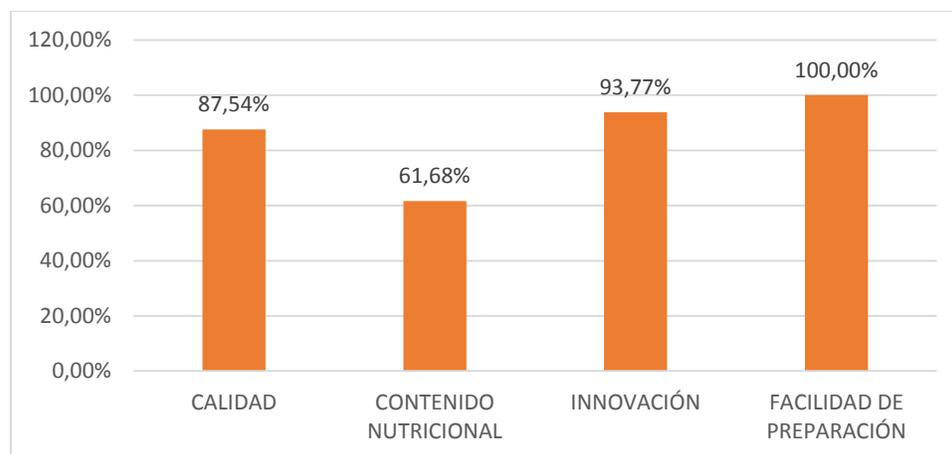
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CALIDAD	281	87,54%
CONTENIDO NUTRICIONAL	198	61,68%
INNOVACIÓN	301	93,77%
FACILIDAD DE PREPARACIÓN	321	100,00%

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

**Ilustración 24**

*Aspectos que atraen del café*



**Fuente:** Tabla 16.

**Elaboración:** La autora.

### **Análisis e interpretación:**

Los resultados indican que el 100% de las familias encuestadas les atrae la facilidad de preparación del producto, la innovación apunta a un 93,77%, seguido por la calidad con un 87,54%, finalmente el contenido nutricional tiene un 61,68%. Por lo tanto, se conoce que la

facilidad de preparación y la innovación son los principales factores que atrae a los clientes potenciales.

### 16. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir por la adquisición del café en té?

**Tabla 17**

*Promoción*

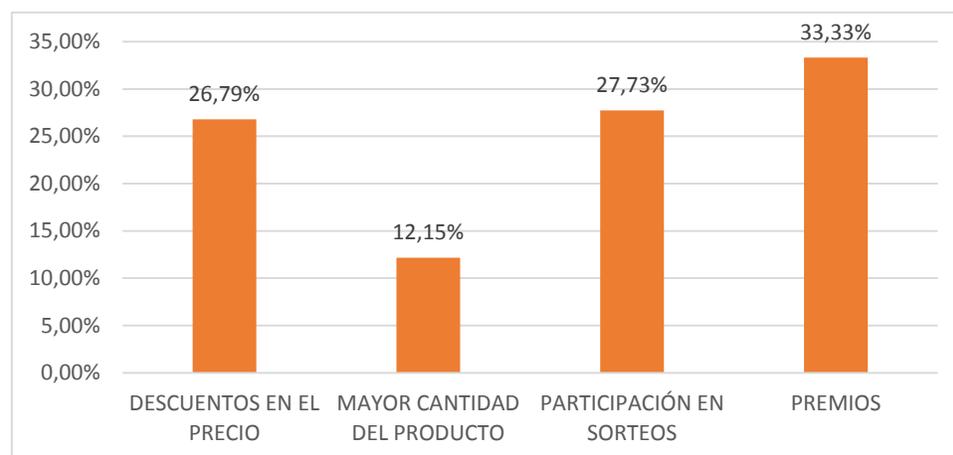
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
DESCUENTOS EN EL PRECIO	86	26,79%
MAYOR CANTIDAD DEL PRODUCTO	39	12,15%
PARTICIPACIÓN EN SORTEOS	89	27,73%
PREMIOS	107	33,33%
<b>TOTAL</b>	<b>321</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

**Ilustración 25**

*Promoción*



**Fuente:** Tabla 17.

**Elaboración:** La autora.

### **Análisis e interpretación:**

Según los datos obtenidos, el 33,33% indica que le gustaría recibir premios como promoción, los cuales mencionaron que quisieran obtener tazas con el logotipo de la empresa o algunos

aditivos que mejoren el sabor; seguido del 27,73% que prefiere participar en sorteos, el 26,79% indica que le gustaría obtener descuentos en el precio y el 12,15% corresponde a familias que prefieren mayor cantidad del producto. Por lo tanto, los resultados indican que es preferible la entrega de premios como parte de la estrategia de promoción del producto.

### 17. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre el café en té a comercializarse?

**Tabla 18**

*Medios de información*

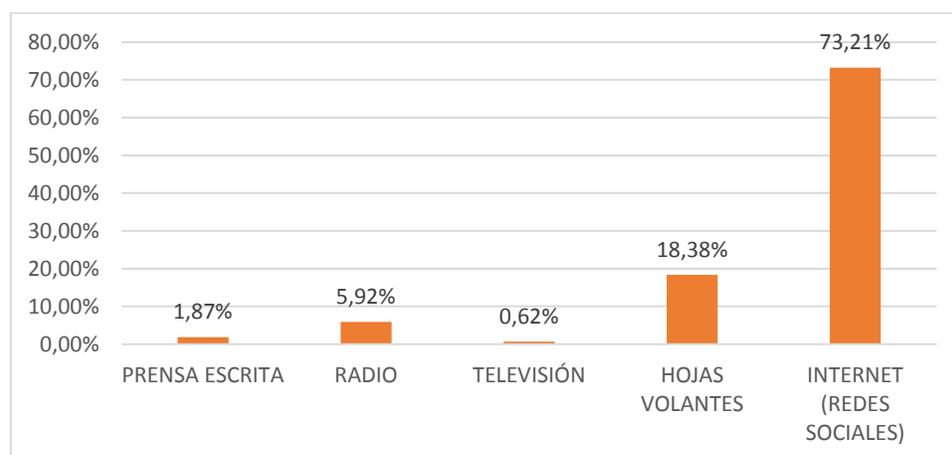
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
PRENSA ESCRITA	6	1,87%
RADIO	19	5,92%
TELEVISIÓN	2	0,62%
HOJAS VOLANTES	59	18,38%
INTERNET (REDES SOCIALES)	235	73,21%
TOTAL	321	100%

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

### Ilustración 26

*Medios de información*



**Fuente:** Tabla 18.

**Elaboración:** La autora.

### **Análisis e interpretación:**

En la presente pregunta, el 73,21% de los encuestados indica que le gustaría recibir información del producto por medio del internet, haciendo referencia a las redes sociales, siendo el porcentaje con mayor aceptación, abarcando  $\frac{3}{4}$  del total. Por otra parte, el 18,38% prefiere las hojas volantes, la radio el 5,92%, la prensa el 1,87% y la televisión en un 0,62%. Por lo tanto, se llega a conocer que el mejor medio de comunicación es el internet (redes sociales), el cuál ha sido seleccionado por las familias de la ciudad de Loja.

### **18. Si su respuesta fue la prensa ¿en qué diario le gustaría conocer sobre el café en té?**

**Tabla 19**

*Prensa*

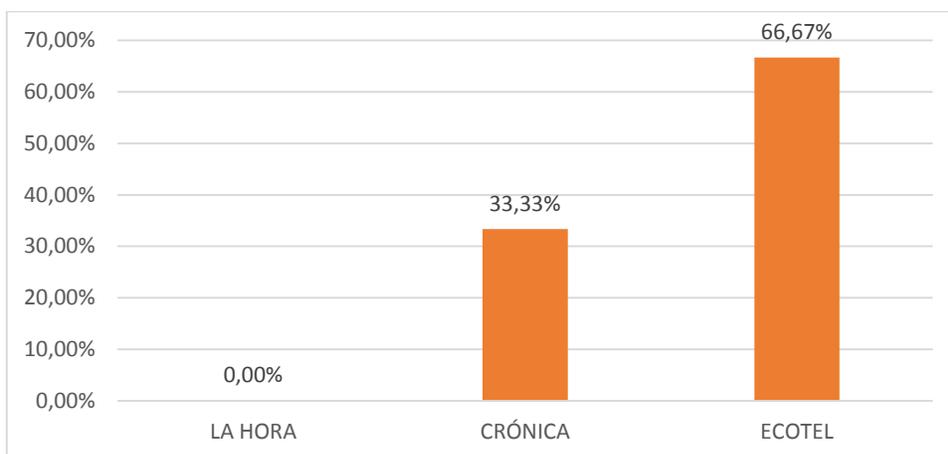
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
LA HORA	0	0,00%
CRÓNICA	2	33,33%
ECOTEL	4	66,67%
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

## Ilustración 27

### Prensa



**Fuente:** Tabla 19.

**Elaboración:** La autora.

### Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados de las familias que desean recibir información del café en té por medio de la prensa, el 66,67% quisiera que fuera por Ecotel, y el 33,33% por Crónica. Por lo tanto, los datos indican que Ecotel es el medio impreso preferido por las familias de la ciudad de Loja para hacer conocer el producto.

### 19. Si su respuesta fue la radio ¿en qué emisora le gustaría conocer sobre el café en té?

**Tabla 20**

### Emisora

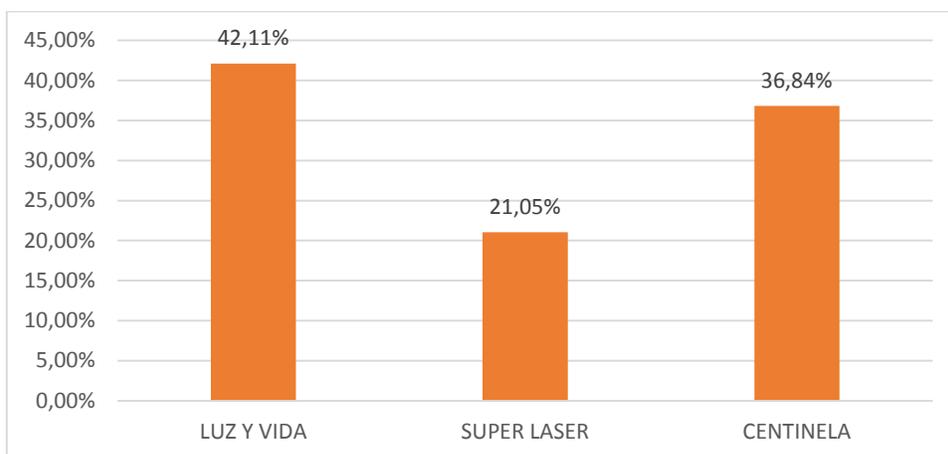
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LUZ Y VIDA	8	42,11%
SUPER LASER	4	21,05%
CENTINELA	7	36,84%
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

## Ilustración 28

### Emisora



**Fuente:** Tabla 20.

**Elaboración:** La autora.

### Análisis e interpretación:

De las personas que seleccionaron a la radio como medio de comunicación para informarse a cerca del café en té, el 42,11% quisiera que fuera por la emisora Luz y vida, seguido por Centinela con un 36,84% y finalmente por la estación Super Láser con un 21,05%. Por lo tanto, la mayor aceptación la tiene la emisora Luz y Vida para la difusión del café en té en la radio.

### 20. Si su respuesta fue la televisión ¿en qué canal le gustaría conocer sobre el café en té?

**Tabla 21**

#### Canal de televisión

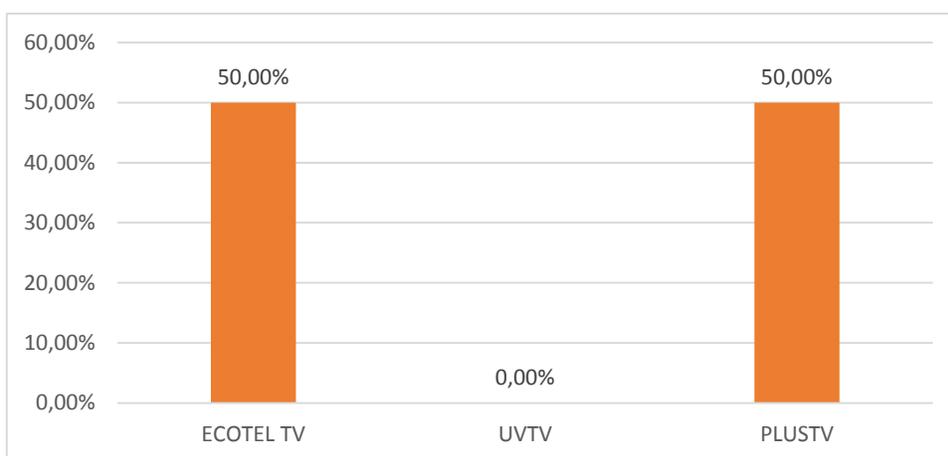
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ECOTEL TV	1	50,00%
UVTV	0	0,00%
PLUSTV	1	50,00%
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

## Ilustración 29

### Canal de televisión



Fuente: Tabla 21.

Elaboración: La autora.

### Análisis e interpretación:

De acuerdo con las familias que buscan obtener información por medio de la televisión, en porcentajes iguales del 50% quisieran que fuera por el canal EcotelTv y PlusTv. UvTv no tuvo respuestas. Consecuentemente, los canales de mayor aprobación son EcotelTv y PlusTv para difusión de información del café en té.

### 21. Si su respuesta fue las hojas volantes ¿cada que tiempo le gustaría que la empresa entregue hojas volantes a la ciudadanía?

Tabla 22

#### Hojas volantes

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MENSUAL	10	16,95%
TRIMESTRAL	27	45,76%
SEMESTRAL	17	28,81%

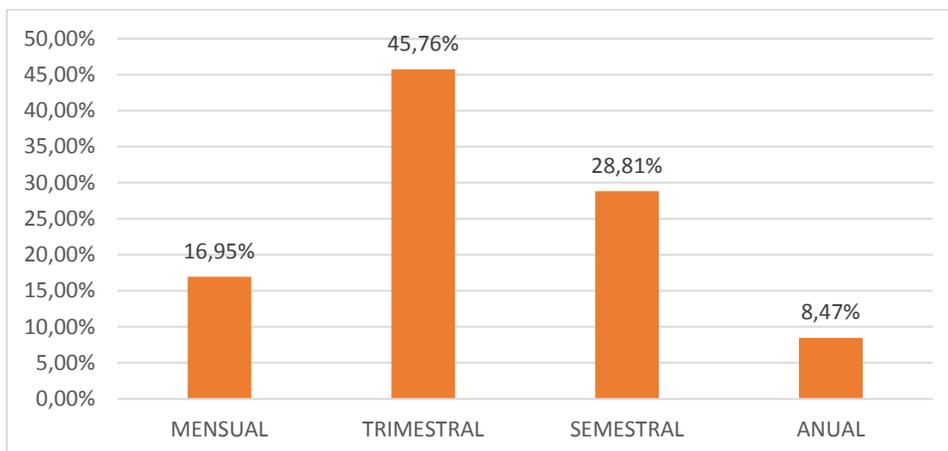
ANUAL	5	8,47%
<b>TOTAL</b>	<b>59</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

Elaboración: La autora.

### Ilustración 30

#### *Hojas volantes*



Fuente: Tabla 22.

Elaboración: La autora.

#### **Análisis e interpretación:**

En la presente pregunta se toman en cuenta sólo a las familias que quieren obtener información acerca del café en té por medio de hojas volantes, de las cuales se conoce que las familias de la ciudad de Loja desean que se entreguen de manera trimestral en un 45,76%, seguido de un 28,81% de manera semestral, en un 16,95% mensualmente y un 8,47% de manera anual. Por lo tanto, la opción más favorable para la difusión en hojas volantes es de manera trimestral según los resultados obtenidos.

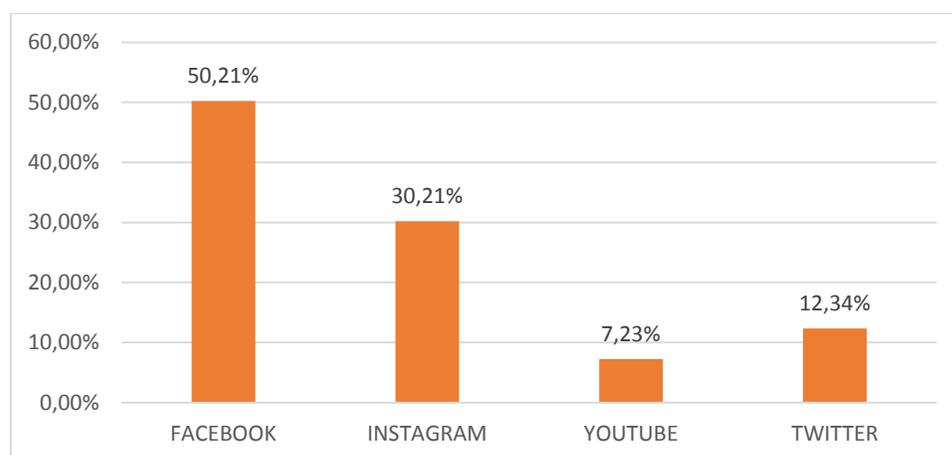
#### **22. Si su respuesta fue las redes sociales, indique en cuál.**

**Tabla 23***Red social*

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
FACEBOOK	118	50,21%
INSTAGRAM	71	30,21%
YOUTUBE	17	7,23%
TWITTER	29	12,34%
<b>TOTAL</b>	<b>235</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

**Ilustración 31***Red social*

**Fuente:** Tabla 23.

**Elaboración:** La autora.

### **Análisis e interpretación:**

De acuerdo con los datos obtenidos de las familias que quieren obtener información del producto por medio de las redes sociales, el 50,21% prefiere que sea por medio de Facebook, seguido por Instagram en un 30,21%, Twitter con un 12,34% y YouTube con un 7,23%. Por lo tanto, los datos dan a conocer que la red social que sería mejor para la difusión de información del café en té es Facebook.



## Análisis e interpretación de las entrevistas aplicadas a los gerentes de supermercados de la ciudad de Loja

### 1. ¿Ofrece café en té en su supermercado?

**Tabla 24**

*Ofrece café en té*

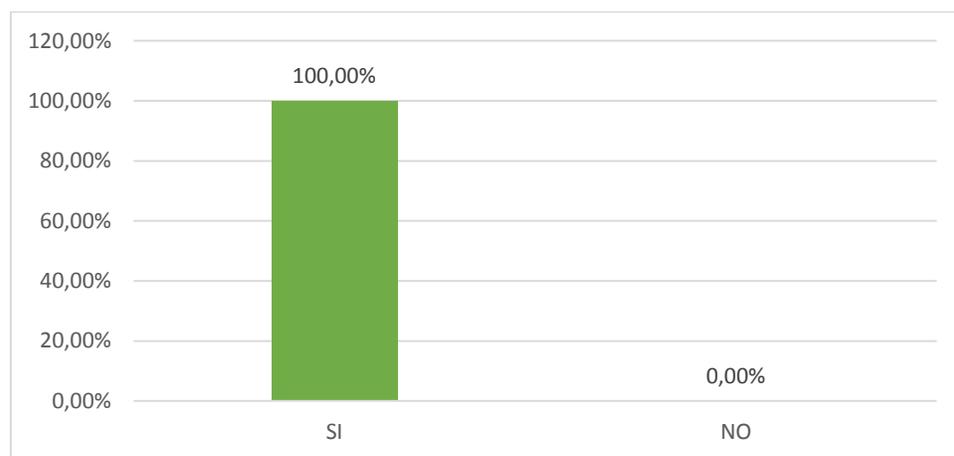
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	8	100,00%
NO	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

**Ilustración 32**

*Ofrece café en té*



**Fuente:** Tabla 24.

**Elaboración:** La autora.

### **Análisis e interpretación:**

De las entrevistas realizadas a los gerentes de 8 supermercados de la ciudad de Loja se conoce que el 100% de ellos ofrece café en té en su negocio. Por lo tanto, se observa que existe la oferta de café en té en todos los supermercados encuestados de la ciudad de Loja.

## 2. ¿Dónde adquiere usted el té de café para comercializarlo?

**Tabla 25**

*Adquisición del café en té*

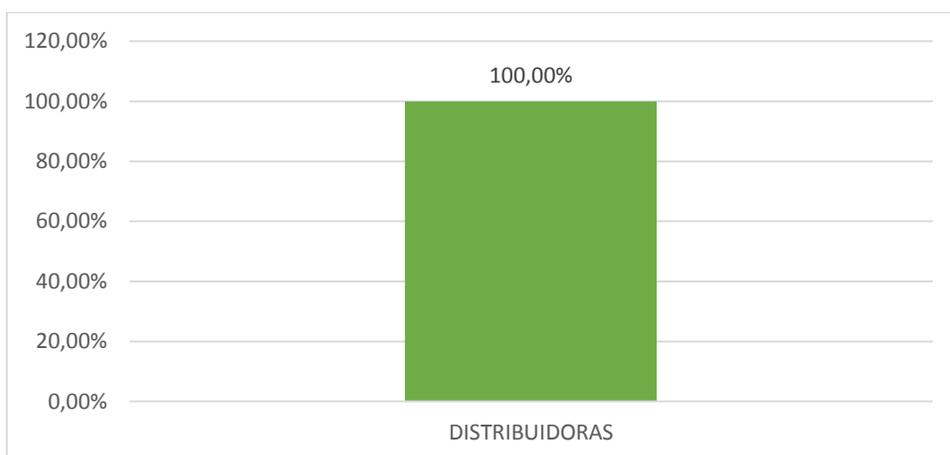
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
DISTRIBUIDORAS	8	100,00%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

**Ilustración 33**

*Adquisición del café en té*



**Fuente:** Tabla 25.

**Elaboración:** La autora.

### **Análisis e interpretación:**

Los supermercados que ofrecen café en té se conocen que el 100% de ellos adquieren el producto a varias distribuidoras, sin mencionar nombres en específico. Por ello, no se conoce exactamente el nombre de las empresas que distribuyen este producto en la ciudad de Loja, consecuencia de una respuesta general por parte de los gerentes.

### 3. ¿Qué estándares y normas cumplen los productores de café para asegurar que el producto sea de calidad?

**Tabla 26**

*Estándares de calidad*

	<b>FRECUE NCIA</b>	<b>MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD</b>
MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD	8	100,00%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

**Ilustración 34**

*Estándares de calidad*



**Fuente:** Tabla 26.

**Elaboración:** La autora.

#### **Análisis e interpretación:**

El 100% de los gerentes supieron manifestar que se rigen en los estándares y normas establecidos por el Ministerio de Industrias y Productividad, por lo tanto, es necesario revisar la normativa específica para el café en té.

**4. ¿Indique el porcentaje de incremento que usted ha percibido en la comercialización del café en té en los años 2017, 2018 y 2019?**

**Tabla 27**

*Incremento en la comercialización*

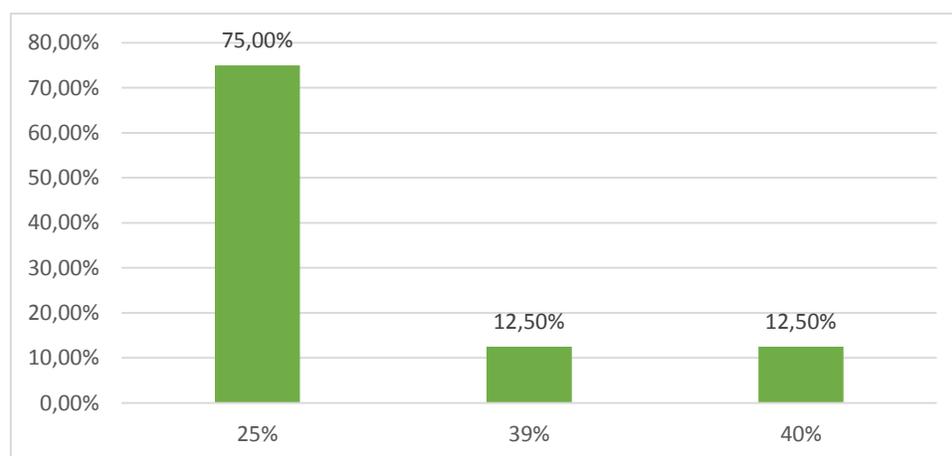
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
25%	6	75,00%
39%	1	12,50%
40%	1	12,50%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

**Ilustración 35**

*Incremento en la comercialización*



**Fuente:** Tabla 27.

**Elaboración:** La autora.

**Análisis e interpretación:**

De las empresas que ofrecen café en té, el 75% de ellas manifestó que el incremento en la comercialización desde el año 2017 – 2018 y 2019, está aproximadamente en un 25%, el 12,50% indica un aumento del 39%, asimismo el 12,50% de los supermercados señala un aumento del 40%. Por lo tanto, se observa que no existe un incremento excesivo en la demanda de este

producto, estando en su mayoría en el 25%.

### 5. ¿Cómo considera los precios del té de café que ofrecen los productores de la localidad?

**Tabla 28**

*Precios del café en té*

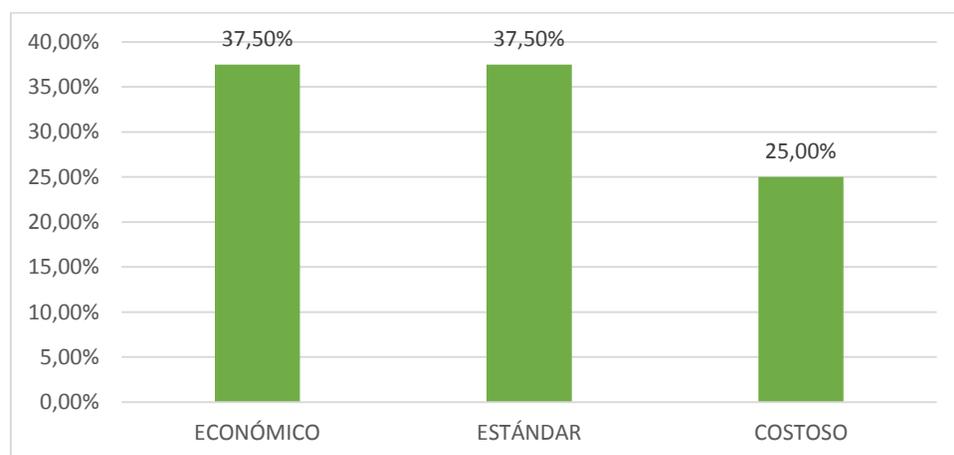
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
ECONÓMICO	3	37,50%
ESTÁNDAR	3	37,50%
COSTOSO	2	25,00%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

**Ilustración 36**

*Precios del café en té*



**Fuente:** Tabla 28.

**Elaboración:** La autora.

### **Análisis e interpretación:**

Las empresas oferentes de café en té supieron manifestar en un 37,50% tanto para la consideración de los precios económicos como estándar, mientras que el 25% restante,

consideran los precios del mercado costosos, por lo tanto, los precios en su mayoría son económicos o estándar.

**6. ¿Cree que es necesario que los productores de café en té otorguen promociones para ofertar el café a gran escala?**

**Tabla 29**

*Promociones del café en té*

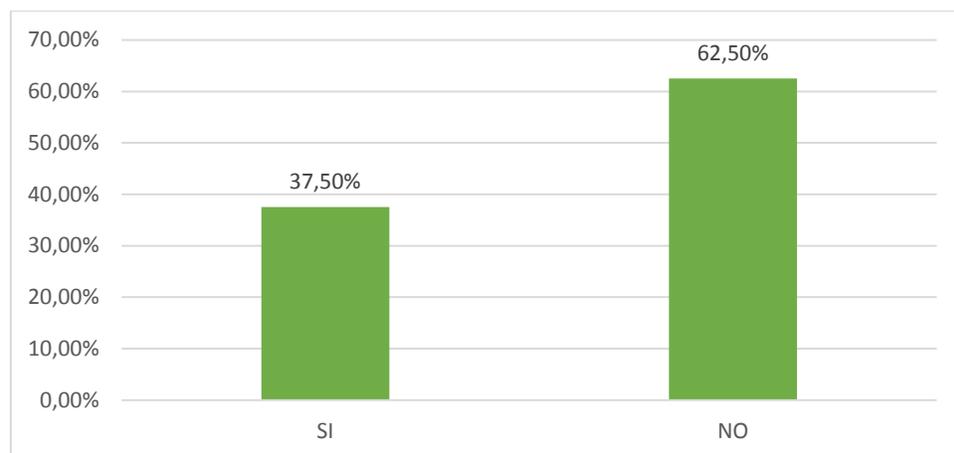
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	3	37,50%
NO	5	62,50%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

**Ilustración 37**

*Promociones del café en té*



**Fuente:** Tabla 29.

**Elaboración:** La autora.

**Análisis e interpretación:**

El 37,50% de las empresas encuestadas señalaron que es necesario que los productores de café otorguen promociones para que el producto se pueda ofertar a gran escala y gane espacio en el

mercado. Sin embargo, el 62,50% indica lo contrario, ya que no creen que sea necesario que los productores otorguen promociones.

### 7. ¿Qué cantidad de té de café de 25 unidades vende semanalmente?

**Tabla 30**

*Venta semanal*

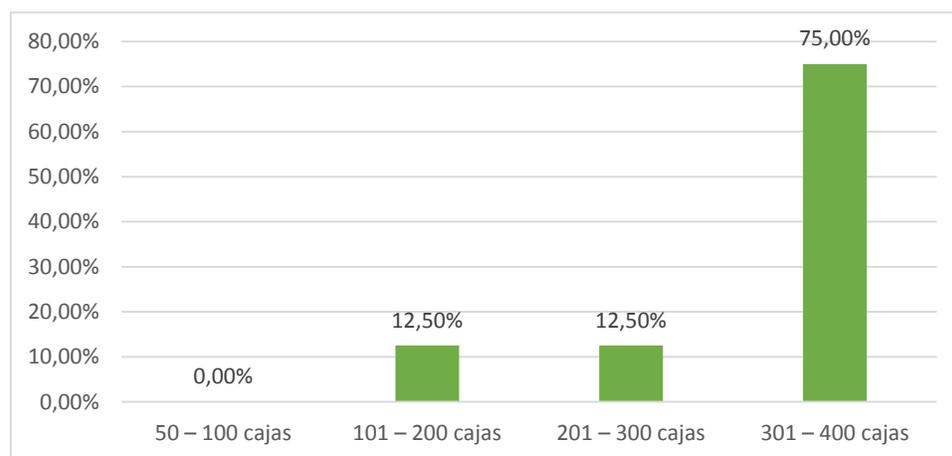
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
50 – 100 cajas	0	0,00%
101 – 200 cajas	1	12,50%
201 – 300 cajas	1	12,50%
301 – 400 cajas	6	75,00%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

**Ilustración 38**

*Venta semanal*



**Fuente:** Tabla 30.

**Elaboración:** La autora.

### **Análisis e interpretación:**

De las empresas que ofertan café en té actualmente, el 75% indicó que vende semanalmente entre 301 a 400 cajas, en porcentajes iguales del 12,50% están las opciones de 101 – 200 cajas

y 201 – 200 cajas. Por consiguiente, se conoce que existe una venta de más de 100 unidades semanales por cada empresa entrevistada.

### 8. ¿Qué presentación tiene mayor demanda del té de café?

**Tabla 31**

*Presentación más demandada*

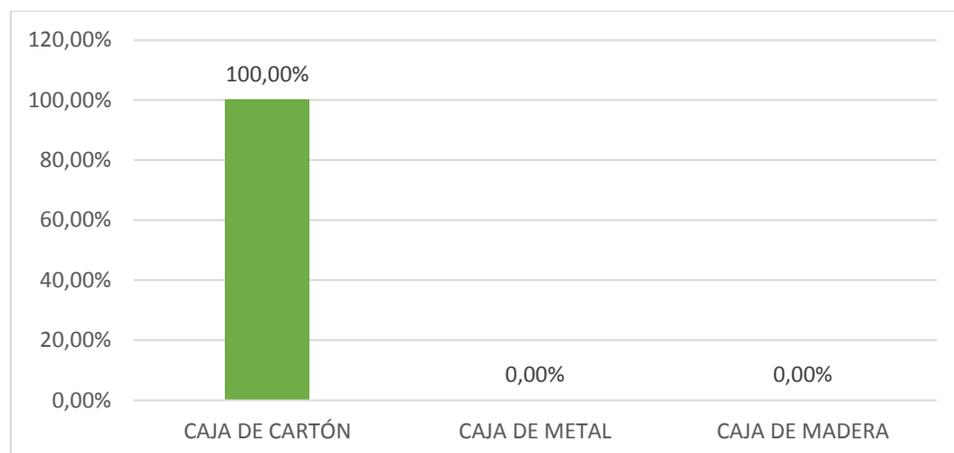
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
CAJA DE CARTÓN	8	100,00%
CAJA DE METAL	0	0,00%
CAJA DE MADERA	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

**Ilustración 39**

*Presentación más demandada*



**Fuente:** Tabla 31.

**Elaboración:** La autora.

### **Análisis e interpretación:**

La oferta de café en té en las empresas, el 100% indicó que la presentación más demandada es la que se ofrece en la caja de cartón, por lo tanto, deja a la caja de metal y caja de madera con

un porcentaje del 0%. Sin embargo, se mencionó que sólo se ofrecen cajas de cartón.

**9. Si se implementara una empresa productora y comercializadora de café en té de 25 unidades, ¿su empresa estaría dispuesta a adquirirlo?**

**Tabla 32**

*Compra a empresa comercializadora y productora*

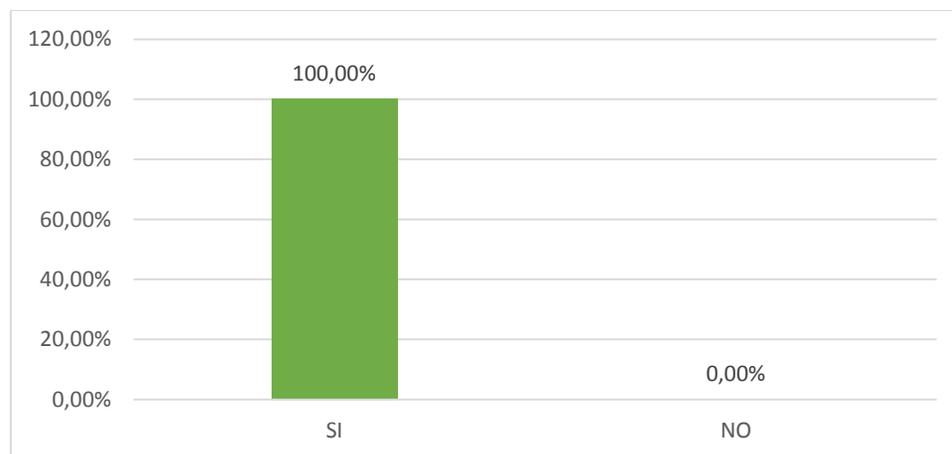
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	8	100,00%
NO	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

**Ilustración 40**

*Compra a empresa comercializadora y productora*



**Fuente:** Tabla 32.

**Elaboración:** La autora.

**Análisis e interpretación:**

Las empresas entrevistadas indicaron en un 100% que, si adquirirían el café en té, en el caso de implementarse una empresa productora y comercializadora de café en té de 25 unidades. De modo que, existe la apertura por parte de los supermercados de la ciudad de Loja para la venta

del café en té en sus locales.

### 10. ¿Cuánto pagaría por una caja de café en té de 25 unidades a precio de mayorista?

**Tabla 33**

*Precio de mayorista*

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
\$1,00 - \$2,00	2	25,00%
\$2,01 - \$3,00	5	62,50%
\$3,01 - \$4,00	1	12,50%
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

**Elaboración:** La autora.

**Ilustración 41**

*Precio de mayorista*



**Fuente:** Tabla 33.

**Elaboración:** La autora.

### **Análisis e interpretación:**

Los gerentes señalaron en un 62,50% que pagarían entre \$2,01 a \$3,00 por precio de mayorista del café en té de 25 unidades, seguido por el 25% que pagaría entre \$1,00 a \$2,00, finalmente el 12,50% pagaría entre \$3,01 a \$4,00 por el producto. Por lo tanto, se llega a conocer que el

precio que es mayormente aceptado para mayoristas tiene que estar en el rango de \$2,01 a \$3,00.

## **Capítulo II**

### **Estudio de mercado**

En el presente capítulo se presenta el estudio de mercado para la producción de café en té en San Pedro de Vilcabamba y su comercialización en la ciudad de Loja, en el que se calcula demanda potencial, real y efectiva, además el consumo promedio anual, información que sirve para conocer la demanda proyectada de cajas de café en té de 25 unidades. Por otra parte, se establecen la oferta y demanda para conocer la demanda insatisfecha en el mercado.

También se realiza el plan de comercialización para el café en té, en el que se toma en cuenta los componentes del marketing mix, el producto, el precio, la plaza y la promoción, los mismos que son analizados, y se realiza la propuesta en base a la información obtenida de las encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja.

#### **2.1. Promedio de consumo:**

El consumo per cápita o consumo promedio por persona, es uno de los indicadores que se utilizan para estimar la cantidad promedio de consumo de cualquier producto o servicio en la población de un país o de un segmento de mercado específico, en un período determinado.

(Planner, 2020)

**Tabla 34***Consumo per cápita mensual*

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>XM</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PERIODO</b>	<b>CONSUMO ANUAL UNIDADES</b>
1 – 2 CAJAS	1,5	84	12	1512
3 – 4 CAJAS	3,5	11	12	462
5 – 6 CAJAS	5,5	5	12	330
7 – 8 CAJAS	7,5	1	12	90
<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>101</b>		<b>2394</b>

Fuente: Tabla 5

Elaboración: La autora.

$$CPA = \frac{\text{Consumo anual}}{\text{Número de encuestas}} = \frac{2394}{101} = 24 \text{ cajas anuales.}$$

Según los resultados obtenidos, se prevé un consumo anual total de 2394 unidades de cajas de café en té de 25 unidades, lo cual equivale a casi 200 docenas del café en té. El consumo promedio anual indica que las familias consumen en promedio 24 cajas de café en té, el mismo que fue obtenido al dividir el consumo anual para el número de encuestas.

## 2.2. Análisis de la demanda

### 2.2.1. Demanda potencial:

La demanda potencial es el tamaño total del mercado para un producto en un momento específico. Representa el límite superior del mercado para un producto. Generalmente se mide por el valor de las ventas o el volumen de ventas. Por tanto, se refiere al volumen máximo de ventas de cualquier producto o servicio en un mercado determinado, antes que el producto o servicio alcance la saturación del mercado. (Corvo, Demanda potencial: cómo se calcula y ejemplos, 2020)

**Tabla 35***Demanda potencial*

<b>AÑO</b>	<b>NUMERO DE FAMILIAS</b>	<b>DEMANDANTES POTENCIALES</b>
	2,65%	74,87%
2020	55296	41400
2021	56761	42497
2022	58266	43623
2023	59810	44779
2024	61395	45966
2025	63021	47184

Fuente: Tabla 3.

Elaboración: La autora.

La demanda potencial se calcula para 5 años de vida útil del proyecto, se proyecta para el 2025 una cantidad de 63021 familias en la ciudad de Loja, con un incremento del 2,65% anual. Los demandantes potenciales, corresponden al 74,87%, los mismo que para el año 1 o 2021 son de 42497, llegando al 2025 con 47184 familias que pueden ser demandantes del producto.

El porcentaje de 74,87% se lo obtuvo de la tabla 3, en el que se conoce si las familias de la ciudad de Loja consumen té; el mismo porcentaje que se aplica al número de familias desde el año 2020 hasta el 2025, lo que dura el proyecto. Se obtiene la demanda potencial al multiplicar el número de familias por el porcentaje de demandantes potenciales, por ejemplo, para el año 2020, se multiplica  $55296 * 74,87\%$ , dando como resultado 41400.

### **2.2.2. Demanda actual o real:**

Es la demanda real que el mercado realiza de ese producto o servicio o línea de producto en este año o en el último año. La demanda actual ayuda a determinar el volumen de bienes o servicios, que los consumidores actuales o potenciales están dispuestos a adquirir. Para su medición es

importante saber que se puede determinar en unidades físicas, valores monetarios y términos de participación del mercado. (Rojas)

**Tabla 36**

*Demanda real*

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDANTES POTENCIALES</b>	<b>DEMANDANTES REALES</b>
	74,87%	35,31%
2020	41400	14620
2021	42497	15008
2022	43623	15405
2023	44779	15814
2024	45966	16233
2025	47184	16663

Fuente: Tabla 4 y 35.

Elaboración: La autora.

De las familias consideradas como demandantes potenciales, se conoce la demanda real en base a las encuestas aplicadas en la ciudad de Loja, las mismas que dan a conocer que los demandantes reales del café en té son el 35,31%, por lo tanto, para el 2021, existirían 14620 familias consideradas en este segmento, llegando al 2025 con un valor de 16663, correspondiente a familias, por lo tanto, existe siempre un incremento.

Los datos expuestos en la demanda potencial son tomados del cuadro anterior; y el porcentaje de demandantes reales se lo toma de la tabla 4, en dónde se conoce las familias que toman té de café. Consecuentemente, como en la tabla anterior se obtiene el 35,31% de las cantidades especificadas en demandantes potenciales. Por ejemplo, para el año 2020, se multiplicó 41400 \* 35,31%, dando como resultado 14620, así mismo se realiza el cálculo para los demás años.

### 2.2.3. Demanda efectiva:

La demanda efectiva está compuesta por todos aquellos productos que los consumidores desean adquirir a un precio determinado y cuentan con la capacidad adquisitiva para ello, es decir, es la cantidad de producto que llega a venderse. (DELSOL, 2020)

**Tabla 37**

*Demanda efectiva*

AÑOS	POBLACIÓN FAMILIA	DEMANDA EFECTIVA
	2,65%	84,03%
2020	55296	46466
2021	56761	47697
2022	58266	48961
2023	59810	50259
2024	61395	51591
2025	63021	52958

Fuente: Tabla 12.

Elaboración: La autora.

En cuanto a la demanda efectiva, primeramente, se proyectan 63021 familias para el año 2025, de las cuales 52957 son la cantidad de familias que pueden y desean adquirir el café en té. La población de familias se las calculó en el apartado de muestra, y se realizó la proyección con un aumento anual del 2,65%; la demanda efectiva se la obtiene de la tabla 12, en la que se conoce la disposición para adquirir el producto, en la tabla se observa el 84,03% de respuestas positivas. Por consiguiente, se calcula el 84,03% para el número de familias, para lo que se debe multiplicar la población de familias por el porcentaje de demanda efectiva, por ejemplo, para el año 2020 se multiplica  $55296 * 84,03\%$ , obteniendo así 46466. El mismo procedimiento se realiza para todos los años de estudio.

**Tabla 38***Resumen de las demandas*

<b>AÑOS</b>	<b>POBLACIÓN FAMILIA</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL</b>	<b>DEMANDA REAL</b>	<b>DEMANDA EFECTIVA</b>	<b>CONSUMO PROMEDIO ANUAL</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA CAJAS</b>
	2,65%	74,87%	35,31%	84,03%	24	
2020	55296	41400	14620	46466	24	1115184
2021	56761	42497	15008	47697	24	1144728
2022	58266	43623	15405	48961	24	1175064
2023	59810	44779	15814	50259	24	1206216
2024	61395	45966	16233	51591	24	1238184
2025	63021	47184	16663	52958	24	1270992
<b>TOTAL</b>	<b>354548</b>	<b>265447</b>	<b>93742</b>	<b>297932</b>		<b>7150368</b>

Fuente: Tabla 34, 35, 36 y 37.

Elaboración: La autora.

El resumen de las demandas es el compendio de los resultados anteriores, desde la tabla 34, hasta la 37, además se conoce el consumo promedio anual que es de 24 cajas de café en té. Se conoce la demanda proyectada de cajas de café en té de 25 unidades, al multiplicar la demanda efectiva por el consumo promedio anual, las mismas que indican un total general de todos los años de 7150368.

### **2.3. Análisis de la oferta**

El análisis de la oferta tiene como finalidad establecer las condiciones y cantidades de un bien o servicio que se pretenden vender en el mercado. La oferta es la cantidad de productos que se colocan a disposición del público consumidor (mercado) en determinadas cantidades, precios, tiempos y lugares. (Corvo, 2020)

### 2.3.1. Promedio de ventas:

El cálculo del promedio de ventas es una herramienta utilizada por los dueños de negocios para ayudar con el pronóstico a largo plazo y tener una mejor idea de cómo sus negocios se están realizando. A menudo utilizado como base para el establecimiento de metas y objetivos. (Ferguson, 2018)

**Tabla 39**

*Promedio de ventas*

<b>CANTIDAD EN CAJAS</b>	<b>Xm</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>CAJAS SEMANALES</b>	<b>PERIODO DE SEMANAS</b>	<b>CAJAS ANUAL</b>
50 – 100 cajas	75	0	0	52	0
101 – 200 cajas	150,5	1	151	52	7826
201 – 300 cajas	250,5	1	251	52	13026
301 – 400 cajas	350,5	6	2103	52	109356
<b>TOTAL</b>		<b>8</b>	<b>2504</b>		<b>130208</b>

Fuente: Tabla 30.

Elaboración: La autora.

La proyección de oferta y demanda es una fase importante en el estudio de mercado, que tiene la finalidad de determinar la situación conveniente del mercado al que se quiere ingresar con determinado bien o servicio.

El  $X_m$  es el promedio de las opciones de la cantidad en cajas, por ejemplo, para 50 – 100 cajas, se debe sumar  $50 + 100 = 150$ , y se divide para 2, obteniendo así 75, el mismo procedimiento se aplica en las demás opciones. La frecuencia se la obtiene de la tabla 30 en la que se conoce la cantidad de cajas que venden los supermercados de la ciudad de Loja semanalmente. Se procede a multiplicar el  $X_m$  por la frecuencia, seguido de la multiplicación del periodo de semanas, que corresponde a 52 semanas, dando un total de 0 para la primera

opción. El promedio de ventas proyectado anual es de 130208, considerando 52 semanas al año, en las mismas que se venderían 2504 unidades de cajas de café en té de 25 unidades.

### 2.3.2. Proyección de la oferta:

Para proyectar la oferta se debe estimar la oferta futura, a partir de los datos de consumo aparente, utilizando uno de los métodos de proyección. El método más recomendable es el de extrapolación de tendencia histórica, que podrá reflejar el crecimiento del número de oferentes. El presente proyecto se calcula en base a 5 años de vida útil, con una tasa de crecimientos poblacional del 28,63%, ya que se existe una relación entre ellos, si se incrementa la población, se incrementa la oferta. (Chambi Zambrana, 2012)

**Tabla 40**

*Proyección de la oferta*

<b>AÑOS</b>	<b>TASA DE CRECIMIENTO</b>	<b>OFERTA TOTAL ANUAL</b>
	28,63%	
2020	28,63%	130208
2021	28,63%	167487
2022	28,63%	215438
2023	28,63%	277118
2024	28,63%	356457
2025	28,63%	458510
<b>TOTAL</b>		<b>1605217</b>

**Fuente:** Tabla 27 y 39.

**Elaboración:** La autora.

La proyección de la oferta da a conocer que para el 2021 la oferta será de 167487 cajas de café en té en la ciudad de Loja, llegando a 458510 en el año 2025. Los datos para la oferta total anual se los toma de la tabla anterior, siendo el total de cajas, el número base para el año 2020, del que se proyectará el crecimiento.

### 2.3.3. Balance de la oferta y la demanda:

El equilibrio entre oferta y demanda es cuando ambas curvas cruzan en un punto donde la oferta es igual a la demanda. Se conoce que existe exceso de demanda cuando esta es mayor a la oferta, existe demanda insatisfecha y menor seguridad cuantitativa. Mientras que, el exceso de oferta es cuando esta es mayor a la demanda, uno de los motivos es que existe estrategia comercial. (Chambi Zambrana, 2012)

**Tabla 41**

*Proyección de la demanda insatisfecha*

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA PROYECTADA</b>	<b>OFERTA PROYECTADA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2020	1115184	130208	984976
2021	1144728	167487	977241
2022	1175064	215438	959626
2023	1206216	277118	929098
2024	1238184	356457	881727
2025	1270992	458510	812482
<b>TOTAL</b>	<b>7150368</b>	<b>1605217</b>	<b>5545151</b>

Fuente: Tabla 38 y 40.

Elaboración: La autora.

La demanda insatisfecha se obtiene de la diferencia entre la demanda proyectada (tabla 38) y la oferta proyectada (tabla 40), obtenidos en cuadros anteriores, por ejemplo, para el año 2020, se resta  $1115184 - 130208$ , dando un total de 984976.

La proyección de la demanda insatisfecha señala que para el 2021 existe un faltante de 977241 cajas de café en té para cubrir la demanda, en el 2023 será de 929098 cajas y en el 2025 de 812482 cajas, sumando así un total general desde el año 2020 hasta el 2025 de 5545151 cajas correspondientes a la demanda insatisfecha.

## **2.4. Plan de comercialización**

Es un documento escrito en el cual se desarrollan los planes o proyectos comerciales a realizar en una empresa durante un periodo de tiempo determinado. (González, Plan de comercialización, 2018)

Para la realización del plan de comercialización para el café en té, se ha tomado en cuenta el marketing mix, con sus 4 componentes: producto, precio, plaza y promoción.

### **2.4.1. Producto:**

Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio...) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades. Por tanto, en marketing un producto no existe hasta que no responda a una necesidad, a un deseo. La tendencia actual es que la idea de servicio acompañe cada vez más al producto, como medio de conseguir una mejor penetración en el mercado y ser altamente competitivo. (Centros de Estudios Financieros, 2020)

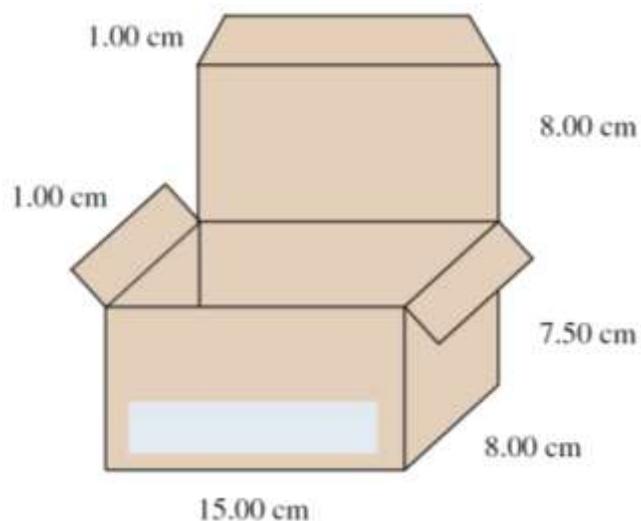
El producto del proyecto es el café en té, el mismo que se presentará en una caja de cartón, con un contenido de 25 unidades, correspondientes a 100gr de café.

### **Envoltura:**

Se entiende el material que contiene o guarda a un producto y que forma parte integral del mismo; sirve para proteger la mercancía y distinguirla de otros artículos. En forma más estricta, el envase es cualquier recipiente, lata, caja o envoltura propia para contener alguna materia o artículo. (PACKSYS, 2012)

## Ilustración 42

### *Envoltura*



**Elaboración:** La autora.

La envoltura que tendrá el producto de café en té será en una caja de cartón, en la que se guardarán 25 unidades de bolsas de té. El cartón presentará las medidas que se establecen en la ilustración 42. Además, tendrá un espacio para poder visualizar el contenido de la caja de cartón.

### **Etiqueta:**

La etiqueta (o rotulo), en oportunidades, es la extensión (o impresión) que envuelve al producto en una cinta de información útil para el cliente, con la que podrá diferenciar, clasificar, describir y conocer características como el modo de empleo o fecha de elaboración/caducidad, y cumplir con las regulaciones normativas y reglamentarias de cada industria/sector. (3PLS, 2020)

### Ilustración 43

#### Etiqueta



Elaboración: La autora.

La etiqueta de la caja de café en té especifica la cantidad de sobres, los ingredientes, la preparación, el uso y la manera correcta de conservar el producto. Además, incluye información importante como las fechas de elaboración y caducidad, así como el número de lote y el precio de venta al público.

#### ✚ Logotipo:

De manera habitual se le llama logo al elemento gráfico que identifica a una empresa, un proyecto, una institución, un producto. Hay 3 tipos diferentes de “logos”:

- *Logotipo*: La palabra de la marca funciona como imagen.
- *Isotipo*: Diseño donde la imagen funciona sin texto.
- *Isologo (tipo)*: Interacción del logotipo y del isotipo. (Borges, 2012)

**Ilustración 44***Logotipo*

**Elaboración:** La autora.

El logotipo incluye 2 granos de café, una taza y el nombre de la marca, los cuales, en conjunto, buscan transmitir la esencia del producto, el cuál es el café, que conserva la calidad en una presentación diferente.

**🚦 Marca:**

La marca es un signo distintivo, cuya principal función es la de diferenciar y hacer únicos a los productos y/o servicios de una empresa frente al resto de competidores. La marca es, por así decir, lo que da identidad y significado a un producto o servicio concretos. (Nuño, 2017)

## Ilustración 45

### Marca



**Elaboración:** La autora.

La marca tiene un estilo sencillo y a su vez elegante, sus colores son el negro y el blanco. El nombre KAFFE, es una mezcla del nombre Karen y las palabras, café, en español e inglés, coffee. Además, cuenta con la descripción del producto en la parte superior y la fecha de creación en la parte inferior.

### 2.4.2. Precio:

En economía el significado de precio es la cantidad de dinero que la sociedad debe asumir a cambio de un bien o servicio. También se le define como el monto de dinero asignado a un artículo o la suma de los valores que los compradores intercambian por los beneficios de utilizar o disfrutar de un servicio o bien.

El concepto precio hace referencia al valor monetario fijado a un determinado artículo o servicio, que implica elementos como el esfuerzo, dedicación, utilidad, materia prima o tiempo. (García, Definición de precio, 2018)

El precio de venta al público por la caja de café en té de 25 unidades, con un contenido de 100gr, es de un dólar con quince centavos (\$1,15).

### 2.4.3. Plaza o distribución:

La Plaza o distribución es otra de las famosas P's de la mezcla de mercadeo y se refiere a los medios de distribución o canales adecuados por los cuales el cliente podrá tener acceso a los productos que se ofrecen. Esto incluye: Puntos de venta o de atención, almacenamiento, formas de distribución, intermediarios, todo aquello con lo que la empresa garantizará que el consumidor pueda tener posesión del producto. (Velásquez Vargas, 2015)

#### Ilustración 46

*Distribución directa*



**Elaboración:** La autora.

El primer canal de distribución es un canal directo, en el que se realiza la venta del café en té directamente a los clientes finales, sin que existan intermediarios, siendo así la empresa por implementarse la única responsable de la entrega del producto.

### Ilustración 47

#### *Distribución canal corto*



**Elaboración:** La autora.

El segundo canal de distribución es un canal corto en el que la empresa por implementarse vende a intermediarios mayoristas y minoristas, para que estos después procedan a realizar la venta al cliente final.

#### **2.4.4. Promociones:**

La promoción en la mezcla de marketing se refiere a la comunicación con el objetivo específico de informar, persuadir y recordar una audiencia objetivo. Algunos estudiosos de Publicidad y Marketing, como McCarthy y Perreault, definen la promoción como la acción de transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos.

Otros estudiosos, a su vez, como Stanton, Etzel y Walker, definen la promoción como todos los colores personales e impersonales de un vendedor al representante del vendedor para

informar, persuadir y recordar a una audiencia objetivo.

El hecho es que la promoción se refiere a la comunicación con el objetivo específico de informar, persuadir y recordar una audiencia objetivo. (Coutinho, 2017)

De acuerdo con las respuestas obtenidas de las encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja, se plantea la siguiente promoción:

- Por la compra de una docena de cajas de 25 unidades de café en té, se entrega una taza con el logo del producto.

#### **Ilustración 48**

*Taza con el logo*



**Elaboración:** La autora.

- Por cada compra de una caja de 25 unidades de café en té, se entregará un código promocional para la participación en sorteos. El código estará en la parte interna de la caja del café en té, en la tapa posterior, como se muestra en la imagen.

## Ilustración 49

### *Código promocional*



Elaboración: La autora.

### **2.4.5. Publicidad:**

La publicidad es la herramienta tradicional directa del marketing, y tiene los objetivos de divulgar un producto para estimular su consumo, transmitir un mensaje positivo con relación a una marca y fortalecer la presencia de una empresa en el mercado. Según la Real Academia Española, la palabra publicidad tiene tres definiciones principales:

- La publicidad también es un área del conocimiento, dentro de la comunicación social, que estudia no solo la técnica de la actividad, sino también, su función en las relaciones sociales y culturales.
- No es por acaso que los publicistas siempre están pendientes de las tendencias culturales y comportamentales de la sociedad, para que los anuncios generen una identificación con el consumidor, ya sea a partir de los colores y referencias culturales presentes en ellos.
- La publicidad también puede ser comprendida como un reflejo de la sociedad de su

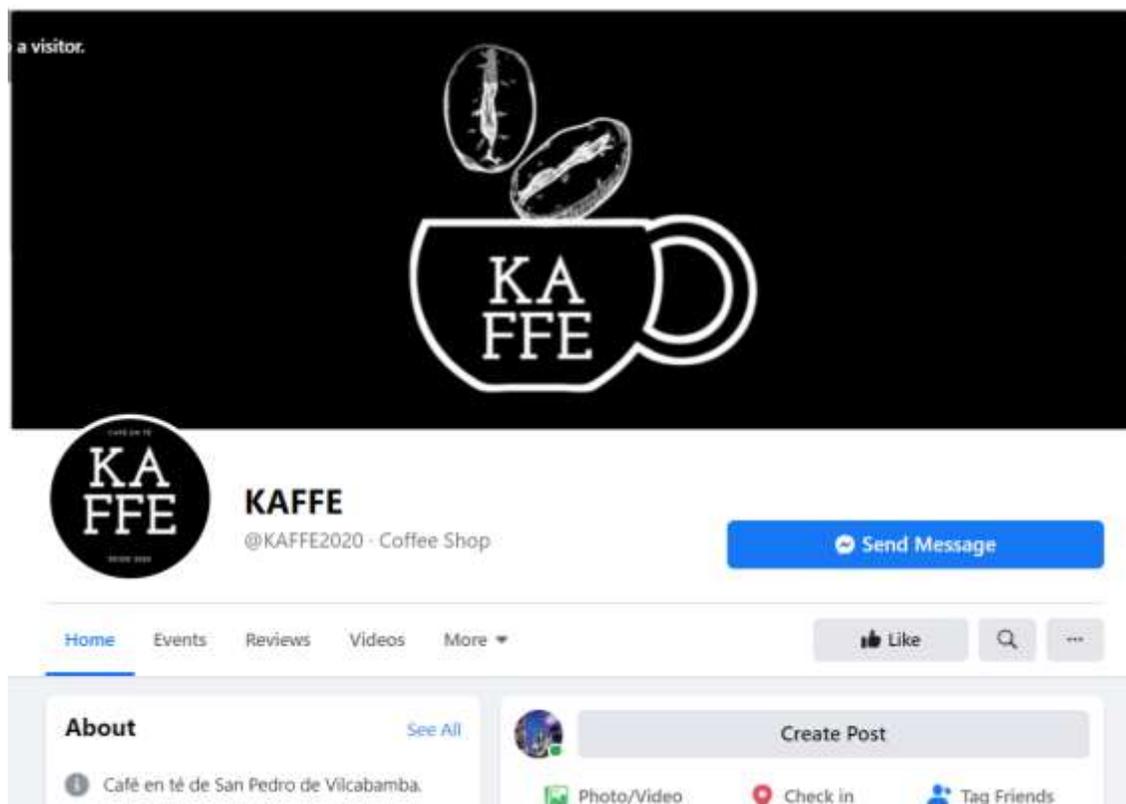
época, pues, reproduce los comportamientos y valores vigentes. A pesar de eso, mucha gente cree que la publicidad no refleja a la sociedad simplemente, sino que incentiva y moldea comportamientos. (Giraldo, Descubre qué es la publicidad, para qué sirve y cómo influye en la sociedad, 2019)

La publicidad se la realiza en base a las respuestas obtenidas de las encuestas aplicadas a las familias de la ciudad de Loja, se proponen las siguientes opciones para la publicidad y difusión:

- Crear una página oficial en las redes sociales con la información para la difusión del producto, se realizará la creación en Facebook e Instagram.

### Ilustración 50

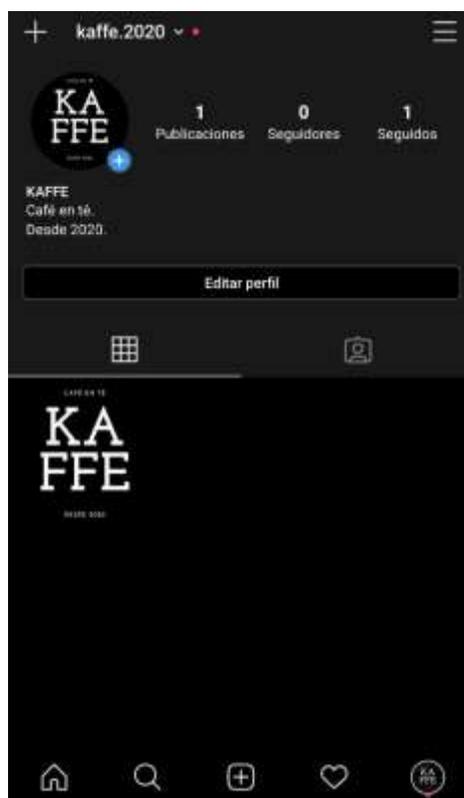
*Página de Facebook*



Elaboración: La autora.

## Ilustración 51

### *Página de Instagram*



**Elaboración:** La autora.

- Se realizará la promoción por hojas volantes que serán distribuidos en las zonas de mayor afluencia de la ciudad de manera trimestral.

**Ilustración 52***Hoja volante promoción*

CAFÉ EN TÉ

# KAFFE

DESDE 2020

¡CAFÉ EN TÉ!

Sé parte de la revolución en el café del 2020, más fácil de preparar y con el mismo sabor que caracteriza el café lojano.

Adquiere-lo en el supermercado más cercano.

KAFFE

SÍGUENOS EN LAS REDES SOCIALES

 **KAFFE**

 **@kaffe.2020**

Elaboración: La autora.

### **Capítulo III**

#### **Estudio técnico**

Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar. El proyecto de inversión debe mostrar en su estudio técnico todas las maneras que se puedan elaborar un producto o servicio, que para esto se necesita precisar su proceso de elaboración. Determinado su proceso se puede determinar la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada. También identifica los proveedores y acreedores de materias primas y herramientas que ayuden a lograr el desarrollo del producto o servicio, además de crear un plan estratégico que permita pavimentar el camino a seguir y la capacidad del proceso para lograr satisfacer la demanda estimada en la planeación. (Pizarro, 2013)

En el presente capítulo se conoce la localización de la planta, tanto a nivel macro como micro, se analizan la disponibilidad de los recursos, como la materia prima, la mano de obra calificada, la maquinaria, el transporte, etc. Además, se establece el tamaño del proyecto, conociendo la capacidad instalada y la capacidad a utilizarse en el desarrollo del proyecto, calculando en una proyección de 5 años.

Por otra parte, se detalla la ingeniería del proyecto, mostrando la maquinaria, equipos y herramientas que se necesitan en el proyecto, así como el equipo de seguridad y aseo para el personal que labore en la empresa y la infraestructura de la empresa, detallando la distribución de las áreas. Finalmente, se conoce el proceso de producción paso a paso y se resume en una gráfica el flujo de procesos.

### **3.1. Localización de la planta:**

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social.

En este estudio de localización del proyecto, se debe tener en cuenta dos aspectos: La macro localización la cual consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto, en el país o en el espacio rural y urbano de alguna región y La micro localización, que es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido. (Universida Santo Tomás).

Se toma en consideración en la localización del proyecto, los siguientes factores:

- **Disponibilidad de recursos financieros:**

La empresa “KAFFE” CIA Ltda., está representada por tres socios los mismos que aportarán con el 54,68% de capital propio, equivalente a \$36.191,04, dividido en partes igual, aportando cada uno con \$12.063,68. El 45,32% restante será financiado con capital ajeno, con un valor de \$30.000,00 el mismo que será pedido a la institución financiera Cooperativa de Ahorro y Crédito “Juventud Ecuatoriana Progresista”, para la financiación del capital de trabajo necesarios para la producción de café en té. El crédito tiene una tasa de interés nominal del 11,00%.

- **Disponibilidad de mano de obra:**

En el cercano Valle de Vilcabamba, se encuentra la mano de obra capacitada, personas que tienen los conocimientos adquiridos en el Instituto Superior Tecnológico Territorial de Loja, extensión Vilcabamba. Además, el personal que habita en esta zona ya posee conocimientos básicos sobre el manejo de café por ser una localidad dedicada a la producción de café, por lo que, sería una oportunidad para poner en práctica sus conocimientos, a la vez que obtienen un ingreso económico.

- **Disponibilidad de materia prima e insumos:**

La materia prima está disponible en el lugar de producción, siendo San Pedro de Vilcabamba un lugar donde existen muchos cafetales, por lo tanto, se comprará la materia prima, los granos de café pelados a la señora Ciria Márquez y a la señora Sonia Ramírez, productoras de la localidad. La adquisición de la materia prima se realizará de manera mensual debido a que no son productos perecederos y se pueden conservar. Las productoras locales son proveedoras directas para la empresa, con las que se realizará un contrato para compra y venta de granos de café a un precio de \$150, por el quintal.

Por otra parte, las bolsas de té no se encuentran en el lugar de producción, San Pedro de Vilcabamba, por lo que se pedirá a una distribuidora en la ciudad de Macas, la cuál será de igual manera un proveedor directo, evitando así los intermediarios y aumento en los costos de producción. Las bolsas de té con cordón se comprarán en un precio por mayor de \$0,01.

- **Disponibilidad de maquinaria:**

A nivel nacional existen varias empresas que importan maquinaria industrial. En base a una investigación, se seleccionaron 2 empresas, una localizada en la ciudad de Quito, la empresa INDUSERVI y otra ubicada en la ciudad de Loja, Equipos Industriales Ochoa Hermanos, para la compra de la maquinaria necesaria para la producción del café en té.

- **Factores ambientales:**

La empresa productora estará localizada en la parroquia San Pedro de Vilcabamba, el proceso productivo del café en té no produce contaminación, ya que la maquinaria utilizada para tostar y moler el café no produce gases nocivos que afecten al ambiente. Sin embargo, existirá contaminación en la distribución del producto por el dióxido de carbono emitido por los medios de transporte, los mismo que aumentan la huella de carbono en la atmósfera.

- **Transporte y comunicación:**

La parroquia en donde se establecerá la empresa productora cuenta con transporte desde Loja a Vilcabamba pasando por San Pedro de Vilcabamba en las compañías, Vilcabambaturis, Sur Oriente, Unión Cariamanga, Nambija, Unión Yanzatza, etc., las cuales llegan a la localidad, además existen taxis rutas y Cooperativas de camionetas (Pick-Up): Terminal Terrestre, Vilcabamba Express, Vilcabamba. con el mismo trayecto.

Por otra parte, en San Pedro de Vilcabamba se cuenta con cobertura para el servicio telefónico fijo y móvil, además, existe el servicio de internet provisto por la empresa VilcaNet.

- **Servicios básicos:**

La parroquia de San Pedro de Vilcabamba cuenta con todos los servicios básicos, como son: agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, servicios telefónicos y de conectividad a internet, por lo tanto, se cuenta con los servicios necesarios para la implementación de la empresa en la localidad.

### **3.1.1. Macro localización:**

La macro localización de un proyecto o empresa consiste en decidir la región más ventajosa donde se ubicará una empresa o negocio; describe la zona geográfica general en la que se va a encontrar un proyecto. Las ciudades y las regiones surgen a través de la simbiosis de beneficios que se generan a partir de la agrupación de empresas y personas. (Corvo, 2020)

La empresa “KAFFE” CIA Ltda., se establecerá en la parroquia de San Pedro por ser un lugar dedicado al cultivo de café, además, por su agradable clima y cercanía con la ciudad de Loja.

## Ilustración 53

### *Macro localización*



Fuente: Google Maps.

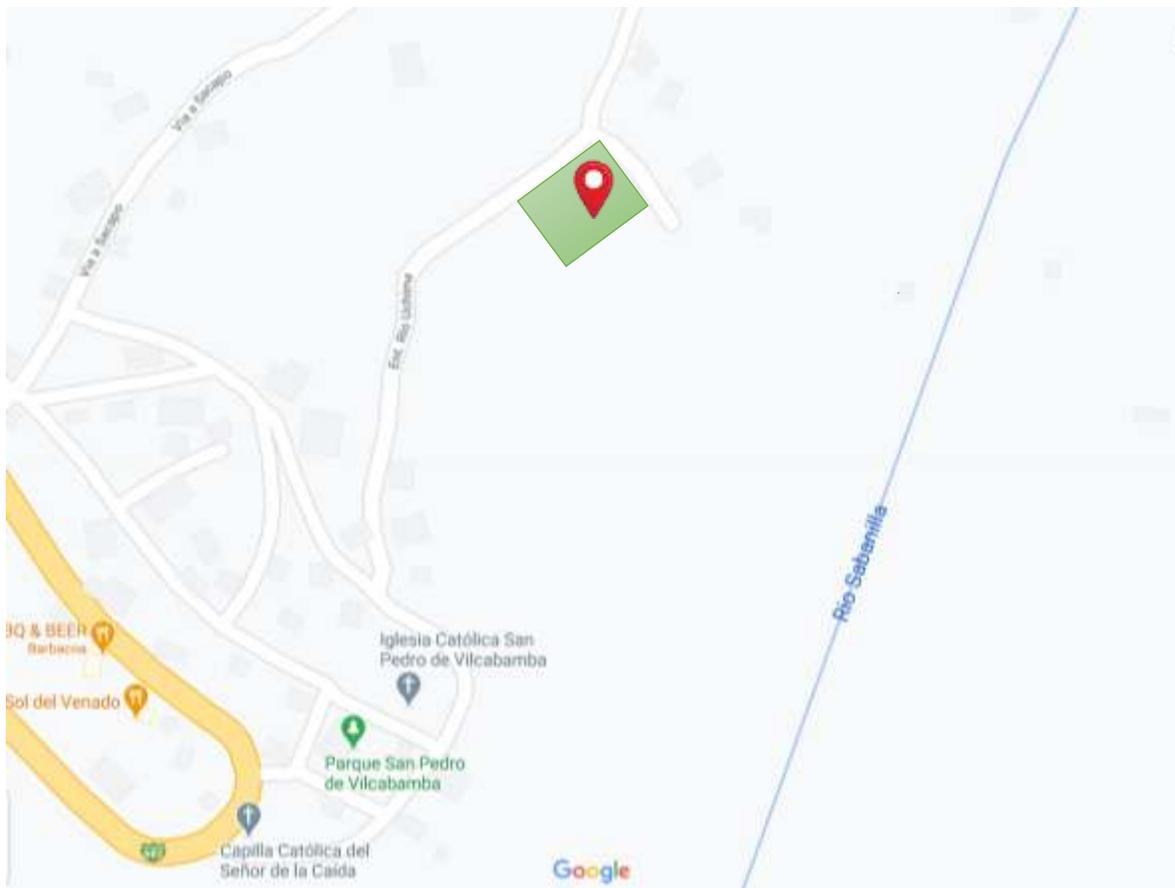
### **3.1.2. Micro localización:**

La micro localización de un proyecto o empresa es la ubicación específica, dentro de una zona macro de mayor alcance, en donde se asentará definitivamente una empresa o proyecto. Hay un dicho que dice que las tres consideraciones más importantes en los negocios son la ubicación, la ubicación y la ubicación. (Corvo, Microlocalización: Factores, Para Qué Sirve y Ejemplos, 2020)

El lugar planificado para la implementación de la empresa se encuentra localizado en San Pedro de Vilcabamba, siguiendo la vía Entrada Río Uchima que está ubicada en la parte de atrás de la Iglesia Católica San Pedro de Vilcabamba, se ahí a 200 metros se encuentra el terrero, el mismo que limita con el fin de la cuadra.

## Ilustración 54

### *Micro localización*



Fuente: Google Maps.

## 3.2. Tamaño del proyecto

### 3.2.1. Tamaño de la planta:

Se conoce como tamaño de una planta o empresa la capacidad instalada de producción de esta. Esta capacidad se expresa en la cantidad producida por unidad de tiempo. Es decir, volumen, peso, valor, o unidades de producto elaborados por año, mes, días por turnos y horas, etc. La capacidad de un proyecto o empresa se expresa, no en términos de la cantidad de productos que se obtienen, sino en función del volumen de materia prima que se procesa. (Koch Tovar, 2013)

En base al estudio de mercado realizado anteriormente se conoce que existe demanda del café en té por parte de las familias de la ciudad de Loja, sin embargo, existen productos que ya se encuentran en el mercado, los cuales tienen características similares y ya son reconocidos por la población, por ello se debe realizar un estudio a profundidad sobre el proceso de producción desde la obtención de materia prima hasta la transformación en el producto terminado, listo para llegar al cliente final.

Para realizar una correcta determinación del tamaño del proyecto se toma en cuenta la proyección de la demanda insatisfecha en el estudio del mercado, ya que dichos datos permiten conocer cuál es la oferta y demanda del café en té en la ciudad de Loja, y determinar la demanda insatisfecha, la cual sirve como dato principal para el cálculo de la capacidad de producción, tomando en cuenta la maquinaria, el lugar, materia prima, tiempos para la producción, etc.

### **3.2.2. Capacidad instalada:**

La capacidad instalada es una ratio de producción que determina el máximo rendimiento posible esperable por parte de una empresa teniendo en cuenta unos recursos empleados y en un periodo de tiempo. Las empresas dedicadas a la fabricación o producción de determinados bienes cuentan con el concepto de capacidad instalada como manera de conocer sus niveles máximos posibles en términos productivos. (Sánchez Galán, Capacidad instalada, 2020)

La capacidad instalada se centra en la máquina tostadora, la cual puede procesar máximo 40000 Kg de granos de café en una hora, se conoce que cada bolsa de té cuenta con 0,04 gramos, una caja de 25 unidades contiene 100 gramos o 0,1 kilogramos. Al dividir los 40000 Kg que procesa la maquinaria para el contenido que necesita cada caja de café en té (0,1 Kg), se llega a

la cantidad de 400 cajas de producción por hora en base a la capacidad de la maquinaria.

**Tabla 42**

*Producción*

PRODUCCIÓN	<b>400</b>	POR HORA DE TRABAJO
HORAS LABORABLES	<b>8</b>	HORAS DIARIAS
PRODUCCIÓN DIARIA	<b>3200</b>	UNIDADES
DÍAS LABORABLES	<b>252</b>	DÍAS DEL AÑO
PRODUCCIÓN ANUAL	<b>806400</b>	UNIDADES

Elaboración: La autora.

El proyecto toma en cuenta una jornada de trabajo de 8 horas laborales, en las que se producen 400 cajas de té de 25 unidades, obteniendo una producción diaria de 3200 cajas. Al año se toman 252 días laborables, los mismo que son obtenidos de los 365 días calendario menos los fines de semana, ya que la jornada laboral es sólo de lunes a viernes, obteniendo 261 días, a este resultado se le restan los feriados obligatorios, siendo 9 en total, llegando al resultado de 252 días. Por lo tanto, se obtiene así una producción anual de 806400 cajas de café en té de 25 unidades cada una, siendo este valor el 100% de la capacidad de producción de la empresa con en base a la maquinaria utilizada.

**Tabla 43**

*Capacidad instalada*

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>
2021	977.241	806.400
2022	959.626	806.400
2023	929.098	806.400
2024	881.727	806.400
2025	812.482	806.400

Fuente: Tabla 41.

Elaboración: La autora.

La capacidad de producción se mantiene constante para todos los años de vida útil de

proyecto, siendo la capacidad de 806400 cajas de café en té, ya que se seguirá contando con la misma maquinaria, por lo tanto, con el mismo nivel de producción. La demanda insatisfecha se la toma de la tabla 41, la misma que muestra una disminución anual.

### 3.2.3. Capacidad utilizada:

Constituye el nivel de producción con el que se hace trabajara la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado. (Ramón Ochoa, 2017)

La capacidad utilizada se calcula en base al nivel de producción de la empresa, en la que se considera un trabajo de 8 horas diarias, produciendo 400 cajas de café en té por hora, 3200 unidades diarias, por un periodo de 252 días al año, lo que resulta en una producción anual de 806400 cajas de café en té de 25 unidades.

**Tabla 44**

*Capacidad utilizada*

<b>AÑO</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>% CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>
2021	806.400	80,00 %	645120
2022	806.400	80,00 %	645120
2023	806.400	80,00 %	645120
2024	806.400	80,00 %	645120
2025	806.400	80,00 %	645120

Fuente: Tabla 43.

Elaboración: La autora.

Se prevé el uso del 80% de la capacidad instalada para el año 2021, mientras que la capacidad utilizada, se la obtiene multiplicando el valor de la capacidad instalada por el porcentaje, por ejemplo, para el año 2021, se multiplica,  $806400 * 80,00 \%$ , obteniendo así 645120, se sigue el

mismo procedimiento para los demás años, se observa que en todos los años se obtiene el mismo valor para la producción de cajas de café en té, ya que se trabaja con el mismo porcentaje de la capacidad instalada.

**Tabla 45**

*Porcentaje de participación en el mercado*

<b>AÑO</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>	<b>PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO</b>
2021	977.241	645120	66,01%
2022	959.626	645120	67,23%
2023	929.098	645120	69,44%
2024	881.727	645120	73,17%
2025	812.482	645120	79,40%

**Fuente:** Tabla 43 y 44.

**Elaboración:** La autora.

Según los datos obtenidos, si se cubre la demanda insatisfecha con la capacidad utilizada de la empresa, se obtendría una participación en el mercado en el 2021 del 66,01%, en el 2023 llega al 69,44% y en el 2025 al 79,40% por lo tanto se estaría cubriendo una gran parte de la demanda insatisfecha del café en té en la ciudad de Loja.

La información de la demanda insatisfecha se la toma de la tabla 43 y de la capacidad utilizada de la tabla 44, el porcentaje de participación en el mercado se obtiene al realizar una división entre la demanda insatisfecha y la capacidad utilizada.

#### **3.2.4. Reservas:**

Las reservas de una empresa en el área productiva consisten en la parte ociosa de la capacidad instalada, ya que no se utiliza el 100%, generando así una reserva que permanece en la espera de la mejora de las condiciones del mercado para que exista un incremento en la producción.

**Tabla 46***Reserva*

<b>AÑO</b>	<b>CAPACIDAD INSTALADA</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>	<b>CANTIDAD EN RESERVA</b>	<b>PORCENTAJE DE LA RESERVA</b>
2021	806400	645120	161280	20,00%
2022	806400	645120	161280	20,00%
2023	806400	645120	161280	20,00%
2024	806400	645120	161280	20,00%
2025	806400	645120	161280	20,00%

Fuente: Tabla 44 y 45.

Elaboración: La autora.

La cantidad en reserva se obtiene al restar la capacidad instalada menos la capacidad utilizada, y el porcentaje de la reserva se calcula dividiendo la cantidad en reserva para la capacidad instalada, el resultado se multiplica \* 100, para obtener el porcentaje. Las reservas de la empresa significarían el 20% de la producción para todos los años de duración del proyecto.

### **3.3. Ingeniería del proyecto**

La ingeniería de proyectos es aquella etapa en la que se definen los recursos necesarios para la ejecución de planes o tareas: máquinas y equipos, lugar de implantación, tareas para el suministro de insumos, recursos humanos, obras complementarias, dispositivo de protección ambiental, entre otros. (OBS, 2020)

#### **3.3.1. Materia prima para utilizarse en el proyecto de café en té:**

Una materia prima es todo bien que es transformado durante un proceso de producción hasta convertirse en un bien de consumo. (Caballero, 2020)

- **Granos de café:** Los granos de café son las semillas del fruto. El cafeto produce

cerezas de café y los granos son las semillas, que se encuentran dentro de las cerezas.

### 3.3.2. Maquinaria y equipo:

El término de maquinaria hace referencia a un dispositivo mecánico compuesto por determinadas piezas (ya sean móviles o inmóviles) que permiten que interactúen entre sí y, mediante la interacción, transformarse en energía y poder realizar una acción determinada. (Méndez, 2019)

Para la obtención del producto final, es necesario la utilización de maquinaria de tipo industrial que permita realizar una producción a gran escala, optimizando así el tiempo. La maquinaria y equipos necesarios son los siguientes:

➤ **Tostador de café industrial:**

#### **Ilustración 55**

*Tostador de café industrial*



Fuente: [https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-428370055-maquina-tostadora-de-granos-cafe-cacao-entre-otros-\\_JM?quantity=1#position=2&type=item&tracking\\_id=636f3163-ba2d-42f0-8e92-00d6c23102e0](https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-428370055-maquina-tostadora-de-granos-cafe-cacao-entre-otros-_JM?quantity=1#position=2&type=item&tracking_id=636f3163-ba2d-42f0-8e92-00d6c23102e0)

**Características:**

- Sistema de recirculación de aire abierto o caliente.
- Procesamiento energético eficiente.
- Diseño modular que se adapta a la disposición de la fábrica.
- Acero inoxidable.
- Eléctrico.
- Capacidad de hasta 400 Kg de granos verdes por hora.
- Precio \$390,00.

**➤ Molino industrial para café:****Ilustración 56***Molino industrial*

Fuente: [https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-428347735-molino-de-granos-industrial-12-hp-somos-fabricantes-\\_JM?quantity=1#position=8&type=item&tracking\\_id=bbe1245e-baa1-404d-a3a8-83df2df7c6fb](https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-428347735-molino-de-granos-industrial-12-hp-somos-fabricantes-_JM?quantity=1#position=8&type=item&tracking_id=bbe1245e-baa1-404d-a3a8-83df2df7c6fb)

**Características:**

- Acero inoxidable para alimentos.
- Norma AISI 204 para alimentos.

- Eléctrico.
- Capacidad de hasta 1500 Kg por hora.
- Precio \$450,00.

➤ **Balanza digital de gramos profesional pesa 5kg CMARVIN**

**Ilustración 57**

*Balanza digital*



**Fuente:** [https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-427530236-balanza-digital-gramos-profesional-pesa-5kg-l-cmarvin-\\_JM?quantity=1#position=4&type=item&tracking\\_id=e6607b04-baf3-496e-9746-a1993f3f8faf](https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-427530236-balanza-digital-gramos-profesional-pesa-5kg-l-cmarvin-_JM?quantity=1#position=4&type=item&tracking_id=e6607b04-baf3-496e-9746-a1993f3f8faf)

**Características:**

- Pantalla LCD de 14mm.
- Posee dos sistemas de conversión de peso g-lb: oz.
- Posee dos sistemas de conversión de volumen: ml-fl: oz.
- Indicador de batería baja o sobrecarga.
- Apagado automático.
- Capacidad máxima: 11 lb / 5 kg.
- Color: Plateado.

- Precio: \$20,00.

### 3.3.3. Herramientas para utilizar:

#### Ilustración 58

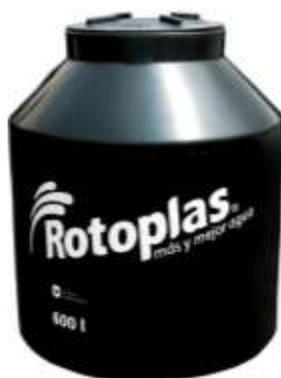
*Mesa de acero inoxidable*



**Fuente:** [https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-427983919-mesa-de-trabajo-acero-inoxidable-430-para-alimentos-\\_JM#position=4&type=item&tracking\\_id=8016c7ea-2566-4ce8-81e5-87809b56275d](https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-427983919-mesa-de-trabajo-acero-inoxidable-430-para-alimentos-_JM#position=4&type=item&tracking_id=8016c7ea-2566-4ce8-81e5-87809b56275d)

#### Ilustración 59

*Tanque Rotoplas*



**Fuente:** [https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-427702326-tanque-rotoplast-elevado-600-ltros-\\_JM?quantity=1#position=1&type=item&tracking\\_id=5c7c665d-9e33-438f-8068-5f4bf0cd6fce](https://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-427702326-tanque-rotoplast-elevado-600-ltros-_JM?quantity=1#position=1&type=item&tracking_id=5c7c665d-9e33-438f-8068-5f4bf0cd6fce)

**Ilustración 60**

*Percha metálica*



**Fuente:** <https://gondolasyperchas.ec/>

**Ilustración 61**

*Tazón de acero inoxidable*



**Fuente:** <https://ecomarkperu.com/producto/tazon-de-fuente-acero-inoxidable-sopa-20cm/>

**Ilustración 62**

*Bandeja de acero inoxidable*



**Fuente:** <https://www.cocinaconbra.com/products/fuente-rectangular-honda-latina>

**Ilustración 63**

*Cucharas medidoras*



Fuente: <https://www.cocinaconbra.com/products/fuente-rectangular-honda-latina>

**3.3.4. Equipo de seguridad y aseo:****Ilustración 64**

*Gorro desechable*



Fuente: <https://www.cocinaconbra.com/products/fuente-rectangular-honda-latina>

**Ilustración 65***Tapabocas*

**Fuente:** <https://www.claroshop.com/producto/1308867/20-pz-cubrebocas-mascarilla-tapabocas-n95-qn95-con-certificacion-fda-usa-ce-ecm/>

**Ilustración 66***Guantes*

**Fuente:** <https://equiposproteccion.com/industria-alimentaria/>

**Ilustración 67***Delantal*

**Fuente:** [https://www.3tres3.com/tienda/ropa-de-trabajo\\_56/delantal-de-poliuretano-de-300-micras\\_3135/](https://www.3tres3.com/tienda/ropa-de-trabajo_56/delantal-de-poliuretano-de-300-micras_3135/)

**3.4. Infraestructura física:**

La infraestructura de una empresa son las instalaciones, estructuras y servicios básicos sobre las cuales yace la construcción de un negocio. Es común pensar en la infraestructura como las cosas físicas, pero el software y los servicios básicos se pueden considerar también infraestructura.

Infraestructura significa la estructura básica de una organización o sistema. La infraestructura de una empresa incluiría todos los activos fijos, tales como el edificio, equipos, maquinaria y herramientas necesarias para fabricar los productos. (Corvo, Infraestructura de una empresa: qué es y componentes, 2020)

#### **3.4.1. Distribución de la planta:**

La distribución en planta se define como la ordenación física de los elementos que constituyen una instalación sea industrial o de servicios. Esta ordenación comprende los espacios necesarios para los movimientos, el almacenamiento, los colaboradores directos o indirectos y todas las actividades que tengan lugar en dicha instalación. Una distribución en planta puede aplicarse en una instalación ya existente o en una en proyección. (Salazar López, ¿Qué es el diseño y distribución en planta?, 2019)

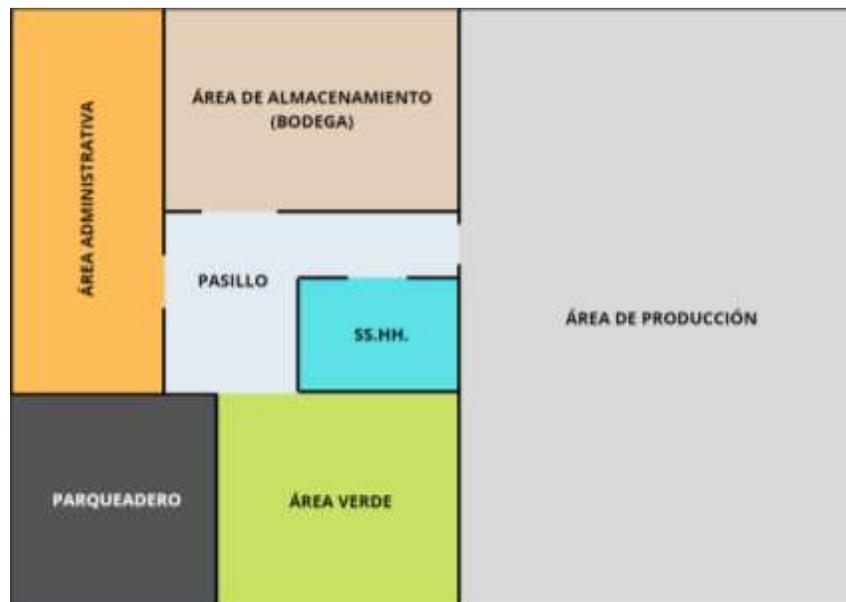
La disposición de la empresa se realiza tomando en cuenta un espacio de construcción de 300 m<sup>2</sup>, en el que se distribuirán todas las áreas respectivas de la empresa, desde el área administrativa, hasta la productiva, incluyendo espacio para el almacenaje del inventario, aprovechando todo el espacio disponible.

En la siguiente tabla se da a conocer la distribución en metros cuadrados de las áreas de la empresa:

**Tabla 47***Distribución de la planta*

ÁREA	ESPACIO
ÁREA ADMINISTRATIVA	35 m <sup>2</sup>
ÁREA DE PRODUCCIÓN	145 m <sup>2</sup>
ÁREA DE ALMACENAMIENTO (BODEGA)	30 m <sup>2</sup>
ÁREA VERDE	35 m <sup>2</sup>
PARQUEADERO	25 m <sup>2</sup>
SERVICIOS HIGIÉNICOS	15 m <sup>2</sup>
PASILLOS	15
<b>TOTAL</b>	<b>300 m<sup>2</sup></b>

Elaboración: La autora.

**Ilustración 68***Plano de la empresa*

Elaboración: La autora.

**3.4.2. Proceso de producción:**

Un proceso de producción es el conjunto de actividades orientadas a la transformación de recursos o factores productivos en bienes y/o servicios. En este proceso intervienen la información y la tecnología, que interactúan con personas. Su objetivo último es la satisfacción de la demanda. (EAE Business School, 2017)

### **3.4.3. Descripción del proceso productivo:**

#### **1. Compra de la materia prima:**

La compra de la materia prima, los granos de café en verde, se los realizará a las señoras Ciria Márquez y Sonia Ramírez, en San Pedro de Vilcabamba de manera mensual (el primer día de cada mes, en caso de ser un fin de semana, pasará al lunes por ser día laboral).

#### **2. Recepción de la materia prima:**

La recepción de la materia prima será en la empresa directamente por parte de las proveedoras de la localidad, las mismas que entregarán la materia prima a las 8 a.m. en costales.

#### **3. Preparación de la maquinaria:**

Se preparará la maquinaria para que se comience con el tueste de los granos de café y se proceda a molerlos, para ello se verificará la limpieza de cada máquina y equipo, para que estén listos para su uso.

#### **4. Tueste de los granos de café:**

Los granos de café en verde se tuestan, tomando un tiempo de 1 hora por cada 70 Kg en la maquinaria.

#### **5. Enfriamiento de los granos de café tostados:**

Los granos de café cuando se terminan de tostar pasan a reposar en las mesas de acero inoxidable para que procesan a enfriarse, por un tiempo de 15 minutos. Se verifica constantemente, para mezclar los granos y prever un enfriamiento total de la producción.

#### **6. Molido de los granos tostados:**

Posteriormente, de ser tostados y enfriados, los granos pasan a ser molidos en el molino industrial, para que obtengan la textura y tamaño deseado para ser un té. El molino tiene una capacidad de procesamiento de hasta 300 Kg por hora.

#### **7. Reserva del café molido:**

El almacenamiento del café molido se lo realiza en los tanques de plástico, para que se conserven hasta ser puestas en las bolsas de té.

#### **8. Relleno de las bolsas de té:**

Para el relleno de las bolsas de té, se saca en la bandeja de acero inoxidable el café molido que se encuentra en los tanques de plástico para proceder a llenar las bolsas de té con ayuda de las cucharas de acero inoxidable y la balanza digital. Midiendo así 2,5 gramos en cada bolsa:

#### **9. Empaque en las cajas de té:**

Se procede a tomar 25 bolsas de té rellenas de café molido y se las ubica en sus respectivas cajas, sellándolas al final.

#### **10. Almacenamiento:**

Se almacenan las cajas de té en la bodega, hasta su venta. El almacenamiento se hará con el método FIFO (First in – First out), conocido también como PEPS (Primero en entrar – Primero en salir), para asegurar que los primeros productos elaborados, sean a su vez los primero en venderse por las fechas de caducidad que tienen.

#### **3.4.4. Flujo de procesos:**

Un diagrama de flujo, o flujograma, es una representación gráfica de un proceso. Cada paso del proceso se representa por un símbolo diferente que contiene una breve descripción de la etapa de proceso. Los símbolos gráficos del flujo del proceso están unidos entre sí con flechas que

indican la dirección de flujo del proceso.

El diagrama de flujo ofrece una descripción visual de las actividades implicadas en un proceso. Muestra la relación secuencial entre ellas, facilitando la rápida comprensión de cada actividad y su relación con las demás. (Alteco Consultores, 2019)

A continuación, se muestra el flujo de procesos para la elaboración del café en té de 25 unidades:

**Tabla 48**

*Flujo de procesos*

N°	ACTIVIDAD	SIMBOLOGÍA		TIEMPO
				
1	COMPRA MATERIA PRIMA			30 min.
2	RECEPCIÓN MATERIA PRIMA			30 min.
3	PREPARACIÓN MAQUINARIA			30 min.
4	TUESTE GRANOS DE CAFÉ			60 min.
5	ENFRIAMIENTO GRANOS DE CAFÉ			15 min.
6	MOLIDO GRANOS DE CAFÉ			60 min.
7	RESERVA CAFÉ MOLIDO			15 min.
8	RELLENO BOLSAS DE TÉ			180 min
9	EMPAQUE			40 min.
10	ALMACENAMIENTO			20 min.
			<b>TOTAL</b>	<b>480 min. (8 horas)</b>

Elaboración: La autora.

**Tabla 49***Simbología*

---

<b>SIMBOLOGÍA</b>	
	OPERACIÓN
	TRASLADO
	REVISIÓN / INSPECCIÓN
	DEMORA
	ALMACENAMIENTO

---

**Elaboración:** La autora.

## Capítulo IV

### Estudio administrativo

El estudio administrativo consistirá en determinar la organización que la empresa deberá considerar para su establecimiento. Así tendrá presente la planificación estratégica, estructura organizacional, legalidad, fiscalidad, aspectos laborales, fuentes y métodos de reclutamiento, etc. Se trata de realizar un análisis para la obtención de la información pertinente para determinar los aspectos organizacionales del proyecto, procedimientos administrativos, laborales, aspectos legales, ecológicos, fiscales. (M., 2011)

En el presente capítulo se detallan los referentes administrativos de la empresa, mencionando el objeto social, tiempo de duración, la organización administrativa y sus niveles, se elaboran los organigramas, tanto estructurales, como funcionales y posicionales. Además, se elabora el manual de funciones que describe los requerimientos de los puestos de trabajo de la empresa, con el objetivo de llevar una correcta gestión del talento humano.

#### 4.1. Base legal:

A continuación, se presenta, el objeto social, el tiempo de duración y el domicilio de la empresa dedicada a la producción de café en té en San Pedro de Vilcabamba.

Se conoce que las bases legales son documentos oficiales que previenen tanto a la marca como al participante de todas las acciones relacionadas a una promoción online. (Núñez, 2014)

- **Nombre, nacionalidad y domicilio del socio o los socios que conforman la empresa**

Karen Gabriela González Caraguay, con cédula de identidad 110479227 – 8, de nacionalidad

ecuatoriana, con domicilio en la ciudad de Loja.

Martha Janeth Caraguay Márquez, con cédula de identidad 110283074 – 0, de nacionalidad ecuatoriana, con domicilio en la ciudad de Loja.

Wilmer Ofre González González, con cédula de identidad 110255348 – 2, de nacionalidad ecuatoriana, con domicilio en la ciudad de Loja.

- **Razón social:**

La empresa se funda bajo el nombre de “KAFFE”.

- **Objeto social:**

El objeto social de la empresa “KAFFE” CIA Ltda es la producción de café en té en San Pedro de Vilcabamba y su comercialización en la ciudad de Loja. Por lo tanto, la empresa podrá realizar contratos civiles y mercantiles, relacionados con su objeto social.

- **Tiempo de duración:**

El presente proyecto de la empresa “KAFFE” Cía. Ltda. se presenta para una vida útil de 5 años, desde el 2021, exactamente desde su inscripción en el Registro Mercantil, y cuenta con su respectiva autorización de la Superintendencia de Compañías, se estima que el proyecto dure hasta el año 2025.

- **Domicilio:**

La empresa estará ubicada en la parroquia de San Pedro de Vilcabamba, en la provincia de Loja, siguiendo la vía Entrada Río Uchima que está ubicada en la parte de atrás de la Iglesia Católica

San Pedro de Vilcabamba, se ahí a 200 metros se encuentra el terrero, el mismo que limita con el fin de la cuadra, sus coordenadas son -4.241021, -79.220138.

#### **4.2. Organización administrativa:**

La organización administrativa es el conjunto de métodos y procedimientos puestos en práctica para ordenar, controlar y dirigir una empresa a través de sus departamentos, recursos y procesos, con el fin de alcanzar sus metas u objetivos trazados de antemano. (Raffino, 2020)

En la organización administrativa se presentan los niveles jerárquicos estipulados en los organigramas de la empresa “KAFFE”, los mismos que permitirán una correcta designación de funciones y responsabilidades al personal que labore en la empresa. A continuación, se presentan los 5 niveles jerárquicos que están presentes en la empresa:

##### **4.2.1. Niveles jerárquicos:**

- **Nivel legislativo:**

Este organismo constituye el primer Nivel jerárquico de la empresa, formado principalmente por la Junta General de Accionistas. Las funciones principales son; legislar políticas, crear y normas procedimientos que debe seguir la organización. Así como también realizar reglamentos, decretar resoluciones que permitan el mejor desenvolvimiento administrativo y operacional de la empresa. (Gavilanes, 2016)

La junta general de socios está conformada por la Srta. Karen Gabriela González Caraguay, la Mgs. Martha Janeth Caraguay Márquez y el Sr. Wilmer Ofre González González.

- **Nivel ejecutivo:**

Es el segundo al mando de la organización, es el responsable del manejo de la organización, su función consistente en hacer cumplir las políticas, normas, reglamentos, leyes y procedimientos que disponga el nivel directivo. Así como también planificar, dirigir, organizar, orientar y controlar las tareas administrativas de la empresa. Este nivel, se encarga de manejar planes, programas, métodos y otras técnicas administrativas de alto nivel, en coordinación con el nivel operativo y auxiliares, para su ejecución. Velara el cumplimiento de las leyes y reglamento obligatorios y necesarios para el funcionamiento de la organización. El nivel ejecutivo o directivo es unipersonal, cuando exista un Director o Gerente. (Gavilanes, 2016)

El nivel ejecutivo está conformado por la Srta. Karen Gabriela González Caraguay.

- **Nivel asesor:**

No tiene autoridad en mando, únicamente aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, contable, industrial y demás áreas que tenga que ver con la empresa. (Gavilanes, 2016)

El nivel asesor está conformado por la Abg. Gladys Pangol.

- **Nivel auxiliar o de apoyo:**

Apoya a los otros niveles administrativos, en la prestación de servicios, en forma oportuna y eficiente. (Gavilanes, 2016)

El nivel auxiliar está conformado por la secretaria, la Srta. Briggette Vega y el conserje – guardián el Sr. Sergio Naranjo.

- **Nivel operativo:**

Constituye el nivel más importante de la empresa y es el responsable directo de la ejecución de las actividades básicas de la empresa, siendo el pilar de la producción y comercialización. Tiene el segundo grado de autoridad y es responsable del cumplimiento de las actividades encomendadas a la unidad, bajo su mando puede delegar autoridad, más no responsabilidad. (Gavilanes, 2016)

El departamento de producción está conformado por la jefa de producción la Srta. Arianna Ambuludí y los obreros: la Srta. Gabriela Quezada y el Sr. Yuri Riofrío; el departamento de marketing y ventas lo conforma la Ing. Carolina Guerrero, junto al Ing. Julio Martínez; y el departamento financiero la Srta. Briggette Vega.

#### **4.2.2. Organigramas:**

Se define como la agrupación de la organización mediante la representación gráfica de la estructura, las interrelaciones, obligaciones y autoridad para visualizar la agrupación detallada dentro de ella. (Gavilanes, 2016)

- **Organigrama estructural:**

Se trata de una representación gráfica de la empresa u organización a que se refiera configurada como un diagrama jerárquico y funcional. Es decir, en el que se representan los distintos cargos

de la compañía, comenzando por los más altos. Suelen establecerse bloques según las funciones u otros criterios. (González, 2018) (Ver ilustración N.º 69)

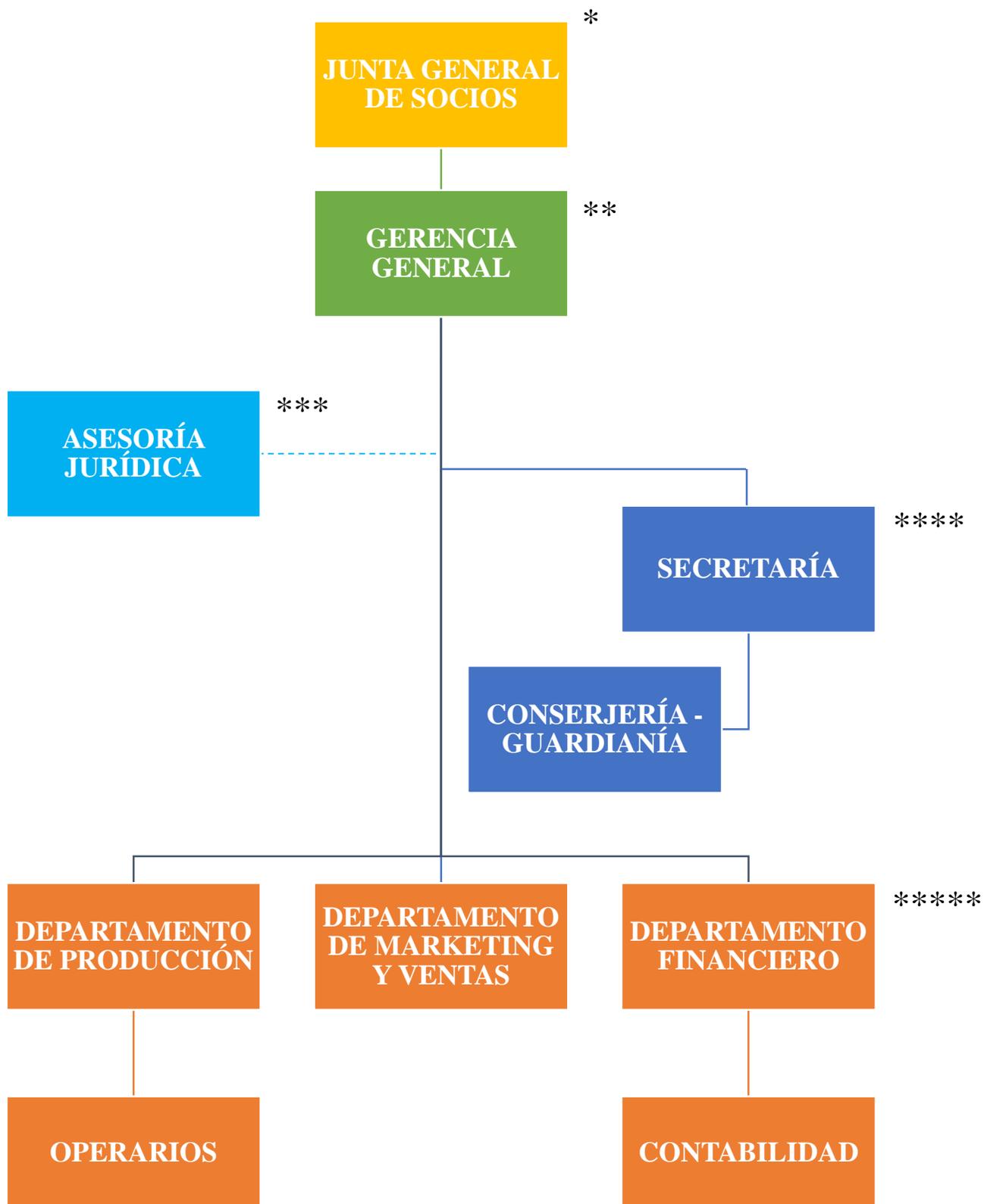
- **Organigrama funcional:**

Se denomina aquel donde las funciones, competencias y atribuciones de cada unidad departamental se encuentran especificadas. Tiene una gran utilidad informativa para cursos de capacitación o para realizar una presentación formal sobre la estructura y funcionamiento de la empresa. (Significados.com, 2015) (Ver ilustración N.º 70)

- **Organigrama posicional:**

Constituye una variación del organigrama estructural y sirve para representar en forma objetiva, la distribución del personal en las diferentes unidades administrativas. Se indica el número de cargos, la denominación del puesto y la clasificación en el caso de haberla. En algunos casos se puede incluir la remuneración de cada puesto y el nombre del empleado que lo desempeña. (Castro, 2013) (Ver ilustración N.º 71)

**Ilustración 69. Organigrama estructural**



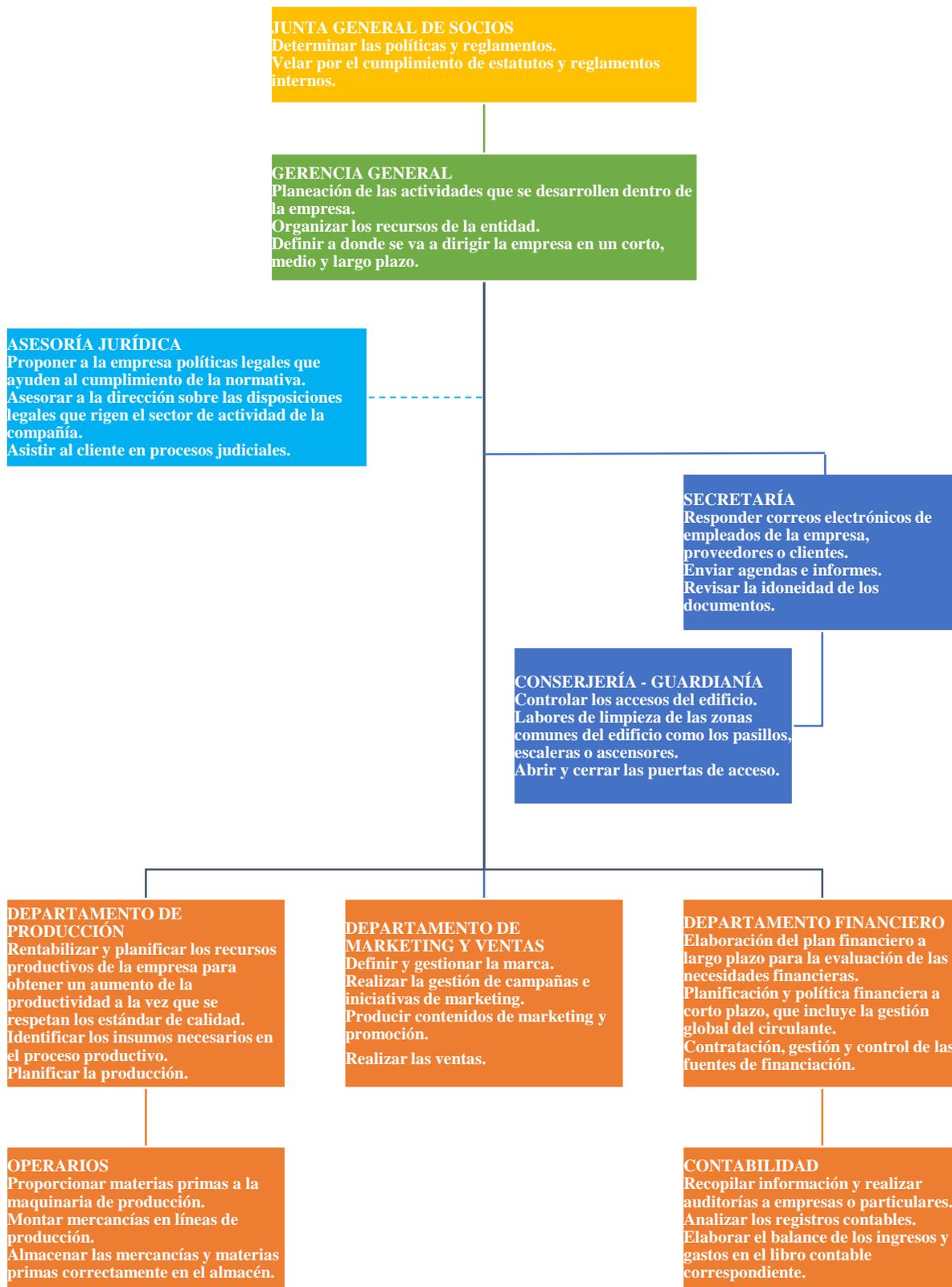
Elaboración: La autora.

**Tabla 50. Simbología organigrama estructural**

<b>SIMBOLOGÍA</b>	
*	Nivel legislativo
**	Nivel ejecutivo
***	Nivel asesor
****	Nivel de apoyo
*****	Nivel operativo
—————	Línea de mando
-----	Línea de asesoría

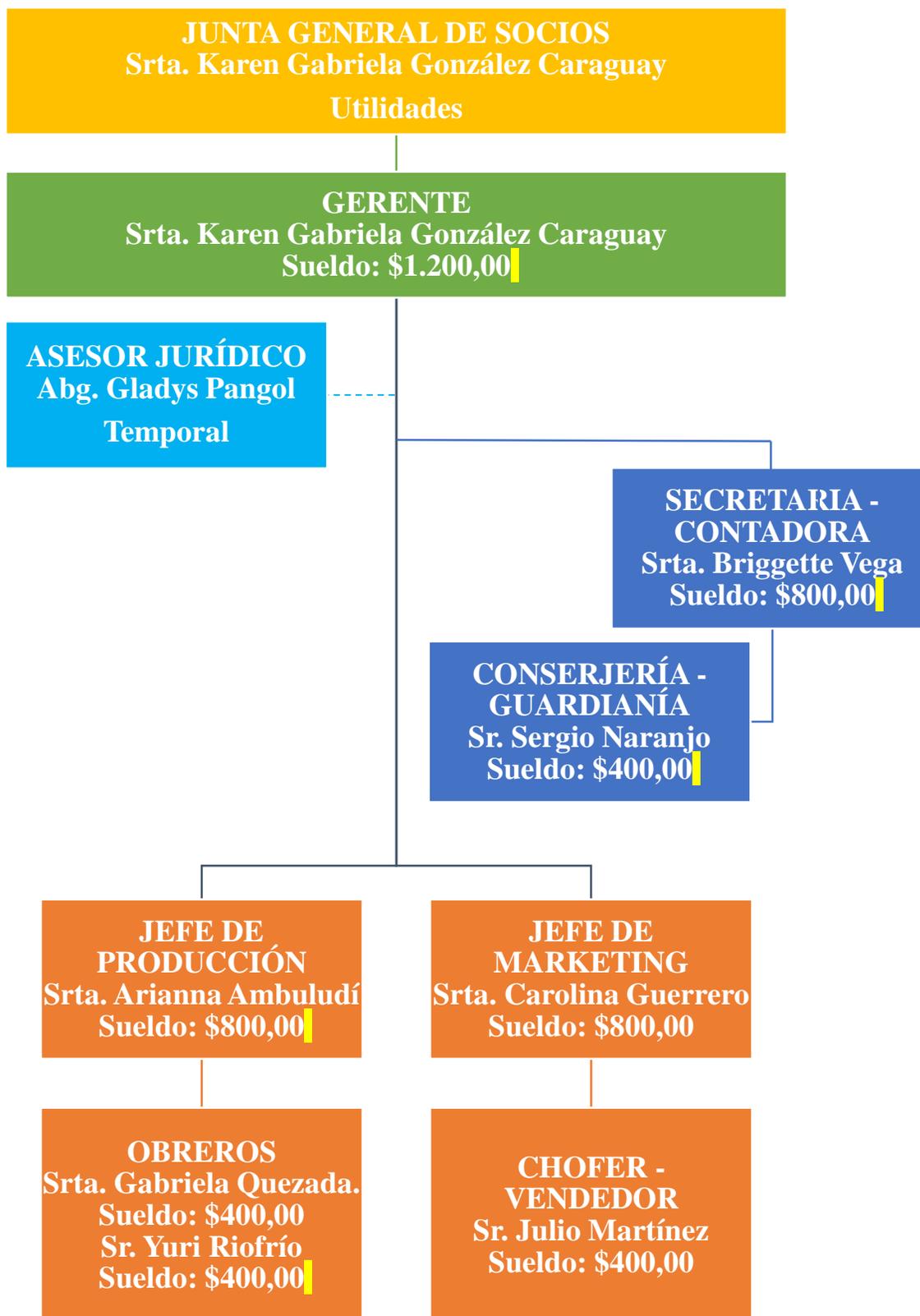
**Elaboración:** La autora.

**Ilustración 70. Organigrama funcional**



Elaboración: La autora.

Ilustración 71. Organigrama posicional



Elaboración: La autora.

**4.3. Manual de funciones:**

El Manual Específico de Funciones y de Competencias Laborales es una herramienta de gestión de talento humano que permite establecer las funciones y competencias laborales de los empleos que conforman la planta de personal de las instituciones públicas; así como los requerimientos de conocimiento, experiencia y demás competencias exigidas para el desempeño de estos.

(Gobierno de Colombia )

**Tabla 51.***Gerente general*

<b>CÓDIGO:</b>	001	
<b>TÍTULO DEL CARGO:</b>	Gerente general.	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>		
<p>Ejecutar eficientemente las funciones administrativas de planeación, programación, organización, integración, dirección y control. Además, debe cumplir y hacer cumplir las leyes, estatutos y reglamentos de la organización y cumplir con responsabilidad las actividades administrativas y decisiones tomadas en la empresa.</p>		
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planeación de las actividades que se desarrollen dentro de la empresa.</li> <li>• Organizar los recursos de la entidad.</li> <li>• Definir a donde se va a dirigir la empresa en un corto, medio y largo plazo.</li> <li>• Fijación de una serie de objetivos que marcan el rumbo y el trabajo de la organización.</li> <li>• Crear una estructura organizacional en función de la competencia, del mercado, de los agentes externo para ser más competitivos y ganar más cuota de mercado</li> <li>• Estudiar los diferentes asuntos financieros, administrativos, de marketing, etcétera.</li> <li>• Hacer de líder de los diversos equipos.</li> </ul>		
<b>INTERFAZ:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todo el personal que labora en la empresa.</li> <li>• Clientes.</li> <li>• Proveedores.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>		
<b>EDUCACIÓN:</b>	Administración de empresas, economía, negocios internacionales o afines.	
<b>EXPERIENCIA:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 años en cargos similares.</li> <li>• Capacidad de liderar.</li> <li>• Capacidad de trabajo en equipo.</li> <li>• Visionario.</li> </ul>	

Elaboración: La autora.

**Tabla 52.***Asesor jurídico*

<b>CÓDIGO:</b>	002	
<b>TÍTULO DEL CARGO:</b>	Asesor jurídico.	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>		
Proponer a la empresa políticas legales que ayuden al cumplimiento de la normativa, asesorar a la dirección sobre las disposiciones legales que rigen el sector de actividad de la compañía.		
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proponer a la empresa políticas legales que ayuden al cumplimiento de la normativa.</li> <li>• Asesorar a la dirección sobre las disposiciones legales que rigen el sector de actividad de la compañía.</li> <li>• Asistir al cliente en procesos judiciales.</li> <li>• Estar al tanto de la entrada en vigor de nuevas normativas.</li> <li>• Emitir informes sobre el cumplimiento de la ley en diferentes departamentos.</li> <li>• Responder ante los requerimientos de las autoridades en materia legal.</li> </ul>		
<b>INTERFAZ:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todo el personal que labora en la empresa.</li> <li>• Clientes.</li> <li>• Proveedores.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>		
<b>EDUCACIÓN:</b>	Jurisprudencia, abogacía o carreras afines. Conocimiento del Código del Trabajo del Ecuador.	
<b>EXPERIENCIA:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 año en puestos similares.</li> <li>• Facilidad de expresión.</li> <li>• Comprensión oral.</li> </ul>	

Elaboración: La autora.

**Tabla 53.***Secretaria - contadora*

<b>CÓDIGO:</b>	003	
<b>TÍTULO DEL CARGO:</b>	Secretaria – contadora.	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>		
<p>Realizar actividades administrativas de archivo, control y elaboración de correspondencia, digitar y registrar las transacciones contables de las operaciones de la compañía. Lleva la contabilidad de la empresa (libros contables), realizar informes para la gerencia y directivos.</p>		
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisar la idoneidad de los documentos de la empresa y enviar agendas e informes.</li> <li>• Responder correos electrónicos de empleados de la empresa, proveedores o clientes.</li> <li>• Llevar un registro efectivo revisando que las reuniones de su jefe están bien programadas y no interfieren con otras obligaciones.</li> <li>• Elaborar el balance de los ingresos y gastos en el libro contable correspondiente.</li> <li>• Garantizar que tanto los ingresos como los egresos de dinero hayan sido registrados.</li> <li>• Verificar que los libros contables cumplan con la legislación aplicable.</li> <li>• Elaborar informes financieros, declaraciones de impuestos, realizar recomendaciones a sus clientes para la reducción de costos.</li> <li>• Identificar las potenciales reducciones y deducibles tributarios.</li> </ul>		
<b>INTERFAZ:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todo el personal que labora en la empresa.</li> <li>• Clientes.</li> <li>• Proveedores.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>		
<b>EDUCACIÓN:</b>	Contador o estudios afines.	
<b>EXPERIENCIA:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 año en cargos similares.</li> <li>• Capacidad de trabajo en equipo.</li> <li>• Proactiva y analítica.</li> <li>• Orientación en servicio al cliente.</li> </ul>	

Elaboración: La autora.

Tabla 54.

*Conserje – guardián*

<b>CÓDIGO:</b>	004	
<b>TÍTULO DEL CARGO:</b>	Conserje – guardián.	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>		
Realizar mantenimiento y seguridad de la empresa, además, vigilar la entrada y salida de cada una de las personas de una edificación de propietarios u oficinas.		
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Labores de vigilancia: Controlar los accesos del edificio.</li> <li>• Labores de limpieza de la empresa.</li> <li>• Según el horario de la empresa, el conserje se encargará de la apertura y cierre de los accesos para tener mayor control en este aspecto.</li> <li>• Sistemas eléctricos: Programar el encendido y apagado de las luces, la calefacción, el aire acondicionado o cualquier sistema que requiera de energía eléctrica en el edificio.</li> <li>• Solucionar averías.</li> <li>• Mantenimiento de jardines.</li> </ul>		
<b>INTERFAZ:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todo el personal que labora en la empresa.</li> <li>• Clientes.</li> <li>• Proveedores.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>		
<b>EDUCACIÓN:</b>	No es obligatorio.	
<b>EXPERIENCIA:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Más de 3 meses en funciones similares.</li> <li>• Organizado.</li> <li>• Proactivo.</li> <li>• Amable.</li> <li>• Puntual.</li> </ul>	

Elaboración: La autora.

**Tabla 55.***Jefe de producción*

<b>CÓDIGO:</b>	005	
<b>TÍTULO DEL CARGO:</b>	Jefe de producción.	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>		
<p>Diseñar y desarrollar el plan de producción, acorde con la capacidad productiva de la empresa, por consiguiente, se debe supervisar y controlar la viabilidad de los planes y procesos de producción.</p>		
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar los insumos necesarios en el proceso productivo y planifica la producción.</li> <li>• Rentabilizar y planificar los recursos productivos de la empresa para obtener un aumento de la productividad a la vez que se respetan los estándar de calidad.</li> <li>• Organizar y hacer seguimiento de la ejecución de todos los trabajos dentro del ciclo de producción garantizando que cumplan con las especificaciones establecidas en el sistema de calidad.</li> <li>• La administración de la producción a través de evaluaciones del proyecto productivo, planificación de la producción, implementación y manejo de recursos; y control de la producción y el diseño y control de la calidad de los procesos mediante determinación de estándares de calidad, su medición y la corrección de desviaciones</li> </ul>		
<b>INTERFAZ:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todo el personal que labora en la empresa.</li> <li>• Clientes.</li> <li>• Proveedores.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>		
<b>EDUCACIÓN:</b>	No es obligatorio.	
<b>EXPERIENCIA:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 año en funciones similares.</li> <li>• Organizado.</li> <li>• Proactivo.</li> <li>• Líder de equipo.</li> </ul>	

Elaboración: La autora.

**Tabla 56.***Jefe de marketing*

<b>CÓDIGO:</b>	006	
<b>TÍTULO DEL CARGO:</b>	Jefe de marketing.	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>		
<p>Gestionar la marca y su difusión por los principales canales de comunicación, crea contenido para la página web y redes sociales. Crea una red de contactos y clientes para la venta del producto.</p>		
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir y gestionar la marca.</li> <li>• Realizar la gestión de campañas e iniciativas de marketing.</li> <li>• Producir contenidos de marketing y promoción.</li> <li>• Crear contenidos que ayuden a la optimización del motor de búsqueda para el sitio web corporativo.</li> <li>• Seguir y gestionar las redes sociales.</li> <li>• Producir comunicaciones internas.</li> <li>• Servir como enlace con los medios.</li> <li>• Crear una base de datos de clientes.</li> </ul>		
<b>INTERFAZ:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todo el personal que labora en la empresa.</li> <li>• Clientes.</li> <li>• Proveedores.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>		
<b>EDUCACIÓN:</b>	Estudios en marketing, diseño gráfico o estudios afines.	
<b>EXPERIENCIA:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 año en funciones similares.</li> <li>• Creativo.</li> <li>• Proactivo.</li> <li>• Innovador.</li> <li>• Visionario.</li> </ul>	

**Elaboración:** La autora.

Tabla 57.

*Obreros*

<b>CÓDIGO:</b>	007	
<b>TÍTULO DEL CARGO:</b>	Obreros.	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>		
Manipulación de la materia prima y la maquinaria para el proceso productivo, transporte y almacenamiento de cajas.		
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proporcionar materias primas a la maquinaria de producción.</li> <li>• Montar mercancías en líneas de producción.</li> <li>• Supervisar el proceso de producción.</li> <li>• Llevar a cabo controles básicos de calidad y pruebas.</li> <li>• Almacenar las mercancías y materias primas correctamente en el almacén.</li> <li>• Embalar las mercancías a enviar.</li> <li>• Mantener las áreas de trabajo y el equipo en buen estado.</li> </ul>		
<b>INTERFAZ:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todo el personal que labora en la empresa.</li> <li>• Clientes.</li> <li>• Proveedores.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>		
<b>EDUCACIÓN:</b>	Bachillerato.	
<b>EXPERIENCIA:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1 año en funciones similares.</li> <li>• Organizado.</li> <li>• Puntual.</li> <li>• Ágil.</li> </ul>	

Elaboración: La autora.

**Tabla 58.***Chofer - vendedor*

<b>CÓDIGO:</b>	008	
<b>TÍTULO DEL CARGO:</b>	Chofer – vendedor.	
<b>NATURALEZA DEL TRABAJO:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo del vehículo de la empresa para la venta y distribución de los productos con diligencia a nuestros clientes.</li> </ul>		
<b>FUNCIONES TÍPICAS:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cargar los paquetes a ser entregados.</li> <li>• Establecer la ruta más eficiente para realizar la entrega de paquetes.</li> <li>• Inspeccionar el vehículo antes de su salida.</li> <li>• Conducir el vehículo siguiendo las rutas preestablecidas, respetando las leyes de tránsito.</li> <li>• Entregar paquetes.</li> <li>• Llevar un registro de los paquetes entregados.</li> <li>• Reportar emergencias, retrasos o accidentes.</li> <li>• Realizar reparaciones menores en el vehículo.</li> </ul>		
<b>INTERFAZ:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todo el personal que labora en la empresa.</li> <li>• Clientes.</li> <li>• Proveedores.</li> </ul>		
<b>REQUISITOS MÍNIMOS:</b>		
<b>EDUCACIÓN:</b>	Licencia de conducción profesional.	
<b>EXPERIENCIA:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Más de 3 meses en cargos similares.</li> <li>• Organizado.</li> <li>• Puntual.</li> <li>• Amable.</li> <li>• Orientación en servicio al cliente.</li> </ul>	

Elaboración: La autora.

## **Capítulo V**

### **Estudio financiero**

Es 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 que nos interesa es viable en términos de rentabilidad económica. Por ello, el estudio financiero se convierte en una parte fundamental en cualquier proyecto de inversión. (OBS, 2020)

En el presente capítulo se detalla el plan de inversión del proyecto, en el que se incluyen todos los requerimientos de inversión necesarias para la puesta en marcha de la empresa, se incluyen las inversiones tanto en construcción, como en maquinaria y equipos, además, la materia prima y pago del personal que labora en la empresa.

#### **5.1. Inversiones**

Es un término económico que hace referencia a la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancias. (Bembibre, 2009)

##### **5.1.1. Inversión en activos fijos**

Se define como la inversión en los activos de la empresa que se utilizan en la actividad empresarial y que no se han adquirido con intención de venta. (Tolle, 2016)

### 5.1.1.1.Terreno:

Involucra el costo por el lugar en dónde se construirá la planta productiva. En este caso se requiere un espacio de 300 m<sup>2</sup> para poder distribuir todas las áreas necesarias de la empresa. El m<sup>2</sup> está cotizado en \$22,00 en el sector de San Pedro de Vilcabamba, obteniendo así un valor total de \$6.600,00.

**Tabla 59.**

#### *Terreno*

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Terreno	300 m <sup>2</sup>	\$ 22,00	\$ 6.600,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 22,00</b>	<b>\$ 6.600,00</b>

Elaboración: La autora.

### 5.1.1.2.Construcción:

Comprende el gasto de la construcción de toda la empresa, incluyendo las áreas administrativas, de producción, almacenamiento, servicios higiénicos y zonas de uso común. El área constituye un total de 300 m<sup>2</sup>, el mismo que tiene un valor de \$15.000,00. La construcción se deprecia en al 5% anual. Todos los detalles de la construcción se mencionan a continuación:

**Tabla 60.**

#### *Construcción*

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD EN M2</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Área Administrativa	35	\$ 40,00	\$ 1.400,00
Área de Producción	145	\$ 45,00	\$ 6.525,00
Área de Almacenamiento (Bodega)	30	\$ 30,00	\$ 900,00
Área Verde	35	\$ 15,00	\$ 525,00
Parqueadero	25	\$ 15,00	\$ 375,00
Servicios Higiénicos	15	\$ 15,00	\$ 225,00
Pasillos	15	\$ 10,00	\$ 150,00
<b>TOTAL</b>	<b>300</b>		<b>\$ 10.100,00</b>

Elaboración: La autora.

**Tabla 61.***Depreciación construcción*

Valor del activo		\$ 10.100,00		Depreciación		5,00%	
Años de vida útil		20		Depreciación		5,00%	
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL		DEPRECIACIÓN		VALOR ACTUAL	
0	\$ 10.100,00	\$ 505,00		\$ 479,75		\$ 9.595,00	
1	\$ 9.595,00			\$ 479,75		\$ 9.115,25	
2	\$ 9.115,25			\$ 479,75		\$ 8.635,50	
3	\$ 8.635,50			\$ 479,75		\$ 8.155,75	
4	\$ 8.155,75			\$ 479,75		\$ 7.676,00	
5	\$ 7.676,00			\$ 479,75		\$ 7.196,25	
6	\$ 7.196,25			\$ 479,75		\$ 6.716,50	
7	\$ 6.716,50			\$ 479,75		\$ 6.236,75	
8	\$ 6.236,75			\$ 479,75		\$ 5.757,00	
9	\$ 5.757,00			\$ 479,75		\$ 5.277,25	
10	\$ 5.277,25			\$ 479,75		\$ 4.797,50	
11	\$ 4.797,50			\$ 479,75		\$ 4.317,75	
12	\$ 4.317,75			\$ 479,75		\$ 3.838,00	
13	\$ 3.838,00			\$ 479,75		\$ 3.358,25	
14	\$ 3.358,25			\$ 479,75		\$ 2.878,50	
15	\$ 2.878,50			\$ 479,75		\$ 2.398,75	
16	\$ 2.398,75			\$ 479,75		\$ 1.919,00	
17	\$ 1.919,00			\$ 479,75		\$ 1.439,25	
18	\$ 1.439,25			\$ 479,75		\$ 959,50	
19	\$ 959,50			\$ 479,75		\$ 479,75	
20	\$ 479,75			\$ 479,75		\$ -	

Elaboración: La autora.

**5.1.1.3. Maquinaria:**

La maquinaria necesaria para la producción del café en té consiste en un tostador de café industrial, un molino industrial para café y tres balanzas digitales profesionales, los mismos que ascienden a un valor de \$860,00, y se deprecian a un 10% anual como se detalla a continuación:

**Tabla 62.***Maquinaria*

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Tostador de café industrial	1	\$ 390,00	\$ 390,00
Molino industrial para café	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Balanza digital profesional	3	\$ 20,00	\$ 60,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 860,00</b>	<b>\$ 900,00</b>

Elaboración: La autora.

**Tabla 63.***Depreciación maquinaria*

<b>Valor del activo</b>		\$ 900,00			
<b>Años de vida útil</b>		10		<b>Depreciación</b>	
				10,00%	
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR DEL ACTIVO</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>	<b>VALOR ACTUAL</b>	
0	\$ 900,00	\$ 90,00	\$ 81,00	\$ 810,00	
1	\$ 810,00		\$ 81,00	\$ 729,00	
2	\$ 729,00		\$ 81,00	\$ 648,00	
3	\$ 648,00		\$ 81,00	\$ 567,00	
4	\$ 567,00		\$ 81,00	\$ 486,00	
5	\$ 486,00		\$ 81,00	\$ 405,00	
6	\$ 405,00		\$ 81,00	\$ 324,00	
7	\$ 324,00		\$ 81,00	\$ 243,00	
8	\$ 243,00		\$ 81,00	\$ 162,00	
9	\$ 162,00		\$ 81,00	\$ 81,00	
10	\$ 81,00		\$ 81,00	\$ -	

Elaboración: La autora.

**5.1.1.4.Herramientas, muebles y enseres de producción:**

Las herramientas, muebles y enseres de producción son muy importantes en el proceso de elaboración del café en té, en el presente proyecto tienen un valor total de \$753,00 los mismos que se deprecian en un 10% al año y se mencionan en las siguientes tablas:

**Tabla 64.***Herramientas, muebles y enseres de producción*

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Mesa de acero inoxidable	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Tanque Rotoplas	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Percha metálica	3	\$ 125,00	\$ 375,00
Tazón de acero inoxidable	3	\$ 13,00	\$ 39,00
Bandeja de acero inoxidable	3	\$ 17,00	\$ 51,00
Juego de cucharas medidoras	1	\$ 8,00	\$ 8,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 353,00</b>	<b>\$ 753,00</b>

Elaboración: La autora.

**Tabla 65.***Depreciación herramientas, muebles y enseres de producción*

<b>Valor del activo</b>		\$ 763,00			
<b>Años de vida útil</b>		10		<b>Depreciación</b>	
				10,00%	
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR DEL ACTIVO</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>	<b>VALOR ACTUAL</b>	
0	\$ 763,00	\$ 76,30	\$ 68,67	\$ 686,70	
1	\$ 686,70		\$ 68,67	\$ 618,03	
2	\$ 618,03		\$ 68,67	\$ 549,36	
3	\$ 549,36		\$ 68,67	\$ 480,69	
4	\$ 480,69		\$ 68,67	\$ 412,02	
5	\$ 412,02		\$ 68,67	\$ 343,35	
6	\$ 343,35		\$ 68,67	\$ 274,68	
7	\$ 274,68		\$ 68,67	\$ 206,01	
8	\$ 206,01		\$ 68,67	\$ 137,34	
9	\$ 137,34		\$ 68,67	\$ 68,67	
10	\$ 68,67		\$ 68,67	\$ -	

Elaboración: La autora.

**5.1.1.5. Equipos de oficina:**

El equipo de oficina tiene un valor total de \$95,00; los mismos que se deprecian al 10% anual, se encuentran los escritorios, sillas, teléfono, etc. Los detalles del equipo de oficina, se lo puede apreciar en la siguiente tabla:

**Tabla 66.***Equipos de oficina*

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Teléfono con 3 extensiones	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Calculadora científica	1	\$ 15,00	\$ 15,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 95,00</b>	<b>\$ 95,00</b>

Elaboración: La autora.

**Tabla 67.***Depreciación equipos de oficina*

<b>Valor del activo</b>		\$ 95,00		<b>Depreciación</b>		10,00%	
<b>Años de vida útil</b>		10		<b>DEPRECIACIÓN</b>		<b>VALOR ACTUAL</b>	
<b>AÑOS</b>	<b>VALOR DEL ACTIVO</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>	<b>VALOR ACTUAL</b>	<b>VALOR ACTUAL</b>
0	\$ 95,00	\$ 9,50	\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 85,50	\$ 85,50
1	\$ 85,50		\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 76,95	\$ 76,95
2	\$ 76,95		\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 68,40	\$ 68,40
3	\$ 68,40		\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 59,85	\$ 59,85
4	\$ 59,85		\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 51,30	\$ 51,30
5	\$ 51,30		\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 42,75	\$ 42,75
6	\$ 42,75		\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 34,20	\$ 34,20
7	\$ 34,20		\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 25,65	\$ 25,65
8	\$ 25,65		\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 17,10	\$ 17,10
9	\$ 17,10		\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 8,55
10	\$ 8,55		\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 0,00	\$ 0,00

Elaboración: La autora.

**5.1.1.6. Equipos de computación:**

En los equipos de computación, se encuentran las computadoras con su respectiva impresora, la depreciación en este caso es del 33,33% anual, por lo tanto, tienen una vida útil de 3 años, es por ello por lo que la empresa realiza una reinversión para el año 4, de los mismos equipos. El precio de las computadoras, para el año 4 se calculó tomando en cuenta el último valor de inflación presentado por el Banco Central del Ecuador, el mismo que corresponde al -0,91% para el año 2020. El detalle se menciona en las siguientes tablas:

**Tabla 68.***Equipos de computación*

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Computadora con impresora	4	\$ 600,00	\$ 2.400,00
<b>Subtotal</b>			\$ 2.400,00
Computadora con impresora reinversión	4	\$ 594,54	\$ 2.378,16
<b>Subtotal</b>			\$ 2.378,16
<b>TOTAL</b>		\$ 1.194,54	\$ 4.778,16

Elaboración: La autora.

**Tabla 69.***Depreciación 1 equipos de computación*

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR DEL ACTIVO</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>	<b>VALOR ACTUAL</b>
<b>Valor del activo</b>	\$ 2.400,00			
<b>Años de vida útil</b>		3	<b>Depreciación</b>	33,33%
0	\$ 2.400,00	\$ 800,00	\$ 533,33	\$ 1.600,00
1	\$ 1.600,00		\$ 533,33	\$ 1.066,67
2	\$ 1.066,67		\$ 533,33	\$ 533,33
3	\$ 533,33		\$ 533,33	\$ -

Elaboración: La autora.

**Tabla 70.***Depreciación 2 equipos de computación*

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR DEL ACTIVO</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>	<b>VALOR ACTUAL</b>
<b>Valor del activo</b>	\$ 2.378,16			
<b>Años de vida útil</b>		3	<b>Depreciación</b>	33,33%
0	\$ 2.378,16	\$ 792,72	\$ 528,48	\$ 1.585,44
4	\$ 1.585,44		\$ 528,48	\$ 1.056,96
5	\$ 1.056,96		\$ 528,48	\$ 528,48
6	\$ 528,48		\$ 528,48	\$ -

Elaboración: La autora.

**5.1.1.7. Muebles y enseres de administración:**

Los muebles y enseres de administración necesarios en la empresa tienen un valor total de

\$1190,00, se pueden encontrar los escritorios, sillas y archivadores. La depreciación de los presentes artículos es del 10% anual. Todos los detalles se muestran en las siguientes tablas:

**Tabla 71.**

*Muebles y enseres de administración*

<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Escritorio ejecutivo	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Escritorio sencillo	4	\$ 80,00	\$ 320,00
Sillas giratorias	5	\$ 50,00	\$ 250,00
Sillas	12	\$ 15,00	\$ 180,00
Archivador	4	\$ 80,00	\$ 320,00
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 345,00</b>	<b>\$ 1.190,00</b>

Elaboración: La autora.

**Tabla 72.**

*Depreciación muebles y enseres de administración*

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR DEL ACTIVO</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>	<b>VALOR ACTUAL</b>
	<b>Valor del activo</b>	\$ 1.190,00		
	<b>Años de vida útil</b>	10	<b>Depreciación</b>	10,00%
0	\$ 1.190,00	\$ 119,00	\$ 107,10	\$ 1.071,00
1	\$ 1.071,00		\$ 107,10	\$ 963,90
2	\$ 963,90		\$ 107,10	\$ 856,80
3	\$ 856,80		\$ 107,10	\$ 749,70
4	\$ 749,70		\$ 107,10	\$ 642,60
5	\$ 642,60		\$ 107,10	\$ 535,50
6	\$ 535,50		\$ 107,10	\$ 428,40
7	\$ 428,40		\$ 107,10	\$ 321,30
8	\$ 321,30		\$ 107,10	\$ 214,20
9	\$ 214,20		\$ 107,10	\$ 107,10
10	\$ 107,10		\$ 107,10	\$ -

Elaboración: La autora.

**5.1.1.8.Vehículo:**

En la empresa se contará con un vehículo tipo camioneta, modelo Chevrolet LUV CD, que ayudará en el transporte de los productos a los diferentes puntos de venta. El valor del vehículo

es de \$9900,00, el mismo que es un bien que se deprecia al 20% anual.

**Tabla 73.**

*Vehículo*

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Camioneta D-Max High Power 2020	1	\$ 27.999,00	\$ 27.999,00
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 27.999,00</b>	<b>\$ 27.999,00</b>

Elaboración: La autora.

**Tabla 74.**

*Depreciación vehículo*

Valor del activo		\$	9.900,00		
Años de vida útil			5	Depreciación	20,00%
AÑOS	VALOR DEL ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL	
0	\$ 9.900,00	\$ 1.980,00	\$ 1.584,00	\$ 7.920,00	
1	\$ 7.920,00		\$ 1.584,00	\$ 6.336,00	
2	\$ 6.336,00		\$ 1.584,00	\$ 4.752,00	
3	\$ 4.752,00		\$ 1.584,00	\$ 3.168,00	
4	\$ 3.168,00		\$ 1.584,00	\$ 1.584,00	
5	\$ 1.584,00		\$ 1.584,00	\$ -	

Elaboración: La autora.

#### 5.1.1.9. Resumen de depreciaciones de activos fijos

Los activos fijos ascienden a un valor total de \$34326,16, con una depreciación anual total de todos los activos de \$3390,88, finalmente el valor de salvamento es de \$9051,33.

**Tabla 75.***Resumen de depreciaciones de activos fijos*

<b>ACTIVOS</b>	<b>VALOR DEL ACTIVO</b>	<b>AÑOS</b>	<b>VALOR RESIDUAL</b>	<b>DEPRECIACIÓN</b>	<b>VALOR SALVAMENTO</b>
Terreno	\$6.600,00	N.D.	\$-	\$-	\$-
Edificio	\$10.100,00	20	\$505,00	\$479,75	\$7.196,25
Maquinaria y equipo	\$900,00	10	\$90,00	\$81,00	\$405,00
Herramientas, muebles y enseres de producción	\$763,00	10	\$76,30	\$68,67	\$343,35
Equipo de oficina	\$95,00	10	\$9,50	\$8,55	\$42,75
Equipo de computación	\$2.400,00	3	\$800,00	\$533,33	\$-
Equipo de computación reinversión	\$2.378,16	3	\$792,72	\$528,48	\$528,48
Muebles y enseres de administración	\$1.190,00	10	\$119,00	\$107,10	\$535,50
Vehículo	\$9.900,00	5	\$1.980,00	\$1.584,00	\$-
<b>TOTAL</b>	<b>\$34.326,16</b>		<b>\$4.372,52</b>	<b>\$3.390,88</b>	<b>\$9.051,33</b>

Fuente: Tabla 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73 y 74.

Elaboración: La autora.

**5.1.1.10. Resumen de activos fijos**

En la siguiente tabla se resumen los activos fijos con su valor de inversión para la empresa.

**Tabla 76.***Resumen de activos fijos*

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Terreno	\$ 6.600,00
Edificio	\$ 10.100,00
Maquinaria y equipo	\$ 900,00
Herramientas, muebles y enseres de producción	\$ 763,00
Equipo de oficina	\$ 95,00
Equipo de computación	\$ 2.400,00
Equipo de computación reinversión	\$ 2.378,16
Muebles y enseres de administración	\$ 1.190,00
Vehículo	\$ 9.900,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 34.326,16</b>

Fuente: Tabla 75.

Elaboración: La autora.

### 5.1.2. Inversión en activos diferidos

Un activo diferido es como se conoce a aquel bien o servicio por el que ya se ha realizado un pago, pero del que no se ha disfrutado su uso. Se trata de una importante manera de no alterar la realidad contable de una empresa en cada periodo. (Sánchez J. , 2020)

En la inversión en activos diferidos se encuentran los servicios o derechos que se requieren para el funcionamiento normal de la empresa, los mismos que solo se registran en la parte preoperativa, o correspondiente al año 0.

Los valores propuestos son referenciales, en base a la información proporcionada por el Sr. Hubert Ontaneda propietario de Soul Coffee Roasters Ec. En el Municipio de la Ciudad de Loja, manifestaron que los valores exactos se dan en base a las declaraciones realizadas.

En el permiso de funcionamiento se considera la obtención del RUC, el permiso de los bomberos, la compra de hojas valoradas y el registro en el Municipio de la Ciudad de Loja.

**Tabla 77.**

*Activos diferidos*

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
Estudio preliminar	\$ 100,00
Constitución legal	\$ 200,00
Permiso de funcionamiento	\$ 300,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 600,00</b>

Elaboración: La autora.

**Tabla 78.***Amortización*

DESCRIPCIÓN	VALOR DEL ACTIVO	PERIODO DE RECUPERACIÓN	AÑOS				
			1	2	3	4	5
Activo diferido	\$ 600,00	5	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00

Fuente: Tabla 77.

Elaboración: La autora.

La amortización se la realiza para el periodo de 5 años que dura el proyecto, por lo que se divide el valor total del activo diferido correspondiente a \$600,00, para la duración, obteniendo así el resultado de \$120,00 para cada año.

**5.1.3. Inversión en activo circulante o capital de trabajo**

Se considera como aquellos recursos disponibles de forma inmediata o en el corto plazo que requiere la empresa para poder operar. En este sentido el capital de trabajo es lo que comúnmente conocemos como activo corriente como efectivo, inversiones a corto plazo, cartera e inventarios. (Gerencie, 2020)

En la inversión del capital de trabajo se considera la materia prima directa e indirecta, mano de obra directa e indirecta, servicios básicos de administración y de la planta de producción, la indumentaria del personal, los sueldos y salarios administrativos y para el personal de ventas, los suministros de oficina, útiles de aseo, la publicidad, combustibles y mantenimiento del vehículo de la empresa.

### 5.1.3.1. Materia prima directa

Corresponde al material que se transformará para llegar al producto final, en este caso corresponde a los granos de café pelado. Al año se producirán 645120 cajas de café en té de 25 sobres, con un total de 100 gr de café, por lo tanto, se necesitarán 64512000 gr de materia prima o lo que sería igual a 646 quintales de café. Cada quintal contiene 100000 gramos, por lo que con cada quintal abastece a 1000 cajas de café. El quintal de granos de café pelado cuesta \$150,00, obteniendo así un valor mensual de \$8075,00 y anual de \$96900,00.

**Tabla 79.**

#### *Materia prima directa*

ESPECIFICACIONES	CANTIDAD ANUAL	AÑO 1 (645120 cajas 100gr)		PRECIO ANUAL
		PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	
Grano de café pelado (quintal)	646	\$ 150,00	\$ 8.075,00	\$ 96.900,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 8.075,00</b>	<b>\$ 96.900,00</b>

Elaboración: La autora.

**Tabla 80.**

#### *Incremento materia prima directa*

AÑOS	VALOR TOTAL
	-0,91%
<b>1</b>	\$ 96.900,00
<b>2</b>	\$ 96.018,21
<b>3</b>	\$ 95.144,44
<b>4</b>	\$ 94.278,63
<b>5</b>	\$ 93.420,69

Fuente: Tabla 79.

Elaboración: La autora.

La proyección de los siguientes años se la realiza en base al porcentaje de inflación anual obtenida del Banco Central del Ecuador, correspondiente al -0,91%, siendo esta cantidad un

valor negativo, lo que indica que los precios se deducirán para los siguientes años.

### 5.1.3.2. Mano de obra directa

La mano de obra directa corresponde a los obreros que se dedican a transformar la materia prima en el producto terminado. En la elaboración de café en té se requieren 2 obreros, los mismos que obtienen una remuneración correspondiente al salario básico, con los beneficios que exige la ley, como se presenta a continuación:

**Tabla 81.**

*Mano de obra directa*

<b>RUBROS</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO OBREROS</b>	
Sueldo Básico Unificado	\$	400,00
Décimo Tercero	\$	33,33
Décimo Cuarto Sueldo	\$	33,33
Vacaciones	\$	16,67
Aporte Patronal 12,15%	\$	48,60
Fondos de reserva 8,33%	\$	33,32
<b>TOTAL REMUNERACIÓN</b>	<b>\$</b>	<b>565,25</b>
# de empleados		2
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$</b>	<b>1.130,51</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$</b>	<b>13.566,08</b>

Elaboración: La autora.

El décimo tercer se obtiene al dividir el sueldo a pagar para 12 (meses); para el décimo cuarto sueldo se divide el valor del salario básico en Ecuador, el mismo que es de \$400,00 para 12 (meses); las vacaciones se calculan dividiendo el sueldo a pagar para 12 (meses); el aporte patronal corresponde al 12,15% del sueldo y los fondos de reserva son del 8,33% del sueldo; finalmente se realiza la suma de todos los valores para obtener el total de la remuneración.

La remuneración mensual de los 2 obreros es de \$1130,51, por lo tanto, al año es de

\$13566,08. El incremento de la mano de obra directa se la realiza en base al total anual y el valor de inflación anual obtenida del Banco Central del Ecuador, correspondiente a -0,91%, como se muestra a continuación:

**Tabla 82.**

*Incremento mano de obra directa*

AÑOS	VALOR TOTAL OBREROS
	-0,91%
1	\$ 13.566,08
2	\$ 13.442,63
3	\$ 13.320,30
4	\$ 13.199,09
5	\$ 13.078,97

Fuente: Tabla 81.

Elaboración: La autora.

### **5.1.3.3. Materia prima indirecta**

Son aquellos materiales que complementan a la materia prima para la elaboración del producto final, en este caso, se requieren bolsas de té con cordón para envasar el café y la caja de cartón para guardar las 25 bolsas de té.

La materia prima indirecta se compra al precio por mayor, siendo así el precio de las bolsas de té con cordón de \$0,01 y las cajas de cartón de \$0,05. Se necesitan 16128000 unidades de bolsas de té con cordón, ya que cada caja contiene 25 unidades y se producen 645120 cajas anuales, por lo tanto  $645120 * 25 = 16128000$ .

**Tabla 83.***Materia prima indirecta*

ESPECIFICACIONES	CANTIDAD ANUAL	AÑO 1 (645120 cajas 100gr)		
		PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Bolsas de té con cordón (precio por mayor)	16128000	\$ 0,01	\$ 13.440,00	\$161.280,00
Cajas de cartón (precio por mayor)	645120	\$ 0,05	\$ 2.688,00	\$ 32.256,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 0,06</b>	<b>\$ 16.128,00</b>	<b>\$193.536,00</b>

Elaboración: La autora.

El valor anual de la materia prima indirecta es de \$193536,00, el mismo que se proyecta para los siguientes años de vida del proyecto en base a la tasa de inflación del -0,91%.

**Tabla 84.***Incremento materia prima indirecta*

AÑOS	VALOR TOTAL
	-0,91%
1 \$	193.536,00
2 \$	191.774,82
3 \$	190.029,67
4 \$	188.300,40
5 \$	186.586,87

Fuente: Tabla 83.

Elaboración: La autora.

**5.1.3.4.Mano de obra indirecta**

Figura el personal que interviene indirectamente en el proceso de producción. En el proyecto se establece 1 empleado en este rango, siendo el jefe de producción el encargado de ayudar en la elaboración del café en té. Su sueldo básico es de \$800,00, más los beneficios de ley como el décimo tercer y cuarto sueldo, aporte patronal, etc.

**Tabla 85.***Mano de obra indirecta*

<b>RUBROS</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	
	<b>JEFE DE PRODUCCIÓN</b>	
Sueldo Básico Unificado	\$	800,00
Décimo Tercero	\$	66,67
Décimo Cuarto Sueldo	\$	33,33
Vacaciones	\$	33,33
Aporte Patronal 12,15%	\$	97,20
Fondos de reserva 8,33%	\$	66,64
<b>TOTAL REMUNERACIÓN</b>	<b>\$</b>	<b>1.097,17</b>
# de empleados		1
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$</b>	<b>1.097,17</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$</b>	<b>13.166,08</b>

Elaboración: La autora.

El pago anual para el jefe de producción es de \$13166,08, el mismo que se proyecta para los años próximos del proyecto, usando la tasa de inflación anual del -0,91%, obteniendo los siguientes valores:

**Tabla 86.***Incremento mano de obra indirecta*

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	
	<b>JEFE DE PRODUCCIÓN</b>	
		-0,91%
1	\$	13.166,08
2	\$	13.046,27
3	\$	12.927,55
4	\$	12.809,91
5	\$	12.693,34

Fuente: Tabla 85.

Elaboración: La autora.

### 5.1.3.5. Servicios básicos de administración

En los servicios básicos para el área administrativa, se reduce al consumo de agua potable, energía eléctrica, línea telefónica e internet, como se detallan a continuación:

**Tabla 87.**

*Servicios básicos de administración*

<b>ESPECIFICACIONES</b>	<b>CONSUMO MENSUAL</b>	<b>CONSUMO ANUAL</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO MENSUAL</b>	<b>PRECIO ANUAL</b>
Agua potable m <sup>3</sup>	15	180	\$ 0,86	\$ 12,90	\$154,80
Energía eléctrica kW/h	40	480	\$ 0,15	\$ 4,80	\$ 57,60
Teléfono fijo (plan)	1	12	\$ 8,95	\$ 8,95	\$107,40
Internet (plan)	1	12	\$ 39,99	\$ 39,99	\$479,88
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 66,64</b>	<b>\$799,68</b>

Elaboración: La autora.

El valor total mensual de los servicios básicos de administración asciende a \$66,64, y el anual a \$799,68. Su previsión se realiza en base a la tasa de inflación anual del -0,91%, como se muestra a continuación para los demás años:

**Tabla 88.**

*Incremento servicios básicos de administración*

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
	-0,91%
1 \$	823,68
2 \$	816,18
3 \$	808,76
4 \$	801,40
5 \$	794,10

Fuente: Tabla 87.

Elaboración: La autora.

### 5.1.3.6. Servicios básicos de la planta de producción

Los servicios básicos de la planta de producción son agua potable y energía eléctrica. Mayormente se registra un consumo de energía eléctrica por el uso de la tostadora y el molino industrial, como maquinaria principal para la elaboración del café en té. El detalle de los precios unitarios, mensuales y anuales se presentan en la siguiente tabla:

**Tabla 89.**

*Servicios básicos de la planta de producción*

<b>ESPECIFICACIONES</b>	<b>CONSUMO MENSUAL</b>	<b>CONSUMO ANUAL</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO MENSUAL</b>	<b>PRECIO ANUAL</b>
Agua potable m <sup>3</sup>	17	204	\$ 0,86	\$ 14,62	\$ 175,44
Energía eléctrica kW/h	100	1020	\$ 0,12	\$ 12,00	\$ 144,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 26,62</b>	<b>\$ 319,44</b>

Elaboración: La autora.

El valor total de los servicios básicos de la planta de producción mensualmente es de 26,62 y anual de \$319,44. El valor anual se utiliza para calcular el incremento para los siguientes años de vida del proyecto, se usa la tasa de inflación del -0,91%.

**Tabla 90.**

*Incremento servicios básicos de la planta de producción*

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
	-0,91%
1 \$	319,44
2 \$	316,53
3 \$	313,65
4 \$	310,80
5 \$	307,97

Fuente: Tabla 89.

Elaboración: La autora.

### 5.1.3.7. Indumentaria del personal

Corresponden a los implementos necesarios para que la mano de obra directa, obreros, e indirecta, jefe de producción, realicen las actividades productivas de forma adecuada.

La indumentaria contempla gorros, guantes y mascarillas descartables, los mismos que son de un solo uso y ayudan a que se lleve una correcta higiene dentro de la empresa, especialmente en la zona de producción. Además, se usan delantales para proteger a los empleados.

**Tabla 91.**

#### *Indumentaria del personal*

<b>ESPECIFICACIONES</b>	<b>CONSUMO MENSUAL</b>	<b>CONSUMO ANUAL</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO MENSUAL</b>	<b>PRECIO ANUAL</b>
Gorro desechable x 100	1	7	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 35,00
Guantes x 100	1	7	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 49,00
Mascarillas x 50	1	12	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 60,00
Delantales	3	6	\$ 5,00	\$ 15,00	\$ 30,00
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 20,00</b>	<b>\$ 90,00</b>

Elaboración: La autora.

La indumentaria del personal cuesta de forma anual \$90,00 a la empresa, el mismo valor que se proyecta para los siguientes años, con la tasa de inflación del -0,91%.

**Tabla 92.***Incremento indumentaria de personal*

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
	-0,91%
1 \$	90,00
2 \$	89,18
3 \$	88,37
4 \$	87,57
5 \$	86,77

**Fuente:** Tabla 91.

**Elaboración:** La autora.

**5.1.3.8. Sueldos y salarios administrativos**

Se refiere al valor monetario que se paga al personal del área administrativa por su labor dentro de la empresa, la misma que contempla al gerente, secretaria – contadora, conserje – guardián y jefe de marketing. A los sueldos se les adiciona los beneficios que exige la ley, obteniendo así el total de la remuneración, y su total anual.

**Tabla 93.***Sueldos y salarios administrativos*

RUBROS	DESCRIPCIÓN DEL CARGO			
	GERENTE	SECRETARIA CONTADORA	CONSERJE GUARDIÁN	JEFE DE MARKETING
Sueldo Básico Unificado	\$ 1.200,00	\$ 800,00	\$ 400,00	\$ 800,00
Décimo Tercero	\$ 100,00	\$ 66,67	\$ 33,33	\$ 66,67
Décimo Cuarto Sueldo	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,33
Vacaciones	\$ 50,00	\$ 33,33	\$ 16,67	\$ 33,33
Aporte Patronal 12,15%	\$ 145,80	\$ 97,20	\$ 48,60	\$ 97,20
Fondos de reserva 8,33%	\$ 99,96	\$ 66,64	\$ 33,32	\$ 66,64
<b>TOTAL REMUNERACIÓN</b>	<b>\$ 1.629,09</b>	<b>\$ 1.097,17</b>	<b>\$ 565,25</b>	<b>\$ 1.097,17</b>
# de empleados	1	1	1	1
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$ 1.629,09</b>	<b>\$ 1.097,17</b>	<b>\$ 565,25</b>	<b>\$ 1.097,17</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$ 19.549,12</b>	<b>\$ 13.166,08</b>	<b>\$ 6.783,04</b>	<b>\$ 13.166,08</b>

Elaboración: La autora.

Para la proyección del incremento se debe conocer el total anual, para lo cual se suman los valores obtenidos en cada uno de los puestos, por lo tanto, se realiza de la siguiente manera:  $\$19549,12 + \$13166,08 + \$6783,04 + \$13166,08 = \$52664,32$ . El incremento se lo realiza con la tasa de inflación del -0,91%.

**Tabla 94.***Incremento sueldos y salarios administrativos*

AÑOS	VALOR TOTAL
	-0,91%
1	\$ 52.664,32
2	\$ 52.185,07
3	\$ 51.710,19
4	\$ 51.239,63
5	\$ 50.773,35

Elaboración: La autora.

### 5.1.3.9. Sueldo al personal de ventas

El sueldo del personal de ventas corresponde al chofer – vendedor de la empresa, con los beneficios que exige la ley, obteniendo así una remuneración de \$565,25 mensual y un total de \$6783,04 al año, valor que se proyecta para los siguientes años con una tasa de inflación del -0,91%.

**Tabla 95.**

*Sueldo al personal de ventas*

<b>RUBROS</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	
	<b>CHOFER- VENDEDOR</b>	
Sueldo Básico Unificado	\$	400,00
Décimo Tercero	\$	33,33
Décimo Cuarto Sueldo	\$	33,33
Vacaciones	\$	16,67
Aporte Patronal 12,15%	\$	48,60
Fondos de reserva 8,33%	\$	33,32
<b>TOTAL REMUNERACIÓN</b>	<b>\$</b>	<b>565,25</b>
# de empleados		1
<b>TOTAL MENSUAL</b>	<b>\$</b>	<b>565,25</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$</b>	<b>6.783,04</b>

Elaboración: La autora.

**Tabla 96.**

*Incremento sueldo al personal de ventas*

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	
		-0,91%
1	\$	6.783,04
2	\$	6.721,31
3	\$	6.660,15
4	\$	6.599,54
5	\$	6.539,49

Fuente: Tabla 95.

Elaboración: La autora.

### 5.1.3.10. Suministros de oficina

Los suministros de oficina contemplan los materiales necesarios en los departamentos administrativos para que el personal pueda desarrollar sus actividades con normalidad.

**Tabla 97.**

*Suministros de oficina*

<b>ESPECIFICACION ES</b>	<b>CANT. MENSUAL</b>	<b>CANT. ANUAL</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO MENSUAL</b>	<b>PRECIO ANUAL</b>
Tinta impresora	2	6	\$ 3,00	\$ 6,00	\$ 18,00
Lápiz (caja x 24)	1	4	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 14,00
Esferos (caja x 24)	1	4	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 20,00
Resaltadores	5	20	\$ 0,45	\$ 2,25	\$ 9,00
Sellos	1	1	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
Papel bond (resma x 500 hojas)	1	6	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 15,00
Grapadora	5	5	\$ 3,00	\$ 15,00	\$ 15,00
Grapas x 100	5	15	\$ 1,00	\$ 5,00	\$ 15,00
Perforadora	5	5	\$ 3,00	\$ 15,00	\$ 15,00
Clips x 100	5	10	\$ 1,00	\$ 5,00	\$ 10,00
Agenda	1	2	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 24,00
Cuaderno espiral x 100 hojas	5	15	\$ 1,00	\$ 5,00	\$ 15,00
Archivador	10	20	\$ 3,00	\$ 30,00	\$ 60,00
Talonnario de facturas	1	12	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 24,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 45,45</b>	<b>\$ 113,25</b>	<b>\$ 259,00</b>

Elaboración: La autora.

El valor total anual de insumos de oficina es de \$259,00, valor que sirve para realizar la proyección, tomando la tasa de inflación de -0,91%.

**Tabla 98.***Incremento suministros de oficina*

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
	-0,91%
1 \$	259,00
2 \$	256,64
3 \$	254,31
4 \$	251,99
5 \$	249,70

Fuente: Tabla 97.

Elaboración: La autora.

**5.1.3.11. Útiles de aseo**

Los útiles de aseo permiten que la empresa mantenga un buen nivel de higiene y propician el bienestar de los empleados y promueven un buen clima laboral. En la empresa se utilizan los siguientes útiles de aseo:

**Tabla 99.***Útiles de aseo*

<b>ESPECIFICACIONES</b>	<b>CANT. MENSUAL</b>	<b>CANT. ANUAL</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO MENSUAL</b>	<b>PRECIO ANUAL</b>
Escoba	1	2	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 4,00
Recogedor	1	2	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 6,00
Basurero	5	5	\$ 10,00	\$ 50,00	\$ 50,00
Trapeador	1	6	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 18,00
Balde para trapeador	1	2	\$ 7,00	\$ 7,00	\$ 14,00
Cloro (galón)	2	24	\$ 4,00	\$ 8,00	\$ 96,00
Esponja de lavar	2	24	\$ 0,45	\$ 0,90	\$ 10,80
Jabón líquido de tocador 1 lt	1	12	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 24,00
Gel desinfectante 1 lt	1	12	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 30,00
Papel higiénico x 24	1	12	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 108,00
Pediluvio acero	1	2	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 30,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 57,95</b>	<b>\$ 102,40</b>	<b>\$ 390,80</b>

Elaboración: La autora.

El valor total anual de los útiles de aseo es de \$390,80, proyectado para los siguientes años:

**Tabla 100.**

*Incremento útiles de aseo*

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
	-0,91%
1 \$	390,80
2 \$	387,24
3 \$	383,72
4 \$	380,23
5 \$	376,77

Fuente: Tabla 99.

Elaboración: La autora.

### 5.1.3.12. Publicidad

La publicidad es la herramienta tradicional directa del marketing, y tiene los objetivos de divulgar un producto para estimular su consumo, transmitir un mensaje positivo con relación a una marca y fortalecer la presencia de una empresa en el mercado. (Giraldo, 2019)

La publicidad para el café en té se realiza por medio de hojas volantes, esto en base a las respuestas de las encuestas realizadas, en las que se determinó repartir de forma trimestral.

**Tabla 101.**

*Publicidad*

<b>ESPECIFICACION ES</b>	<b>CANT. MENSUAL</b>	<b>CANT. ANUAL</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO MENSUAL</b>	<b>PRECIO ANUAL</b>
Hojas volantes x 500	1	3	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 60,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 20,00</b>	<b>\$ 20,00</b>	<b>\$ 60,00</b>

Fuente: Tabla 18 y 22.

Elaboración: La autora.

De forma mensual se realizará una inversión de \$60,00. Su proyección se realiza en base a la tasa de inflación de -0,91%, como se muestra a continuación:

**Tabla 102.***Incremento publicidad*

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
	-0,91%
1 \$	60,00
2 \$	59,45
3 \$	58,91
4 \$	58,38
5 \$	57,85

Fuente: Tabla 101.

Elaboración: La autora.

**5.1.3.13. Combustible y mantenimiento**

Los presentes rubros en los que incurre la empresa son por el vehículo, el mismo que requiere de Diesel para poder funcionar correctamente, además necesita cambios de aceite y mantenimiento general de forma trimestral.

**Tabla 103.***Combustible y mantenimiento*

<b>ESPECIFICACIONES</b>	<b>CANT. MENSUAL</b>	<b>CANT. ANUAL</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>PRECIO MENSUAL</b>	<b>PRECIO ANUAL</b>
Diesel (galón)	40	480	\$ 1,04	\$ 41,60	\$ 499,20
Cambio de aceite	1	3	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 105,00
Mantenimiento	1	3	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 60,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 56,04</b>	<b>\$ 96,60</b>	<b>\$ 664,20</b>

Elaboración: La autora.

En general el mantenimiento del vehículo significa una inversión de \$664,20 anuales, los mismos que se proyectan para los demás años del proyecto, como se ilustra en la siguiente tabla, considerando el valor de la tasa de inflación de -0,91%:

**Tabla 104.***Incremento combustible y mantenimiento*

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
	-0,91%
1 \$	664,20
2 \$	658,16
3 \$	652,17
4 \$	646,23
5 \$	640,35

Fuente: Tabla 103.

Elaboración: La autora.

**5.1.3.14. Resumen del activo circulante o capital de trabajo**

A continuación, se hace la recapitulación de todos los activos correspondientes al activo circulante o capital de trabajo, el mismo que tiene un valor mensual de \$31830,14 y un valor anual de \$379158,64, como se muestra a continuación:

**Tabla 105.***Resumen del activo circulante*

<b>DETALLE</b>	<b>TABLA</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Materia Prima Directa	79	\$ 8.075,00	\$ 96.900,00
Materia Prima Indirecta	83	\$ 16.128,00	\$ 193.536,00
Mano de Obra Directa	81	\$ 1.130,51	\$ 13.566,08
Mano de Obra Indirecta	85	\$ 1.097,17	\$ 13.166,08
Servicios Básicos de administración	87	\$ 66,64	\$ 799,68
Servicios Básicos de la planta de producción	89	\$ 26,62	\$ 319,44
Indumentaria del personal	91	\$ 20,00	\$ 90,00
Sueldos y salarios administrativos	93	\$ 4.388,69	\$ 52.664,32
Sueldo al personal de ventas	95	\$ 565,25	\$ 6.783,04
Suministros de oficina	97	\$ 113,25	\$ 259,00
Útiles de aseo	99	\$ 102,40	\$ 390,80
Publicidad	101	\$ 20,00	\$ 20,00
Combustible y mantenimiento	103	\$ 96,60	\$ 664,20
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 31.830,14</b>	<b>\$ 379.158,64</b>

Fuente: Tabla 79, 81, 83, 85, 87, 89, 91, 93, 95, 97, 99, 101 y 103.

Elaboración: La autora.

#### 5.1.4. Resumen de la inversión

En el resumen de la inversión de los activos de la empresa se concentran los valores del activo fijo (total), diferido (total) y circulante (mensual).

**Tabla 106.**

*Resumen de la inversión*

<b>DETALLE</b>	<b>TABLA N.º</b>	<b>VALOR</b>
Activo Fijo	76	\$ 34.326,16
Activo Diferido	77	\$ 600,00
Activo Circulante	105	\$ 31.830,14
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 66.756,30</b>

Fuente: Tabla 76, 77 y 105.

Elaboración: La autora.

#### 5.1.5. Financiamiento de la inversión

El valor total de la inversión es de \$66756,30, los mismos que estarán financiados por los socios en un 55,06% y por un préstamo que se realiza a una entidad financiera, significando el 44,94%.

**Tabla 107.**

*Financiamiento de la inversión*

<b>CAPITAL</b>	<b>VALOR</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Préstamo	\$ 30.000,00	44,94%
Aporte de los socios	\$ 36.756,30	55,06%
<b>Total Inversión</b>	<b>\$ 66.756,30</b>	<b>100,00%</b>

Elaboración: La autora.

El préstamo se lo realiza en base a la siguiente información:

**Entidad:** Cooperativa de Ahorro y Crédito "Juventud Ecuatoriana Progresista"

**Capital:** \$30.000,00

**Interés:** 11,00%

**Plazo:** 5 años

**Pagos:** Semestrales

**Tabla 108.***Tabla de amortización*

AÑO	SEMESTRE	AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL	INTERÉS	DIVIDENDOS	CAPITAL REDUCIDO
0	0				\$ 30.000,00
1	1	\$ 3.000,00	\$ 1.650,00	\$ 4.650,00	\$ 27.000,00
	2	\$ 3.000,00	\$ 1.485,00	\$ 4.485,00	\$ 24.000,00
2	3	\$ 3.000,00	\$ 1.320,00	\$ 4.320,00	\$ 21.000,00
	4	\$ 3.000,00	\$ 1.155,00	\$ 4.155,00	\$ 18.000,00
3	5	\$ 3.000,00	\$ 990,00	\$ 3.990,00	\$ 15.000,00
	6	\$ 3.000,00	\$ 825,00	\$ 3.825,00	\$ 12.000,00
4	7	\$ 3.000,00	\$ 660,00	\$ 3.660,00	\$ 9.000,00
	8	\$ 3.000,00	\$ 495,00	\$ 3.495,00	\$ 6.000,00
5	9	\$ 3.000,00	\$ 330,00	\$ 3.330,00	\$ 3.000,00
	10	\$ 3.000,00	\$ 165,00	\$ 3.165,00	\$ -

Fuente: Tabla 107.

Elaboración: La autora.

**5.1.6. Análisis de costos**

El análisis de los costos se realiza en base a los valores obtenidos en la inversión de activos, ya que son rubros necesarios para la ejecución de las actividades de la empresa.

**5.1.6.1. Presupuesto proyectado**

Para la elaboración del presupuesto proyectado se determinaron los costos de producción, los gastos administrativos, gastos de venta, gastos financieros, otros gastos y gastos de operación para obtener los costos totales.

A continuación, se presentan las fórmulas necesarias para la elaboración del presupuesto proyectado:

$$\text{Costos de producción} = \text{Costo primo} + \text{Gastos generales de fabricación}$$

$$\text{Costo primo} = \text{Materia prima directa} + \text{Mano de obra directa}$$

**Gastos generales de fabricación**

- = *Materia prima indirecta + Mano de obra indirecta*
- + *Servicios básicos de la planta de producción*
- + *Indumentaria de personal + Depreciación edificio*
- + *Depreciación maquinaria y equipo*
- + *Depreciación herramientas, muebles y enseres de producción*

**Gastos administrativos**

- = *Sueldos y salarios de administración + Suministros de oficina*
- + *Útiles de aseo + Servicios básicos de administración*
- + *Depreciación equipos de oficina*
- + *Depreciación equipos de computación*
- + *Depreciación muebles y enseres de administración*
- + *Amortización de los activos diferidos*

**Gastos de venta**

- = *Sueldos al personal de ventas + Publicidad*
- + *Depreciación del vehículo + Combustible y mantenimiento*

**Gastos financieros** = *Interés del préstamo*

**Otros gastos** = *Amortización del capital*

**Gastos de operación**

= *Gastos administrativos + Gastos de venta + Gastos financieros*

**Total presupuesto costos totales** = *Costo de producción + Gastos de operación*

El presupuesto proyectado se realiza para los 5 años del proyecto.

**Tabla 109.***Presupuesto proyectado*

<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
<b>COSTO PRIMO</b>					
Materia prima directa	\$ 96.900,00	\$ 96.018,21	\$ 95.144,44	\$ 94.278,63	\$93.420,69
Mano de obra directa	\$ 13.566,08	\$ 13.442,63	\$ 13.320,30	\$ 13.199,09	\$13.078,97
<b>TOTAL DE COSTO PRIMO</b>	<b>\$110.466,08</b>	<b>\$109.460,84</b>	<b>\$108.464,75</b>	<b>\$107.477,72</b>	<b>\$106.499,67</b>
<b>GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN</b>					
Materia prima indirecta	\$193.536,00	\$191.774,82	\$190.029,67	\$188.300,40	\$186.586,87
Mano de obra indirecta	\$13.166,08	\$ 13.046,27	\$ 12.927,55	\$12.809,91	\$12.693,34
Servicios básicos de la planta de producción	\$ 319,44	\$ 316,53	\$ 313,65	\$ 310,80	\$ 307,97
Indumentaria de personal	\$ 90,00	\$ 89,18	\$ 88,37	\$ 87,57	\$ 86,77
Depreciación edificio	\$ 479,75	\$ 479,75	\$ 479,75	\$ 479,75	\$ 479,75
Depreciación maquinaria y equipo	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00	\$ 81,00
Depreciación herramientas, muebles y enseres de producción	\$ 68,67	\$ 68,67	\$ 68,67	\$ 68,67	\$ 68,67
<b>TOTAL GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN</b>	<b>\$207.740,94</b>	<b>\$205.856,23</b>	<b>\$203.988,66</b>	<b>\$202.138,09</b>	<b>\$200.304,36</b>
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 318.207,02</b>	<b>\$315.317,06</b>	<b>\$312.453,41</b>	<b>\$309.615,81</b>	<b>\$306.804,03</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
Sueldos y salarios de administración	\$ 52.664,32	\$ 52.185,07	\$ 51.710,19	\$ 51.239,63	\$ 50.773,35
Suministros de oficina	\$ 259,00	\$ 256,64	\$ 254,31	\$ 251,99	\$ 249,70
Útiles de aseo	\$ 390,80	\$ 387,24	\$ 383,72	\$ 380,23	\$ 376,77
Servicios básicos de administración	\$ 799,68	\$ 792,40	\$ 785,19	\$ 778,05	\$ 770,97
Depreciación equipos de oficina	\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 8,55	\$ 8,55
Depreciación equipos de computación	\$ 533,33	\$ 533,33	\$ 533,33	\$ 528,48	\$ 528,48
Depreciación muebles y enseres de administración	\$ 107,10	\$ 107,10	\$ 107,10	\$ 107,10	\$ 107,10
Amortización de los activos diferidos	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 54.882,78</b>	<b>\$ 54.390,35</b>	<b>\$ 53.902,39</b>	<b>\$ 53.414,03</b>	<b>\$ 52.934,91</b>

<b>GASTOS DE VENTA</b>					
Sueldos al personal de ventas	\$ 6.783,04	\$ 6.721,31	\$ 6.660,15	\$ 6.599,54	\$ 6.539,49
Publicidad	\$ 60,00	\$ 59,45	\$ 58,91	\$ 58,38	\$ 57,85
Depreciación del vehículo	\$ 1.584,00	\$ 1.584,00	\$ 1.584,00	\$ 1.584,00	\$ 1.584,00
Combustible y mantenimiento	\$ 664,20	\$ 658,16	\$ 652,17	\$ 646,23	\$ 640,35
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$ 9.091,24</b>	<b>\$ 9.022,92</b>	<b>\$ 8.955,23</b>	<b>\$ 8.888,15</b>	<b>\$ 8.821,68</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>					
Interés del préstamo	\$ 3.135,00	\$ 2.475,00	\$ 1.815,00	\$ 1.155,00	\$ 495,00
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 3.135,00</b>	<b>\$ 2.475,00</b>	<b>\$ 1.815,00</b>	<b>\$ 1.155,00</b>	<b>\$ 495,00</b>
<b>OTROS GASTOS</b>					
Amortización del capital	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
<b>TOTAL OTROS GASTOS</b>	<b>\$ 6.000,00</b>				
<b>TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 71.888,27</b>	<b>\$ 70.672,62</b>	<b>\$ 69.457,18</b>	<b>\$ 68.251,60</b>
<b>TOTAL PRESUPUESTO COSTOS TOTALES</b>	<b>\$ 391.316,04</b>	<b>\$ 387.205,34</b>	<b>\$ 383.126,03</b>	<b>\$ 379.072,99</b>	<b>\$ 375.055,63</b>

Fuente: Tabla 61, 63, 65, 67, 69, 70, 72, 74, 78, 80, 82, 84, 86, 88, 90, 92, 94, 96, 98, 100, 102, 104 y 108.

Elaboración: La autora.

### **5.1.6.2. Clasificación de los costos**

Los costos en los que incurre la empresa no son iguales durante todo el tiempo de operación, ya que pueden ser fijos o variables. Se refiere a costos fijos a aquel valor monetario que tiene que ser solventado independientemente si se produce o no, por lo tanto, son constantes; mientras que los costos variables, dependen del volumen de producción.

A continuación, se presenta la clasificación de los costos en fijos o variables para los años del proyecto (del año 1 al 5):

**Tabla 110.***Clasificación de los costos*

DETALLE	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE								
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>										
<b>COSTO PRIMO</b>										
Materia prima directa		\$96.900,00		\$96.018,21		\$95.144,44		\$94.278,63		\$93.420,69
Mano de obra directa	\$13.566,08		\$13.442,63		\$13.320,30		\$13.199,09		\$13.078,97	
<b>TOTAL DE COSTO PRIMO</b>	<b>\$13.566,08</b>	<b>\$96.900,00</b>	<b>\$13.442,63</b>	<b>\$96.018,21</b>	<b>\$13.320,30</b>	<b>\$95.144,44</b>	<b>\$13.199,09</b>	<b>\$94.278,63</b>	<b>\$13.078,97</b>	<b>\$93.420,69</b>
<b>GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN</b>										
Materia prima indirecta		\$193.536,00		\$191.774,82		\$190.029,67		\$188.300,40		\$186.586,87
Mano de obra indirecta	\$13.166,08		\$13.046,27		\$12.927,55		\$12.809,91		\$12.693,34	
Servicios básicos de planta de producción		\$319,44		\$316,53		\$313,65		\$310,80		\$307,97
Indumentaria de personal	\$90,00		\$89,18		\$88,37		\$87,57		\$86,77	
Depreciación edificio	\$479,75		\$479,75		\$479,75		\$479,75		\$479,75	
Depreciación maquinaria y equipo	\$81,00		\$81,00		\$81,00		\$81,00		\$81,00	
Depreciación herramientas, muebles y enseres de producción	\$68,67		\$68,67		\$68,67		\$68,67		\$68,67	
<b>TOTAL GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN</b>	<b>\$13.885,50</b>	<b>\$193.855,44</b>	<b>\$13.764,87</b>	<b>\$192.091,36</b>	<b>\$13.645,34</b>	<b>\$190.343,32</b>	<b>\$13.526,89</b>	<b>\$188.611,20</b>	<b>\$13.409,53</b>	<b>\$186.894,84</b>
<b>TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>\$27.451,58</b>	<b>\$290.755,44</b>	<b>\$27.207,50</b>	<b>\$288.109,57</b>	<b>\$26.965,64</b>	<b>\$285.487,77</b>	<b>\$26.725,98</b>	<b>\$282.889,83</b>	<b>\$26.488,50</b>	<b>\$280.315,53</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>										
Sueldos y salarios de administración	\$52.664,32		\$52.185,07		\$51.710,19		\$51.239,63		\$50.773,35	
Suministros de oficina	\$259,00		\$256,64		\$254,31		\$251,99		\$249,70	
Útiles de aseo	\$390,80		\$387,24		\$383,72		\$380,23		\$376,77	
Servicios básicos de administración		\$799,68		\$792,40		\$785,19		\$778,05		\$770,97
Depreciación equipos de oficina	\$8,55		\$8,55		\$8,55		\$8,55		\$8,55	
Depreciación equipos de computación	\$533,33		\$533,33		\$533,33		\$528,48		\$528,48	
Depreciación muebles y enseres de administración	\$107,10		\$107,10		\$107,10		\$107,10		\$107,10	
Amortización de los activos diferidos	\$120,00		\$120,00		\$120,00		\$120,00		\$120,00	

<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$54.083,10</b>	<b>\$799,68</b>	<b>\$53.597,94</b>	<b>\$792,40</b>	<b>\$53.117,20</b>	<b>\$785,19</b>	<b>\$52.635,98</b>	<b>\$778,05</b>	<b>\$52.163,95</b>	<b>\$770,97</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>										
Sueldos al personal de ventas	\$6.783,04		\$6.721,31		\$6.660,15		\$6.599,54		\$6.539,49	
Publicidad	\$60,00		\$59,45		\$58,91		\$58,38		\$57,85	
Depreciación del vehículo	\$1.584,00		\$1.584,00		\$1.584,00		\$1.584,00		\$1.584,00	
Combustible y mantenimiento		\$664,20		\$658,16		\$652,17		\$646,23		\$640,35
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>\$8.427,04</b>	<b>\$664,20</b>	<b>\$8.364,77</b>	<b>\$658,16</b>	<b>\$8.303,06</b>	<b>\$652,17</b>	<b>\$8.241,92</b>	<b>\$646,23</b>	<b>\$8.181,33</b>	<b>\$640,35</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>										
Interés del préstamo	\$3.135,00		\$2.475,00		\$1.815,00		\$1.155,00		\$495,00	
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$3.135,00</b>	<b>\$-</b>	<b>\$2.475,00</b>	<b>\$-</b>	<b>\$1.815,00</b>	<b>\$-</b>	<b>\$1.155,00</b>	<b>\$-</b>	<b>\$495,00</b>	<b>\$-</b>
<b>OTROS GASTOS</b>										
Amortización del capital	\$6.000,00		\$6.000,00		\$6.000,00		\$6.000,00		\$6.000,00	
<b>TOTAL OTROS GASTOS</b>	<b>\$6.000,00</b>	<b>\$-</b>								
<b>TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>\$71.645,14</b>	<b>\$1.463,88</b>	<b>\$70.437,71</b>	<b>\$1.450,56</b>	<b>\$69.235,26</b>	<b>\$1.437,36</b>	<b>\$68.032,90</b>	<b>\$1.424,28</b>	<b>\$66.840,28</b>	<b>\$1.411,32</b>
<b>TOTAL PRESUPUESTO COSTOS FIJOS Y VARIABLES</b>	<b>\$99.096,72</b>	<b>\$292.219,32</b>	<b>\$97.645,21</b>	<b>\$289.560,12</b>	<b>\$96.200,90</b>	<b>\$286.925,13</b>	<b>\$94.758,88</b>	<b>\$284.314,11</b>	<b>\$93.328,78</b>	<b>\$281.726,85</b>

Fuente: Tabla 109.

Elaboración: La autora.

### 5.1.6.3. Costo unitario de producción

El costo unitario de producción relaciona el costo total con el número de unidades producidas durante un periodo determinado, en este caso se calcula de manera anual. Su fórmula es la siguiente:

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

**Tabla 111.**

*Costo unitario de producción*

AÑOS	COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN
1	\$ 391.316,04	645120	\$ 0,61
2	\$ 387.205,34	645120	\$ 0,60
3	\$ 383.126,03	645120	\$ 0,59
4	\$ 379.072,99	645120	\$ 0,59
5	\$ 375.055,63	645120	\$ 0,58

Fuente: Tabla 44 y 109.

Elaboración: La autora.

### 5.1.6.4. Precio de venta al público

El precio de venta al público se calcula tomando los valores obtenidos en el costo de producción, al mismo que se le incrementa el margen de utilidad, siendo del 90% para el año 1 y terminando en el 97% para el año 5. Finalmente, se obtiene el P.V.P. de \$1,15 para todos los años.

**Tabla 112.**

*P.V.P.*

AÑOS	COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	MARGEN DE UTILIDAD	P.V.P.
1	\$ 0,61	90%	\$ 1,15
2	\$ 0,60	91%	\$ 1,15
3	\$ 0,59	93%	\$ 1,15
4	\$ 0,59	95%	\$ 1,15
5	\$ 0,58	97%	\$ 1,15

Fuente: Tabla 111.

Elaboración: La autora.

### 5.1.6.5. Ingresos por venta

Los ingresos por ventas se calculan multiplicando las unidades producidas por el precio de venta al público. En este caso, el valor de las unidades producidas y el P.V.P. es igual para todos los años, por lo que el ingreso por ventas corresponde a \$741888,00 para todos los periodos en cuestión, como se aprecia en la tabla 113.

**Tabla 113.**

*Ingresos por ventas*

<b>AÑOS</b>	<b>UNIDADES PRODUCIDAS</b>	<b>P.V.P.</b>	<b>INGRESO POR VENTAS</b>
1	645120	\$ 1,15	\$ 741.888,00
2	645120	\$ 1,15	\$ 741.888,00
3	645120	\$ 1,15	\$ 741.888,00
4	645120	\$ 1,15	\$ 741.888,00
5	645120	\$ 1,15	\$ 741.888,00

Fuente: Tabla 112.

Elaboración: La autora.

### 5.1.6.6. Estado de pérdidas y ganancias

El estado de pérdidas y ganancias es un estado financiero que indica los ingresos y egresos de la empresa de forma anual, para conocer si al final del ejercicio contable se obtuvo una ganancia o una pérdida.

En base a la información obtenida de los costos e ingresos en tablas anteriores, se realiza el estado de pérdidas y ganancias, en el que se observa una utilidad líquida mayor a \$200.000,00 para todos los años, el mismo que se presenta a continuación:

**Tabla 114.***Estado de pérdidas y ganancias*

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS</b>					
Ventas	\$741.888,00	\$741.888,00	\$741.888,00	\$741.888,00	\$741.888,00
(+) Valor residual	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$4.372,52
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>\$741.888,00</b>	<b>\$741.888,00</b>	<b>\$741.888,00</b>	<b>\$741.888,00</b>	<b>\$746.260,52</b>
<b>EGRESOS</b>					
(-) Costos de producción	\$318.207,02	\$315.317,06	\$312.453,41	\$309.615,81	\$306.804,03
(-) Gastos de operación	\$73.109,02	\$71.888,27	\$70.672,62	\$69.457,18	\$68.251,60
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>\$391.316,04</b>	<b>\$387.205,34</b>	<b>\$383.126,03</b>	<b>\$379.072,99</b>	<b>\$375.055,63</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$350.571,96</b>	<b>\$354.682,66</b>	<b>\$358.761,97</b>	<b>\$362.815,01</b>	<b>\$371.204,89</b>
(-)15% Distribución Utilidad	\$52.585,79	\$53.202,40	\$53.814,30	\$54.422,25	\$55.680,73
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$297.986,16</b>	<b>\$301.480,26</b>	<b>\$304.947,67</b>	<b>\$308.392,76</b>	<b>\$315.524,16</b>
(-) 25% Impuesto a la Renta	\$74.496,54	\$75.370,07	\$76.236,92	\$77.098,19	\$78.881,04
<b>UTILIDAD LÍQUIDA ANTES DE RESERVA</b>	<b>\$223.489,62</b>	<b>\$226.110,20</b>	<b>\$228.710,76</b>	<b>\$231.294,57</b>	<b>\$236.643,12</b>
(-) 10% Reserva legal	\$22.348,96	\$22.611,02	\$22.871,08	\$23.129,46	\$23.664,31
<b>UTILIDAD LIQUIDA</b>	<b>\$201.140,66</b>	<b>\$203.499,18</b>	<b>\$205.839,68</b>	<b>\$208.165,11</b>	<b>\$212.978,81</b>

Fuente: Tabla 75, 109, 113.

Elaboración: La autora.

**5.1.6.7. Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio de una empresa es cuando los ingresos cubren los gastos fijos y variables.

Esto quiere decir que logras vender lo mismo que gastas, no ganas ni pierdes. Calcular el punto de equilibrio es importante para toda empresa porque permite evaluar su rentabilidad. De esta forma podrás ver claramente cuánto necesitas vender para empezar a generar lucro. (Munte, 2019)

El punto de equilibrio para el proyecto es calculado en función de las ventas y la capacidad instalada para el año 1 y para el año 5, se utilizan las siguientes fórmulas:

***Punto de equilibrio en función de las ventas***

$$= \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - \frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Ventas totales}}}$$

***Punto de equilibrio en función de la capacidad instalada***

$$= \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Ventas totales} - \text{Costos variables totales}} \times 100$$

Para el cálculo del punto de equilibrio, primero obtenemos los datos necesarios para aplicarlos en las fórmulas.

**Tabla 115.**

*Datos punto de equilibrio*

<b>DATOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 5</b>
Costos Fijos Totales (CFT)	\$ 99.096,72	\$ 93.328,78
Costos Variables Totales (CVT)	\$ 292.219,32	\$ 281.726,85
Ventas Totales (VT)	\$ 741.888,00	\$ 741.888,00

**Fuente:** Tabla 110 y 113.

**Elaboración:** La autora.

### 5.1.6.7.1. Punto de equilibrio para el año 1

a. En función a las ventas:

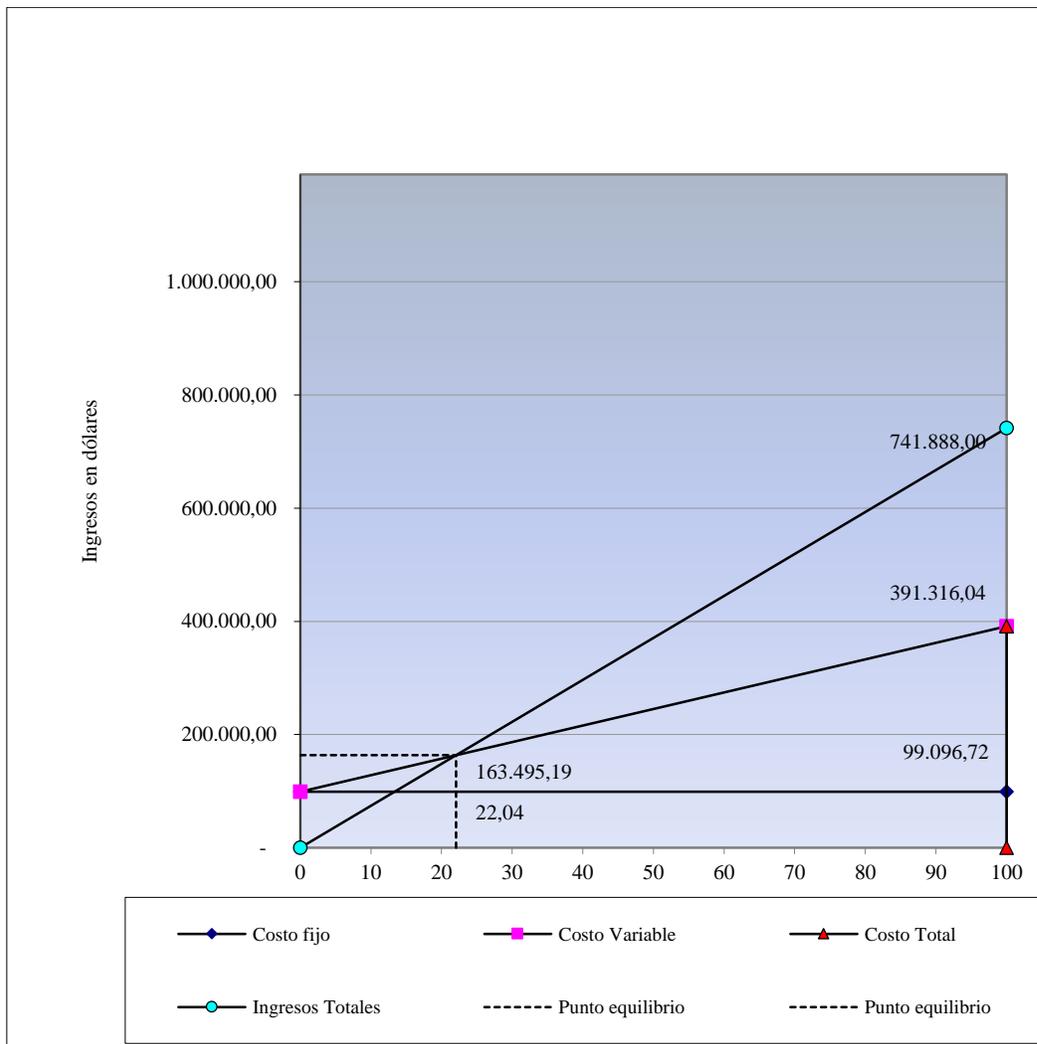
$$\begin{aligned}
 P.E.Ventas &= \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}} = \frac{\$99.096,72}{1 - \frac{\$292.219,32}{\$741.888,00}} = \frac{\$99.096,72}{1 - 0,3938} = \frac{\$99.096,72}{0,6061} \\
 &= \$163.495,20
 \end{aligned}$$

b. En función a la capacidad instalada:

$$\begin{aligned}
 P.E.Capacidad\ instalada &= \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100 = \frac{\$99.096,72}{\$741.888,00 - \$292.219,32} \times 100 \\
 &= \frac{\$99.096,72}{\$449.668,68} \times 100 = 0,2204 \times 100 = 22,04\%
 \end{aligned}$$

## Ilustración 72.

### Punto de equilibrio año 1



Fuente: Tabla 115.

Elaboración: La autora.

El punto de equilibrio para el año 1 de operaciones muestra que, en función de las ventas, se debe realizar un total de \$163.495,19 para cubrir los gastos fijos y variables, cuando se supere ese valor, se obtendrá un beneficio económico. De igual manera, en función a la capacidad instalada, esta tiene que ser del 22,04% para llegar al punto de equilibrio, esto se aprecia gráficamente en la ilustración 72.

### 5.1.6.7.2. Punto de equilibrio para el año 5

a. En función a las ventas:

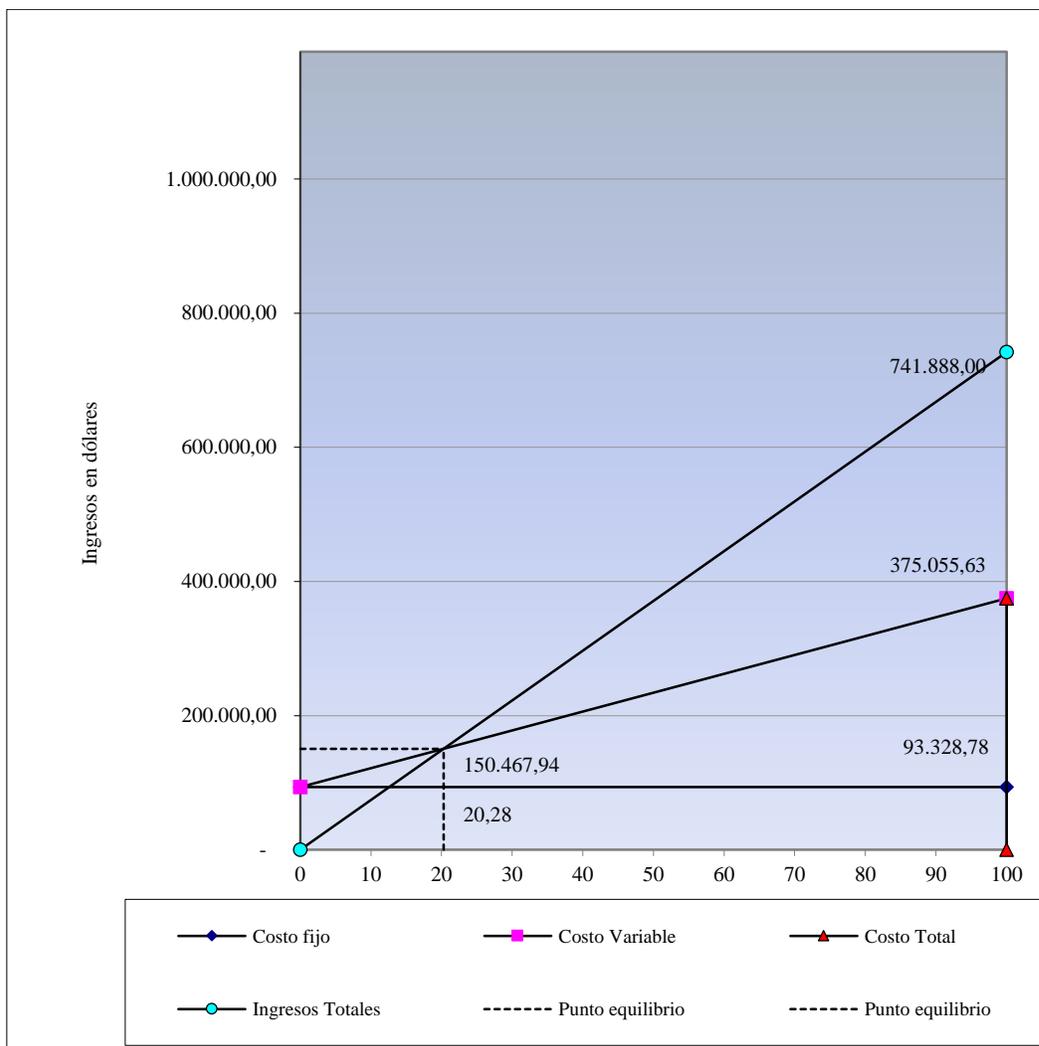
$$\begin{aligned}
 P.E.Ventas &= \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{VT}} = \frac{\$93.328,78}{1 - \frac{\$281.726,85}{\$741.888,00}} = \frac{\$93.328,78}{1 - 0,3797} = \frac{\$93.328,78}{0,6202} \\
 &= \$150.467,94
 \end{aligned}$$

b. En función a la capacidad instalada:

$$\begin{aligned}
 P.E.Capacidad\ instalada &= \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100 = \frac{\$93.328,78}{\$741.888,00 - \$281.726,85} \times 100 \\
 &= \frac{\$93.328,78}{\$460.161,15} \times 100 = 0,2028 \times 100 = 20,28\%
 \end{aligned}$$

### Ilustración 73.

#### Punto de equilibrio año 5



Fuente: Tabla 115.

Elaboración: La autora.

Como se aprecia en la ilustración 73, el punto de equilibrio para el año 5 de operaciones de la empresa, muestra que en función de las ventas, se debe realizar un total de \$150.467,94 para cubrir todos los gastos, tanto fijos como variables, una vez superado este valor, se obtendrá un beneficio económico. Asimismo, en función a la capacidad instalada, esta tiene que ser del 20,28% para llegar al punto de equilibrio.

## Capítulo VI

### Evaluación financiera

Una evaluación financiera de proyectos es una investigación profunda del flujo de fondos y los riesgos, con el objeto de determinar un eventual rendimiento de la inversión realizada en el proyecto. Está destinada a observar los factores involucrados en la concreción de un proyecto. Sin ella, una entidad comercial no tiene la información necesaria para tomar una decisión fundada sobre los alcances y riesgos de un proyecto. (O'Neil, 2018)

En el presente capítulo se realiza el análisis del flujo de caja, valor actual neto (VAN), periodo de recuperación del capital, relación beneficio – costo, tasa interna de retorno (TIR) y finalmente el análisis de sensibilidad con incremento de los costos y disminución de los ingresos.

#### 6.1. Flujo de caja

El flujo de caja indica los ingresos y egresos que ha tenido la empresa en un periodo determinado, en este caso se lo realiza de manera anual. En este caso, al tratarse de un proyecto de inversión que se realiza desde el inicio, en el año 0 se observa al capital financiero y propio, así como el valor de la inversión en capital fijo, diferido y circulante.

Las ventas comienzan a ser registradas desde el año 1 que comienza a producir la empresa, por lo tanto, esto involucra costos de producción y de operación; a su vez, se tienen que repartir las utilidades, pagar impuestos, disminuir el valor de las amortizaciones del activo diferido y las depreciaciones para que finalmente se obtenga el total del flujo de caja neto, siendo este un valor positivo para todos los años de operación, como se muestra en la tabla 116.

**Tabla 116.***Flujo de caja*

<b>DESCRIPCION ES</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>INGRESOS</b>						
Ventas Totales	\$ -	\$741.888,00	\$741.888,00	\$741.888,00	\$741.888,00	\$741.888,00
Valor Residual						\$4.372,52
Capital Financiero	\$30.000,00					
Capital Propio	\$36.191,04					
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>\$66.191,04</b>	<b>\$741.888,00</b>	<b>\$741.888,00</b>	<b>\$741.888,00</b>	<b>\$741.888,00</b>	<b>\$746.260,52</b>
<b>EGRESOS</b>						
Activo Fijo	\$34.326,16					
Activo Diferido	\$600,00					
Activo Corriente	\$31.264,88					
Costo de Producción		\$318.207,02	\$315.317,06	\$312.453,41	\$309.615,81	\$306.804,03
Costo de Operación		\$73.109,02	\$71.888,27	\$70.672,62	\$69.457,18	\$68.251,60
<b>TOTAL DE EGRESOS</b>	<b>\$66.191,04</b>	<b>\$391.316,04</b>	<b>\$387.205,34</b>	<b>\$383.126,03</b>	<b>\$379.072,99</b>	<b>\$375.055,63</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$350.571,96</b>	<b>\$354.682,66</b>	<b>\$358.761,97</b>	<b>\$362.815,01</b>	<b>\$371.204,89</b>
(-) 15% de Reparto de Utilidad	\$ -	\$52.585,79	\$53.202,40	\$53.814,30	\$54.422,25	\$55.680,73
(-) 25% de Impuesto a la Renta	\$ -	\$74.496,54	\$75.370,07	\$76.236,92	\$77.098,19	\$78.881,04
<b>UTILIDAD</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$223.489,62</b>	<b>\$226.110,20</b>	<b>\$228.710,76</b>	<b>\$231.294,57</b>	<b>\$236.643,12</b>
(+) Amortización Diferido	\$ -	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00	\$120,00
(+) Depreciaciones	\$ -	\$3.390,88	\$3.390,88	\$3.390,88	\$3.390,88	\$3.390,88
<b>TOTAL FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$227.000,51</b>	<b>\$229.621,08</b>	<b>\$232.221,64</b>	<b>\$234.805,45</b>	<b>\$240.154,00</b>

Fuente: Tabla 107 y 114.

Elaboración: La autora.

**6.2. Valor actual neto (VAN)**

El valor actual neto (VAN) es un indicador que permite conocer la rentabilidad de un proyecto,

los resultados pueden ser los siguientes:

- $VAN < 0$  = El proyecto no es rentable ya que la inversión que se ha realizado en él es mayor que los ingresos que se obtendría por la venta.
  - $VAN = 0$  = El proyecto se considera rentable ya que el BNA es igual a la inversión realizada.
  - $VAN > 0$  = El proyecto es rentable y, además, generará unos beneficios por su venta.
- (EAE Business School, 2018)

Su fórmula es la siguiente:

$$VAN = \text{Flujos netos actualizados} - \text{Inversión}$$

**Tabla 117.**

VAN

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	66.191,04	<b>11%</b>	
1	227.000,51	0,900900901	204.504,96
2	229.621,08	0,811622433	186.365,62
3	232.221,64	0,731191381	169.798,46
4	234.805,45	0,658730974	154.673,63
5	240.154,00	0,593451328	142.519,71
<b>TOTAL</b>	<b>1.163.802,68</b>		<b>857.862,38</b>

Fuente: Tabla 116.

Elaboración: La autora.

$$VAN = \text{Flujos netos actualizados} - \text{Inversión} = 857.862,38 - 66.191,04$$

$$= 791.671,34$$

Al aplicar la fórmula se puede observar que el valor actual neto es mayor a 0, lo que indica que, una vez realizado el proyecto, se obtendrá un beneficio, siendo así una inversión rentable, ya que se recupera el capital y, además, se obtienen ganancias.

### 6.3. Periodo de recuperación del capital

Este indicador permite conocer el tiempo necesario para poder recuperar el capital de la inversión, su fórmula es la siguiente:

#### *Periodo de recuperación del capital (PCR)*

$$= \frac{\text{Total flujo de caja (TFC)} - \text{Inversión inicial (II)}}{\text{Flujo de caja (último año)FC}}$$

**Tabla 118.**

*Datos PRC*

<b>AÑO</b>	<b>FLUJO NETO</b>
0	66.191,04
1	227.000,51
2	229.621,08
3	232.221,64
4	234.805,45
5	240.154,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.163.802,68</b>

Fuente: Tabla 117.

Elaboración: La autora.

Aplicación de la fórmula:

$$PRC = \frac{TFC - II}{FC} = \frac{1.163.802,68 - 66.191,04}{240.154,00} = \frac{1.097.611,64}{240.154,00} = 4,57$$

El primer número (4) del resultado indica los años, a los decimales (0,57) se los multiplica por 12, para obtener los meses, a su resultado se toma solo el valor entero, posteriormente los decimales resultantes, se multiplica por 30 para obtener los días, como se realiza a continuación.

4,57 → **4 años**

0,57 \* 12 = 6,84538909 → **6 meses**

0,84 \* 30 = 25,3616727 → **25 días**

Por lo tanto, el resultado indica que se recuperará la inversión en 4 años, 6 meses y 25 días.

#### 6.4. Relación beneficio – costo

La relación Beneficio-Costo (B/C) permite comparar los beneficios (ventas) versus todos los costos (gastos) asociados a un proyecto. Para una conclusión acerca de la viabilidad de un proyecto, bajo este enfoque, se debe tener en cuenta la comparación de la relación Beneficio-Costo (B/C) hallada en comparación con 1, así tenemos lo siguiente:

- **B/C > 1**, indica que los beneficios superan los costes, por consiguiente, el proyecto debe ser considerado.
- **B/C = 1**, aquí no hay ganancias, pues los beneficios son iguales a los costes.
- **B/C < 1**, muestra que los costes son mayores que los beneficios, no se debe considerar.

(Ucañán, 2020)

**Tabla 119.**

*Relación beneficio - costo*

AÑO	INGRESOS ORIGINALES	EGRESOS ORIGINALES	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
			11%		
1	741.888,00	391.316,04	0,900900901	668.367,57	352.536,98
2	741.888,00	387.205,34	0,811622433	602.132,94	314.264,54
3	741.888,00	383.126,03	0,731191381	542.462,11	280.138,45
4	741.888,00	379.072,99	0,658730974	488.704,60	249.707,12
5	741.888,00	375.055,63	0,593451328	440.274,42	222.577,26
			<b>TOTAL</b>	<b>2.741.941,65</b>	<b>1.419.224,34</b>

Fuente: Tabla 116.

Elaboración: La autora.

La fórmula de la relación beneficio – costo es la siguiente:

$$\text{Relación beneficio - costo} = \frac{\text{Ingresos actualizados}}{\text{Egresos actualizados}} = \frac{2.741.941,65}{1.419.224,34} = 1,93$$

El resultado obtenido indica que los ingresos superan los egresos, ya que por cada dólar (\$1,00) invertido se obtiene una utilidad de \$0,93, por lo tanto, el proyecto es rentable.

### 6.5. Tasa interna de retorno

La Tasa Interna de Retorno o TIR nos permite saber si es viable invertir en un determinado negocio, considerando otras opciones de inversión de menor riesgo. La TIR es un porcentaje que mide la viabilidad de un proyecto o empresa, determinando la rentabilidad de los cobros y pagos actualizados generados por una inversión. (Torres, Tasa Interna de Retorno (TIR): definición, cálculo y ejemplos, 2020)

**Tabla 120.**

*TIR*

<b>AÑO</b>	<b>FLUJO NETO</b>	<b>FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 343,89%</b>	<b>VAN MENOR</b>	<b>FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 343,90%</b>	<b>VAN MAYOR</b>
<b>0</b>			<b>66.191,04</b>		<b>66.191,04</b>
1	227.000,51	0,225281038	51.138,91	0,225275963	51.137,76
2	229.621,08	0,050751546	11.653,62	0,050749260	11.653,10
3	232.221,64	0,011433361	2.655,07	0,011432588	2.654,89
4	234.805,45	0,002575719	604,79	0,002575487	604,74
5	240.154,00	0,000580261	139,35	0,000580195	139,34
		<b>TOTAL</b>	<b>66.191,75</b>	<b>TOTAL</b>	<b>66.189,83</b>
		<b>VAN+</b>	<b>0,71</b>	<b>VAN-</b>	<b>-1,22</b>

Fuente: Tabla 118.

Elaboración: La autora.

Se aplica la siguiente fórmula:

$$\begin{aligned}
 TIR &= Tasa\ menor\ (Tm) + Diferencia\ de\ tasas\ (Dt) * \left( \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right) \\
 &= 343,89 + 0,01 * \left( \frac{0,71}{0,71 - (-1,22)} \right) = 343,89 + 0,01 * \left( \frac{0,71}{1,93} \right) \\
 &= 343,89 + 0,01 * 0,3685 = 343,89 + 0,0037 = 343,89
 \end{aligned}$$

De acuerdo con el resultado obtenido, se acepta el proyecto, ya que la tasa interna de retorno es igual a la tasa de descuentos de los flujos.

## 6.6. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad es una técnica que estudia el impacto que tienen sobre una variable dependiente de un modelo financiero las variaciones en una de las variables independientes que lo conforman. (Rus, 2020)

- Si el coeficiente es mayor que uno el proyecto es sensible, o sea que los cambios reducen o anulan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es menor que uno el proyecto no es sensible, o sea que los cambios no afectan la rentabilidad.
- Si el coeficiente es igual a uno, no hay efecto sobre el proyecto, o sea que el proyecto es indiferente a los cambios.

El análisis de sensibilidad se lo realiza en una primera instancia con una incremento en los costos y luego con la disminución en los ingresos. Las fórmulas que se usan son las siguientes:

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

**Diferencia de TIR** = *TIR original* – *Nueva TIR*

$$\% \text{Variación} = \frac{\text{Diferencia de TIR}}{\text{TIR original}} \times 100$$

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

**Tabla 121.**

*Análisis de sensibilidad con el incremento del 77,52% en los costos*

<b>AÑO</b>	<b>COSTOS ORIGINALES</b>	<b>COSTOS TOTALES ORIGINALES 77,52%</b>	<b>INGRESOS ORIGINALES</b>	<b>NUEVO FLUJO</b>	<b>FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 77,534%</b>	<b>VAN MENOR</b>	<b>FACTOR DE ACTUALIZACIÓN 77,535%</b>	<b>VAN MAYOR</b>
0						66.191,04		66.191,04
1	391.316,04	694664,24	741.888,00	47.223,76	0,56327239	26599,84	0,5632692145	26.599,69
2	387.205,34	687366,91	741.888,00	54.521,09	0,31727578	17298,22	0,3172722080	17.298,03
3	383.126,03	680125,33	741.888,00	61.762,67	0,17871269	11037,77	0,1787096674	11.037,59
4	379.072,99	672930,36	741.888,00	68.957,64	0,10066392	6941,55	0,1006616540	6.941,39
5	375.055,63	665798,75	741.888,00	76.089,25	0,05670121	4314,35	0,0566996108	4.314,23
					<b>TOTAL VAN+</b>	<b>66191,73 0,69</b>	<b>TOTAL VAN-</b>	<b>66.190,92 -0,12</b>

Fuente: Tabla 119.

Elaboración: La autora.

$$TIR = Tm + Dt * \left( \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right) = 77,534 + 0,01 * \left( \frac{0,69}{-0,12} \right) = 77,534 + 0,01 * 0,85 = 77,534 + 0,000851618$$

$$= 77,534$$

$$Diferencia\ de\ TIR = TIR\ original - Nueva\ TIR = 343,89 - 77,53 = 266,36$$

$$\% Variación = \frac{Diferencia\ de\ TIR}{TIR\ original} \times 100 = \frac{266,36}{343,89} \times 100 = 77,45\%$$

$$Sensibilidad = \frac{\% Variación}{Nueva\ TIR} = \frac{77,45\%}{77,53} = 0,99$$

El resultado indica que el proyecto no es sensible a los cambios, por lo tanto, no afectan a la rentabilidad.

**Tabla 122.**

*Análisis de sensibilidad con la disminución en los ingreso de un -55,14 %*

AÑO	INGRESOS ORIGINALES	INGRESOS TOTALES ORIGINALES -55,14%	COSTOS TOTALES	NUEVO FLUJO	FACTOR DE ACTUALIZA CIÓN 77,627%	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZAC IÓN 77,628%	VAN MAYOR
0						66.191,04		66.191,04
1	741.888,00	332.810,96	391.316,04	58.505,09	0,562977475	32.937,05	0,5629743059	32.936,86
2	741.888,00	332.810,96	387.205,34	54.394,38	0,316943638	17.239,95	0,3169400691	17.239,76
3	741.888,00	332.810,96	383.126,03	50.315,07	0,178432129	8.977,83	0,1784291154	8.977,67
4	741.888,00	332.810,96	379.072,99	46.262,03	0,100453269	4.647,17	0,1004510074	4.647,07
5	741.888,00	332.810,96	375.055,63	42.244,67	0,056552928	2.389,06	0,0565513361	2.388,99
					<b>TOTAL</b>	<b>66.191,06</b>	<b>TOTAL</b>	<b>66.190,35</b>
					<b>VAN+</b>	<b>0,01</b>	<b>VAN-</b>	<b>-0,69</b>

Fuente: Tabla 121.

Elaboración: La autora.

$$TIR = Tm + Dt * \left( \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor} \right) = 77,627 + 0,01 * \left( \frac{0,01}{0,01 - (-0,69)} \right) = 77,627 + 0,01 * 0,018$$

$$= 77,627 + 1,75E - 05 = 77,627$$

$$Diferencia\ de\ TIR = TIR\ original - Nueva\ TIR = 343,89 - 77,627 = 266,27$$

$$\% Variación = \frac{Diferencia\ de\ TIR}{TIR\ original} \times 100 = \frac{266,26}{343,89} \times 100 = 77,43\%$$

$$\mathbf{Sensibilidad} = \frac{\% \text{ Variación}}{\text{Nueva TIR}} = \frac{77,43\%}{77,627} = 0,99$$

El resultado indica que el proyecto no es sensible a los cambios, por lo tanto, no afectan a la rentabilidad.

## Conclusiones y recomendaciones

### Conclusiones

Al término del proyecto se llegaron a las siguientes conclusiones:

- Por medio del estudio de mercado se conoció que los tes más demandados son los de aguas aromáticas, en el que se destaca el consumo de té de horchata y manzanilla, sin embargo, según las encuestas, el 35,31% de la población consume té de café.
- La distribución de té de café en la ciudad de Loja está centralizada por la empresa CAFECOM de Guayaquil, ofreciendo al mercado lojano 2 presentaciones de té de café, café normal y descafeinado, siendo así, la única empresa que distribuye en la ciudad y provincia.
- Además, en base a los resultados obtenidos de la oferta y la demanda, se conoce que el 84,03% de la población estará dispuesta a adquirir el producto en la empresa a establecerse, por lo tanto, es un proyecto que puede ser ejecutado por su previa aceptación.
- En la evaluación financiera, se conoce que el valor actual neto (VAN) es mayor a 0, por lo tanto, el proyecto es factible, ya que generará un beneficio. Además, el periodo de recuperación del capital es de 4 años, 6 meses y 25 días y la tasa interna de retorno se obtiene un valor de 343,89, el mismo que acepta el proyecto, ya que la tasa interna de retorno es igual a la tasa de descuentos de los flujos.
- Finalmente, el análisis de sensibilidad señala que el proyecto no es sensible a cambios en los dos escenarios propuestos, el primero con un aumento de los costos de un 77,52% y el segundo con una disminución de -55,14%.

## Recomendaciones

Al término del proyecto se plantean las siguientes recomendaciones:

- Se sugiere indagar a profundidad acerca de las preferencias de consumo de té de café a nivel provincial para conocer su aceptación del producto y potencial de expansión en la zona sur del país.
- Para la ejecución del proyecto, se debe tomar en cuenta la tasa de inflación anual más actualizada, la misma que proporciona el Banco Central del Ecuador, ya que esto permitirá actualizar los datos del proyecto, y permitirá ajustar los precios y ser competitivos en el mercado.
- Para la introducción y difusión del producto, es propicio que se proponga una buena estrategia de marketing tradicional y digital, para que en conjunto se pueda tener un alcance más amplio.
- Se sugiere analizar las diferentes opciones de aplicaciones móviles y sitios web que se dedican a la venta de productos de la localidad, para aumentar los puntos de venta en la ciudad y el nivel de ingresos, que permitan disminuir el periodo de recuperación del capital.
- Además, se aconseja proponer variantes del producto, para satisfacer a un mercado consumidor de café más grande.

**Anexos****Anexo 1: Resumen del proyecto****Tema:*****“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE CAFÉ EN TÉ EN SAN PEDRO DE VILCABAMBA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”*****Objetivos de la investigación:****Objetivo general:**

- Realizar el plan de negocios para la creación de una microempresa dedicada a la producción de café en té en San Pedro de Vilcabamba y su comercialización en la ciudad de Loja.

**Objetivos específicos:**

- Realizar un estudio de mercado para establecer la oferta y la demanda y el marketing mix.
- Elaborar un estudio técnico para determinar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto.
- Determinar la estructura legal y administrativa que requerirá la microempresa a crearse.
- Determinar los presupuestos de costos e ingresos para establecer el monto de inversión y determinar las fuentes de financiamiento.
- Realizar la evaluación financiera que demuestra la rentabilidad del proyecto para una mejora en la toma de decisiones de los inversionistas, a través de los indicadores financieros.

**Anexo 2: Modelo de la encuesta.**



Universidad Internacional del Ecuador

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**Encuestas aplicadas a demandantes del producto en la ciudad de Loja**

Me dirijo a Ud. Muy comedidamente para solicitarle se digne proporcionar su valiosa colaboración dando contestación a la siguiente encuesta, con la finalidad de recopilar la información necesaria para la realización de mi proyecto de tesis previa a la obtención del Título de Licenciada en Negocios Internacionales en la Universidad Internacional del Ecuador, denominado: ***“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE CAFÉ EN TÉ EN SAN PEDRO DE VILCABAMBA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”***

A continuación, se presenta el cuestionario del modelo de encuesta a aplicar:

**1. ¿Su nivel de ingreso mensual familiar está entre?**

- |                 |     |
|-----------------|-----|
| \$400 - \$700   | ( ) |
| \$701 - \$1000  | ( ) |
| \$1001 - \$1300 | ( ) |
| \$1301-\$1600   | ( ) |
| Más de \$1600   | ( ) |

**2. ¿En su familia consumen té?**

- |    |     |
|----|-----|
| Si | ( ) |
| No | ( ) |

**3. ¿Qué clase de té consumen en su familia?**

- |                  |     |
|------------------|-----|
| Té verde         | ( ) |
| Té negro         | ( ) |
| Té de café       | ( ) |
| Té de manzanilla | ( ) |
| Té de horchata   | ( ) |
| Té de cedrón     | ( ) |
| Otro: _____      |     |

**4. ¿Cuántos sobres de café en té consume a la semana en su familia?**

- |                 |     |
|-----------------|-----|
| 0 sobres        | ( ) |
| 1 – 3 sobres    | ( ) |
| 4 – 6 sobres    | ( ) |
| 7 – 9 sobres    | ( ) |
| Más de 10 sobes | ( ) |

**5. ¿En qué presentación usted adquiere el café en té de 25 unidades?**

- Caja de cartón ( )  
 Caja de metal ( )  
 Caja de madera ( )

**6. ¿Cuándo usted adquiere el café en té se fija en?**

- Calidad ( )  
 Precio ( )  
 Presentación ( )  
 Cantidad ( )

**7. ¿Qué precio paga usted por las 25 unidades de café en té?**

- \$1,00 - \$2,00 ( )  
 \$2,01 - \$3,00 ( )  
 \$3,01 - \$4,00 ( )

**8. ¿A través de qué medio de comunicación conoció sobre la existencia de café en té?**

- Radio ( )  
 Televisión ( )  
 Hojas volantes ( )  
 Internet (Redes sociales) ( )  
 Prensa ( )

**9. ¿Qué promociones le han brindado por la compra de café en té?**

- Descuentos en el precio ( )  
 Mayor producto ( )  
 Participación en sorteos ( )  
 Premios ( )  
 Ninguno ( )

**10. ¿Conoce usted los beneficios del café?**

- Si ( )  
 No ( )

**11. ¿Si se implementará una microempresa dedicada a la comercialización de café en té de 25 unidades en la ciudad de Loja, estaría dispuesto a adquirir el producto?**

- Si ( )  
 No ( )

**12. ¿En qué presentación le gustaría adquirir el café en té (25 unidades)?**

- Caja de cartón ( )  
 Caja de metal ( )  
 Caja de madera ( )

**13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una caja de café en té de 25 unidades?**

- \$1,00 - \$2,00 ( )  
 \$2,01 - \$3,00 ( )  
 \$3,01 - \$4,00 ( )

**14. ¿Dónde le gustaría poder adquirir el producto?**

- Tiendas ( )  
 Mini Market ( )  
 Supermercados ( )  
 Plazas de mercados ( )  
 Microempresa a establecerse ( )

**15. Del café en té seleccione los aspectos que más le atraen:**

- Calidad ( )  
 Contenido nutricional ( )  
 Innovación ( )  
 Facilidad de preparación ( )

**16. ¿Cuántas cajas de 25 unidades de café en té consumiría su familia mensualmente?**

- 0 - 1 ( )  
 2 - 3 ( )  
 4 - 5 ( )

**17. ¿Qué tipo de promoción le gustaría recibir por la adquisición del café en té?**

- Descuentos en el precio ( )  
 Mayor cantidad del producto ( )  
 Participación en sorteos ( )  
 Premios ( )

**18. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre el café en té?**

- Radio ( )  
 Televisión ( )  
 Hojas volantes ( )  
 Internet (Redes sociales) ( )  
 Prensa ( )

**19. Si su respuesta fue la radio ¿en qué emisora le gustaría conocer sobre el café en té?**

- Luz y vida ( )  
 Centinela ( )  
 Super láser ( )

**20. Si su respuesta fue la televisión ¿en qué canal le gustaría conocer sobre el café en té?**

- EcotelTv ( )  
 UvTv ( )  
 PlusTv ( )

**21. Si su respuesta fue las hojas volantes ¿cada que tiempo le gustaría que la empresa entregue hojas volantes a la ciudadanía?**

- Mensual ( )  
 Trimestral ( )  
 Semestral ( )  
 Anual ( )

**22. Si su respuesta fue las redes sociales, indique en cuál.**

- Facebook ( )  
Instagram ( )  
YouTube ( )  
Twitter ( )

**23. Si su respuesta fue la prensa ¿en qué diario le gustaría conocer sobre el café en té?**

- La Hora ( )  
Crónica ( )  
Ecotel ( )

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

**Anexo 3: Modelo de la entrevista.**



Universidad Internacional del Ecuador

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ENTREVISTA**

Me dirijo a Ud. muy comedidamente para solicitarle se digne proporcionar su valiosa colaboración dando contestación a la siguiente entrevista, con la finalidad de recopilar la información necesaria para la realización de mi proyecto de tesis previa a la obtención del Título de Licenciada en Negocios Internacionales en la Universidad Internacional del Ecuador, denominado: ***“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE CAFÉ EN TÉ EN SAN PEDRO DE VILCABAMBA Y SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”***

A continuación, se presenta el cuestionario del modelo de entrevista a aplicar:

**1. ¿Ofrece café en té en su supermercado?**

Si  
No

**2. ¿Dónde adquiere usted el té de café para comercializarlo?**

---



---



---

**3. ¿Qué estándares y normas cumplen los productores de café para asegurar que el producto sea de calidad?**

---



---



---

**4. ¿Indique el porcentaje de incremento que usted ha percibido en la comercialización del café en té en los años 2017, 2018 y 2019?**

---



---



---

**5. ¿Cómo considera los precios del café en té que ofrecen los productores de la localidad?**

Económico  
Estándar  
Costoso

**6. ¿Cree que es necesario que los productores de café en té otorguen promociones para ofertar el café a gran escala?**

SI  
NO

**7. ¿Qué cantidad de café en té de 25 unidades vende semanalmente?**

50 – 100 unidades  
101 – 200 unidades  
201 – 300 unidades  
301 – 400 unidades

**8. ¿Qué presentación tiene mayor demanda del café en té?**

CAJA DE CARTÓN  
CAJA DE METAL  
CAJA DE MADERA

**9. Si se implementara una empresa productora y comercializadora de café en té de 25 unidades, ¿su empresa estaría dispuesta a adquirirlo?**

Si  
No

**10. ¿Cuánto pagaría por una caja de café en té de 25 unidades a precio de mayorista?**

\$1,00 - \$2,00  
\$2,01 - \$3,00  
\$3,01 - \$4,00

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

## Anexo 4: Tasa de inflación.

La tasa de inflación se la obtuvo del reporte mensual de inflación del Banco Central del Ecuador, siendo el último documento el de noviembre del 2020.

