

NEGOCIOS INTERNACIONALES

**Tesis previa a la obtención de título de
Licenciado en Negocios Internacionales.**

AUTOR: Juan Miguel Jumbo Sinchire.

TUTOR: Mgs. Silvia Alexandra Jaramillo Luzuriaga.

Plan de Negocios para la creación de una microempresa
productora y comercialización de Aliños en la Ciudad de Loja.

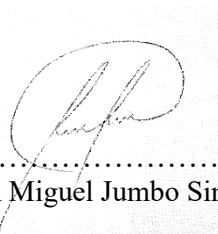
Aprobación del Tutor

Yo Silvia Alexandra Jaramillo Luzuriaga, certifico que conozco al autor del presente trabajo de titulación “Plan de Negocios para la creación de una microempresa productora y comercialización de Aliños en la Ciudad de Loja”, de Juan Miguel Jumbo Sinchire, siendo el responsable exclusivo tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.

.....
Mgs. Silvia A. Jaramillo Luzuriaga.
Directora del trabajo de titulación.

Certificación de Autoría

Yo, Juan Miguel Jumbo Sinchire 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.



.....
Juan Miguel Jumbo Sinchire

Dedicatoria

El Presente Trabajo investigativo, lo dedico primeramente a Dios por haberme dado la sabiduría suficiente, para poder culminar mi tesis profesional.

Dedicó de todo corazón a mi familia, a mis padres, hermanos, esposa e hijos que han sido mi motor y ejemplo seguir. Por su apoyo, enseñanzas, comprensión, consejos y ánimos que me han brindado para poder culminar mis estudios con éxito.

Juan Miguel

Agradecimiento

Quiero agradecer a Dios primeramente por estar conmigo en cada paso de mi vida, por permitirme vivir, por fortalecer mi corazón, e iluminar mi mente de mis errores y dificultades presentadas a lo largo de mi vida.

Agradezco a mi familia por ser el motor principal de mi vida, por estar siempre preocupados de mi bienestar, y apoyarme siempre en esta etapa de estudio, no me han dejado desvanecer e incluso, han tenido que sacrificar muchas cosas para que yo pueda alcanzar mis objetivos profesionales. Gracias por nunca abandonarme.

Agradecer también a la Universidad Internacional del Ecuador, por permitirme conocer y convivir con personas maravillosas que han sido mi soporte y compañía durante mi período de estudio, me han guiado para ser un mejor ser humano y un futuro profesional exitoso.

Mil gracias a todos.

Juan Miguel

Índice de Contenidos

Aprobación del Tutor.....	II
Certificación de Autoría.....	III
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento.....	V
Índice de Contenidos	VI
Índice de Tablas	IX
Índice de Figuras.....	XIII
Resumen	15
Abstract.....	16
Introducción.....	17
Justificación	19
Objetivos.....	20
Capítulo 1: Fundamentación Teórica.....	21
1.1. Marco Referencial	21
1.1.1. El Ajo.....	21
1.1.2. La cebolla	23
1.1.3. Especies o condimentos	25
1.1.4. Aliños	26
1.2. Marco Conceptual	26
1.2.1. Plan de Negocios	26
1.2.2. Estudio de Mercado.....	27
1.2.3. Estudio Técnico	32

1.2.4. Estudio Organizacional	34
1.2.5. Estudio Financiero	37
1.2.6. Evaluación Financiera.	41
Capítulo 2: Metodología Utilizada	43
Capítulo 3: Encuesta aplicada a la demanda y la competencia	47
3.1. Tabulación, análisis e interpretación de la encuesta aplicada a las 383 familias de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja. (Demanda).....	47
3.2. Tabulación, análisis e interpretación de la encuesta aplicada a 40 tiendas de las diferentes parroquias urbanas de la ciudad de Loja. (Competencia).....	67
Capítulo 4: Estudio de mercado	71
4.1. Análisis de la Demanda	71
4.2. Análisis de la Oferta	75
Capítulo 5: Estudio técnico	84
5.1. Tamaño del Proyecto.....	84
5.2. Localización	86
5.3. Ingeniería del Proyecto.....	88
6.4. Distribución de la Planta	90
6.5. Descripción de Requerimientos	92
Capítulo 6: Estudio Administrativo	93
6.1. Organización Jurídica.....	93
Capítulo 7: Estudio Financiero	106
7.1. Inversiones	106
7.2. Activo Diferidos	112

7.3. Capital de Trabajo	114
7.4. Financiamiento	121
7.5. Presupuestos Proyectados	122
7.6. Análisis del Punto de Equilibrio.....	127
7.9. Estado de Pérdidas y Ganancias	129
7.10. Flujo de Caja	130
Capítulo 8: Evaluación financiera.....	132
8.1. Valor Actual Neto	132
8.2. Periodo de Recuperación de Capital	133
8.3. Relación Beneficio Costo.....	134
8.4. Tasa Interna de Retorno	135
8.5. Análisis de Sensibilidad	136
Conclusiones	141
Recomendaciones.....	143
Bibliografía.....	144
Anexos.....	146

Índice de Tablas

Tabla 1 <i>Valor nutricional</i>	23
Tabla 2 <i>Composición Nutricional</i>	25
Tabla 3 <i>Proyección de la población Año 2025</i>	44
Tabla 4 <i>Ingresos mensuales</i>	47
Tabla 5 <i>Consumo de aliños</i>	48
Tabla 6 <i>Compra de aliños</i>	49
Tabla 7 <i>Lugares de adquisición de aliños</i>	50
Tabla 8 <i>Marca de aliños</i>	51
Tabla 9 <i>Cantidad de aliños mensualmente</i>	52
Tabla 9 <i>Pago de aliños</i>	53
Tabla 11 <i>Consideración precio de aliños</i>	54
Tabla 12 <i>Calidad de aliños</i>	55
Tabla 13 <i>Presentación de aliños</i>	56
Tabla 13 <i>Medios de comunicación</i>	57
Tabla 15 <i>Microempresa de venta de aliños</i>	58
Tabla 16 <i>Cantidad de aliños</i>	59
Tabla 17 <i>Pago de aliños</i>	60
Tabla 18 <i>Presentación de los aliños</i>	61
Tabla 19 <i>Promociones de los aliños</i>	62
Tabla 20 <i>Medios de comunicación</i>	63
Tabla 21 <i>Visualización televisiva</i>	64
Tabla 22 <i>Emisoras</i>	65
Tabla 23 <i>Redes sociales</i>	66

Tabla 24 <i>Venta de aliños</i>	67
Tabla 25 <i>Marca de aliños</i>	68
Tabla 26 <i>Margen de utilidad de ventas</i>	68
Tabla 27 <i>Cantidad de aliños para comercializar</i>	69
Tabla 28 <i>Tiempo de adquisición de aliños</i>	70
Tabla 29 <i>Demanda potencial</i>	72
Tabla 30 <i>Demanda real</i>	72
Tabla 31 <i>Demanda efectiva</i>	73
Tabla 32 <i>Cantidad de compra de aliño mensual</i>	73
Tabla 33 <i>Consumo promedio anual</i>	74
Tabla 34 <i>Demanda efectiva proyectada en aliños</i>	74
Tabla 35 <i>Cantidad y tiempo de compra de aliños</i>	75
Tabla 36 <i>Oferta anual</i>	75
Tabla 37 <i>Proyección de la oferta</i>	76
Tabla 38 <i>Demanda Insatisfecha en libras</i>	77
Tabla 39 <i>Características del producto</i>	78
Tabla 40 <i>Capacidad instalada</i>	85
Tabla 41 <i>Capacidad utilizada</i>	85
Tabla 42 <i>Participación del mercado</i>	85
Tabla 43 <i>Maquinaria</i>	106
Tabla 44 <i>Depreciación de maquinaria</i>	107
Tabla 45 <i>Muebles y enseres de producción</i>	107
Tabla 46 <i>Depreciación de muebles y enseres de producción</i>	108
Tabla 47 <i>Equipos de oficina</i>	108

Tabla 48 <i>Depreciaciones muebles y enseres de producción</i>	109
Tabla 49 <i>Equipo de computación y reposición</i>	109
Tabla 50 <i>Depreciaciones de computación y reposición</i>	110
Tabla 51 <i>Muebles y enseres administrativos</i>	110
Tabla 52 <i>Depreciaciones de muebles y enseres administrativos</i>	111
Tabla 53 <i>Vehículo</i>	111
Tabla 54 <i>Depreciaciones del vehículo</i>	112
Tabla 55 <i>Resumen de activos fijos</i>	112
Tabla 56 <i>Activos diferidos</i>	113
Tabla 57 <i>Amortización de los activos diferidos</i>	113
Tabla 58 <i>Materia prima directa</i>	114
Tabla 59 <i>Materia prima indirecta</i>	115
Tabla 60 <i>Mano de obra directa</i>	115
Tabla 61 <i>Servicios básicos para la producción</i>	116
Tabla 62 <i>Servicios básicos para la administración</i>	116
Tabla 63 <i>Útiles de oficina</i>	116
Tabla 64 <i>Suministros de Aseo</i>	117
Tabla 65 <i>Indumentaria de personal</i>	117
Tabla 66 <i>Publicidad</i>	118
Tabla 67 <i>Combustibles y mantenimiento</i>	118
Tabla 68 <i>Sueldos y salarios administrativos</i>	119
Tabla 69 <i>Sueldos y salarios de ventas</i>	119
Tabla 70 <i>Arriendo</i>	120
Tabla 71 <i>Resumen de capital de trabajo</i>	120

Tabla 72 <i>Resumen de la inversión</i>	120
Tabla 73 <i>Crédito</i>	122
Tabla 74 <i>Presupuesto proformados o proyectados</i>	123
Tabla 75 <i>Costos fijos y variables</i>	125
Tabla 76 <i>Costo Unitario de Producción</i>	126
Tabla 77 <i>Precio de venta al público</i>	126
Tabla 78 <i>Presupuesto de ingresos</i>	127
Tabla 79 <i>Análisis punto de equilibrio año 1 y 5 año</i>	127
Tabla 80 <i>Estado de pérdidas y ganancias</i>	130
Tabla 81 <i>Flujo de caja</i>	131
Tabla 82 <i>Valor actual neto</i>	132
Tabla 83 <i>Periodo de recuperación de capital</i>	133
Tabla 84 <i>Relación beneficio costo</i>	134
Tabla 85 <i>Tasa interna de retorno</i>	135
Tabla 86 <i>Incremento del 13,24% en los costos</i>	137
Tabla 87 <i>Disminución del 13,24% en los ingresos</i>	139

Índice de Figuras

Figura 1 <i>Ajo</i>	21
Figura 2 <i>Cebolla</i>	23
Figura 3 <i>Ingresos mensuales</i>	47
Figura 4 <i>Consumo de aliños</i>	48
Figura 5 <i>Compra de aliños</i>	49
Figura 6 <i>Lugares de adquisición de aliños</i>	50
Figura 7 <i>Marca de aliños</i>	51
Figura 8 <i>Cantidad de aliños mensualmente</i>	52
Figura 9 <i>Pago de aliños</i>	53
Figura 10 <i>Consideración precio de aliños</i>	54
Figura 11 <i>Calidad de aliños</i>	55
Figura 12 <i>Presentación de aliños</i>	56
Figura 13 <i>Presentación de aliños</i>	57
Figura 14 <i>Microempresa venta de aliños</i>	58
Figura 15 <i>Cantidad de aliños</i>	59
Figura 16 <i>Pago de aliños</i>	60
Figura 17 <i>Presentación de los aliños</i>	61
Figura 18 <i>Promociones de los aliños</i>	62
Figura 19 <i>Medios de comunicación</i>	63
Figura 20 <i>Visualización televisiva</i>	64
Figura 21 <i>Emisoras</i>	65
Figura 22 <i>Redes sociales</i>	66
Figura 23 <i>Venta de aliños</i>	67

Figura 24 <i>Marca de aliños</i>	68
Figura 25 <i>Margen de utilidad de ventas</i>	69
Figura 26 <i>Cantidad de aliños para comercializar</i>	69
Figura 27 <i>Tiempo de adquisición de los aliños</i>	70
Figura 28 <i>Marca del aliño</i>	78
Figura 29 <i>Slogan del aliño</i>	79
Figura 30 <i>Etiqueta</i>	79
Figura 31 <i>Presentación del producto</i>	80
Figura 32 <i>Promoción</i>	82
Figura 33 <i>Publicidad emisora</i>	82
Figura 34 <i>Facebook</i>	82
Figura 35 <i>Macro-localización</i>	87
Figura 36 <i>Micro-localización</i>	87
Figura 37 <i>Diagrama de flujo</i>	90
Figura 38 <i>Plano de la microempresa</i>	91
Figura 39 <i>Punto de equilibrio 1 año</i>	128
Figura 40 <i>Punto de equilibrio 5 año</i>	129

Resumen

Se ha desarrollado el presente proyecto con la finalidad de identificar una nueva oportunidad de inversión a través de la elaboración y comercialización de aliños a base del ajo, cebolla y otros ingredientes. Se aplicó 383 encuestas a familias, y a 40 tiendas de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja, con los datos obtenidos se determinó que existe una demanda insatisfecha en libras para el primer año de 652.850.

En la microempresa para la elaboración de 25 libras de aliño con la producción anual de 52000 libras representando el 100% de la capacidad instalada se necesita 60 minutos, estará ubicada en la ciudad de Loja, barrio la Pradera, calles Sauces y Alisos, contará con la Junta General de Accionistas, Gerente, asesor Jurídico, contadora, chofer-vendedor, conserje, y dos obreros.

La inversión será de \$ 17.577,93 siendo el 54% con capital propio, y el 46% financiado por la cooperativa Manuel Esteban Godoy. Los costos para el primer año son de \$74.320,36, con ingresos de \$ 92.900,46, generados por el PVP de \$1.79 por libra con un margen de utilidad de 25%. La microempresa para el primer año trabajando al 74,81% de su capacidad instalada y vendiendo \$66.945,41, le permitirá cubrir los costos y no tener pérdidas.

Contará con VAN positivo de \$ 37.558,08, TIR del 74,58%, PRC de 3 años, 4 meses y 7 días, RBC \$1,25, soporta un incremento en costos hasta el 13,24% y una disminución de ingresos del 29,73% lo que señala que es factible implementarlo.

Palabras clave: microempresa, aliños, mercado, rentabilidad, posicionamiento.

Abstract

This project was developed to identify a new investment opportunity through the production and sale of seasonings made with garlic, onions, and other ingredients. A total of 383 surveys were administered to families and 40 stores in the urban parishes of the city of Loja. The data obtained determined an unmet demand of 652,850 pounds for the first year.

MicroEnterprise, which will produce 25 pounds of seasoning per batch, will have an annual production capacity of 52,000 pounds, representing 100% of installed capacity. The production time will be 60 minutes. The business will be in the La Pradera neighborhood of Loja, at the intersection of Sauces and Alisos streets. It will have a General Shareholders' Meeting, a manager, a legal advisor, an accountant, a driver/salesperson, a janitor, and two workers.

The investment will be \$17,577.93, with 54% coming from equity and 46% financed by the Manuel Esteban Godoy cooperative. Costs for the first year are \$74,320.36, with revenues of \$92,900.46, generated by a retail price of \$1.79 per pound with a 25% profit margin. Operating at 74.81% of its installed capacity and generating \$66,945.41 in sales during the first year will allow the microenterprise to cover costs and avoid losses.

It will have a positive NPV of \$37,558.08, an IRR of 74.58%, a payback period of 3 years, 4 months, and 7 days, and a cost-benefit ratio of \$1.25. It can withstand a cost increase of up to 13.24% and a revenue decrease of 29.73%, indicating that implementation is feasible.

Keywords: microenterprise, seasonings, market, profitability, positioning.

Introducción

La identificación de nuevas ideas de inversión es sin lugar a duda el núcleo de toda actividad emprendedora y generadora de recursos económicos de un país.

En nuestra provincia de Loja y particularmente en la ciudad de Loja la actividad empresarial se encuentra poco desarrollada debido a la escasa experiencia en la dirección de empresas asimismo se ha generado también por la falta de interés y preocupación de los emprendedores por conocer la realidad del entorno que muestra un gran potencial productivo y de comercialización que pudiera ser explotado con miras a que la producción y la generación de valor agregado resulten significativamente mayores para el crecimiento del sector y por ende al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

Por medio de este trabajo se quiere dar a conocer los puntos por los cuales se cree que la idea de inversión basada en la creación de una microempresa dirigida a la elaboración y comercialización de aliños es viable, pretendiendo de esta manera rescatar uno de los recursos agrícolas que más sobresalen en la provincia y ciudad de Loja.

Es así como el contenido de esta investigación consta de las siguientes partes: en la primera se detalla los materiales y métodos que se aplicaron en la ejecución del trabajo, así como también consta de la revisión de literatura que permitió sustentar de mejor manera este proyecto.

A continuación se expone los resultados del trabajo donde se detalla el análisis y tabulación e interpretación de las encuestas aplicadas a las familias de las diferentes parroquias urbanas y a las tiendas de la ciudad de Loja, seguidamente se presenta la discusión de los mismos, en donde se incluye el estudio de mercado dentro del cual se analiza la oferta, demanda y la preferencia de los clientes hacia el producto que se va a elaborar; así también se estableció el canal de distribución más adecuado para su comercialización y la presentación que tendrá el producto en el mercado.

Más adelante se describen aspectos técnicos del proyecto específicamente sobre la capacidad instalada, capacidad utilizada, la instalación de la microempresa como es la macro localización y micro localización y funcionamiento de la empresa en estudio, acoplados al proceso productivo que esta requerirá, señalando que la misma estará ubicada en la ciudad de Loja, en el barrio la Pradera, en las calles Sauces y Alisos.

Seguidamente se realizó el estudio económico en donde se detallan los presupuestos de mano de obra, maquinaria, materia prima, insumos e instrumentos necesarios para la puesta en marcha del proyecto, así como las depreciaciones, es decir los activos fijos, diferidos y capital de trabajo.

Se detalla el monto de la inversión requerida y su financiamiento con fuentes internas y externas, sus fuentes de ingreso y egresos durante la vida útil del proyecto, como el margen de utilidad, el punto de equilibrio, el estado de pérdidas y ganancias y el flujo de caja para los 5 años de vida útil del proyecto.

Luego está la evaluación financiera con el propósito de determinar la factibilidad del proyecto a través de: valor actual neto, tasa interna de retorno, relación beneficio costo, periodo de recuperación de capital y el análisis de sensibilidad con el incremento en los costos y disminución en los ingresos; los mismos que resultaron positivos por lo que el proyecto es viable.

También se realizó la organización administrativa que indica la constitución legal, la estructura administrativa con los organigramas: estructural, funcional y posicional y el manual de funciones es decir las diferentes actividades que deberán cumplir las personas que ocupan un puesto o cargo dentro de la microempresa. Finalmente se presentan las respectivas conclusiones, recomendaciones, la bibliografía y anexos.

Justificación

Los conocimientos adquiridos a través de años de estudio en la universidad permitieron tener destreza en el desarrollo del tema propuesto. Conocimientos como metodología de la investigación, organización empresarial, gestión del talento humano, administración, análisis de costos, finanzas corporativas y desarrollo de estudio de mercado son esenciales para el desarrollo de un plan de negocios. La correcta combinación de todos estos conocimientos es la clave para lograr los objetivos planteados. Es importante recalcar y no dejar de lado, uno de los pilares más importantes que cualquier empresa o emprendimiento debe tener, generar fuentes de trabajo y contribuir a la economía de la sociedad.

Objetivos

Objetivo general

- ✓ Identificar Oportunidades de Inversión en la Elaboración y Comercialización de aliños en la ciudad de Loja.

Objetivos específicos

- ✓ Realizar un estudio de mercado en el que se pueda identificar claramente la oferta y demanda del producto en estudio.
- ✓ Realizar un estudio técnico para establecer la ubicación de la empresa, las instalaciones, maquinaria y distribución de la planta de acuerdo con factores como el transporte, disponibilidad de materia prima, y ubicación de los clientes, buscando siempre la disminución substancial de costos.
- ✓ Diseñar la estructura organizacional y administrativa que sustente la veracidad de la empresa y su normal funcionamiento.
- ✓ Realizar el estudio y evaluación financiera del proyecto en estudio que permita determinar su desempeño y rentabilidad en el mercado.

Capítulo 1: Fundamentación Teórica

1.1. Marco Referencial

1.1.1. El Ajo

Figura 1

Ajo



Nota. Adaptado de “Cómo utilizar el ajo”, por María Belén del Río, 2021, Mejor con Salud.

Nombre común: Ajo.

Nombre científico o latino: *Allium sativum*.

Familia: Liliáceas.

1.1.1.1. Origen. Su nombre deriva del latín *halum* que viene de *halare*, dar olor. Es una planta de origen asiático, se cultiva desde hace miles de años. Unos 3.000 años a. C., ya se consumía en la India y en Egipto. A finales del siglo XV los españoles introdujeron el ajo en el continente americano (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura [FAO,] 2025).

El ajo pertenece a la familia de Liliaceae, subfam. Allioideae; su nombre científico es *Allium sativum* L, caracterizándose por ser una planta bulbosa, vivaz y rústica.

1.1.1.2. Descripción. En este apartado se detalla la descripción de la cebolla, con sus principales características.

- Raíz bulbosa que se denomina "cabeza" en la que se encuentran 10- 12 "dientes".

- Alcanza entre 30 y 40 cm de altura.
- Las hojas del ajo son macizas, a diferencia de las de la cebolla que son huecas.
- Hojas radicales, largas, alternas, comprimidas y sin nervios aparentes.
- El ajo no suele florecer, pero a veces, cuando se forma la flor, se encuentran en ella bulbillos, que reproducen la planta como si fueran dientes.
- Flores blancas y rosadas, cerradas antes de la floración en unas cápsulas membranosas con una punta alargada que se abre longitudinalmente en el momento de la floración y permanece marchita debajo de las flores. Se agrupan en umbelas.
- Cada flor presenta 6 pétalos blancos, 6 estambres y un pistilo.
- Raíz bulbosa, compuesta de 6 a 12 bulbillos ("dientes de ajo"), reunidos en su base por medio de una película delgada, formando lo que se conoce como "cabeza de ajos".
- Cada bulbillito se encuentra envuelto por una túnica blanca, a veces algo rojizo, membranoso, transparente y muy delgado, semejante a las que cubren todo el bulbo.

1.1.1.3. Propiedades. Entre las propiedades más representativas de la cebolla, a continuación, se describen las siguientes:

- El ajo es muy rico en sales minerales, azufre, encimas y vitaminas.
- Además, tiene muchas propiedades medicinales.
- El ajo puede secarse y usarse en láminas o molido.
- A la hora de freírlo no hay que dejar que se dore demasiado pues adquiere un sabor amargo.
- Los brotes de hojas, "ajetes tiernos", se consumen como si fuesen espárragos.
- El ajo seco se utiliza como condimento y por ello la presentación como "ajo en polvo", más manejable, se ha difundido en la moderna cocina europea.

Tabla 1
Valor nutricional

Valor nutricional del ajo en 100 g de producto comestible.	
Calorías (cal).	98-139
Agua (g).	61
Proteínas (g).	4-6.4
Lípidos (g).	0.5
Glúcidos (g).	20
Vitamina B1 (mg).	0.2
Vitamina B2 (mg).	0.11
Niacina (mg).	0.7
Vitamina C (mg).	9-18
Calcio (mg).	10-24
Hierro (mg).	1.7-2.3
Fósforo (mg).	40-195
Potasio (mg).	540

Nota. Adaptado de “Cómo utilizar el ajo”, por María Belén del Río, 2021, Mejor con Salud.

1.1.2. La cebolla

Figura 2
Cebolla



Nota. Adaptado de “Cómo utilizar el ajo”, por María Belén del Río, 2021, Mejor con Salud.

Nombre común: Cebolla.

Nombre científico o latino: *Allium cepa*.

Familia: Liliáceas.

1.1.2.1. Descripción. La cebolla es una de las plantas culinarias más cultivadas en el mundo entero y sus numerosas formas y variedades ocupan miles de hectáreas de tierras de

cultivo. El origen primario de la cebolla se localiza en Asia central, y como centro secundario el Mediterráneo, pues se trata de una de las hortalizas de consumo más antigua. Se estima que la producción mundial está alrededor de 30 millones de T.M. anuales.

La cebolla, sana y nutritiva, esconde numerosas propiedades medicinales entre sus capas y además resulta muy versátil en la cocina. Se consume principalmente el bulbo, pero también las hojas. Hay numerosas variedades de cebollas de uso común en cocina como: cebolla blanca, cebolla roja, cebolleta, cebollita francesa, chalota, calcots. Cabe señalar que la cebolla es un condimento imprescindible en varias culturas a nivel gastronómico. Es posible encontrarla en múltiples y variados platillos ya sea frita, hervida, rebosada, encurtida, al horno o cruda (FAO, 2025).

El tipo de cebolla determina, junto con los demás ingredientes, el sabor de los platillos. La cebolla blanca se emplea en todo tipo de preparaciones mientras que la cebolla francesa, que es de menor tamaño, se usa para caramelizar, en estofados.

1.1.2.2. Cultivos. La planta de cebolla se desarrolla muy bien en situaciones de escaso suministro de agua, por lo tanto, es ideal de cultivar en zonas con una elevada cantidad de radiación solar y con baja humedad relativa. La temperatura máxima óptima para dicho cultivo son los 30 grados Celsius. La cebolla no resiste muy bien las temperaturas mínimas extremas, por lo cual se recomienda su cultivo en lugares en donde las temperaturas mínimas no estén por debajo de los 0 grados Celsius, en la época fría. La forma ideal de realizar el cultivo de cebollas es en hileras, para otorgarles el espacio necesario para su desarrollo cada hilera debe estar separada de la otra por unos 20 centímetros. La separación entre cada individuo de cebolla plantada debe ser de al menos unos 15 centímetros.

1.1.2.3. Composición Nutricional. La composición alimentaria de la cebolla por cada 100 gr. está formada por los principales elementos siguientes.

Tabla 2
Composición Nutricional

Agua.	89gr.
Calorías.	38 kcal.
Lípidos.	0.16gr.
Carbohidratos.	8.6gr.
Fibra.	1.8gr.
Potasio.	157mg.
Azufre.	70mg.
Fósforo.	33mg.
Calcio.	20mg.
Vitamina C.	6.4mg.
Vitamina E.	0,26mg.
Vitamina B-6.	0,116mg.
Ácido fólico.	19mcg.
Ácido glutamínico.	0.118g.
Argenina.	0,156g
Lisina.	0,055g.
Leucina.	0,041g.

Nota. Adaptado de “Cómo utilizar el ajo”, por María Belén del Río, 2021, Mejor con Salud.

1.1.3. Especies o condimentos

Las especias o condimentos es el nombre dado a ciertos aromatizantes de origen vegetal, que se usan para preservar o sazonar los alimentos. Cada vez son más utilizadas en nuestra cocina para definir sabores, pues gracias a sus propiedades aromatizantes es posible que alimentos insípidos o desagradables, pasen a ser gustosos y sabrosos sin perder sus propiedades nutritivas. En la actualidad, este mercado está en constante crecimiento, ya sea como especias solas o sus mezclas.

Entre los condimentos que más se destacan tenemos:

- Mostaza.
- Clavo de olor.
- Canela.
- Pimienta.

- Orégano.
- Vainilla.
- Aliños.

Muchos condimentos deben tomarse con precaución ya que pueden resultar tóxicos en concentraciones elevadas. Muchos presentan compuestos incapaces de ser absorbidos por el organismo siendo eliminados directamente, otros son destruidos por las propias enzimas digestivas.

1.1.4. Aliños

El aliño es la mezcla de especias y otros condimentos con el fin de realzar o potenciar el sabor de algún producto, como una ensalada o unas carnes o pescados.

Los usados habitualmente son:

- Vinagreta.
- Aderezo.
- Chimichurri.

1.2. Marco Conceptual

1.2.1. Plan de Negocios

Es una herramienta que permite a las organizaciones trazar una ruta por medio de la cual alcanzará todos y cada uno de sus objetivos y metas propuestas, destacando entre ellas la rentabilidad esperada, también, permite abordar y ofrecer soluciones para cada uno de los posibles obstáculos que se presenten durante su implementación y desarrollo de actividades en el futuro. Además, es una herramienta de gran utilidad que le permite a una organización determinar qué tan competitiva puede ser en el sector o mercado en que se incorporarán (Flórez, 2022).

Son procedimientos debidamente organizados para cumplir con una finalidad, que es lograr que el proyecto planteado se vuelva algo tangible.

1.2.2. Estudio de Mercado

Con este nombre se denomina la primera parte de la investigación formal de un proyecto. Consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

Aunque la cuantificación de la oferta y demanda pueda obtenerse fácilmente de fuentes de información secundarias, en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias, pues proporciona información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otro tipo de fuente de datos. El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado; con esta investigación después de un estudio meticuloso y bien realizado se podrá palpar el riesgo que se corre y la posibilidad de éxito que habrá con la venta de un nuevo artículo o con la existencia de un nuevo competidor en el mercado.

1.2.2.1. Segmentación de Mercados. La segmentación es el proceso de dividir el mercado en grupos de consumidores que se parezcan más entre sí en relación con algunos o algún criterio razonable. Los mercados se pueden segmentar de acuerdo con varias dimensiones.

Por otro lado, el estudio de mercado es útil para prever una política adecuada de precios, estudiar la mejor forma de comercializar el producto y contestar la primera pregunta importante del estudio: ¿Existe un mercado viable para el producto que se pretende elaborar? Si la respuesta es positiva el estudio continúa, caso contrario si la respuesta es negativa se plantea la posibilidad de un nuevo estudio más preciso y confiable (Flórez, 2022).

1.2.2.2. Muestreo. El muestreo es una técnica que permite determinar y seleccionar un grupo de individuos que realmente se estudiarán en el proyecto. Asimismo, la muestra es el número de elementos, elegidos o no al azar, que hay que tomar de un universo para que los

resultados puedan extrapolarse al mismo, y con la condición de que sean representativos de la población.

1.2.2.3. Análisis de la Demanda. El propósito del análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como también determinar la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. La demanda es función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias.

En el análisis de la demanda, se deben estudiar aspectos tales como los tipos de consumidores a los que se quiere vender los productos o servicios. Esto es saber qué niveles de ingreso tienen, para considerar sus posibilidades de consumo. Se habla, en ese caso, de estratos de consumo o de una estratificación por niveles de ingreso, para saber quiénes serán los clientes o demandantes de los bienes o servicios que se piensa ofrecer, asimismo conocer los gustos y preferencias de cada uno de ellos (Flórez, 2022).

1.2.2.4. Análisis de la oferta. El propósito del análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que los productores pueden y quieren poner a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, es función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción, etc.

En este análisis es necesario conocer los factores que influyen en la oferta, obteniendo estos datos de fuentes primarias y secundarias.

Sin embargo, habrá datos muy importantes que no aparecerán en las fuentes secundarias y, por tanto, será necesario realizar encuestas.

Entre los datos indispensables para hacer un mejor análisis de la oferta está:

- ✓ Numero de productores.
- ✓ Localización.
- ✓ Capacidad instalada y utilizada.
- ✓ Calidad y precio de los productos.
- ✓ Planes de expansión.
- ✓ Inversión fija.
- ✓ Número de trabajadores.

1.2.2.5. Demanda vs Oferta. Es un estudio que permite comparar la demanda efectiva con la oferta proyectada (periodo por periodo) nos permite hacer una primera estimación de la demanda insatisfecha. En efecto, existe demanda insatisfecha cuando las demandas detectadas en el mercado no están suficientemente atendidas.

Asimismo, se puede determinar que la demanda está satisfecha cuando los compradores encuentran los bienes y servicios en las cantidades y precios que están dispuestos a pagar.

Una de las resultantes más importantes es la comparación periodo por periodo la demanda con la oferta, de lo cual se puede esperar una primera aproximación de la demanda insatisfecha y una estimación inicial del tamaño del proyecto, o sea la oferta generada por la nueva unidad económica (Flórez, 2022).

1.2.2.6. Análisis de precios. Precio es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda está en equilibrio. Conocer el precio es importante porque es la base para calcular los ingresos futuros. Para determinar el precio habrá que tomar en cuenta el número de intermediarios que participan en la venta, así como también se debe considerar lo siguiente:

- ✓ La base de todo precio de venta es el costo de producción, administración y ventas, más una ganancia.

- ✓ La segunda consideración es la demanda potencial del producto y las condiciones económicas del país.
- ✓ La reacción de la competencia es el tercer factor importante para considerar. Si existen competidores muy fuertes del producto, su primera reacción frente a un nuevo competidor probablemente sea bajar el precio del producto para debilitar al nuevo competidor.
- ✓ Finalmente hay que considerar el control de precios que todo gobierno puede imponer sobre los productos de la llamada canasta básica. Si el producto que se pretende elaborar no está dentro de la canasta básica, entonces nunca estará sujeta a un control de precios (Flórez, 2022).

1.2.2.7. Comercialización. La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de lugar y tiempo.

Hay dos tipos de intermediarios: los comerciantes y los agentes.

Los primeros adquieren el título de propiedad de la mercancía, mientras los segundos no lo hacen, sino solo sirven de contacto entre el productor y el vendedor.

Dentro de la comercialización se destacan los “Canales de Distribución” que es la ruta que toma un producto para pasar del productor a los consumidores finales, deteniéndose en varios puntos de esa trayectoria.

En cada intermediario o punto en el que se detenga esa trayectoria existe un pago o transacción además de un intercambio de información. El productor siempre tratara de elegir el canal más ventajoso desde todos los puntos de vista. Cabe recalcar que el conocer los canales de comercialización permite determinar el costo agregado al producto por efecto de su distribución.

Existen dos tipos de productores claramente diferenciados: Los de consumo popular y los de consumo industrial.

Canales para productos de consumo popular.

✓ ***Productores – Consumidores.*** - Este canal es la vía más corta, simple y rápida. Se utiliza cuando el consumidor acude directamente a la fábrica a comprar los productos; también incluye las ventas por correo. Aunque por esta vía el producto cuesta menos al consumidor, no todos los fabricantes practican esta modalidad ni todos los consumidores están dispuestos a ir directamente hacer la compra.

✓ ***Productores – Minoristas – Consumidores.*** - Es un canal muy común, y la fuerza se adquiere al entrar en contacto con más minoristas que exhiban y vendan los productos.

✓ ***Productores – Mayoristas – Minoristas y Consumidores.*** - El mayorista entra como auxiliar al comercializar productos más especializados; este tipo de canal se da en las ventas de medicina, ferretería, madera, etc.

✓ ***Productores – Agentes – Mayoristas – Minoristas – Consumidores.*** - Aunque es el canal más indirecto, es el más utilizado por empresas que venden sus productos a cientos de Kilómetros de su sitio de origen. De hecho, el agente en sitios tan lejanos lo entrega en forma similar al canal y en realidad queda reservado para casi los mismos productos, pero entregado en zonas muy lejanas.

Canales para Productos Industriales.

✓ ***Productor – Usuario Industrial.*** - Es usado cuando el fabricante considera que la venta requiere atención personal al consumidor.

✓ ***Productor – Distribuidor Industrial – Usuario Industrial.*** - El distribuidor es equivalente al mayorista. La fuerza de venta de ese canal reside en que el productor tenga contacto con muchos distribuidores. El canal se usa para vender productos no muy especializados, pero solo de uso industrial.

✓ ***Productor – Agente – Distribuidor – Usuario Industrial.*** - se usa para realizar ventas en lugares muy alejados.

1.2.3. Estudio Técnico

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se determina la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, así como también el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción (Flórez, 2022). La finalidad del estudio técnico es determinar dónde, cuanto, cuando, como y con que producir. La importancia de este estudio se deriva de “la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el mismo; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero” (Córdova, 2011, p. 209).

1.2.3.1. Tamaño. El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia de un proyecto.

1.2.3.2. Capacidad del proyecto. Existen algunas medidas que permiten contemplar la capacidad de un proyecto, entre las que se puede mencionar:

- ✓ **Capacidad Teórica.** - (también denominada capacidad máxima o ideal) supone que todo el personal y los equipos operan a la máxima eficiencia usando el 100% de la capacidad de la planta. La capacidad teórica es irreal; deja de incluir las interrupciones normales que resulten de daños o del mantenimiento de las máquinas.
- ✓ **Capacidad Instalada:** Es aquella que indican cuál será la máxima capacidad de producción que se alcanzará con los recursos disponibles, es decir la cantidad máxima de bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una empresa por unidad de tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas.
- ✓ **Capacidad Utilizada:** Es parte de la capacidad instalada que se está empleando, refleja su real utilización en un determinado periodo de tiempo.

- ✓ **Reservas:** Representa la capacidad de producción que no es utilizada normalmente y que permanece en espera.
- ✓ **Capacidad Financiera:** Es un análisis de las condiciones económicas financieras de que se dispone y que a su vez permita determinar la capacidad para financiar la inversión sea con capital propio o mediante crédito.
- ✓ **Capacidad Administrativa:** En esta variable se analiza si en el medio existe el Talento Humano Idóneo que requerirá la nueva unidad productiva para su eficiente funcionamiento (Flórez, 2022).

1.2.3.3. Localización. El estudio de la localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicará el proyecto.

Este estudio tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir, cubriendo las exigencias o requerimientos del mismo, contribuyen a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto.

Etapas de la localización.

El estudio de localización se distingue dos partes muy importantes como son:

Macro localización: Se refiere a la ubicación de la macrozona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto, tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un país o una región determinada.

Micro localización: Consiste en la selección y delimitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizará y operará el proyecto dentro de la Macro localización (Flórez, 2022).

1.2.3.4. Ingeniería del Proyecto. El estudio de la ingeniería está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio. El objetivo de este estudio está

ligado con: la instalación y funcionamiento de la planta, señalando el proceso productivo, así como también la maquinaria y equipos necesarios.

1.2.3.5. Diseño del producto. Se trata de diseñar el producto o productos objeto de proyecto, indicando entre otras: su nombre técnico, su nombre comercial, sus composiciones, la forma de presentación, la unidad de medida, su vida útil y todas aquellas características que permitan reconocerlo y diferenciarlo.

Cuando se aprueba un diseño preliminar, se puede construir un prototipo o prototipos para someterlos a pruebas adicionales y análisis.

En el diseño preliminar se toma en cuenta un gran número de compensaciones entre costo, calidad y rendimiento del producto.

1.2.4. Estudio Organizacional

Este estudio consiste en definir como se hará la empresa o que cambios hay que hacer si la empresa está formada.

- ✓ Qué régimen fiscal es el más conveniente para constituir la empresa.
- ✓ Qué pasos se necesitan para dar de alta el proyecto.
- ✓ Como organizar la empresa cuando el proyecto esté en operación.

1.2.4.1. Base legal. Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la Ley entre ellos tenemos:

- ✓ **Acta constitutiva:** Es el documento certificador de la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referenciales de los socios con los cuales se constituye la empresa.
- ✓ **La razón social o denominación:** Es el nombre bajo el cual la empresa operará, el mismo que debe estar de acuerdo con el tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.

✓ **Domicilio:** Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto, deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicará.

✓ **Objeto de la sociedad:** Al constituirse una empresa se lo hace con un objetivo determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

✓ **Capital social:** Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.

✓ **Tiempo de duración de la sociedad:** Toda actividad tiene un tiempo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para qué tiempo o plazo operará.

✓ **Administradores:** Ninguna sociedad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona que será quién responda por las acciones de la misma.

1.2.4.1. Estructura organizacional. La estructura Organizacional se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización, creando unidades administrativas, asignando en su caso funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquía, estableciendo las relaciones que entre dichas unidades debe existir (Flórez, 2022).

1.2.4.2. Niveles jerárquicos. Los niveles jerárquicos son el conjunto de órganos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que posean, independientemente de la función que realicen, entre los niveles jerárquicos se destacan:

✓ **Nivel Legislativo – Directivo:** Constituye el máximo nivel de dirección de la empresa en donde su función básica es la de legislar sobre la política que debe seguir la organización,

normar los procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones, etc. y decidir sobre los aspectos de mayor importancia. El nivel legislativo en el caso de una empresa lo constituye la Junta de Accionistas el mismo que está representado por el presidente.

✓ **Nivel Ejecutivo:** Como su nombre lo indica es el responsable de ejecutar y dar cumplimiento de las actividades encomendadas, está representada básicamente por el Gerente General cuya responsabilidad es llevar a la empresa hacia el logro de los objetivos de la misma según las indicaciones emanadas del nivel legislativo – directivo, a la vez que dirigen y controlan el trabajo de los niveles inferiores dentro de la escala jerárquica.

✓ **Nivel Asesor:** El nivel asesor aconseja, informa, prepara proyectos en materia jurídica, económica, financiera, técnica, contable, industrial y más aéreas que tengan que ver con la entidad o empresa a la cual están asesorando, no tiene autoridad de mando, por lo tanto, no toma decisiones ni ordena.

✓ **Nivel Operativo:** Es el responsable directo de ejecutar las actividades básicas de la entidad o empresa, es decir tiene relación directa con las labores de producción.

✓ **Nivel Auxiliar:** El nivel auxiliar ayuda a los otros niveles administrativos en la prestación de servicios con eficiencia. Es un nivel de apoyo a las labores ejecutivas, asesoras y operacionales.

Generalmente se la conoce como nivel administrativo complementario. Las actividades de este nivel tienen que ver con la secretaría, y más servicios generales que hacen fluida la vida administrativa de una entidad o empresa.

1.2.4.3. Organigramas. Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran, sus niveles jerárquicos, líneas de autoridad y responsabilidad y sus canales formales de comunicación. Existen algunas clasificaciones de los organigramas entre ellos el más utilizado tenemos:

✓ **Estructurales:** Representa el esquema básico de una organización, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes, es decir sus unidades administrativas, las relaciones de dependencia que existe entre ellas, permitiendo apreciar la organización de la empresa como un todo.

✓ **Funcionales:** Indican en el cuerpo de la gráfica, además de las unidades y sus relaciones las principales funciones de los departamentos.

✓ **Posición o Personal:** 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 caso de haberla, en algunos casos puede incluir la remuneración de cada puesto y aún el nombre del empleado que lo desempeña.

1.2.4.4. Manuales. Son documentos que sirven como medios de comunicación y coordinación que permiten registrar y transmitir en forma ordenada y sistemática, información una organización, Así como las instrucciones y lineamientos que se consideren necesarios para el mejor desempeño de sus tareas.

1.2.5. Estudio Financiero

El estudio financiero trata, de determinar cuál será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice, es decir, cuánto dinero se necesita para que la planta opere, además es una metodología para medir la rentabilidad de un proyecto, la estructura financiera futura de una empresa (Hoyos, 2022).

1.2.5.1. Inversiones. La inversión son los recursos necesarios para realizar el proyecto; por lo tanto, cuando hablamos de la inversión en un proyecto, estamos refiriéndonos a la cuantificación monetaria de todos los recursos que van a permitir la realización del proyecto. Por lo tanto, cuando se va a determinar el monto de la inversión, es necesario identificar todos los recursos que se van a utilizar los cuales se destacan:

Activos Fijos: El activo fijo de una empresa está formado por bienes que tienen cierta permanencia o fijeza y que han sido adquiridos con el propósito de usarlos; por ejemplo entre los activos fijos que se destacan tenemos: el edificio, equipo de transporte, recursos naturales, terrenos, obras civiles, equipos e instalaciones, muebles, maquinaria , vehículos, etc., los cuales debido al uso al que están sometidos o por el simple transcurso del tiempo están sujetos a una baja del valor que recibe el nombre de depreciación excepto los terrenos.

Activos Diferidos: Los activos diferidos son los gastos realizados por la empresa, y que una vez pagados no son recuperables o reembolsables. Generalmente estos gastos se efectúan al construir la empresa y son de un valor considerable por lo cual la legislación permite amortizarlos hasta en 5 años.

Capital de Trabajo

Presupuestos de Producción: Los presupuestos de producción están formados por los siguientes elementos:

Materias Primas: Son aquellos materiales que de hecho entran y forman parte del producto terminado. Estos costos incluyen fletes de compra, de almacenamiento y de manejo. Los descuentos sobre compras se pueden deducir del valor de la factura de las materias primas adquiridas.

Mano de Obra Directa: Es la que se utiliza para transformar la materia prima en producto terminado. Se puede identificar en virtud de que su monto varía casi proporcionalmente con el número de unidades producidas.

Mano de Obra Indirecta: Es aquella necesaria en el departamento de producción, pero que no interviene directamente en la transformación de las materias primas. En este rubro se incluyen: personal de supervisión, jefe de turno, todo el personal, de control de calidad, y otros.

Materiales Indirectos: Estos forman parte auxiliar en la presentación del producto terminado, sin ser el producto en sí. Aquí se incluyen: envases primarios y secundarios y etiquetas, por ejemplo.

Costo de Mantenimiento: Este es un servicio que se contabiliza por separado, en virtud de las características especiales que puede presentar. Se puede dar mantenimiento preventivo y correctivo al equipo y a la planta. El costo de los materiales y la mano de obra que se requieran, se cargan directamente a mantenimiento, pues puede variar mucho en ambos casos.

Cargos por Depreciación y Amortización Ya se han mencionado que son costos virtuales, esto es, se tratan y tienen el efecto de un costo sin serlo. Para calcular el monto de los cargos, se deberán utilizar los porcentajes autorizados por la Ley de Impuesto Sobre La Renta. Este tipo de cargos está autorizado por la propia ley, y en caso de aplicarse a los costos de producción, se deberá incluir todo el activo fijo y diferido relacionado directamente con ese departamento (Merlo et al., 2022).

Gastos de Operación o Administración.

En los gastos de administración incluye todos los gastos que ocupa la empresa para administrar por ejemplo el sueldo del gerente, las secretarias, auxiliares de oficina, contador, útiles de oficina, servicios públicos, así como también las depreciaciones administrativas que tienen su origen en el área administrativa como: muebles, equipos de cómputo y equipos de oficina, etc.

Gastos de Ventas.

Se llama así a todas las operaciones que se hacen en íntima relación con la operación de venta y que resultan indispensables para poder efectuarla, por ejemplo: la publicidad, los sueldos de vendedores, las comisiones pagadas a agentes, etc. es decir, los que se originan en

el departamento o área de ventas relacionados con la distribución y comercialización del producto o del servicio.

Gastos Financieros.

Son los incurridos por la adquisición de préstamos en el sistema financiero para compensar el requerimiento de efectivo en la apertura de la empresa; como puede ser la cantidad de capital de trabajo necesario, alguna maquinaria para el funcionamiento, etc. Los préstamos se pueden tomar siempre y cuando tengamos respaldo para este crédito como son los terrenos y edificios en caso de ser hipotecarios, vehículos, mobiliario, entre otros en caso de ser prendarios (Hoyos, 2022).

1.2.5.2. Presupuestos. Los presupuestos son la estimación programada de manera sistemática de las condiciones de operación y de los resultados a obtener por un organismo en un periodo determinado.

Así mismo una de las herramientas que se incluyen en los presupuestos son:

Estado de Pérdidas y Ganancias: Es un documento contable que presenta los resultados obtenidos en un periodo económico, sean estas pérdidas o ganancias para lo cual compara los rubros de ingresos con los egresos incurridos en un periodo (Hoyos, 2022).

Punto de Equilibrio: Es un punto de balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como punto muerto porque en él no hay pérdidas y ganancias, es decir representa la cantidad de unidades que una empresa debe producir para no perder ni ganar. Para determinar esta herramienta se debe clasificar los costos de una empresa en:

✓ **Costos fijos:** son aquellos que no varían junto con la producción su importe permanece constante independientemente de lo que la empresa produzca. Tales como: sueldos de ejecutivos, personal de seguridad, renta de edificios, el alumbrado, impuestos sobre propiedades, etc.

✓ **Costos variables:** son aquellos que varían en forma directa con los cambios en el volumen de producción, estos pueden ser: materia prima directa, mano de obra directa, etc.

Flujo de Caja: El flujo de caja o flujo neto de efectivo es el resultado de un instrumento que resumen las entradas y salidas de un proyecto de inversión o empresa en un determinado periodo y tiene como objetivo ser la base del cálculo de los indicadores de rentabilidad económica (Hoyos, 2022).

1.2.6. Evaluación Financiera.

Con esta evaluación podemos definir el futuro de un proyecto donde fijamos los montos de inversión y los costos implicados en el proceso de este.

1.2.6.1. Valor Actual Neto. En resumen, un proyecto de inversión de capital debería aceptarse si tiene un valor presente neto positivo, cuando los flujos de efectivo esperados se descuentan al costo de oportunidad (Hoyos, 2022). El cálculo del valor de dinero en el tiempo, y así se puede realizar comparaciones frente a los resultados de otros periodos y así tomar decisiones y poder realizar o no inversiones a largo plazo. Donde:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

VAN: Valor Actual Neto.

Ft: flujos de dinero en cada periodo tiempo (t).

I₀: inversión realizada en el momento inicial.

Tiempo 0 (t=0) n: número de periodos de tiempo.

k: tipo de descuento.

1.2.6.2. Periodo de Recuperación de Capital. Es un periodo de tiempo en cual según los pronósticos se puede llegar a recuperar el total el capital invertido inicialmente y así poder determinar si el proyecto va por buen camino y de acuerdo con esto poder aumentar la inversión o detenernos con el mismo (Merlo et al., 2022).

1.2.6.3. Relación Costo Beneficio.

Es la relación de los costos generados en una empresa comparados con los beneficios obtenidos de la actividad que es este realizando y estos analizados dentro de un periodo de tiempo (Merlo et al., 2022).

1.2.6.4. Tasa Interna de Retorno. Es el porcentaje de beneficio o pérdida que conllevará cualquier inversión. Se utiliza la siguiente formula:

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

Dónde:

Fn: es el flujo de caja en el periodo n.

n: es el número de períodos.

i: es el valor de la inversión inicial.

Según el resultado, existen varias conclusiones:

TIR = 0: No se gana ni pierde.

TIR > 0: Rentabilidad mayor al coste de oportunidad/ Proyecto factible.

TIR < 0: Rentabilidad menor que la rentabilidad mínima requerida/ Proyecto se rechaza.

1.2.6.5. Análisis de sensibilidad. La dirección de operaciones no sólo se preocupa por la solución óptima de un problema de producción. Además de conocer el valor exacto de cada variable del programa productivo, es necesario conocer hasta qué punto esta solución obtenida es factible frente a algún cambio o alteración en cualquiera de los parámetros del problema. Esto se debe al hecho de que la solución obtenida se basa en que los datos de partida son constantes. Esto es posible únicamente para periodos de tiempo muy cortos, dado el contexto económico actual, en el cual se producen numerosos cambios con gran rapidez (Merlo et al., 2022).

Capítulo 2: Metodología Utilizada

Para la realización de este trabajo en forma válida y confiable se ha considerado la utilización de métodos tales como el método científico que es un conjunto de procedimientos lógicamente sistematizados, que mediante la experimentación se desarrolla la ciencia, es así que este método se lo aplicó al momento de recolectar toda la información necesaria para la elaboración del primer capítulo sobre la fundamentación teórica, permitiendo de esta manera sustentar la presente investigación; de la misma manera se tomó en consideración el método inductivo el cual se lo aplicó al momento de adentrarnos a la investigación en estudio; básicamente está representada en el análisis de cada uno de los estudios que conforman el proyecto como son: el estudio de mercado, técnico, financiero y organizacional, llegando con esto a determinar que la idea de inversión propuesta es viable; destacando que este método parte de hechos particulares a lo general.

Además el presente trabajo se desarrolló utilizando técnicas de investigación como la revisión bibliográfica lo que sirvió de base para sustentar la presente investigación a través de la recolección de información como libros, revistas, periódicos e internet; asimismo se aplicó la técnica de la encuesta la cual permitió obtener datos cuantitativos y cualitativos a través de preguntas estructuradas y aplicadas a las familias de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja, para conocer los gustos, preferencias y necesidades del producto en estudio.

Cabe señalar que para poder determinar el número de encuestas a aplicar se realizó primeramente un muestreo para lo cual se tomó en cuenta la siguiente fórmula:

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

Para reemplazar esta fórmula se tomó de base el número de habitantes de la ciudad de Loja proyectados al año 2025, así como también de la identificación del segmento de mercado al cual está dirigido el producto que en este caso fueron las familias integradas cada una de

ellas por 3 miembros cuyos datos fueron obtenidos por el INEC del último censo poblacional 2022 como se detalla a continuación:

Población de la ciudad de Loja: 203.496 habitantes (INEC 2022).

Tasa de crecimiento: 1,21% anual.

Integrantes por familia: 3.

Población de la ciudad de Loja: 210.973 habitantes (INEC 2025).

Población familias 2025: 70324.

Tabla 3

Proyección de la población Año 2025

Año	Tasa de crecimiento	Poblaciones habitantes área urbana	Población familias
2022		203496	
2023	1,21%	205958	3
2024		208450	
2025		210973	70324

Nota. Adaptado de “Censo poblacional INEC 2022”. Elaboración propia.

Tamaño de la muestra.

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

SIMBOLOGÍA:

n =Tamaño de la Muestra.

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

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

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

N = Población (**70324**).

e² = 5% margen de error **0,05 (5%)**.

Desarrollo:

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5) * (0,5) * (70324)}{(0,05)^2 (70324 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5 * 70324}{0,0025 * (70324 - 1) + 3,8416 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{67540,1296}{176,7679}$$

$$n = 382,08$$

$n = 383$ **Encuestas demandantes** (familias del área urbana de la ciudad de Loja)

Así el número de encuestas que se aplicaron fue de 383, las mismas que se distribuyeron equitativamente a las parroquias urbanas que conforman la ciudad de Loja para obtener resultados más precisos de la aceptación que tendría el producto en el mercado como se presenta a continuación: Seguidamente para determinar la oferta de los aliños se procedió a establecer el número de tiendas de las diferentes parroquias urbanas de la ciudad de Loja, de las cuales se tomó 40 para ser encuestadas siendo escogidas y distribuidas al azar a cada una de las parroquias. Una vez aplicadas las encuestas se realizó el estudio de mercado el mismo que permitió determinar la demanda del producto, de igual manera se efectuó el análisis de oferta de los aliños en el mercado de estudio para de esta manera establecer la demanda futura que tendría el producto.

En cuanto al estudio técnico se procedió a establecer la capacidad instalada y utilizada de la planta de producción de la empresa, el mismo que está en función al número de unidades que se deberán producir, para lo cual se diseñó el proceso de elaboración de los aliños, representados por los tiempos y las actividades necesarias para su producción; seguidamente, se estableció el lugar en donde operará la empresa.

Con la ejecución del estudio técnico se pudo determinar los requerimientos necesarios en cuanto a maquinaria, insumos, herramientas y demás recursos necesarios para el funcionamiento de la organización, cuyos rubros se los utilizó para elaborar el estudio financiero, en el cual se determinó el costo de cada uno de ellos siendo obtenidos estos valores por aquellas empresas que podrían ser nuestros futuros proveedores. Determinadas las inversiones se estableció el costo real del producto y los ingresos que este generaría a la organización por sus ventas; y como este influiría en cada ejercicio económico.

Luego de analizada la información de este estudio se determinó a través de indicadores de evaluación financiera la factibilidad de la idea de inversión propuesta.

Finalmente, para el estudio organizacional se procedió a diseñar los organigramas estructural, funcional y posicional que muestran los cargos y los niveles jerárquicos de la empresa, acompañados de los manuales de funciones que incluye las actividades, deberes y requisitos que deberán cumplir las personas que integren la organización.

Capítulo 3: Encuesta aplicada a la demanda y la competencia

3.1. Tabulación, análisis e interpretación de la encuesta aplicada a las 383 familias de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja. (Demanda).

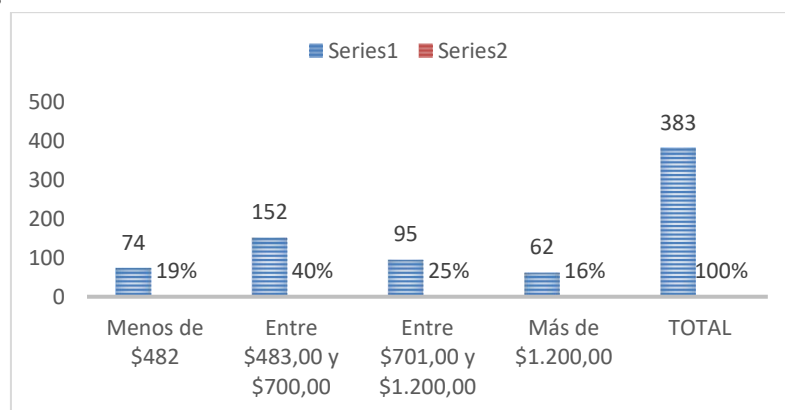
¿Cuál es su nivel de ingresos mensuales en su familia?

Tabla 4
Ingresos mensuales

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos de \$482	74	19%
Entre \$483 y \$700	152	40%
Entre \$701 y \$1.200	95	25%
Más de \$1.200	62	16%
TOTAL	383	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Figura 3
Ingresos mensuales



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Análisis e interpretación: Los resultados muestran que la mayor parte de las familias de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja, correspondiente al 40% (152 familias), percibe ingresos mensuales entre \$483 y \$700, seguido del 25% (95 familias) que recibe entre \$701 y \$1.200. En conjunto, estos datos evidencian que la mayoría de los hogares se concentra en niveles de ingresos bajos y medios.

Por otro lado, el 19% (74 familias) registra ingresos inferiores a \$482, mientras que el 16% (62 familias) supera los \$1.200 mensuales. En términos generales, los resultados reflejan que predominan los hogares con ingresos moderados, lo que influye directamente en su capacidad de consumo y en las decisiones económicas de las familias.

¿Consume usted y su familia aliños?

Tabla 5

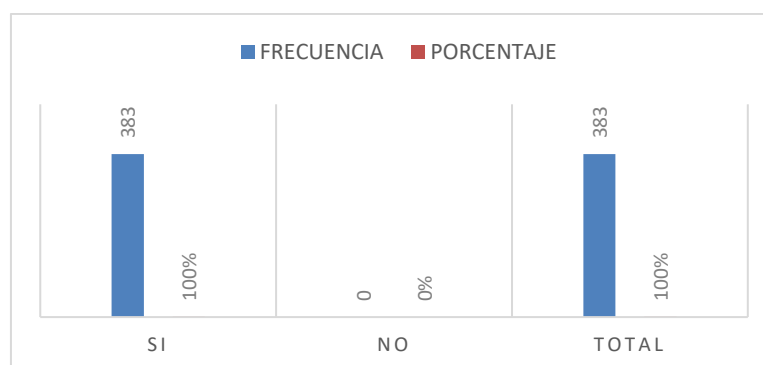
Consumo de aliños

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	383	100%
No	0	0%
Total	383	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Figura 4

Consumo de aliños



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Análisis e interpretación: En las familias encuestadas se pudo determinar que el 100% de las familias si consumen aliños para condimentar sus comidas. Resultados que demuestra que los aliños forman parte de los hábitos alimenticios cotidianos de la población estudiada, lo que refleja una aceptación y uso generalizado de este tipo de productos en la preparación de alimentos. El porcentaje de los que manifestaron que si nos ayuda a determinar la demanda potencial.

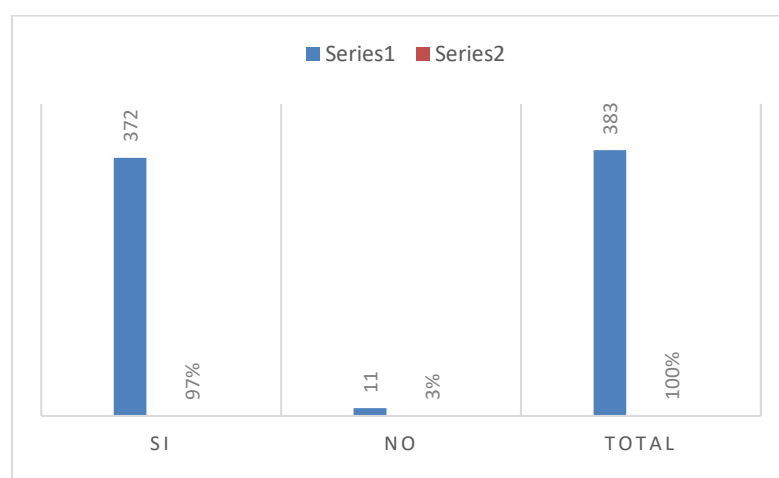
¿Usted y su familia compran aliños?

Tabla 6
Compra de aliños

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	372	97%
No	11	3%
Total	383	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Figura 5
Compra de aliños



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Análisis e interpretación: En la ciudad de Loja se pudo determinar que el 97% de las diferentes familias de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja, si compran aliños para condimentar sus comidas, mientras que respondieron el 3% que no adquieren este producto debido a que lo preparan en sus hogares.

Se considera el porcentaje alto de la compra de aliños ya que es esencial en la preparación de los alimentos, y entre sus principales componentes destaca el ajo, reconocido por sus propiedades nutricionales y beneficios para la salud. El porcentaje de los que manifestaron que si en la pregunta 3 tabla 6, ayuda a determinar la demanda real.

¿En qué lugares adquieren usted y su familia aliños?

Tabla 7

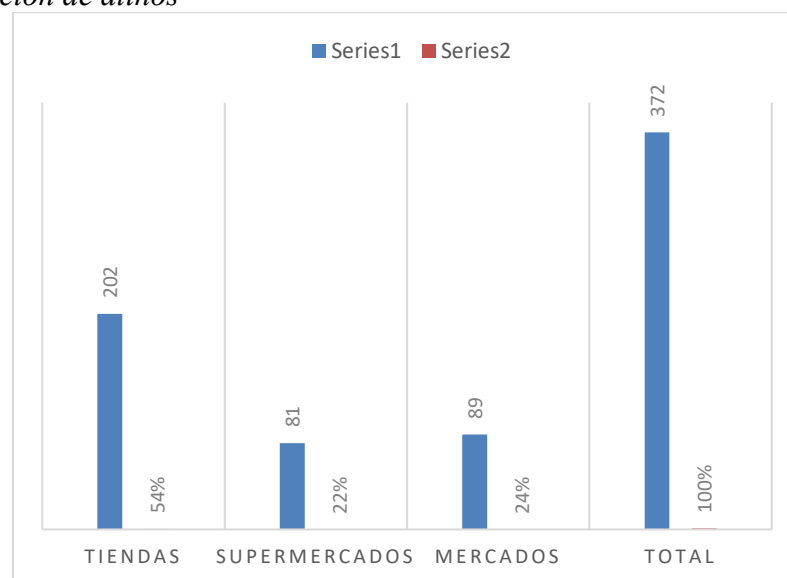
Lugares de adquisición de aliños

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tiendas	202	54%
Supermercados	81	22%
Mercados	89	24%
Total	372	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Figura 6

Lugares de adquisición de aliños



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Análisis e interpretación: La tabla y la figura indican que en las diferentes familias del área urbana de la ciudad de Loja el 54% representa que las familias concurren más a las tiendas para adquirir el aliño, señalándola, así como primera opción, así como también a los mercados con el 24% en la segunda mención y en la tercera mención a los Supermercados con un promedio del 22% siendo estas tres opciones las de mayor preferencia para la compra del aliño en la ciudad de Loja.

¿Qué marca de aliños usted y su familia consumen?

Tabla 8

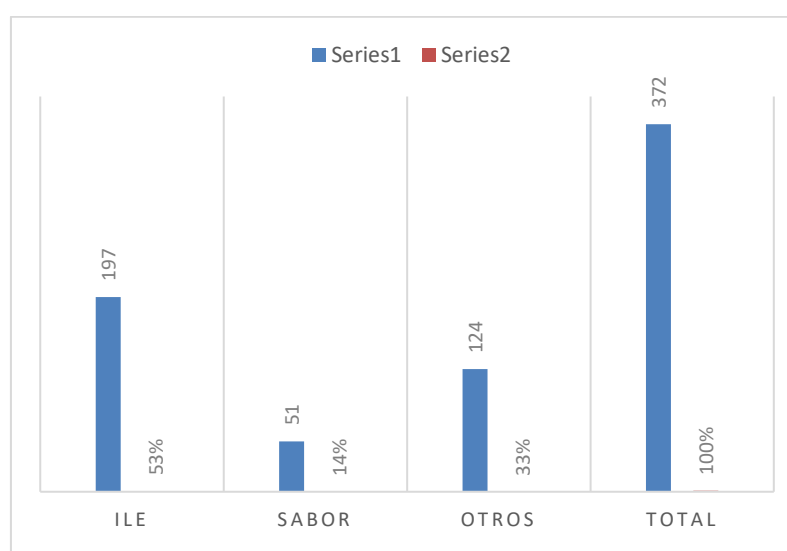
Marca de aliños

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ILE	197	53%
SABOR	51	14%
OTROS	124	33%
Total	372	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Figura 7

Marca de aliños



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Análisis e interpretación: De las diferentes familias de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja se determinó que el 53% que corresponde a 197 familias consumen la marca de aliño ILE debido a que su empresa productora por su gran trayectoria en el mercado ha logrado posicionarse en la mente del consumidor al ofrecer gran variedad de productos sazonadores, el 14% que representa a 51 familias adquiere la marca Sabor, mientras que el 33% que corresponde a 124 familias de las prefieren otro tipo de marcas como: aliños del sur y aliños sin marca.

¿Qué cantidad de aliños acostumbran a comprar usted y su familia mensualmente?

Tabla 9

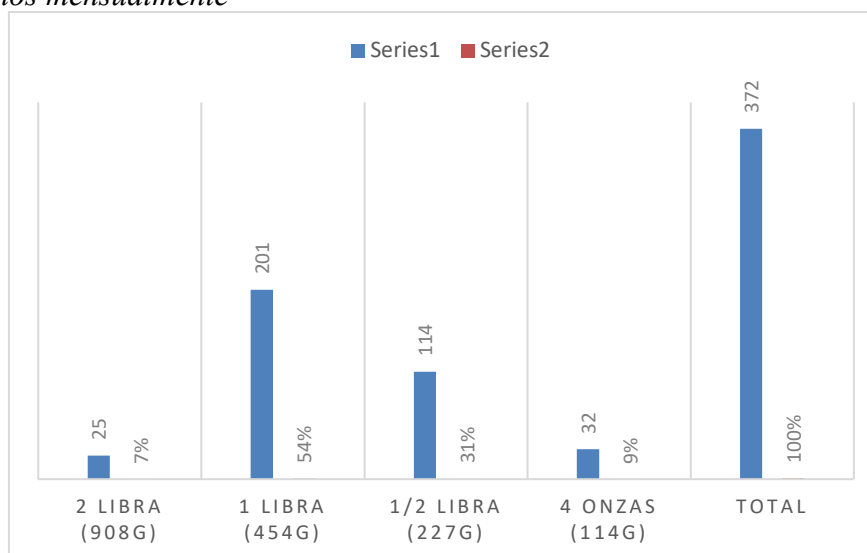
Cantidad de aliños mensualmente

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2 libra (908g)	25	7%
1 libra (454g)	201	54%
1/2 libra (227g)	114	31%
4 onzas (114g)	32	9%
Total	372	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Figura 8

Cantidad de aliños mensualmente



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Análisis e interpretación: De las diferentes familias de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja se determinó que el 7% que corresponde a 25 familias adquieren mensualmente el aliño en presentación de 2 libra; mientras que 201 familias que corresponde el 54%, señalaron que compran de 1 libra; además contestaron 114 familias que representa el 31% adquieren de ½ libra de aliño; y por último el 9% que son 32 familias adquieren el producto de 4 onzas.

¿Cuánto paga usted y su familia por los aliños?

Tabla 10

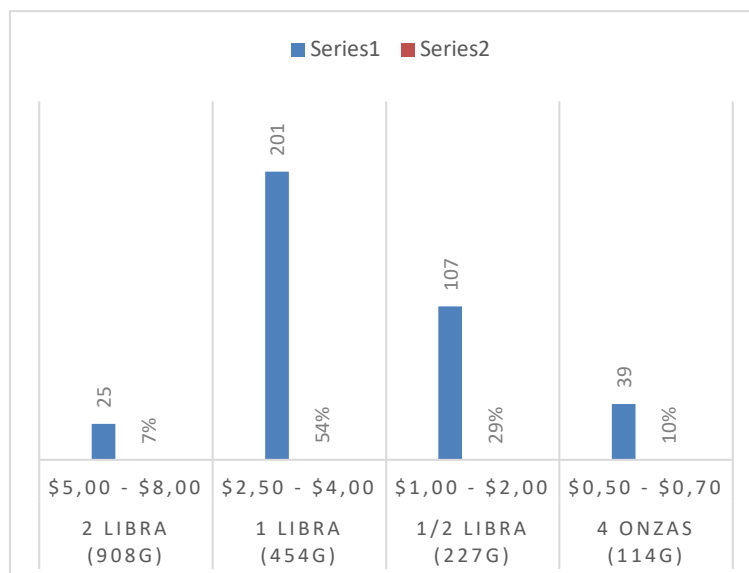
Pago de aliños

VARIABLE	PRECIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2 libra (908g)	\$5,00 - \$8,00	25	7%
1 libra (454g)	\$2,50 - \$4,00	201	54%
1/2 libra (227g)	\$1,00 - \$2,00	107	29%
4 onzas (114g)	\$0,50 - \$0,70	39	10%
Total		372	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Figura 9

Pago de aliños



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Análisis e interpretación: Las familias de las diferentes parroquias de la ciudad de Loja que fueron encuestadas indicaron: que el 7% que corresponde a 25 familias pagan por 2 libras de aliños entre \$5 a \$8 dólares, el 54% que representan a 201 familias pagan de \$2,50 a \$4 dólares por la libra de aliños, mientras que 107 familias que corresponde al 29% indicaron que pagan de \$1 a \$ 2 dólares la ½ libras y por último 39 familias que representan el 10% pagan por las 4 onzas de aliños de \$0,50 a \$0,70

¿Cómo considera usted y su familia el precio del aliño?

Tabla 11

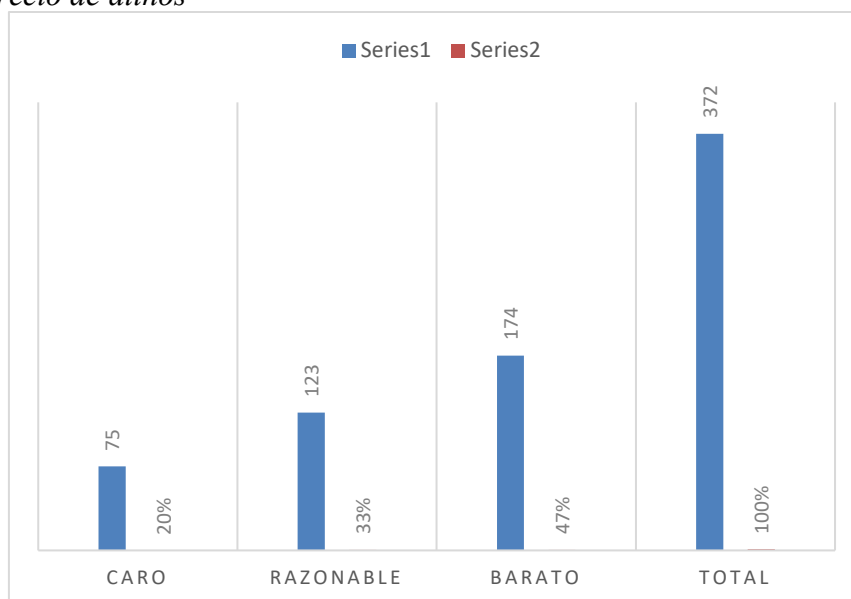
Consideración precio de aliños

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Caro	75	20%
Razonable	123	33%
Barato	174	47%
Total	372	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Figura 10

Consideración precio de aliños



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Análisis e interpretación: Las familias de las diferentes parroquias de la ciudad de Loja que fueron encuestadas indicaron que el 20% que corresponde a 75 familias de las diferentes parroquias que les parece caro, mientras que el 33% que representa a 123 familias encuestadas manifestaron que es razonable el precio de los aliños, y, mientras que el 47% que corresponde a 174 familias encuestadas de las diferentes parroquias urbanas de la ciudad de Lojan contestaron que es barato. Eso se puede interpretar que la microempresa a constituirse tendría una buena demanda y a precios cómodos para las familias de Loja.

¿Qué le parece la calidad de aliños que usted y su familia consumen?

Tabla 12

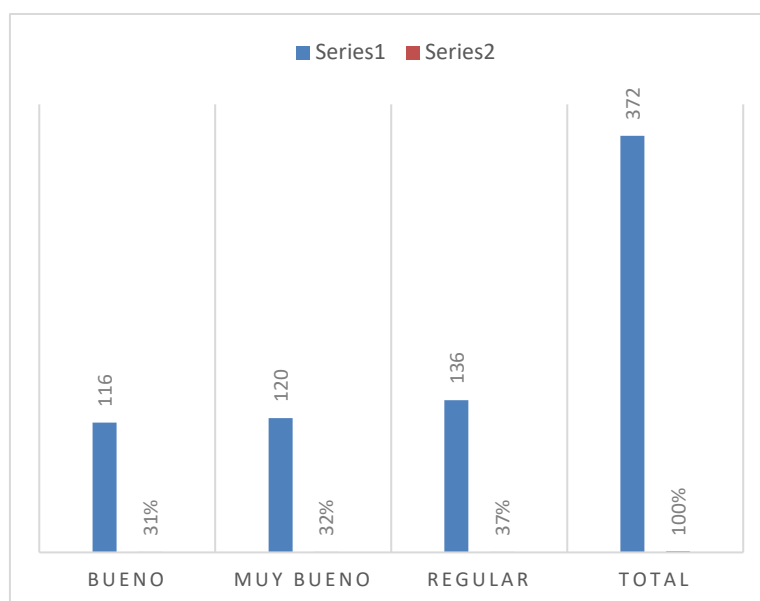
Calidad de aliños

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bueno	116	31%
Muy bueno	120	32%
Regular	136	37%
Total	372	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Figura 11

Calidad de aliños



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Análisis e interpretación: En la ciudad de Loja, las diferentes familias de las parroquias urbanas manifestaron que el 37% de las familias consideran que la calidad del aliño que consumen es regular ya que es poco concentrado lo que disminuye la calidad de las comidas, así mismo el 32% consideran que la calidad de este producto es muy buena debido a que el mismo tiene un buen sabor y permite que sus comidas tengan una mejor sazón, y el 31% lo consideran bueno.

¿En qué presentaciones adquiere usted y su familia el aliño?

Tabla 13

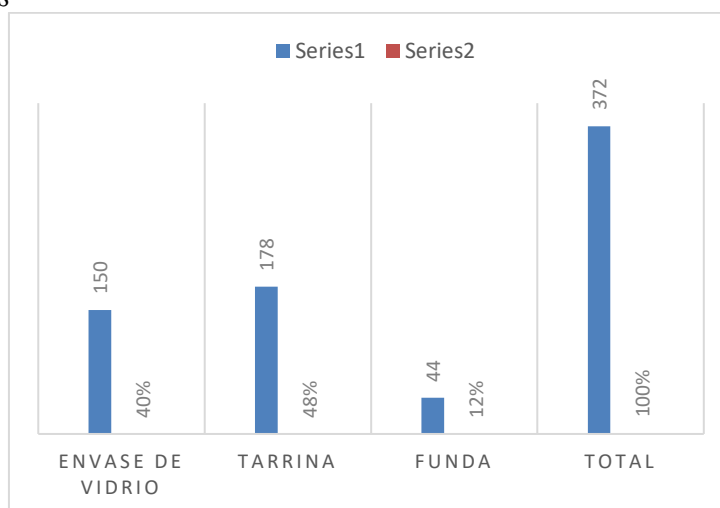
Presentación de aliños

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Envase de vidrio	150	40%
Tarrina	178	48%
Funda	44	12%
Total	372	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Figura 12

Presentación de aliños



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Análisis e interpretación: En la ciudad de Loja, las diferentes familias de las parroquias urbanas manifestaron el 48% que corresponde a 178 familias encuestadas que adquieren el aliño en presentaciones de tarrina ya que luego de consumir los aliños utilizan el envase para sembrar plantas, guardar otros alimentos, mientras que el 40% que corresponde a 150 familias encuestadas indicaron que adquieren los aliños en envase de vidrio y solo el 12% que corresponde 44 familias encuestadas indicaron que compran el aliño en funda, indicando que deberían las empresas realizar en envase de vidrio para que sea reutilizable el envase.

¿Qué medios de comunicación son de su preferencia y de su familia para conocer sobre la existencia de empresas y sus productos?

Tabla 14

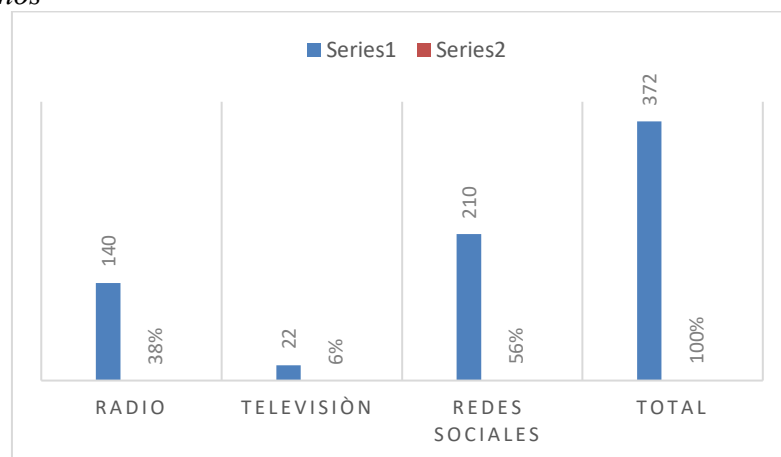
Medios de comunicación

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Radio	140	38%
Televisión	22	6%
Redes Sociales	210	56%
Total	372	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Figura 13

Presentación de aliños



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Análisis e interpretación: Las familias de las diferentes parroquias urbanas de la ciudad de Loja, contestaron en cuanto a los medios de comunicación de preferencia para conocer sobre la existencia de empresas y sus productos, manifestaron el 38% que corresponde a 140 familias encuestadas que prefieren la radio como principal medio de comunicación para informarse, la televisión con un 6%, que corresponde a 22 familias encuestadas y mientras que el 56% que corresponde a 210 familias se informan mediante redes sociales como Facebook, TikTok, Instagram entre otros.

¿Si se llegara a implantar una microempresa productora de aliños. ¿Usted y su familia adquiriría su producto?

Tabla 15

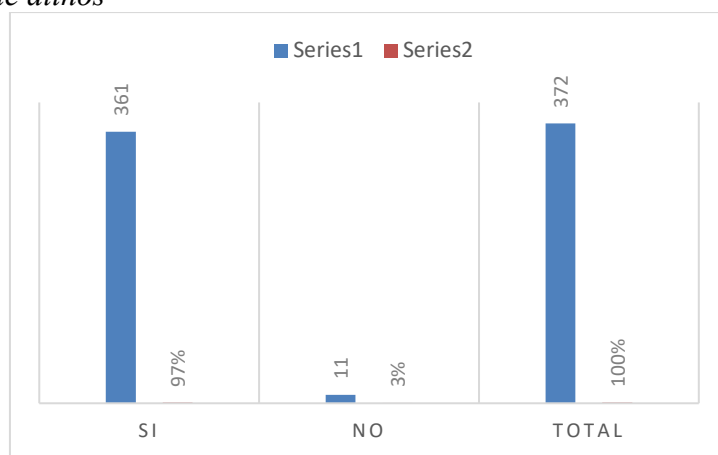
Microempresa de venta de aliños

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	361	97%
No	11	3%
Total	372	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Figura 14

Microempresa venta de aliños



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Análisis e interpretación: De acuerdo a la pregunta que si se incrementaría una microempresa productor y comercializadora de aliños, las diferentes familiar de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja, indicaron 361 familias contestaron y que representa el 97% contestaron que si estuvieran dispuesto a adquirir el producto si se implantara una nueva microempresa productora de aliños ya que sería Lojana, mientras que un 3% que corresponde a 11 familias del total de encuestadas, indicaron que no debido a que realizan los aliños caseros.

¿Qué cantidad de aliño compraría usted y su familia mensualmente?

Tabla 16

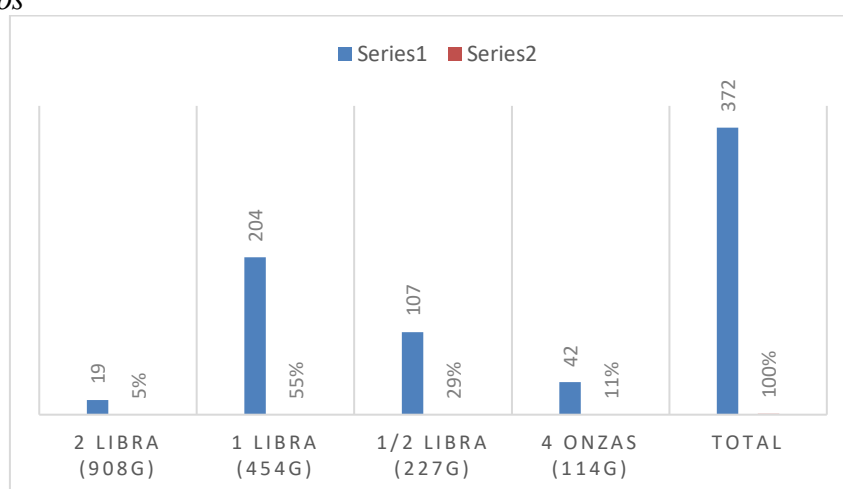
Cantidad de aliños

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2 libra (908g)	19	5%
1 libra (454g)	204	55%
1/2 libra (227g)	107	29%
4 onzas (114g)	42	11%
Total	372	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias ciudad de Loja. Elaboración propia.

Figura 15

Cantidad de aliños



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Análisis e interpretación: En la ciudad de Loja, se aplicó la encuesta a diferentes familias urbanas sobre qué cantidad de aliños comprarían en la familias, manifestaron el 55% que corresponde a 204 familias estarían dispuestos a adquirir el aliño mensualmente en presentación de 1 libra, mientras que el 29% que representa a 107 familias encuestadas indicaron que comprarían de ½ libra, seguido con el 11% que corresponde a 42 familias manifestaron que adquirirían en 4 onzas y solo el 5% que representa 19 familias prefieren en 2 libras, eso indica que prefieren la mayoría de familias adquirir mensualmente los aliños de 1 libra.

¿Cuánto pagaría usted por el aliño?

Tabla 17

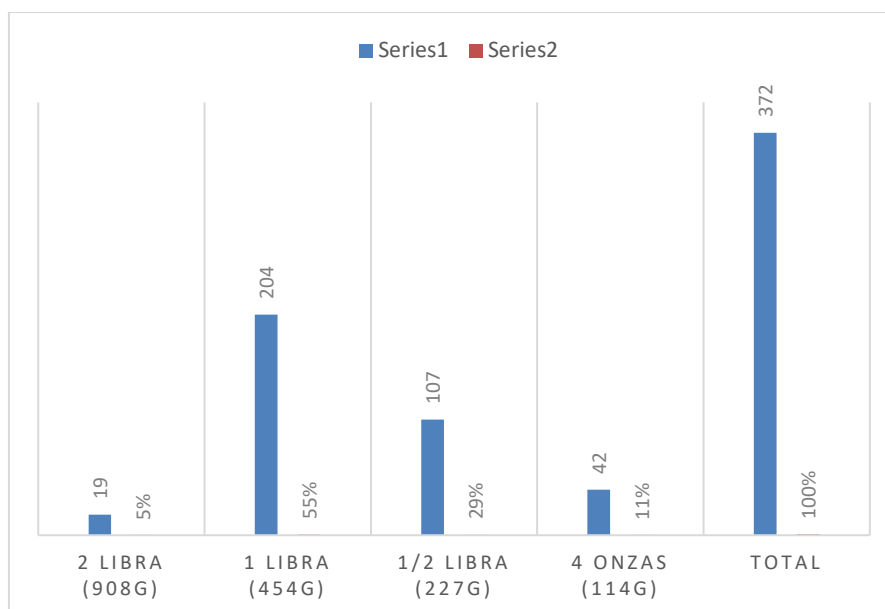
Pago de aliños

VARIABLE	PRECIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2 libra (908g)	\$5,00 - \$8,00	19	5%
1 libra (454g)	\$2,50 - \$4,00	204	55%
1/2 libra (227g)	\$1,00 - \$2,00	107	29%
4 onzas (114g)	\$0,50 - \$0,70	42	11%
Total		372	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Figura 16

Pago de aliños



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Análisis e interpretación: En la ciudad de Loja, las diferentes familias encuestadas de las parroquias urbanas manifestaron que el 55% de las familias estarían dispuestas a pagar por el aliño de 1 libra un costo de \$2,50 a \$4, por el de ½ libra con el 29% de \$1 a \$2,00, mientras que el 11%% a un precio de \$0,50 a \$0,70 el de 4 onzas y por último las presentaciones de 2 libras con el 5% estarían dispuestos a pagar de \$5 a \$8.

¿Cómo desearía usted la presentación del aliño?

Tabla 18

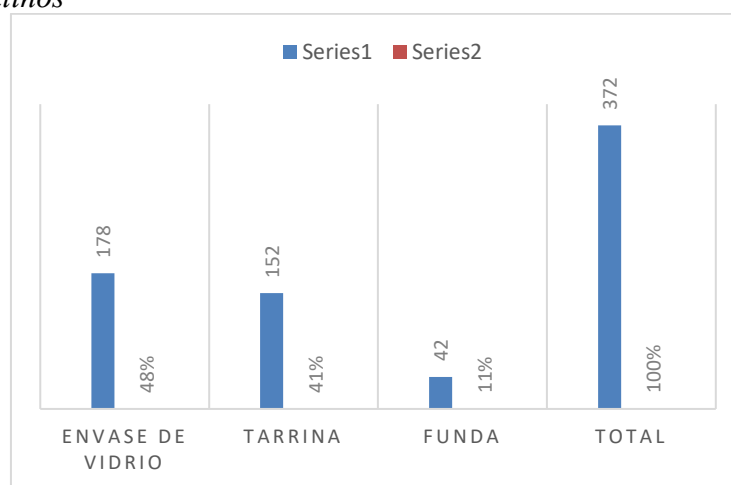
Presentación de los aliños

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Envase de vidrio	178	48%
Tarrina	152	41%
Funda	42	11%
Total	372	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Figura 17

Presentación de los aliños



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Análisis e interpretación: Las diferentes familias de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja, a través de la encuesta aplicada del total 372 familias en relación a la contestación de la pregunta sobre la presentación al momento de adquirir los aliños como les gustaría, indicaron que el 41% que corresponde a 152 familias estarían dispuestos a adquirir el aliño en presentaciones de tarrina, el 48% que representa a 178 familias encuestadas manifestaron que en envase de vidrio y solo el 11% que equivale a 42 familias contestaron que prefieren adquirir los aliños en funda, lo que significa que el producto a comercializarse sería en envase reutilizable de vidrio.

¿Qué promoción desearía usted y su familia por la compra del aliño?

Tabla 19

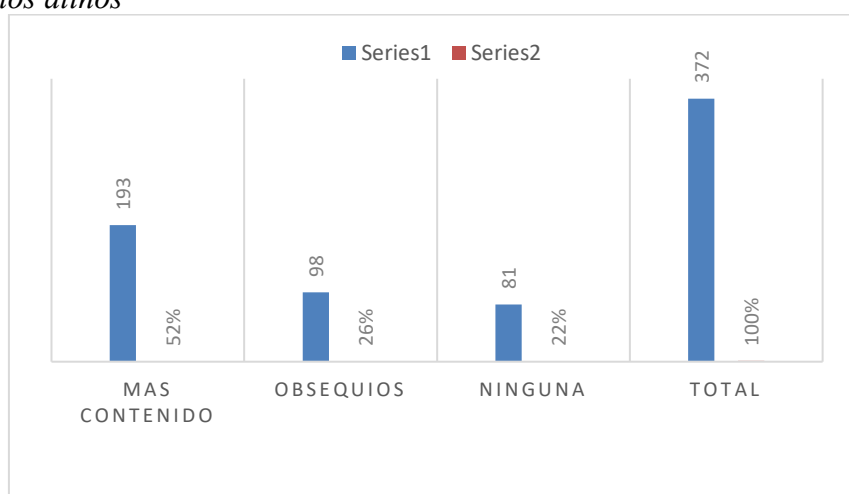
Promociones de los aliños

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mas contenido	193	52%
Obsequios	98	26%
Ninguna	81	22%
Total	372	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Figura 18

Promociones de los aliños



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Análisis e interpretación: De acuerdo a la encuesta aplicada a las diferentes familias de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja, en cuanto a las promociones que les gustaría que les brinden la nueva microempresa a constituirse, manifestaron que las promociones que desearían sobre el aliño es que este tenga más contenido con un porcentaje del 52% que representa a 193 familias, mientras que el 22% que corresponde a 81 familias encuestadas no desearían ninguna promoción y el 26% que son 98 familias indicaron que desearían un obsequio al momento de adquirir el producto, por lo tanto, se tomará en cuenta para las promociones de la microempresa que el producto tenga más contenido.

¿En qué medios de comunicación le gustaría que le den a conocer a usted y su familia sobre la existencia de la microempresa y los aliños?

Tabla 20

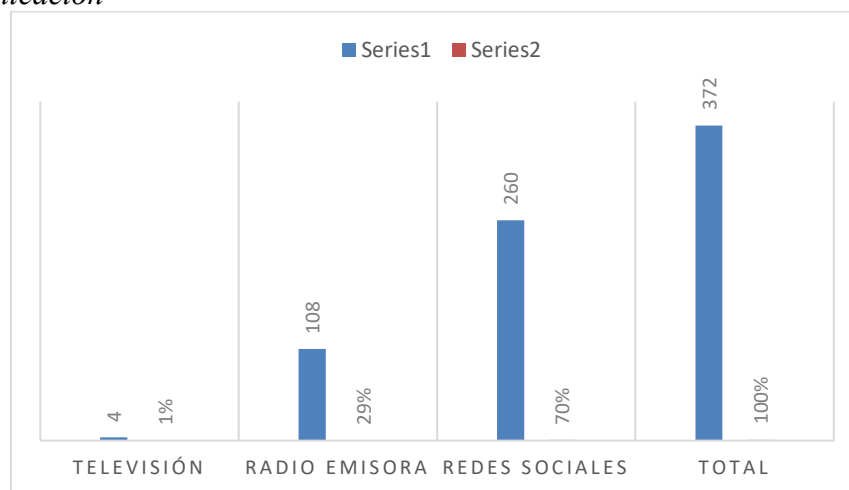
Medios de comunicación

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	4	1%
Radio Emisora	108	29%
Redes Sociales	260	70%
Total	372	100,00%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Figura 19

Medios de comunicación



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Análisis e interpretación: De acuerdo a la encuesta aplicada a las diferentes familias de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja, en lo que se refiere a los medios de comunicación que refieren conocer sobre la existencia de la nueva microempresa y los aliños a elaborarse y comercializar en Loja, indicaron que en los medios de comunicación que les gustaría que se dé a conocer, es con el 1% que corresponde a 4 familias mediante la televisión, con el 29% que representa a 108 familias mediante las diferentes radios-emisoras y con el 70% que corresponde a 260 familias mediante redes sociales.

¿Qué medio televisivo visualizaría usted y su familia la publicidad de la empresa y los aliños?

Tabla 21

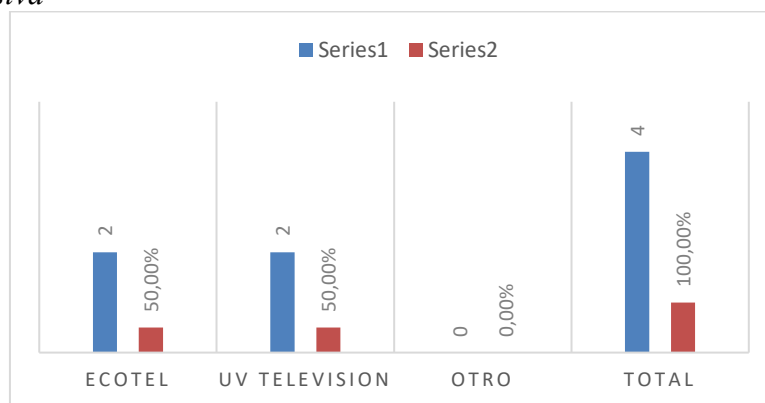
Visualización televisiva

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ecotel	2	50,00%
UV Televisión	2	50,00%
Otro	0	0,00%
Total	4	100,00%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Figura 20

Visualización televisiva



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Análisis e interpretación: De acuerdo a la tabla 20 y 21 sobre los medios de comunicación que les gustaría conocer sobre la nueva microempresa y sobre los aliños a elaborarse y a comercializarse en la ciudad de Loja, las 4 familias que contestaron que visualizarían a través de la televisión sobre la existencia de la nueva microempresa y los aliños, el 50% de las familias que corresponde a 2 familias indicaron que sería en Ecotel, y, el otro 50% así mismo que corresponde a 2 familias manifestaron que en UV Televisión. Para dar a conocer el producto y la microempresa no se tomará como medios de comunicación a la televisión en vista de sus costos son caros y para las familias no es de su preferencia.

¿Qué radio escucharía usted y su familia con mayor frecuencia para conocer sobre la microempresa y los aliños?

Tabla 22

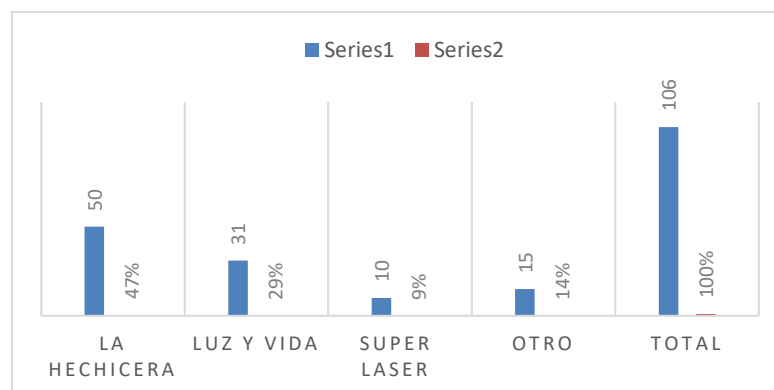
Emisoras

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
La Hechicera	50	47%
Luz y Vida	31	29%
Super Laser	10	9%
Otro	15	14%
Total	106	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Figura 21

Emisoras



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Análisis e interpretación: De acuerdo a la tabla 20 y 22 sobre los medios de comunicación que les gustaría conocer sobre la nueva microempresa y sobre los aliños a elaborarse y a comercializarse en la ciudad de Loja, contestaron que escucharían en las diferentes emisoras sobre la nueva microempresa y los aliños, es así que el 47% que representa a 50 de las familias indicaron que en la emisora La Hechicera, mientras que el 29% que corresponde a 31 familias manifestaron en radio Luz y Vidas, el 9% que representan a 10 familias en Super Laser y el 14% que corresponde a 15 familias indicaron en otras emisoras.

¿Qué red social utilizaría con mayor frecuencia usted y su familia para conocer sobre la empresa y los aliños?

Tabla 23

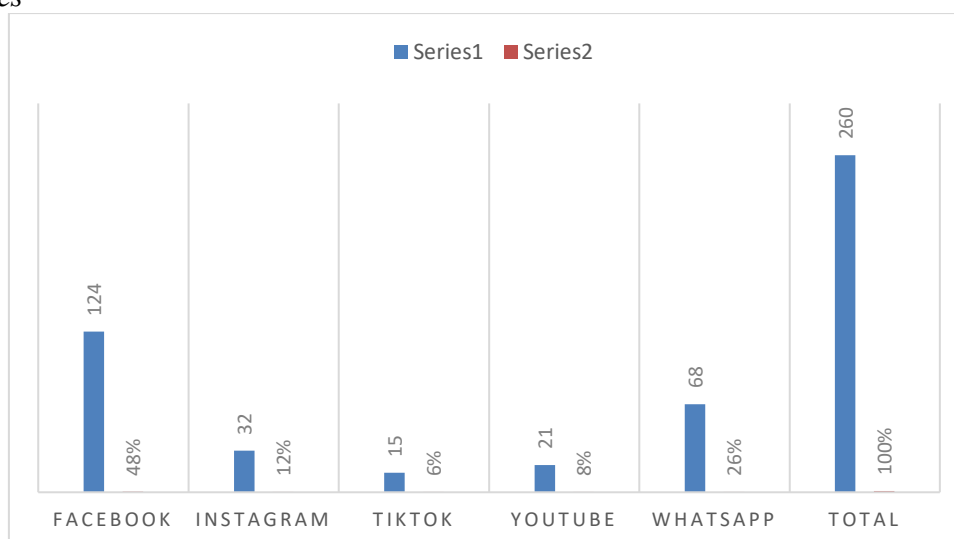
Redes sociales

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facebook	124	48%
Instagram	32	12%
TikTok	15	6%
YouTube	21	8%
WhatsApp	68	26%
Total	260	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Figura 22

Redes sociales



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Análisis e interpretación: De las 260 familias de las diferentes parroquias urbanas de la ciudad de Loja que indicaron que les gustaría conocer sobre la existencia de la nueva microempresa y los aliños en las redes sociales, el 48% manifestaron que, mediante Facebook, el 12% en Instagram, el 6% en TikTok, y el 8% en YouTube y el 26% mediante WhatsApp, eso indica que se tomara en cuenta para la publicidad en Facebook.

3.2. Tabulación, análisis e interpretación de la encuesta aplicada a 40 tiendas de las diferentes parroquias urbanas de la ciudad de Loja. (Competencia).

¿Vende usted aliños en su negocio?

Tabla 24

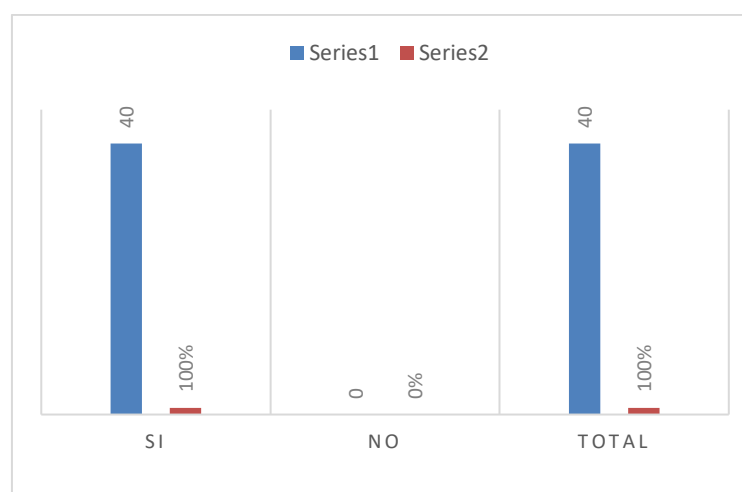
Venta de aliños

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	40	100%
NO	0	0%
Total	40	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la competencia de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Figura 23

Venta de aliños



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la competencia de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Análisis e interpretación: En las diferentes parroquias de la ciudad de Loja e aplico la encuesta a 40 tiendas siendo la competencia directa para la elaboración y comercialización de aliños en la ciudad de Loja, en la misma manifestaron que el 100% que representa a la totalidad de las tiendas encuestadas es decir a las cuarenta, que si venden aliños debido a que es un producto de importancia para condimentar las comidas dentro del hogar o en restaurantes pequeños que se encuentran por el sector.

¿Qué marcas de aliño usted vende?

Tabla 25

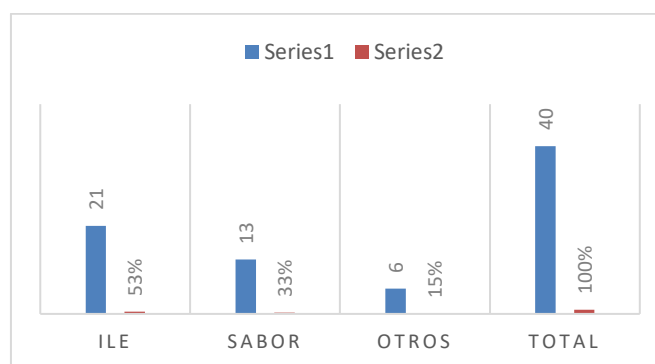
Marca de aliños

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ILE	21	53%
SABOR	13	33%
OTROS	6	15%
Total	40	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la competencia de la ciudad de Loja.
Elaboración propia.

Figura 24

Marca de aliños



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la competencia de la ciudad de Loja.
Elaboración propia.

Análisis e interpretación: De las 40 tiendas que se constituyen como competencia el 53% comercializan aliños de la marca ILE, mientras que el 33% marca SABOR y el 15% otras marcas.

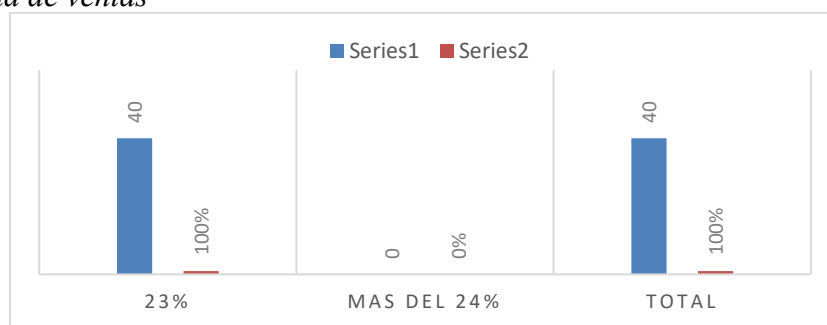
¿Qué margen de utilidad tiene usted con la venta del aliño en el año 2024 al 2025?

Tabla 26

Margen de utilidad de ventas

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
23%	40	100%
más del 24%	0	0%
Total	40	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la competencia de la ciudad de Loja.
Elaboración propia.

Figura 25*Margen de utilidad de ventas*

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la competencia de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

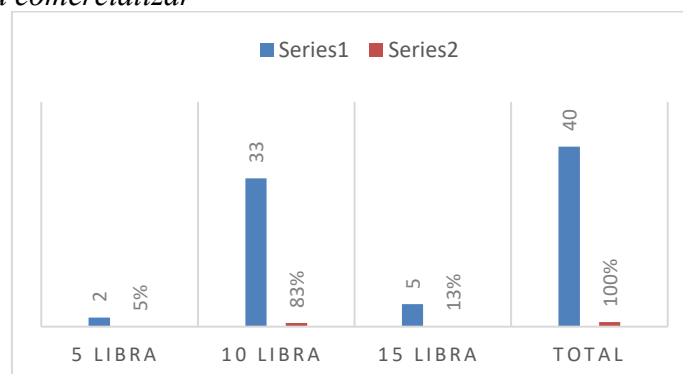
Análisis e interpretación: De las 40 tiendas que es la competencia el 23% que representan en su totalidad a la competencia manifestaron que el incremento en ventas es del 23% de año 2024 al 2025.

¿Qué cantidad de aliño adquiere usted para la comercialización de los aliños?

Tabla 27*Cantidad de aliños para comercializar*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
5 libra	2	5%
10 libra	33	83%
15 libra	5	13%
Total	40	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la competencia de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Figura 26*Cantidad de aliños para comercializar*

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la competencia de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Análisis e interpretación: De las 40 tiendas que es la competencia manifestaron que 2 tiendas compran 5 libras que corresponde al 5%, mientras que 33 tiendas compran 10 libras que corresponde al 83%, 5 tiendas adquieren 15 libras que corresponde al 13% de las encuestas aplicadas a la competencia.

¿Cada qué tiempo adquiere usted aliño para su comercialización?

Tabla 28

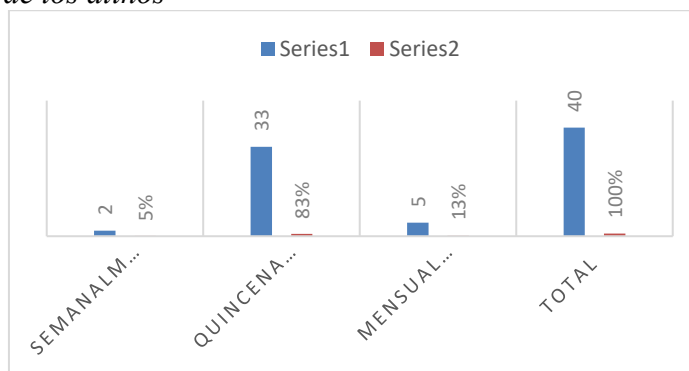
Tiempo de adquisición de aliños

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SEMANALMENTE	2	5%
QUINCENALMENTE	33	83%
MENSUALMENTE	5	13%
Total	40	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la competencia de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Figura 27

Tiempo de adquisición de los aliños



Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a la competencia de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Análisis e interpretación: Del total de las encuestas aplicadas de la competencia 2 tiendas que representan el 5% adquieren los aliños para la comercialización semanalmente, mientras que 33 tiendas que representan el 83% indicaron que quincenalmente, 5 tiendas que representan el 13% manifestaron que comprar mensualmente.

Capítulo 4: Estudio de mercado

Representa la primera parte de la investigación formal de un proyecto, consta básicamente de la determinación y cuantificación de la demanda y oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización, razón por la cual el estudio de mercado del presente proyecto, se lo ha elaborado en base a la información primaria recopilada mediante encuestas tanto a posibles consumidores como a la competencia, permitiendo de esta manera determinar la demanda y la oferta, definir la demanda insatisfecha y formular el plan de comercialización que permita la inserción del producto en el segmento mercado seleccionado constituido por las familias de las diferentes parroquias urbanas de la ciudad de Loja.

Para conocer la demanda actual se aplicó 383 encuestas distribuidas al azar a las diferentes familias urbanas de la ciudad de Loja, y para determinar la oferta existente, se consideró a las tiendas de primera necesidad las mismas que se obtuvieron un total de 40 tiendas siendo determinadas aleatoriamente por el responsable de la investigación.

4.1. Análisis de la Demanda

Es un estudio que permite conocer claramente cuál será la demanda del producto en el mercado, se analiza el mercado potencial a fin de establecer la demanda insatisfecha en función de la cual estará el proyecto.

4.1.1. Demanda Potencial

Constituye la cantidad de bienes y servicios que podrían consumir de un determinado producto en el mercado. Para establecer la demanda potencial del consumo de aliños fue necesario primeramente determinar la población por familias de las parroquias que conforman la ciudad de Loja, establecer el tamaño de la muestra para realizar las encuestas correspondientes y posteriormente tomar el porcentaje de las familias que si consumen aliños representando el 100% cuyo dato fue extraído de las encuestas aplicadas a los consumidores Tabla N° 5, dándonos como total los resultados que se presentan a continuación:

Tabla 29
Demanda potencial

DEMANDA POTENCIAL	
Familias 2025	70.324
% de las familias que consumen aliños	100%
Total	70.324

Nota. Proyección desarrollada para el plan de negocio. Elaboración propia.

4.1.2. Demanda Real

Representada por todas aquellas personas que adquieren un producto en el mercado. Para determinar la demanda real de los aliños se multiplicó la cantidad de la demanda potencial registradas en la tabla N.º 29 por el porcentaje de las familias que compran aliños cuyos datos consta en la tabla N.º 6 de las encuestas aplicadas a los consumidores, obteniendo de esta manera la demanda real cuyos resultados se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 30
Demanda real

DEMANDA REAL	
Demanda Potencial	70.324
Porcentaje de familias que compran aliños	97%
Total	68.304

Nota. Proyección desarrollada para el plan de negocio. Elaboración propia.

4.1.3. Demanda Efectiva

Constituida por la cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado. Para determinar la demanda efectiva a cubrir del consumo de aliño se multiplicó la demanda real de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja en estudio cuyos valores se presentan en la tabla N.º 30 por el porcentaje que representa la cantidad de las familias que estarían dispuestas a adquirir el producto en caso de implementarse la microempresa datos que se presentan en la tabla N.º 15 de la tabulación de encuestas, aplicadas al segmento de mercado en estudio. A continuación, se presentan los resultados para cada uno de los periodos:

Tabla 31*Demanda efectiva*

DEMANDA EFECTIVA	
Demanda real	68.304
Porcentaje de familias nuevo producto	97%
Total	66.285

Nota. Proyección desarrollada para el plan de negocio. Elaboración propia.

4.1.4. Consumo Promedio De La Demanda

Es el que se determina con base en el consumo histórico del usuario en un determinado tiempo. Este indicador, es una herramienta que nos permite determinar el consumo en unidades de un producto específico, a su vez ayuda como base para establecer la demanda insatisfecha de un bien o servicio.

Para determinar el consumo promedio del aliño se procedió entre las familias de la ciudad de Loja, este se lo realizó con el análisis de los datos que se encuentran en la tabla N° 16 el cual está enfocado a la cantidad de aliño que adquieren mensualmente de los cuales se obtuvo los siguientes resultados:

Tabla 32*Cantidad de compra de aliño mensual*

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2 libra (908g)	19	5%
1 libra (454g)	204	55%
1/2 libra (227g)	107	29%
4 onzas (114g)	42	11%
Total	372	100%

Nota. Datos obtenidos de la encuesta aplicada a familias de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Después con los datos anteriormente señalados se procedió a determinar el consumo anual de cada una de las opciones de respuesta como se detalla a continuación:

Tabla 33*Consumo promedio anual*

LIBRAS POR CADA OPCIÓN	PERIODO MENSUAL	LIBRAS ANUALES
2 LIBRAS X 25 = 50 LIBRAS		600
1 LIBRAS X 201 = 201 LIBRAS		2412
1/2 LIBRAS X 114 = 57 LIBRAS	12	684
5 LIBRAS X 32 = 8 LIBRAS		96
TOTAL		3792

Nota. Proyección desarrollada para el plan de negocio. Elaboración propia.

Una vez obtenido el total de libras anuales se procedió a estimar el consumo promedio anual por cada familia para lo cual se dividió las 3792 libras anuales por las 372 encuestas aplicadas a los consumidores lo que dio como resultado 10 libras que consume cada familia anualmente.

Finalmente, para determinar la demanda en libras se multiplicó la cantidad de demanda efectiva registradas en la tabla N.º 31 por 10 libras que consume como promedio cada familia. A continuación, se presenta los resultados de la demanda proyectada en libras.

Tabla 34*Demanda efectiva proyectada en aliños*

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA 97%	CONSUMO PROMEDIO ANUAL	DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA ALIÑOS
2025	66.285		662.850
2026	67.087		670.870
2027	65.103		651.030
2028	63.178	10	631.780
2029	61.310		613.100
2030	59.497		594.970
TOTAL	382.459		3.824.600

Nota. Proyección desarrollada para el plan de negocio. Elaboración propia.

4.2. Análisis de la Oferta

La Oferta es la cantidad de bienes y servicios que los productores están dispuestos a colocar en el mercado en un momento dado a un precio determinado. Para determinar los ofertantes del aliño se tomó de base 40 tiendas establecidas de acuerdo con cada una de las parroquias urbanas que conforman la ciudad de Loja, las cuales fueron determinadas por el responsable del proyecto.

4.2.1. Promedio de Ventas Oferta

Para obtener el promedio anual de ventas de aliño en las tiendas de la ciudad de Loja, se lo realizó con el análisis de los datos que se encuentran en la Tabla N° 27 y 28 los cuales están enfocados a la cantidad de aliño que adquiere los ofertantes y en qué tiempo, obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 35

Cantidad y tiempo de compra de aliños

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE	TIEMPO DE ADQUISICIÓN
5 libra	2	5%	Semanal
10 libra	33	83%	Quincenal
15 libra	5	13%	Mensual
Total	40		

Nota. Proyección desarrollada para el plan de negocio. Elaboración propia.

Después con los datos anteriormente señalados se procedió a determinar la oferta anual de cada una de las opciones de respuesta como se detalla a continuación:

Tabla 36

Oferta anual

LIBRAS POR CADA OPCIÓN	PERIODOS	TOTAL, LIBRAS ANUALES
5 LIBRAS X 2 = 10 LIBRAS	10 libras x 52 semanas	520
10 LIBRAS X 33 = 303 LIBRAS	303 libras x 26 quincenas	8580
15 LIBRAS X 5 = 75 LIBRAS	75 libras x 12 meses	900
TOTAL		10000

Nota. Proyección desarrollada para el plan de negocio. Elaboración propia.

Una vez obtenido el total de libras anuales se procedió a estimar el consumo promedio anual de la oferta para lo cual se dividió las 10000 libras anuales por las 40 tiendas encuestadas lo que dio como resultado 250 libras con este valor se procedió a calcular las ventas de aliños en libras para el año base por cada parroquia urbana de la ciudad de Loja. Con estos resultados se procedió a proyectar la cantidad de oferta para los 5 años de vida del proyecto utilizando una tasa de crecimiento anual de ventas del 23% obtenido de la tabla No. 26 sobre el margen de utilidad de ventas debido a que si se aumentan las ventas de las tiendas se incrementan las ventas es decir la oferta. A continuación, se presenta la proyección de la oferta:

Tabla 37
Proyección de la oferta

AÑOS	PROYECCIÓN DE LA OFERTA
2025	10.000
2026	12.300
2027	15.129
2028	18.609
2029	22.889
2030	28.153
TOTAL	107.079

Nota. Proyección desarrollada para el plan de negocio. Elaboración propia.

4.2.2. Demanda Insatisfecha

Constituida por la cantidad de bienes o servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad.

Para la determinación de la demanda insatisfecha del aliño fue necesario extraer los datos obtenidos de la cantidad de oferta proyecta para los 5 años que se estableció en la tabla N.º 37 así como también se hizo necesario obtener los datos de la demanda efectiva en libras establecidos en la tabla N.º 34 de cada una de las parroquias para posteriormente aplicar la siguiente fórmula para su cálculo:

Demanda Insatisfecha ciudad de LOJA = Demanda Efectiva - Cantidad de Oferta

Demanda Insatisfecha = 662.850 – 10.000

Demanda Insatisfecha = 652. 850

Con este procedimiento se determinó la diferencia entre demanda y oferta de cuyos resultados se presentan a continuación:

Tabla 38

Demanda Insatisfecha en libras

	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA
AÑOS	PROYECTADA	PROYECTADA	INSATISFECHA
	EN LIBRAS	EN LIBRAS	EN LIBRAS
2025	662.850	10.000	652.850
2026	670.870	12.300	658.570
2027	651.030	15.129	635.901
2028	631.780	18.609	613.171
2029	613.100	22.889	590.211
2030	594.970	28.153	566.817
Total	3.824.600	107.079	3.717.521

Nota. Proyección desarrollada para el plan de negocio. Elaboración propia.

4.3. Plan de Comercialización

4.3.1. Producto

Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color, etc.) e intangibles (marca, imagen de la empresa, servicio, etc.) que el comprador acepta como algo que va a satisfacer sus necesidades.

En la práctica el producto será aliños caseros, los mismos que estarán libres de componentes químicos debido a que sus ingredientes como el ajo y la sal ayudan a la conservación del producto por un tiempo aproximado de seis meses.

Tabla 39*Características del producto*

Producto	Aliño
Nombre del Producto	Aliños “Proalza”
Ingredientes	Cebolla Ajo Comino Sal Pimiento Perejil
Presentación	1 libra (1 sola presentación)
Envase	Vidrio sellado con su respectiva etiqueta y logotipo.

Nota. Plan de comercialización. Elaboración Propia.

Marca: Considerada como los nombres y expresiones graficas que facilitan la identificación del producto y permiten su recuerdo asociado a uno y otro atributo, para lo cual la marca del producto será:

Figura 28*Marca del aliño*

Nota. Plan de comercialización. Elaboración Propia.

Slogan: Es un elemento verbal que se utiliza en la gran mayoría de formatos publicitarios el mismo que provoca una asociación entre la marca y su ventaja principal, para lo cual el slogan del producto será:

Figura 29
Slogan del aliño

*El Condimento natural
para sus comidas*

Nota. Plan de comercialización. Elaboración Propia.

Etiqueta: es un elemento que se adhiere a otro para identificarlo o describirlo; por extensión una etiqueta puede ser una o más palabras que se asocian a algo con el mismo fin, las palabras empleadas para etiquetarlo pueden referirse a cualquier característica o atributo que se considere apropiado.

Figura 30
Etiqueta



Nota. Plan de comercialización. Elaboración Propia.

Presentación del Producto: La presentación del producto en la práctica será de la siguiente manera:

Figura 31
Presentación del producto



Nota. Plan de comercialización. Elaboración Propia.

4.3.2. Precio

El precio es la cantidad de unidades monetarias a pagar por un bien o servicio, es el elemento más importante de la estrategia comercial ya que de él depende la rentabilidad del proyecto y definirá en último término el nivel de los ingresos.

En el caso de la definición del precio de venta del producto en estudio se lo determinará tomando en cuenta diversas variables como son la demanda asociada a los diferentes niveles de precios, luego los precios de la competencia, y por último los costos en que incurrirá la empresa considerando que el mercado es dinámico y cambiante.

Es así como el precio para la venta al público del aliño de una libra será de \$1,79 por cada unidad para el primer año, de \$1,81 para el segundo año, de \$1,84 para el tercer año, de \$1,86 para el cuarto año; y, de \$1,89 para el quinto año.

4.3.3. Plaza

La plaza es la función que hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio proveniente de su unidad productiva al consumidor o usuario, en las condiciones óptimas de lugar y tiempo.

Para dar cumplimiento a esta función existen los denominados canales de distribución que es el camino que siguen los productos al pasar de manos del productor al consumidor o usuario final y, en virtud del cual se puede incrementar su valor.

Por tal razón al considerarse un elemento indispensable para la comercialización de nuestro producto el canal de distribución más idóneo para el mismo será:

Productor – Minorista – Consumidor Final

Se ha considerado este tipo de canal de comercialización ya que el producto será destinado específicamente a las tiendas, para que estos posteriormente hagan llegar el producto al consumidor final, destacando que esta opción fue la de mayor preferencia para los consumidores.

4.3.4. Promoción

Consientes que el entorno al que nos enfrentamos es un mercado competitivo la microempresa para incentivar al consumidor a adquirir el producto y conquistar el mercado realizará un descuento del 10% por la compra de 5 libras de aliño en adelante por apertura de la microempresa, además se toma consideración la tabla No. 19 resultado de las encuestas aplicadas a las diferentes familias de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja.

Figura 32
Promoción



Nota. Plan de comercialización. Elaboración Propia.

4.3.5. Publicidad

En lo que respecta a la publicidad, siendo esta la comunicación masiva destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación, se dará a conocer el producto mediante la radio La Hechicera, y redes sociales (Facebook) de acuerdo con los resultados de la encuesta aplicada a las familias de las diferentes parroquias urbanas de la ciudad de Loja, como se demuestra en las tablas. 20,22,23.

Figura 33 *Publicidad emisora*



Nota. Plan de comercialización. Elaboración Propia.

Figura 34
Facebook



Nota. Plan de comercialización. Elaboración Propia.

Capítulo 5: Estudio técnico

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión en el que se determina la posibilidad técnica de fabricar el producto en estudio, así como también el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción, las mismas que se analizarán a continuación.

5.1. Tamaño del Proyecto

El tamaño del proyecto hace referencia a la capacidad de producción de un bien o de la prestación de un servicio durante la vigencia de un proyecto, razón por la cual la determinación del tamaño del presente proyecto está relacionado directamente con factores que permiten decidir sobre los niveles de operación de la microempresa como: la demanda existente, la capacidad a instalar, la capacidad a utilizar, el abastecimiento de materia prima, la maquinaria disponible, la necesidad de mano de obra con la cual el proyecto empezará a operar una vez que se ponga en marcha como se los detalla a continuación:

5.1.1. Capacidad Instalada

Considerada como aquella que indica cual será la máxima capacidad de producción que se alcanzará con los recursos disponibles en donde para la puesta en marcha del proyecto de elaboración de aliños para determinar la capacidad instalada se tomó en cuenta las horas de trabajo y los días laborables en que operará la microempresa, así como también el tiempo de producción del aliño de acuerdo con el flujo de procesos.

Para obtener la capacidad instalada se multiplicó las 8 horas diarias de trabajo por los 260 días laborables de lunes a viernes al año dándonos como resultado 2080 horas este resultado se lo multiplicó por las 25 libras de aliño que se pueden producir dándonos como resultado una producción anual de 52000 libras de aliño para todos los años de vida útil del proyecto, como se presenta a continuación:

Tabla 40*Capacidad instalada*

PRODUCCIÓN MAQUINARIA	25	LIBRAS DE ALIÑOS
HORAS LABORALES	8	HORAS DIARIAS
PRODUCCIÓN DIARIA	200	PRODUCCIÓN DIARIA
PRODUCCIÓN AL AÑO	260	DÍAS AL AÑO
PRODUCCIÓN ANUAL	52000	PRODUCCIÓN ANUAL

Nota. Proyección desarrollada para el plan de negocio. Elaboración propia.

5.1.2. Capacidad Utilizada

Constituye parte de la capacidad instalada que se está empleando, refleja su real utilización en un determinado periodo de tiempo.

Para establecer la capacidad utilizada de la planta de producción de aliños se determinó un porcentaje del 100% de la capacidad instalada para todos los años de vida útil del proyecto. A continuación, se detallan los resultados de la producción para cada año.

Tabla 41*Capacidad utilizada*

AÑOS	PRODUCCIÓN ANUAL	% CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD UTILIZADA
1	52000	100%	52000
2	52000	100%	52000
3	52000	100%	52000
4	52000	100%	52000
5	52000	100%	52000

Nota. Proyección desarrollada para el plan de negocio. Elaboración propia.

Tabla 42*Participación del mercado*

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	CAPACIDAD UTILIZADA	% PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
1	670870	52000	8%
2	651030	52000	8%
3	631780	52000	8%
4	613100	52000	8%
5	594970	52000	9%

Nota. Proyección desarrollada para el plan de negocio. Elaboración propia.

5.2. Localización

La localización está orientada a determinar el lugar en el que se implementará la nueva unidad productiva, para lo cual se analizarán factores localizaciones que permitan el normal funcionamiento de la empresa, entre los que se pueden mencionar; abastecimiento de materia prima, mercado, vías de comunicación., servicios básicos indispensables, disponibilidad de mano de obra detallados a continuación:

Abastecimiento de Materia Prima: este factor es prioritario en la selección de la ubicación de la planta ya que la materia prima necesaria para producir el aliño se encuentra en la ciudad de Loja, lugar donde funcionará la microempresa objeto de estudio, evitando de esta manera el mayor costo de transporte hasta la planta de producción, y por ende el aprovechamiento de los bajos precios de materia prima por parte de los agricultores.

Mercados: Como el proyecto está destinado a abastecer a las familias de la ciudad de Loja, este estará ubicado en dicho sector ya que permitirá que la distribución de los productos terminados pueda abastecer fácilmente a la demanda existente.

Servicios Básicos (agua, luz, teléfono): el lugar donde se encontrará la empresa ofrece todos los servicios básicos necesarios para el buen funcionamiento de esta.

Disponibilidad de Mano de Obra: es otro factor importante que hace posible la localización, teniendo presente que la mano de obra que disponen la ciudad de Loja es abundante y diversificada ya que cuentan con personas con formación artesanal de nivel secundario y superior y que por la falta de gestión empresarial no se han generado fuentes de trabajo dando así la pauta para que se considere la ubicación de la microempresa en la ciudad de Loja ofreciendo fuentes de trabajo ayudando al desarrollo social del mismo. Una vez analizados los factores de localización la empresa “Industria Proalza” estará ubicada en el país Ecuador, región sur, provincia de Loja, cantón Loja, en el barrio la Pradera, en las calles Sauces y Alisos, dicho lugar es de fácil acceso vehicular permitiendo así el abastecimiento de

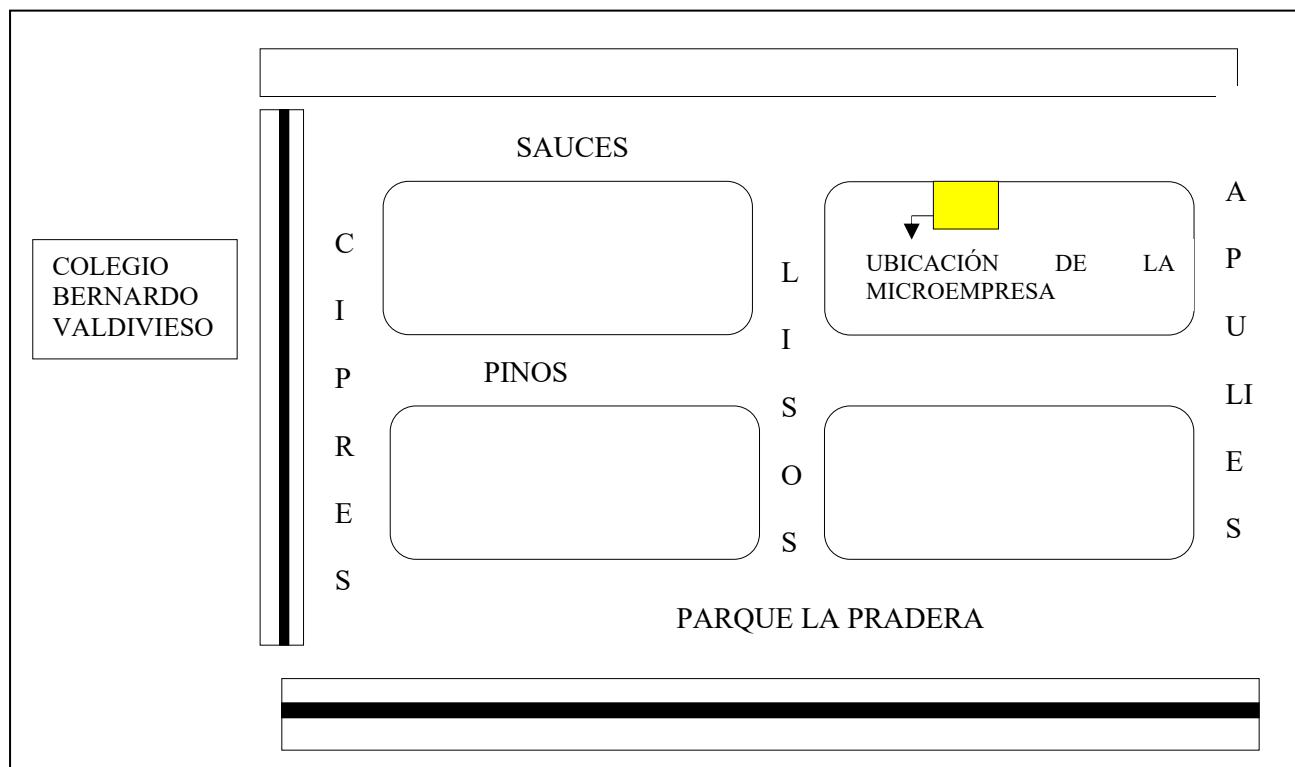
la materia prima y la comercialización de nuestro producto, fomentando de esta manera la industria en este sector.

Figura 35
Macro-localización



Nota. Google Maps. Elaboración propia.

Figura 36
Micro-localización



Nota: Google Maps. Elaboración propia

5.3. Ingeniería del Proyecto

El estudio de la ingeniería del proyecto está orientado a determinar todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta desde la descripción del proceso productivo, adquisición de equipo y maquinaria y la distribución óptima que requerirá la empresa en estudio, los cuales se detallan a continuación:

Proceso de Producción: Se llama proceso de producción al procedimiento de transformación de insumos determinados en un producto específico, transformación que se efectúa mediante una actividad humana determinada, utilizando una serie de instrumentos de trabajo tales como herramientas, máquinas e instalaciones.

A continuación, se presenta la descripción del proceso productivo de la elaboración de los aliños.

Recepción de la materia prima: Para la elaboración del aliño la materia prima a utilizar es

- Cebolla colorada
- Ajo
- Pimiento
- Perejil
- Comino
- Sal

La materia prima en lo que respecta al ajo, cebolla y pimiento serán adquiridos en los diferentes mercados de la ciudad de Loja, con la recepción de la materia prima se inicia el proceso productivo de la elaboración de aliños.

Selección de la materia prima: El objetivo principal de este procedimiento es retirar las partes de la materia prima que por factores externos se encuentran en mal estado, así como también retirar impurezas como piedras, polvos y partes de otras plantas diferentes a los ingredientes a utilizar.

Pelado de la Materia Prima: Este proceso se lo realizará de forma manual, consiste básicamente en sacar la corteza de la cebolla y el ajo, así como también de las semillas del pimiento para su posterior utilización, garantizando así su calidad dentro de proceso productivo.

Lavado de la Materia Prima: En esta operación se procede al lavado de los ingredientes el cual se lo realizará de forma manual con el fin de que las mismas.

Picado de la Materia Prima: En esta fase se procede al picado de los ingredientes con el fin de que las mismas puedan ser utilizados con mayor facilidad al momento de molerlos, destacando que esta actividad se lo realizará manualmente, con las condiciones higiénicas establecidas para iniciar el proceso productivo.

Mezcla de los Ingredientes: En esta operación se procede a mezclar los ingredientes manualmente con el fin de que las mismas se incorporen de manera uniforme.

Molido de los Ingredientes: En esta fase una vez mezclados los ingredientes en la operación anterior se los lleva al molino eléctrico para poder de esta manera obtener el aliño puro.

Mezclado con Sazonadores: En esta operación se sazona el aliño con la sal y el comino de forma manual para que de esta manera tome su sabor respectivo obteniendo así el producto final.

Envasado: Una vez obtenido el aliño se procede a envasar en los envases de vidrio de manera manual una cantidad de una libra de aliño garantizando así la presentación del producto.

Etiquetado: Una vez que el producto se encuentra en el envase, corresponde poner la identificación de este, que consiste en adherir la etiqueta que contiene la más relevante información del producto de forma manual.

Almacenado: Cuando el producto se encuentra listo se procede a ubicarlo en un lugar limpio y fresco para su distribución.

Diagrama del Proceso. En esta parte se describe el proceso mediante el cual se obtendrá el aliño indicando cada una de las fases representadas por los tiempos necesarios para cada una de ellas, y clasificando las acciones que verifican el avance del proceso.

Cabe recalcar que este flujograma es de la producción de 25 libras de aliño por hora, teniendo como maquinaria principal el molino eléctrico, siendo desarrolladas el resto de las actividades de forma manual.

Figura 37
Diagrama de flujo

N°	PROCESO	ACTIVIDADES						TIEMPOS
								
1	Selección de materia prima							5 min.
2	Pelado de los ingredientes							11 min.
3	Lavado de los ingredientes							3 min.
4	Picado de los Ingredientes							8 min.
5	Mezclado de los Ingredientes							2 min.
6	Molido de los Ingredientes							6 min.
7	Mezclado con los Sazonadores							3 min.
8	Envasado							10 min.
9	Etiquetado							7 min.
9	Almacenado							5 min.

Nota. Elaboración Propia.

6.4. Distribución de la Planta

Es el proceso de ordenación física de los elementos industriales de modo que constituyan un sistema productivo capaz de alcanzar los objetivos fijados de la forma más adecuada y eficiente posible.

Una buena distribución de la planta corresponde a la distribución de las máquinas, los materiales y los servicios complementarios que atienden de la mejor manera las necesidades del proceso productivo y asegura los menores costos y la más alta productividad, a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

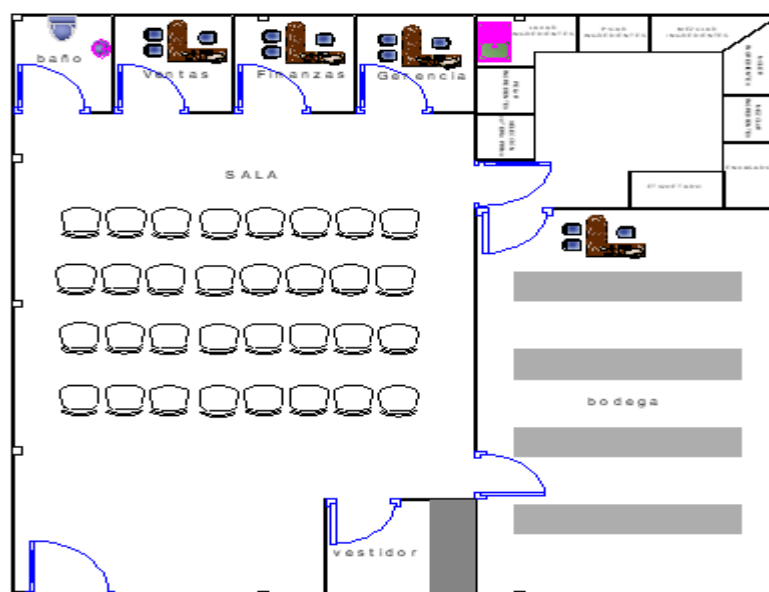
Para ello es importante considerar todos los elementos necesarios para el desarrollo del presente proyecto objeto de estudio como lo es la maquinaria, equipo, personal, materia prima, almacenamiento, etc. e identificar los espacios y recorridos que permitan que los materiales y las personas se encuentren seguros y bien establecidos.

Para la distribución de la planta de la empresa en estudio, se presenta a continuación un plano donde se indica la ubicación de los departamentos tanto administrativo como el de producción.

Cabe señalar que el local en donde funcionará la empresa será arrendado el mismo que tiene medidas de 10 metros de ancho por 10 de fondo el cual requerirá de las respectivas adecuaciones según el diseño de la distribución de la planta que se presenta a continuación:

Figura 38

Plano de la microempresa



Nota. Elaboración Propia.

6.5. Descripción de Requerimientos

Los requerimientos están determinados por todos los recursos indispensables que necesita la microempresa para poder producir, las mismas que se detallan en el estudio financiero, en los presupuestos, como la cantidad, precio unitario, precio mensual y precio anual, si tenemos la materia prima directa que se requerirá para la producción de 25 libras de aliños por hora, materia prima indirecta, utensilios, maquinaria, muebles y enseres para la producción, personal administrativo, equipos de oficina, equipos de computación, vehículo, muebles y enseres administrativos, útiles de oficina, suministros de aseo, indumentaria de personal, entre otros.

Capítulo 6: Estudio Administrativo

Este estudio consiste en definir como se hará la microempresa, qué régimen fiscal es el más conveniente para constituir la, como organizarla cuando el proyecto esté en operación. Razón por la cual la organización de la Empresa “Industria Proalza” comprende: la organización jurídica y la organización administrativa los cuales serán detallados a continuación:

6.1. Organización Jurídica

6.1.1. Base Legal

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la Ley por lo cual el presente proyecto encaminado a incentivar la inversión y mejorar la productividad en la ciudad de Loja, se ha previsto la implementación de una compañía de responsabilidad limitada de conformidad con el Art. 92 de la Ley de Compañías que señala: “La Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre dos o más personas que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras Compañía Limitada o su correspondiente abreviatura Cía. Ltda.” Para constituirse esta clase de compañías se requerirá un mínimo de dos socios ya que la Ley de Compañías establece que para que pueda funcionar como tal deberá contar con un mínimo de dos y máximo de quince socios los cuales responden solamente por las obligaciones sociales hasta el monto de las aportaciones individuales y tienen el derecho de administrar.

En cuanto a la administración de la Compañía esta estará ligada a los socios, entre los cuales se designará un gerente.

- **Razón Social:** la microempresa tendrá como razón social el nombre de “Proalza” Cía Ltda.

- **Objeto Social:** La Compañía tendrá como objeto social principal la Producción y Comercialización de aliños para las diferentes parroquias urbanas de la ciudad de Loja.
- **Capital Social:** El capital social de la empresa será de \$ \$17,577,93 en la que cada socio realizará iguales aportaciones para la formación del capital de la microempresa. Este capital deberá ser suscrito y pagado en su totalidad al momento de iniciar sus actividades.
- **Tiempo de Duración:** El tiempo por el cual se constituye la microempresa es de 5 años de vida útil, que se contarán a partir de la fecha de inscripción del contrato en el Registro Mercantil, y autorizado por la Superintendencia de Compañías.
- **Domicilio:** El domicilio de la microempresa será en la provincia de Loja, cantón Loja, en el barrio la Pradera, en las calles Sauces y Alisos,

6.1.2. Organización Administrativa

La organización administrativa se refiere a la forma en que se dividen, agrupan y coordinan las actividades de la organización, creando unidades administrativas, asignando en su caso funciones, autoridad, responsabilidad y jerarquía, estableciendo las relaciones que entre dichas unidades debe existir. Para la estructura empresarial de la empresa objeto de estudio se tomará en cuenta diferentes aspectos que se detallarán a continuación:

6.1.2.1. Niveles Jerárquicos. Los niveles jerárquicos son el conjunto de órganos agrupados de acuerdo con el grado de autoridad y responsabilidad que posean, independientemente de la función que realicen, entre los niveles jerárquicos que se establecerán para la presente empresa serán:

- **Nivel Legislativo:** Es el máximo nivel de dirección, y estará constituido por la Junta General de Accionistas cuya función básica será la de legislar sobre la política que

debe seguir la organización, normar los procedimientos, dictar reglamentos, ordenanzas, resoluciones, etc., y decidir aspectos de mayor importancia.

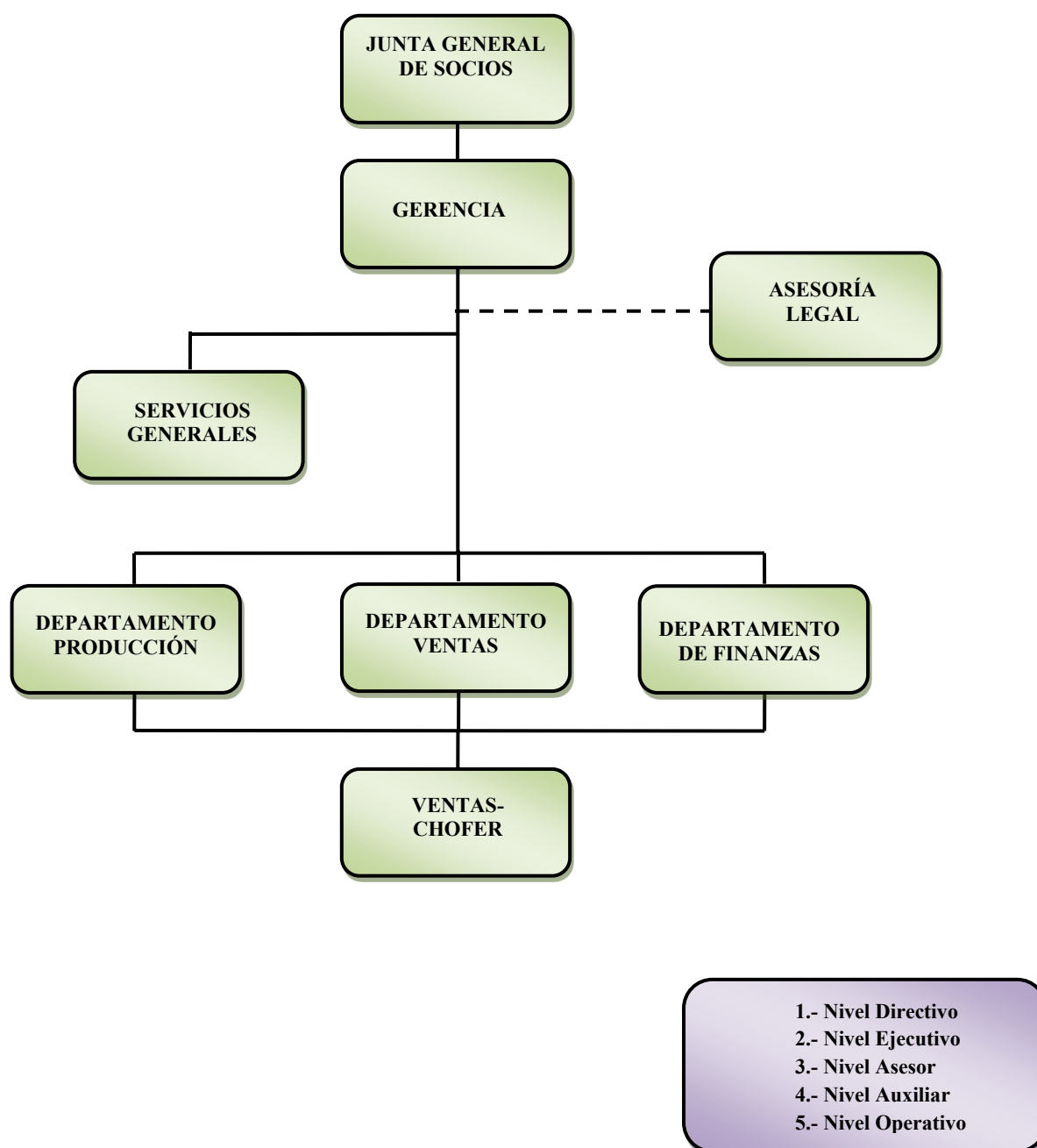
- **Nivel Ejecutivo:** Este nivel estará representado por el Gerente General, el cual tendrá como responsabilidad las funciones de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades administrativas de la empresa, tomar decisiones y cumplir con las metas trazadas, ejerciendo la autoridad para garantizar su fiel cumplimiento.
- **Nivel Asesor:** Sus funciones son las de asesorar, aconsejar e informar sobre asuntos de especialidad que tenga relación con la empresa para lo cual se requerirá de un asesor legal que será de manera ocasional de acuerdo con las circunstancias en las que se encuentre la empresa.
- **Nivel Auxiliar:** Es un nivel de apoyo a las labores ejecutivas, asesoras y operacionales. Generalmente se la conoce como nivel administrativo complementario. Las funciones del nivel auxiliar en este proyecto estarán a cargo de un conserje el mismo que servirá de apoyo a las actividades de la empresa.
- **Nivel Operativo:** la función principal de este nivel es la de ejecutar el proceso productivo de la empresa, la contabilidad de las operaciones financieras y la atención al cliente. Es el ejecutor de las órdenes emanadas por los niveles legislativo y ejecutivo. Este conformado por los departamentos: producción, finanzas y ventas.

6.1.3. Organigramas de la Empresa

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de la microempresa indican las áreas y los niveles jerárquicos, que la integran. A continuación, se presentan los organigramas requeridos para la empresa en estudio como son:

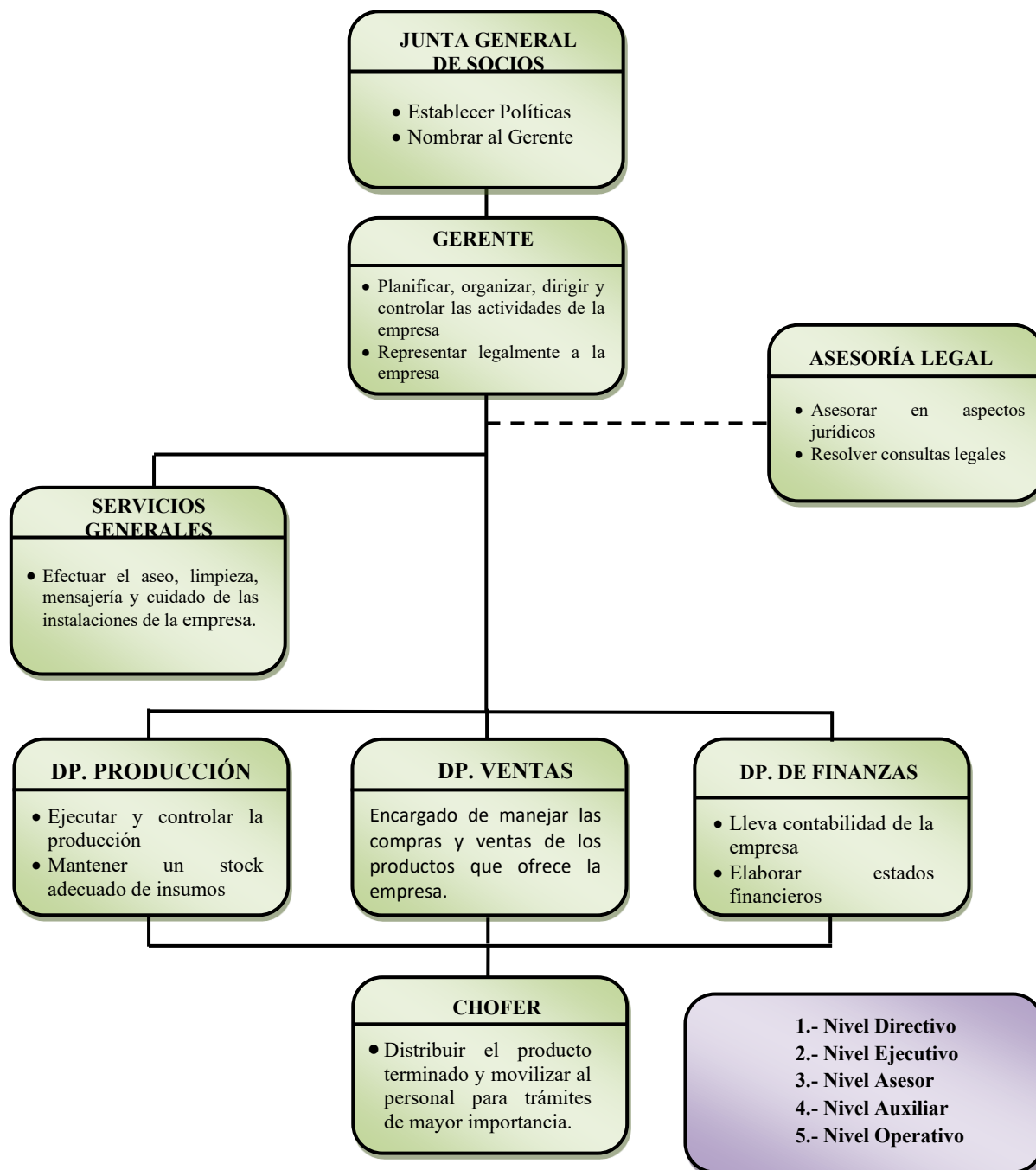
Organigrama Estructural: Representa el esquema básico de la organización, lo cual permite conocer de una manera objetiva sus partes integrantes, es decir sus unidades administrativas y las relaciones de dependencia que existe entre ellas.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL MICROEMPRESA “PROALZA”



Organigrama Funcional: Indica en el cuerpo de la gráfica, además de las unidades y sus relaciones las principales funciones de los departamentos de “PROALZA” como se evidencia a continuación.

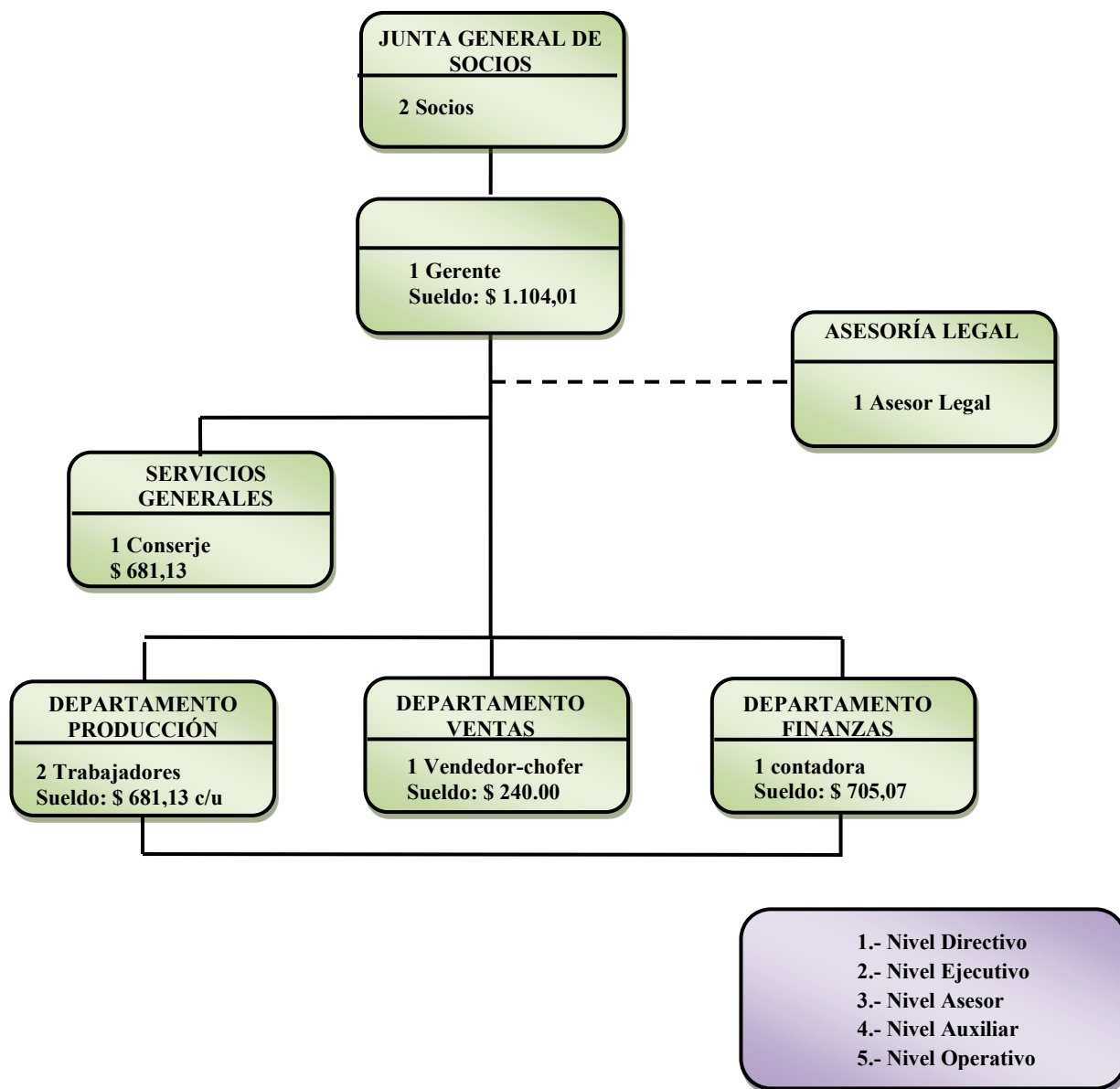
ORGANIGRAMA FUNCIONAL MICROEMPRESA “PROALZA”



Organigrama Posicional: Representa la distribución del personal en las diferentes unidades administrativas. Se indica el número de cargos, la denominación del puesto, la remuneración y el nombre del empleado que lo desempeña.

ORGANIGRAMA POSICIONAL

MICROEMPRESA “PROALZA”



6.1.4. Manual de Funciones

Es un documento que proporciona información acerca de las tareas, deberes y responsabilidades de los cargos establecidos en una organización. Para lo cual la “Proalza” contará con los siguientes manuales que se detallan a continuación.

	“Proalza”
	MANUAL DE FUNCIONES
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO Nombre del puesto: Gerente. Código: IP 001 Tipo de Contratación: Contrato fijo por 1 año RELACIONES Jefe Inmediato: Junta General de Accionistas Subordinados Directos: Personal de la empresa Nivel Jerárquico: Ejecutivo Naturaleza del puesto: Responsable de la planificación, organización, dirección y control de las actividades generales de la Empresa. Funciones: • Cumplir con las disposiciones dadas por la junta general de accionistas e informa sobre el desarrollo de esta. • Mantener el correcto funcionamiento de la empresa en general. • Representar jurídica y legalmente a la empresa ante terceros. • Dirigir y controlar las funciones administrativas de la empresa. • Supervisar el correcto y oportuno cumplimiento de las funciones del personal • Autorizar las compras. • Atender a nuevos clientes • Administrar el talento humano • Designar actividades a los trabajadores • Encargado de la publicidad y promociones de los productos de la empresa • Planificar y llevar de forma permanente la capacitación del personal de la empresa • Incentivar y Motivar a los empleados • Solucionar los inconvenientes que se presenten con los clientes • Tener contacto directo con los proveedores • Llevar y mantener control estricto de la documentación de la empresa • Administrar el departamento de producción • Desempeñar las demás actividades que se le presente en el trabajo Responsabilidad: • Dinero • Personas • Equipos y materiales • Resultados Comunicación: • Descendente con sus empleados REQUISITOS MÍNIMOS: • Título profesional de Ingeniero Comercial • Experiencia Mínima: 2 años en funciones similares	



“Proalza”

MANUAL DE FUNCIONES

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del puesto: Asesor Jurídico

Código: IP 002

Tipo de Contratación: Ocasional

RELACIONES

Jefe Inmediato: Junta General de Accionistas, Gerente

Subordinados Directos: Ninguno

Nivel Jerárquico: Asesor

Naturaleza del puesto:

Asesorar en aspectos legales a la empresa para su buen funcionamiento.

Funciones:

- Asesorar a la empresa sobre asuntos de carácter legal
- Representar juntamente con el gerente judicialmente a la empresa
- Realizar trámites de carácter legal que la empresa requiera para su funcionamiento
- Interpretar y emitir opinión respecto a las normas legales para su adecuada aplicación.
- Participar cuando sea necesario en reuniones de la junta de accionistas

Responsabilidad:

- Documentos de Carácter Legal y confidencial

Comunicación:

- Ascendente con el Gerente

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título Universitario, Abogado, Doctor en Jurisprudencia
- Experiencia Mínima: 2 años en funciones similares



“Proalza”

MANUAL DE FUNCIONES

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del puesto: Contador

Código: IP 003

Tipo de Contratación: Contrato fijo por 1 año

RELACIONES

Jefe Inmediato: Gerente

Subordinados Directos: Ninguno

Nivel Jerárquico: Operativo

Naturaleza del puesto:

Proporcionar información contable y financiera en forma oportuna y confiable, así como cumplir en tiempo y forma con las obligaciones tributarias.

Funciones:

- Llevar la contabilidad de la empresa
- Elaborar y revisar las declaraciones tributarias.
- Elaborar los estados financieros.
- Elaborar roles de pago
- Realizar un análisis de los estados financieros.
- Presentar y firmar los estados financieros al Gerente mensualmente
- Realizar inventarios de la mercadería que posee la empresa
- Participar en las reuniones con la Junta General de Socios cuando sea necesario
- Realizar el pago de sueldos a los trabajadores
- Llevar los documentos de su dependencia en forma organizada y oportuna, con el fin de atender los requerimientos o solicitudes de información que requiera la empresa.
- Elaborar y emitir cheques que estén autorizados por el gerente
- Y demás funciones que le sean asignadas

Responsabilidad:

- Dinero
- Documento Confidenciales
- Equipos y Materiales

Comunicación:

- Ascendente con la Gerente.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título profesional de Contador
- Experiencia Mínima: 2 años en funciones similares

	“Proalza”
	MANUAL DE FUNCIONES

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del puesto: Obros de Producción
Código: IP 004
Tipo de Contratación: Contrato fijo por 1 año

RELACIONES

Jefe Inmediato: Gerente
Subordinados Directos: Ninguno
Nivel Jerárquico: Operativo
Naturaleza del puesto:

Organización, dirección, control y ejecución del proceso productivo.

Funciones:

- Planificar las actividades que se van a realizar en el proceso productivo
- Supervisar y controlar el proceso de producción
- Controlar que la materia prima y el producto final sea de calidad
- Controlar que los materiales y las maquinarias se encuentren en buen estado
- Controlar el ingreso de la materia prima y la salida de productos elaborados
- Almacenar y despachar los productos terminados.
- Y demás actividades que se le asignaren

Responsabilidad: Equipos y materiales y Resultados

Comunicación: Ascendente con el Gerente

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Técnico en Agroindustrias
- Experiencia no necesaria.



“Proalza”

MANUAL DE FUNCIONES

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del puesto: Vendedor

Código: IP 006

Tipo de Contratación: Contrato fijo por 1 año

RELACIONES

Jefe Inmediato: Gerente

Subordinados Directos: Ninguno

Nivel Jerárquico: Operativo

Naturaleza del puesto:

Encargado de manejar las ventas de los productos que ofrece “Proalza”.

Funciones:

- Control de la comercialización de los productos.
- Planear y desarrollar nuevas formas de venta del producto.
- Solucionar los inconvenientes que se presenten con los clientes
- Elaborar presupuestos y planes del sector de ventas.
- Atender los pedidos de todos los clientes.
- Preparar y despachar el pedido del cliente
- Proporcionar la atención adecuada a los clientes con un servicio amable, oportuno y honesto.
- Verificar la existencia del producto para la confirmación de pedidos.
- Llevar un perfecto control de los pedidos, preparación y entrega de estos.
- Supervisar la atención a los clientes para que estos queden satisfechos con el servicio otorgado.
- Facturar las ventas
- Y las demás funciones que se le asignen.

Responsabilidad: Equipos y materiales y Resultados

Comunicación: Ascendente con el Gerente y Contadora
Horizontal con Producción

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Bachiller – Título en Comercio - Contabilidad
- Experiencia Mínima: 6 meses en haber desempeñado funciones similares



“Proalza”

MANUAL DE FUNCIONES

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del puesto: Conserje

Código: IP 005

Tipo de Contratación: Contrato fijo por 1 año

RELACIONES

Jefe Inmediato: Gerente

Subordinados Directos: Ninguno

Nivel Jerárquico: Auxiliar

Naturaleza del puesto:

Es responsable de efectuar el aseo, limpieza, mensajería y buen mantenimiento de las instalaciones de la empresa.

Funciones:

- Entregar documentación y oficios a todas las áreas en la planta administrativa de la empresa hacia fuera.
- Sacar copias de los documentos de la empresa, cuando el personal de la empresa lo requiera.
- Controlar la entrada y salida de visitantes en las instalaciones de la empresa.
- Orientar a los usuarios y público en general sobre la ubicación de los sitios a los cuales se dirigen.
- Velar por el adecuado uso de la infraestructura física en las oficinas de la empresa.
- Velar y responder por el cuidado y conservación de los documentos y materiales que le sean asignados en el cumplimiento de las funciones.
- Apoyar a todas las áreas de la empresa cuando le sean requeridas.
- Y demás funciones que se le asignen al cargo.

Responsabilidad: Equipos y materiales

Comunicación: Ascendente con el Gerente – Descendente con todo el personal

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Bachiller
- Experiencia Mínima: 1 año en funciones similares.



“Proalza”

MANUAL DE FUNCIONES

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del puesto: Chofer

Código: IP 006

Tipo de Contratación: Contrato fijo por 1 año

RELACIONES

Jefe Inmediato: Gerente

Subordinados Directos: Ninguno

Nivel Jerárquico: Auxiliar

Naturaleza del puesto:

Su labor principal es la de distribuir el producto a los clientes que lo requieran, así como también transportar la materia prima a la empresa.

Funciones:

- Movilizar al personal para tramites de mayor importancia para la empresa
- Entregar a domicilio los productos adquiridos por los clientes
- Transportar la materia prima para la producción cuando se requiera
- Y de más funciones que se le asignen

Responsabilidad:

- Responsable del mantenimiento y buen estado del vehículo.
- Productos terminados

Comunicación: Ascendente con el Gerente – Vendedor y Obrero

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Bachiller – Licencia de Conducir
- Experiencia Mínima: 1 año en funciones similares

Capítulo 7: Estudio Financiero

El estudio financiero trata, de determinar cuál será la cantidad de recursos económicos que son necesarios para que el proyecto se realice, es decir, cuánto dinero se necesita para que la planta opere, además es una metodología para medir la rentabilidad de un proyecto, la estructura financiera futura de una empresa. Es por ello por lo que dentro del Estudio Financiero del presente proyecto se analizarán algunas variables que se detallan a continuación.

7.1. Inversiones

La inversión son los recursos necesarios para realizar el proyecto; por lo tanto, cuando hablamos de la inversión en un proyecto, estamos refiriéndonos a la cuantificación monetaria de todos los recursos que van a permitir la realización de este.

7.1.1. Activos Fijos

El activo fijo de la empresa en estudio está formado por bienes que tienen cierta permanencia y que serán adquiridos con el propósito de usarlos los cuales se detallan a continuación:

Maquinaria: Este rubro estará conformado por un molino eléctrico, una máquina selladora y un congelador que permitirá facilitar la transformación de materia prima a productos terminados. El costo que tendrá la máquina que se requerirá para el proceso productivo será de \$ 765,00 y su depreciación corresponde a 10 años y al 10% cuyos valores se describe a continuación:

Tabla 43
Maquinaria

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
molino electrónico	1	350	350
maquina selladora	1	135	135
congelador	1	280	280
TOTAL		765	765

Nota. Ochoa Heranos. Elaboración propia

Tabla 44
Depreciación de maquinaria

Valor del activo		765	10%	
Años de vida útil		10	Depreciación	
AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	\$ 765,00	\$ 76,50	\$ 68,85	\$ 688,50
1	\$ 688,50		\$ 68,85	\$ 619,65
2	\$ 619,65		\$ 68,85	\$ 550,80
3	\$ 550,80		\$ 68,85	\$ 481,95
4	\$ 481,95		\$ 68,85	\$ 413,10
5	\$ 413,10		\$ 68,85	\$ 344,25
6	\$ 344,25		\$ 68,85	\$ 275,40
7	\$ 275,40		\$ 68,85	\$ 206,55
8	\$ 206,55		\$ 68,85	\$ 137,70
9	\$ 137,70		\$ 68,85	\$ 68,85
10	\$ 68,85		\$ 68,85	\$ -0,00

Nota. Tabla 42. Elaboración propia

Muebles y Enceres de Producción: Este rubro representa los muebles y encerres que serán adquiridos para el departamento de producción de la microempresa en donde se requerirá de una mesa metálica, utensilios de corte, fuentes de lavado cuyo costo será de \$ 108,00 y su depreciación corresponde a 10 años y al 10% cuyos valores se describe a continuación:

Tabla 45
Muebles y enseres de producción

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
mesas metálicas	1	48	48
utensilios de corte	2	20	40
fuelle de lavado	2	10	20
TOTAL		78	108

Nota. Kiwi Loja. Elaboración propia.

Tabla 46*Depreciación de muebles y enseres de producción*

Valor del activo		108	10,00%	
Años de vida útil		10	Depreciación	
AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	108	10,8	9,72	97,2
1	97,2		9,72	87,48
2	87,48		9,72	77,76
3	77,76		9,72	68,04
4	68,04		9,72	58,32
5	58,32		9,72	48,6
6	48,6		9,72	38,88
7	38,88		9,72	29,16
8	29,16		9,72	19,44
9	19,44		9,72	9,72
10	9,72		9,72	0

Nota. Tabla 44. Elaboración propia

Equipos de Oficina: Comprende los equipos necesarios que adquiere la microempresa, para la buena marcha del negocio. Entre el costo de los equipos de oficina que requerirá será de \$ 150,00, y su depreciación corresponde a 10 años y al 10% cuyos valores se describe a continuación:

Tabla 47*Equipos de oficina*

		COSTO	COSTO
DETALLE	CANTIDAD	UNITARIO	TOTAL
celulares	2	75	150
TOTAL		75	150

Nota. Marcimex. Elaboración propia

Tabla 48*Depreciaciones muebles y enseres de producción*

Valor del activo		150	10,00%	
Años de vida útil		0	Depreciación	
AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	150,00	15,00	13,50	135,00
1	135,00		13,50	121,50
2	121,50		13,50	108,00
3	108,00		13,50	94,50
4	94,50		13,50	81,00
5	81,00		13,50	67,50
6	67,50		13,50	54,00
7	54,00		13,50	40,50
8	40,50		13,50	27,00
9	27,00		13,50	13,50
10	13,50		13,50	0,00

Nota. Tabla 46. Elaboración propia

Equipos de Computación y Reposición: Son considerados como elementos de trabajo necesarios en una microempresa, razón por la cual el costo de los equipos de cómputo que requerirá la organización será de \$ 1.607,36 y su depreciación corresponde a 3 años y al 3,33% cuyos valores se describe a continuación:

Tabla 49*Equipo de computación y reposición*

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
computadora	2	350,00	700,00
impresora	1	100,00	100,00
Subtotal		450,00	800,00
computadora	2	353,22	706,44
impresora	1	100,92	100,92
Subtotal		454,14	807,36
TOTAL		904,14	1607,36

Nota. Electro Compu. Elaboración propia

Tabla 50*Depreciaciones de computación y reposición*

Valor del activo		800,00	33,33%	
Años de vida útil		3	Depreciación	
AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	800,00	266,667	177,78	533,33
1	533,33		177,78	355,56
2	355,56		177,78	177,78
3	177,78		177,78	0,00
Valor del activo		807,36	33,33%	
Años de vida útil		3	Depreciación	
AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	807,36	269,12	179,41	538,24
4	538,24		179,41	358,83
5	358,83		179,41	179,41
6	179,41		179,41	0,00

Nota. Tabla 48. Elaboración propia

Muebles y Enseres Administrativos: Representan cada uno de los enseres mobiliarios que servirán para los distintos departamentos administrativos que conforman la microempresa, el cual tendrá un costo de \$ 6.15,00 y su depreciación corresponde a 10 años y al 10% cuyos valores se describe a continuación:

Tabla 51*Muebles y enseres administrativos*

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
escritorio	3	110,00	330,00
silla giratoria	3	80,00	240,00
sillas	3	15,00	45,00
TOTAL		205,00	615,00

Nota. Mueblería el carpintero. Elaboración propia

Tabla 52
Depreciaciones de muebles y enseres administrativos

Valor del activo		615,00	10,00%	
Años de vida útil		10	Depreciación 10%	
AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	615,00	61,50	55,35	553,50
1	553,50		55,35	498,15
2	498,15		55,35	442,8
3	442,80		55,35	387,45
4	387,45		55,35	332,1
5	332,10		55,35	276,75
6	276,75		55,35	221,4
7	221,40		55,35	166,05
8	166,05		55,35	110,7
9	110,70		55,35	55,35
10	55,35		55,35	0

Nota. Tabla 50. Elaboración propia.

Vehículo: Equipo motorizado al servicio de la microempresa. En el presente proyecto se necesitará una camioneta Mazda de una sola cabina que tiene un costo de \$ 7,000.00 y su depreciación corresponde a 5 años y al 20% cuyos valores se describe a continuación:

Tabla 53
Vehículo

DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Mazda	1	7000	7000
TOTAL		7000	7000

Nota. Patios de carros. Elaboración propia

Tabla 54
Depreciaciones del vehículo

Valor del activo		7000	20,00%	
Años de vida útil		5	Depreciación	
AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR ACTUAL
0	7000	1400	1120	5600
1	5600		1120	4480
2	4480		1120	3360
3	3360		1120	2240
4	2240		1120	1120
5	1120		1120	0

Nota. Tabla 52. Elaboración propia.

Tabla 55
Resumen de activos fijos

ACTIVOS	VALOR ACTIVO	AÑOS	VALOR RESIDUAL	DEPRECIACIÓN	VALOR SALVAMENTO
Maquinaria y equipo	765,00	10	\$ 76,50	\$ 68,85	\$ 344,25
Herramientas, muebles y enseres de producción	108,00	10	\$ 10,80	\$ 9,72	\$ 48,60
Equipo de oficina	150,00	10	\$ 15,00	\$ 13,50	\$ 67,50
Equipo de computación	800,00	3	\$ 266,67	\$ 177,78	\$ 0,00
Equipo de computación reinversión	807,36	3	\$ 269,12	\$ 179,41	\$ 179,41
Muebles y enseres de administración	615,00	10	\$ 61,50	\$ 55,35	\$ 276,75
Vehículo	7000,00	5	\$ 1.400,00	\$ 1.120,00	\$ -
TOTAL	10245,36		\$ 2.099,59	\$ 1.624,61	\$ 916,51

Nota. Tabla 22 a la 53. Elaboración propia.

7.2. Activo Diferidos

Son los gastos realizados por la microempresa, y que una vez pagados no son recuperables o reembolsables. Generalmente estos gastos se efectúan al construir la

microempresa y son de un valor considerable por lo cual la legislación permite amortizarlos hasta en 5 años, Razón por la cual al ser considerados como un elemento importante dentro del estudio financiero de un proyecto se hace necesario realizar el presupuesto de estos activos que incluyen gastos por estudios preliminares o investigación y los gastos de constitución para la empresa en estudio como se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 56
Activos diferidos

DETALLE	VALOR TOTAL
Estudio preliminar	300
Constitución de la empresa	500
Adecuaciones	400
Permiso de funcionamiento	150
TOTAL	1350

Nota. Municipio de Loja, abogado. Elaboración propia.

Cabe señalar que en los estudios preliminares el costo en que se incurrirá será de \$ 300,00 los mismos que tienen como objetivo determinar la factibilidad del proyecto, en cuanto a los permisos de funcionamiento se consideró todos los costos de los trámites necesarios para la puesta en marcha del proyecto en estudio como permisos de los bomberos, municipio y sanidad cuyo valor es de \$ 150,00, así también se hizo necesario determinar el rubro de la tramitología para constituir la empresa que él cual tiene un valor de \$ 500, además de las adecuaciones necesarias para el funcionamiento de la misma que consistirá en pintar, y dividir cada uno de los departamentos que integrarán la empresa con un valor de \$400.

Tabla 57
Amortización de los activos diferidos

DESCRIPCIÓN	VALOR DEL ACTIVO	PERIODO DE RECUPERACIÓN	AÑOS				
Activo diferido	1350	5	70	70	70	70	70

Nota. Tabla 55. Elaboración propia.

7.3. Capital de Trabajo

Es el dinero que se requiere para comenzar a producir, para lo cual en el presente proyecto se hace necesario analizar los siguientes elementos que se detallarán a continuación:

Materia Prima Directa: incluye todos aquellos materiales utilizados en la elaboración de un producto que se pueden identificar fácilmente con el mismo. Es por ello por lo que en el presente proyecto la materia prima directa utilizada tendrá un costo de \$ 13.951,44 cuyo valor se determinó de acuerdo con las 52000 unidades que se desea producir anualmente y que requerirá la empresa para cubrir el mercado, cabe señalar que estos datos se detallan a continuación en la siguiente tabla:

Tabla 58
Materia prima directa

		52.000 frascos de aliños para cada año		
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
libras de ajo	1083	0,55	595,65	7147,80
libras de cebolla	2167	0,04	86,68	1040,16
libras de sal	173	0,18	31,14	373,68
pimientos	2167	0,03	65,01	780,12
Libras de comino	173	1,97	340,81	4089,72
Ramas de perejil	4333	0,01	43,33	519,96
TOTAL			1162,62	13951,44

Nota. Diferentes mercados de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Materia Prima Indirecta: se considera un elemento importante dentro del proceso de producción en el presente proyecto la materia prima indirecta que se requerirá para la elaboración del aliño tendrá un costo de \$ 5.200,00 para la producción de 52000 libras de aliño anuales cuyo rubro se detalla a continuación:

Tabla 59
Materia prima indirecta

DETALLE	CANTIDAD ANUAL	52.000 frascos de aliños para cada año		
		PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Frascos con etiqueta	52000	0,10	433,33	5200,00
TOTAL			433,33	5200,00

Nota. Diferentes comerciantes de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Mano de Obra Directa: es la que se utiliza directamente para transformar la materia prima en producto terminado. Se puede identificar en virtud de que su monto varía casi proporcionalmente con el número de unidades producidas. Por lo tanto, en el presente proyecto se contará con dos obreros para el proceso productivo el mismo que se les pagará \$681,13 a cada uno el cual incluye el pago de todos los beneficios de Ley que les corresponden, dándonos un valor mensual de \$ 1.362,26, y un costo del pago anual de \$ 16.347,13,84 como se evidencia a continuación:

Tabla 60
Mano de obra directa

DETALLE	OBREROS
Sueldo Básico Unificado	482,00
Décimo Tercero /12	40,17
Décimo Cuarto Sueldo (gobierno /12)	40,17
Vacaciones /24	20,08
Aporte Patronal 12,15%	58,56
Fondos de reserva 8,33%	40,15
TOTAL, REMUNERACIÓN	681,13
# de empleados	2
TOTAL, MENSUAL	1362,26
TOTAL, ANUAL	16347,13

Nota. Rol de Pagos Producción – Mano de obra. Elaboración propia.

Presupuesto de Servicios Básicos: dentro de los servicios básicos constan: el agua potable, la luz eléctrica y el teléfono; cuyos rubros para el funcionamiento del presente proyecto, el costo anual de los servicios básicos para la producción corresponde a \$124,56, mientras que para la administración es de \$ 286,56, se detallan en las siguientes tablas:

Tabla 61*Servicios básicos para la producción*

DETALLE	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Agua Potables	12	12	0,38	4,56	4,56
Energía Eléctrica	200	2400	0,05	10,00	120,00
TOTAL				14,56	124,56

Nota. Municipio de Loja, Empresa Eléctrica. Elaboración propia.

Tabla 62*Servicios básicos para la administración*

DETALLE	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Agua Potable	12	12	0,38	4,56	4,56
Energía Eléctrica	150	1800	0,05	7,5	90
Plan Telefonía E Internet	2	12	16	32	192
TOTAL			16,43	44,06	286,56

Nota. Municipio de Loja, Empresa Eléctrica, CNT. Elaboración propia.

Útiles de Oficina: esta cuenta registra la existencia de materiales y útiles de oficina que se emplean para el desarrollo de las operaciones de la microempresa, es por ello por lo que el costo de los útiles de oficina que se requerirán será de \$ 112,00 anual cuyo rubro se detalla a continuación:

Tabla 63*Útiles de oficina*

DETALLE	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
tinta impresora	1	3	6	6	18
lápiz (caja x24)	1	2	1	1	2
esferos (caja x24)	1	3	3	3	9
sellos	1	1	3	3	3
papel bond	1	3	3,5	3,5	10,5
grapadora	2	3	2	4	6
grapa x100	1	3	1,5	1,5	4,5
perforadora	2	3	3,5	7	10,5
clips x10	1	3	1	1	3
cuaderno espiral	1	2	2,5	2,5	5
TOTAL			41,5	48,5	112

Nota. Papelería la Reforma. Elaboración propia.

Suministros de Aseo: En lo que respecta a este rubro el costo de los suministros de aseo que requerirá la empresa en estudio será de \$ 130,00 anual, se detalla los valores:

Tabla 64
Suministros de Aseo

DETALLE	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
escoba	1	2	3,00	3,00	6,00
recogedor	1	2	2,50	2,50	5,00
basurero	1	2	3,00	3,00	6,00
trapeador	1	2	3,00	3,00	6,00
balde para trapear	1	2	2,50	2,50	5,00
galón de cloro	1	3	1,00	1,00	3,00
esponja de lavar	1	6	0,50	0,50	3,00
jabón líquido de tocador 1 libro	1	3	1,00	1,00	3,00
gel desinfectante 1 litros	1	3	1,00	1,00	3,00
papel higiénico x24	1	6	15,00	15,00	90,00
TOTAL			32,50	32,50	130,00

Nota. Bodegas de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Indumentaria de Personal: En lo que respecta a este rubro el costo de la indumentaria que requerirá la microempresa para el personal de producción tendrá un costo de \$34,00 anual como se detalla a continuación:

Tabla 65
Indumentaria de personal

DETALLE	CONSUMO MENSUAL	CONSUMO ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO ANUAL
gorros desechables X100	1	2	3,00	6,00
guantes X100	1	2	3,00	6,00
maskarillas x100	1	2	1,00	2,00
delantales	2	4	5,00	20,00
TOTAL			12,00	34,00

Nota. Bodegas de la ciudad de Loja. Elaboración propia.

Publicidad: Es una técnica de comunicación masiva , destinada a difundir o informar al público sobre un bien o servicio a través de los medios de comunicación con el objetivo de

motivar al público hacia una acción de consumo, razón por la cual para determinar el costo de la publicidad para la microempresa en estudio se hizo necesario primeramente determinar los medios de comunicación que serán utilizados para dar a conocer el producto en donde de acuerdo Tabla No. 14 de los resultados de la encuesta aplicada a la diferentes familias de la ciudad de Loja, manifestaron que los medios de comunicación serían la radio La Hechicera y las redes sociales a través de Facebook como se detalla a continuación:

Tabla 66

Publicidad

DETALLE	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
cuñas radiales	1	12	6,00	6,00	72,00
redes sociales	2	24	5,00	10,00	120,00
TOTAL			11,00	16,00	192,00

Nota. Emisora y Facebook. Elaboración propia.

Combustibles y Mantenimiento: En lo que respecta al combustible que necesitará el vehículo que requerirá la microempresa en donde se tomó en cuenta la comercialización del producto terminado y en lo que respecta al mantenimiento que requerirá la microempresa para el buen funcionamiento del vehículo será de \$ 766,20 anuales el cual incluye revisión mecánica, lavado y engrasado cuyo dato se detalla a continuación.

Tabla 67

Combustibles y mantenimiento

DETALLE	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Diesel galones	18	216	3,20	57,60	691,20
cambio de aceite	1	3	15,00	15,00	45,00
mantenimiento	1	2	15,00	15,00	30,00
TOTAL			33,20	87,60	766,20

Nota. Gasolineras y mecánicas. Elaboración propia.

Sueldos y Salarios: Representa la retribución que el empleador le paga a un empleado por las actividades que realizan a favor de la microempresa, razón por la cual en el presente proyecto se hace necesario determinar el rubro de financiamiento para cubrir el pago es por

ello por lo que el costo que se requerirá será de \$ 3.618,15 mensuales y anualmente de \$ 43.417,76 que corresponde al gerente, contador y conserje; y para el personal de ventas que corresponde al vendedor-chofer el valor mensual es de \$ 705,05 y al anual de \$8.460,80, el cual incluye el pago de todos los beneficios de ley que les corresponde, como se evidencia a continuación.

Tabla 68
Sueldos y salarios administrativos

RUBROS	DESCRIPCIÓN DEL CARGO		
	GERENTE	CONTADORA	CONSERJE
Sueldo Básico Unificado	800,00	500,00	482,00
Décimo Tercero	66,67	41,67	40,17
Décimo Cuarto Sueldo	40,17	40,17	40,17
Vacaciones	33,33	20,83	20,08
Aporte Patronal 12,15%	97,20	60,75	58,56
Fondos de reserva 8,33%	66,64	41,65	40,15
TOTAL, REMUNERACIÓN	1104,01	705,07	681,13
# de empleados	1	1	2
TOTAL, MENSUAL	1104,01	705,07	1809,07
TOTAL, ANUAL	13248,08	8460,80	21708,88

Nota. Rol de pagos - personal ventas. Elaboración propia.

Tabla 69
Sueldos y salarios de ventas

RUBROS	DESCRIPCIÓN DEL CARGO CHOFER- VENDEDOR
Sueldo Básico Unificado	500,00
Décimo Tercero	41,67
Décimo Cuarto Sueldo	40,17
Vacaciones	20,83
Aporte Patronal 12,15%	60,75
Fondos de reserva 8,33%	41,65
TOTAL, REMUNERACIÓN	705,07
# de empleados	1
TOTAL, MENSUAL	705,07
TOTAL, ANUAL	8460,80

Nota. Rol de pagos - personal ventas. Elaboración propia.

Arriendo: Este rubro representa el pago que realizará la microempresa por el contrato de un local cuya finalidad es poner en funcionamiento el proyecto en estudio. A continuación, se detalla el valor de este:

Tabla 70*Arriendo*

DETALLE	CANT. MENSUAL	CANT. ANUAL	PRECIO UNITARIO	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
arriendo	1	12	250,00	250,00	3000,00
TO				250,00	3000,00
TAL					

Nota. Propietaria del Local. Elaboración propia

Tabla 71*Resumen de capital de trabajo*

DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Materia Prima Directa	1162,62	13951,44
Materia Prima Indirecta	433,33	5200,00
Mano de Obra Directa	1362,26	16347,13
Servicios Básicos de administración	44,06	286,56
Servicios Básicos de producción	14,56	124,56
Indumentaria del personal	17,00	34,00
Sueldos y salarios administrativos	1809,07	21708,88
Sueldo al personal de ventas	705,07	8460,80
Suministros de oficina	48,50	112,00
Útiles de aseo	32,50	130,00
Publicidad	16,00	192,00
Combustible y mantenimiento	87,60	766,20
Arriendo	250,00	3000,00
TOTAL	5982,57	70313,57

Nota. Tablas de la 57 a la 71. Elaboración propia.

Tabla 72*Resumen de la inversión*

DETALLE	VALOR
Activo Fijo	10245,36
Activo Diferido	1350
Activo Circulante	5982,57
TOTAL	17577,93

Nota. Tablas 54,55, 72. Elaboración propia.

7.4. Financiamiento

El financiamiento representa un análisis de las condiciones económicas financieras de que se dispone y que a su vez permitan determinar la capacidad para financiar la inversión sea con capital propio o mediante crédito. Por tal razón en el presente proyecto se requerirá de una inversión de \$ 17.577,93 el cual será financiado en parte por las inversionistas, así como también se requerirá de un préstamo el cual se lo solicitará en el Cooperativa Manuel Esteban Godoy como se detalla a continuación:

Inversión = \$ 17.577,93

Capital propio = \$9.577,93

Entidad Financiera = Inversión – Capital propio

Entidad Financiera = \$ 17.577,93 - \$ 9.577,93 = \$ 8.000,00

Una vez establecido el financiamiento que necesitará la empresa se hace necesario amortizar el préstamo que se requerirá en la entidad financiera, para de esta manera ir liquidando paulatinamente dentro del plazo establecido los recursos otorgados en el crédito, como se detalla a continuación:

Amortización del Crédito: Para la determinación de la amortización se procedió a determinar los datos requeridos en el préstamo para posteriormente proceder al cálculo respectivo como se evidencia a continuación:

Datos

Capital: \$ 8.000,00

Plazo: 5 Años

Forma de pago: Semestral

Interés: 9,10% Anual

Tabla 73
Crédito

AÑO	SEMESTRE	AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL	INTERÉS	DIVIDENDOS	CAPITAL REDUCIDO
0	0				8000,00
1	1	800,00	364,00	1164,00	7200,00
	2	800,00	327,60	1127,60	6400,00
2	3	800,00	291,20	1091,20	5600,00
	4	800,00	254,80	1054,80	4800,00
3	5	800,00	218,40	1018,40	4000,00
	6	800,00	182,00	982,00	3200,00
4	7	800,00	145,60	945,60	2400,00
	8	800,00	109,20	909,20	1600,00
5	9	800,00	72,80	872,80	800,00
	10	800,00	36,40	836,40	0,00

Nota. Tabla 73 entidad financiera. Elaboración propia.

7.5. Presupuestos Proyectados

7.5.1. Presupuesto de Costos

Los presupuestos representan una estimación de los costos por los que incurrirá una empresa para su funcionamiento en un periodo de tiempo determinado, razón por la cual en el presente proyecto se ha establecido las proyecciones de los costos de producción para los 5 años de vida útil del mismo, en donde para su establecimiento se procedió a tomar en cuenta la Tasa de inflación que es un indicador que representa el aumento que sufren los precios de los productos en un periodo de tiempo determinado, por ello se consideró esta variable para proyectar el costo de los productos que requerirá la microempresa en estudio para años posteriores, destacando que la tasa de inflación anual (junio 2025 a junio 2026) que se utilizó fue del 1,65% según el Banco Central del Ecuador, como de muestra a continuación:

Tabla 74
Presupuesto proformados o proyectados

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE PRODUCCIÓN					
COSTO PRIMO					
Materia prima directa	3951,44	4181,64	4415,64	4653,49	4895,28
Mano de obra directa	6347,13	6616,85	6891,03	7169,73	7453,03
TOTAL, DE COSTO PRIMO	0298,57	0798,49	1306,67	1823,23	2348,31
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN					
Materia prima indirecta	200,00	285,80	373,02	461,67	551,79
Servicios básicos de la planta de producción	24,56	26,62	28,70	30,83	32,99
Indumentaria de personal	4,00	4,56	5,13	5,71	6,30
Depreciación maquinaria y equipo	8,85	8,85	8,85	8,85	8,85
Depreciación herramientas, muebles y enseres	,72	,72	,72	,72	,72
TOTAL, GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN	437,13	525,55	615,42	706,78	799,64
TOTAL, COSTO DE PRODUCCIÓN	5735,70	6324,04	6922,09	7530,01	8147,96
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Sueldos y salarios de administración	1708,88	2067,08	2431,18	2801,30	3177,52
Suministros de oficina	12,00	13,85	15,73	17,64	19,58
Útiles de aseo	30,00	32,15	34,33	36,54	38,79
Servicios básicos de administración	86,56	91,29	96,09	00,98	05,95
Depreciación equipos de oficina	3,50	3,50	3,50	3,50	3,50
Depreciación equipos de computación	77,78	77,78	77,78	79,41	79,41
Depreciación muebles y enseres de administración	5,35	5,35	5,35	5,35	5,35
Amortización de los activos diferidos	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
Arriendo	000,00	049,50	099,82	150,96	202,95
TOTAL, GASTOS ADMINISTRATIVOS	5754,07	6170,49	6593,77	7025,68	7463,06
GASTOS DE VENTA					
Sueldos al personal de ventas	460,80	600,40	742,31	886,56	033,19
Publicidad	92,00	95,17	98,39	01,66	04,99
Depreciación del vehículo	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Combustible y mantenimiento	66,20	78,84	91,69	04,76	18,03
TOTAL, GASTOS DE VENTAS	0539,00	0694,41	0852,39	1012,98	1176,21
GASTOS FINANCIEROS					
Interés del préstamo	91,60	46,00	00,40	54,80	09,20
TOTAL, GASTOS FINANCIEROS	91,60	46,00	00,40	54,80	09,20
OTROS GASTOS					
Amortización del capital	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
TOTAL, OTROS GASTOS	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00
TOTAL, GASTOS DE OPERACIÓN	8584,67	9010,90	9446,57	9893,46	0348,46
TOTAL, PRESUPUESTO COSTOS TOTALES	4320,36	5334,94	6368,65	7423,47	8496,42

Nota. Tabla 54 a la 73, evaluación financiera. Elaboración propia.

7.5.2. Clasificación de Costos

Los costos son considerados como la suma de esfuerzos y recursos que se han invertido para producir un bien, por lo cual se hace necesario clasificarlos en dos tipos de costos como son:

Costos Fijos: Son considerados como aquellos costos que no varían junto con la producción. Su importe permanece constante independientemente de lo que la empresa produzca.

Costos Variables: Representan aquellos costos que están en función del volumen de la producción y de las ventas, o sea, varían en forma proporcional a las fluctuaciones de la producción de un período.

Una vez establecidos estos elementos se hace necesario clasificar los costos tanto fijos como variables para la empresa en estudio de manera tal que puedan ser utilizadas para la toma de decisiones al momento de incurrir en los gastos del proyecto. A continuación, se presenta la tabla de dichos costos:

Tabla 75
Costos fijos y variables

DETALLE	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5	
	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE	FIJO	VARIABLE
COSTOS DE PRODUCCIÓN										
COSTO PRIMO										
Materia prima directa		13951,44		14181,64		14415,64		14653,49		14895,28
Mano de obra directa	16347,13		16616,85		16891,03		17169,73		17453,03	
TOTAL DE COSTO PRIMO	16347,13	13951,44	16616,85	14181,64	16891,03	14415,64	17169,73	14653,49	17453,03	14895,28
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN										
Materia prima indirecta		5200,00		5285,80		5373,02		5461,67		5551,79
Servicios básicos de la planta de producción	124,56		126,62		128,70		130,83		132,99	
Indumentaria de personal	34,00		34,56		35,13		35,71		36,30	
Depreciación maquinaria y equipo	68,85		68,85		68,85		68,85		68,85	
Depreciación herramientas, muebles y enseres	9,72		9,72		9,72		9,72		9,72	
TOTAL GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN	237,13	5200,00	239,75	5285,80	242,41	5373,02	245,11	5461,67	247,86	5551,79
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	16584,26	19151,44	16856,60	19467,44	17133,44	19788,65	17414,84	20115,16	17700,89	20447,06
GASTOS ADMINISTRATIVOS										
Sueldos y salarios de administración	21708,88		22067,08		22431,18		22801,30		23177,52	
Suministros de oficina	112,00		113,85		115,73		117,64		119,58	
Útiles de aseo	130,00		132,15		134,33		136,54		138,79	
Servicios básicos de administración	286,56		291,29		296,09		300,98		305,95	
Depreciación equipos de oficina	13,50		13,50		13,50		13,50		13,50	
Depreciación equipos de computación	177,78		177,78		177,78		179,41		179,41	
Depreciación muebles y enseres de administración	55,35		55,35		55,35		55,35		55,35	
Amortización de los activos diferidos	270,00		270,00		270,00		270,00		270,00	
Arriendo	3000,00		3049,50		3099,82		3150,96		3202,95	
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	25754,07	0,00	26170,49	0,00	26593,77	0,00	27025,68	0,00	27463,06	0,00
GASTOS DE VENTA										
Sueldos al personal de ventas	8460,80		8600,40		8742,31		8886,56		9033,19	
Publicidad	192,00		195,17		198,39		201,66		204,99	
Depreciación del vehículo	1120,00		1120,00		1120,00		1120,00		1120,00	
Combustible y mantenimiento	766,20		778,84		791,69		804,76		818,03	
TOTAL GASTOS DE VENTAS	10539,00	0,00	10694,41	0,00	10852,39	0,00	11012,98	0,00	11176,21	0,00
GASTOS FINANCIEROS										
Interés del préstamo	691,60		546,00		400,40		254,80		109,20	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	691,6		546		400,4		254,8		109,2	
OTROS GASTOS										
Amortización del capital	1600,00		1600,00		1600,00		1600,00		1600,00	
TOTAL OTROS GASTOS	1600		1600		1600		1600		1600	
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	38584,67	0,00	39010,90	0,00	39446,57	0,00	39893,46	0,00	40348,46	0,00
TOTAL PRESUPUESTO COSTOS TOTALES	55168,92	19151,44	55867,50	19467,44	56580,00	19788,65	57308,30	20115,16	58049,36	20447,06
	74320,36		75334,94		76368,65		77423,47		78496,42	

Nota. Tabla74, evaluación financiera. Elaboración propia.

Costo Unitario de Producción: Es considerado como el costo de producción que tendrá el aliño, al cual se lo obtiene de dividir los costos totales de producción para el número de unidades que deberá elaborar la unidad productiva cuyos datos se evidencia a continuación:

Tabla 76

Costo Unitario de Producción

AÑOS	COSTO TOTAL DE PRODUCCIÓN	UNIDADES PRODUCIDAS	COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN
1	74320,36	52000	1,43
2	75334,94	52000	1,45
3	76368,65	52000	1,47
4	77423,47	52000	1,49
5	78496,42	52000	1,51

Nota. Tabla 75. Elaboración propia.

Precio de Venta al Público: Representa el costo que la empresa asignará al producto para poderlo comercializar en el mercado en donde para establecer este rubro se tomó en consideración el costo unitario de producción al cual se le asignó un margen de utilidad del 25% tomando en consideración la competencia, permitiendo así generar ingresos económicos para la organización, cuyos datos se establecen a continuación:

Tabla 77

Precio de venta al público

AÑOS	COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN	MARGEN DE UTILIDAD	P.V.P.
1	1,43	25%	1,79
2	1,45	25%	1,81
3	1,47	25%	1,84
4	1,49	25%	1,86
5	1,51	25%	1,89

Nota. Tabla 77. Elaboración propia.

Presupuesto de Ingresos: constituye los ingresos que generará la empresa a través de la venta de su producto, para lo cual se hizo necesario determinar el número de unidades que producirá la empresa para posteriormente multiplicarlo por el precio de venta que se le ha asignado al producto, obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 78*Presupuesto de ingresos*

AÑOS	UNIDADES PRODUCIDAS	P.V.P.	INGRESO POR VENTAS
1	52000	1,79	92900,46
2	52000	1,81	94168,67
3	52000	1,84	95460,82
4	52000	1,86	96779,33
5	52000	1,89	98120,53

Nota. Tabla 78. Elaboración propia.**7.6. Análisis del Punto de Equilibrio**

El punto de equilibrio es una herramienta que permite determinar el volumen mínimo de ventas que la microempresa debe realizar para no perder ni ganar, razón por la cual al considerarlo como un completo de análisis financiero para la microempresa en estudio se hace necesario determinar esta herramienta tanto para el primer año como para el quinto año de vida útil del proyecto a través de la aplicación de varios métodos matemáticos para su cálculo los mismo que se detallan a continuación:

Tabla 79*Análisis punto de equilibrio año 1 y 5 año*

DATOS	AÑO 1	AÑO 5
Costos Fijos Totales (CFT)	55168,92	58049,36
Costos Variables Totales (CVT)	19151,44	20447,06
Ventas Totales (VT)	92900,46	98120,53

Nota. Tabla 76 y 78. Elaboración propia.

En Función de las Ventas: se basa en el volumen de ventas y los ingresos monetarios que se deberán generar en el presente proyecto en donde para su cálculo se hizo necesario determinar la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CFT}{1 - \left(\frac{CVT}{VT} \right)}$$

PE = \$ 66.945,41 dólares para el 1 año**PE = \$ 73.330,50 dólares para el 5 año**

En Función de la Capacidad Instalada: representa el porcentaje de la capacidad de producción de la planta es decir lo que deberá trabajar la maquinaria empleada en el presente proyecto para que su producción pueda generar ventas que permitan cubrir los costos empleados por la empresa, para ello se hizo necesario determinar la siguiente fórmula para su cálculo:

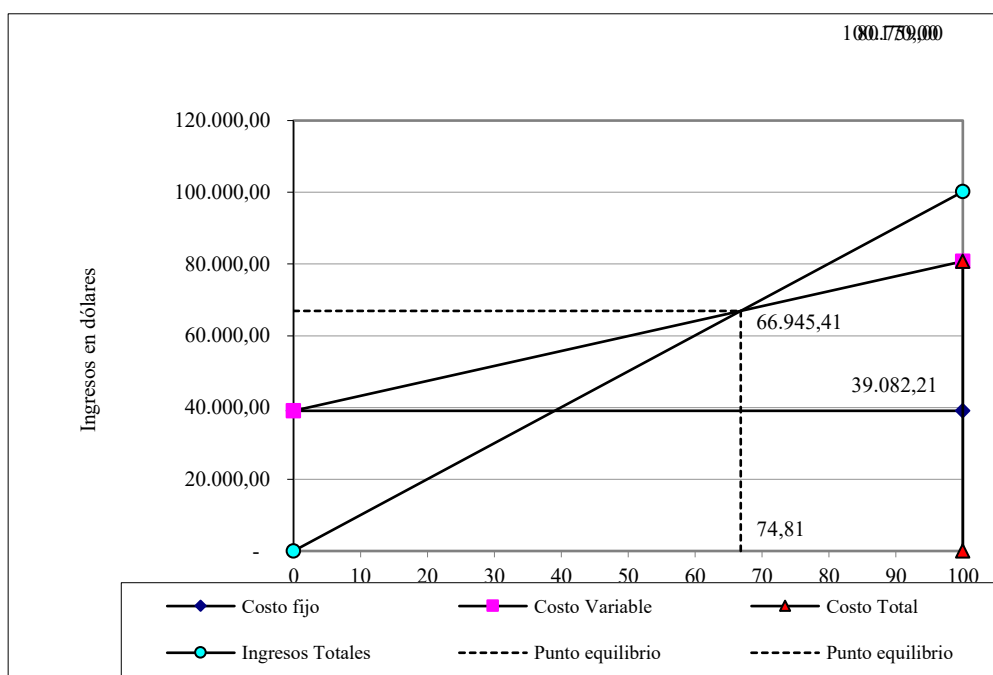
$$PE = \frac{CFT}{VT - CVT} \times 100$$

PE = 74,81% para el 1 año

PE = 74,74% para el 5 año

Figura 39

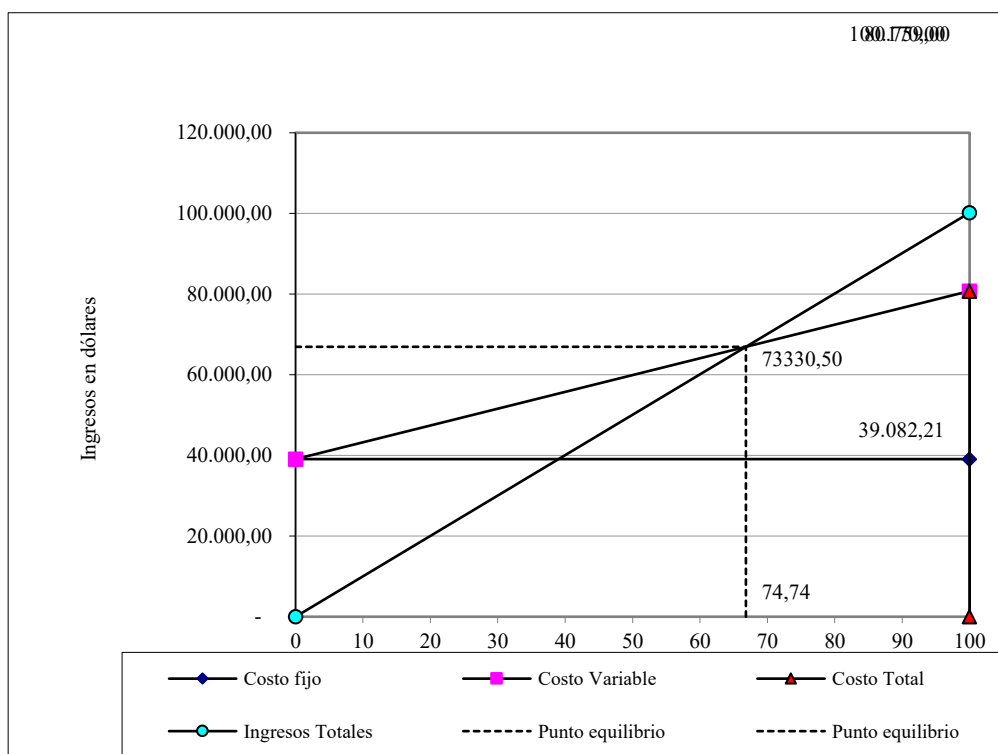
Punto de equilibrio 1 año



Nota. Tabla 77. Elaboración propia.

La gráfica representada anteriormente señala que la empresa objeto de estudio deberá vender \$ 66.945,41 para ni perder ni ganar tomando en cuenta que requerirá de la utilización de la capacidad de su planta del 74,81%.

Figura 40
Punto de equilibrio 5 año



Nota. Tabla 77. Elaboración propia.

La gráfica representada anteriormente señala que la empresa objeto de estudio deberá vender \$ 73.330,50 para ni perder ni ganar tomando en cuenta que requerirá de la utilización de la capacidad de su planta del 74,74%

7.9. Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado pérdidas y ganancias llamado también estado de resultados es un documento contable que tiene por objeto mostrar un resumen de los ingresos y los gastos durante un periodo determinado, clasificándoles de acuerdo con las operaciones de la microempresa, mostrando por consiguiente las utilidades o pérdidas sufridas en las operaciones realizadas, es por ello que en el presente proyecto se procedió a determinar esta herramienta financiera cuyo objetivo es indicar las utilidades o perdidas de la empresa en estudio, para lo cual se procedió a establecer los ingresos por ventas para posteriormente restar todos los egresos por costos de

producción, costo de operación, impuestos y reservas cuyos resultados se presentan a continuación, destacando que los mismos se encuentra proyectos para los años de vida útil del proyecto.

Tabla 80
Estado de pérdidas y ganancias

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS					
Ventas	92900,46	94168,67	95460,82	96779,33	98120,53
(+) Valor residual					2.099,59
TOTAL, DE INGRESOS	92900,46	94168,67	95460,82	96779,33	100220,11
EGRESOS					
(-) Costos de producción	35735,70	36324,04	36922,09	37530,01	38147,96
(-) Gastos de operación	38584,67	39010,90	39446,57	39893,46	40348,46
TOTAL, DE EGRESOS	74320,36	75334,94	76368,65	77423,47	78496,42
UTILIDA BRUTA	18580,09	18833,73	19092,16	19355,87	21723,69
(-)15% Distribución de utilidad	2787,01	2825,06	2863,82	2903,38	3258,55
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	15793,08	16008,67	16228,34	16452,49	18465,14
(-) 25% Impuesto de la renta	3948,27	4002,17	4057,08	4113,12	4616,28
UTILIDAD LÍQUIDA ANTES DE RESERVA	11844,81	12006,51	12171,25	12339,36	13848,85
(-) 10% Reserva legal	1184,48	1200,65	1217,13	1233,94	1384,89
UTILIDAD LÍQUIDA	10660,33	10805,86	10954,13	11105,43	12463,97

Nota. Estudio Financiero. Elaboración propia.

7.10. Flujo de Caja

El flujo de caja llamado también flujo de efectivo es un cálculo del volumen de ingresos y de gastos, que incurrirá la empresa durante un período determinado, el mismo que fue determinado por los ingresos totales representados por las ventas y el valor residual, así como también los egresos el cual está conformado por los costos de producción, operación, reparto de utilidades e impuestos y otros rubros más como se detallan en la siguiente tabla:

Tabla 81*Flujo de caja*

DESCRIPCIONES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas Totales		92900,46	94168,67	95460,82	96779,33	98120,53
Valor Residual						2099,59
Capital Financiero	8000,00					
Capital Propio	9577,93					
TOTAL INGRESOS	17577,93	92900,46	94168,67	95460,82	96779,33	100220,11
EGRESOS						
Activo Fijo	10245,36					
Activo Diferido	1350,00					
Activo Corriente	5982,57					
Costo de Producción		35735,70	36324,04	36922,09	37530,01	38147,96
Costo de Operación		38584,67	39010,90	39446,57	39893,46	40348,46
TOTAL EGRESOS	17577,93	74320,36	75334,94	76368,65	77423,47	78496,42
UTILIDAD BRUTA		18580,09	18833,73	19092,16	19355,87	21723,69
(-) 15% de Reparto de utilidad		2787,01	2825,06	2863,82	2903,38	3258,55
(-) 25% de Impuesto a la renta		3948,27	4002,17	4057,08	4113,12	4616,28
UTILIDAD		11844,81	12006,51	12171,25	12339,36	13848,85
(+) Amortización diferido		270,00	270,00	270,00	270,00	270,00
(+) Depreciaciones		1.624,61	1.624,61	1.624,61	1.624,61	1.624,61
TOTAL FLUJO DE CAJA	0,00	13.739,42	13.901,12	14.065,87	14.233,98	15.743,46

Nota. Estudio Financiero. Elaboración propia.

Capítulo 8: Evaluación financiera

La evaluación financiera es considerada como la parte más importante de los proyectos de inversión ya que de los resultados que arroje la misma dependerá la decisión de poner en marcha o no un proyecto determinado, es por ello que en la presente investigación se hace necesario analizar los indicadores financieros que se detallan a continuación:

8.1. Valor Actual Neto

El valor actual neto es el valor que resulta de la diferencia entre el valor presente de los futuros ingresos netos esperados y el desembolso inicial de la inversión, para lo cual en el proyecto se hizo necesario actualizar los flujos netos con un factor de actualización, el mismo que se lo obtuvo determinando primero una tasa de interés con la siguiente fórmula:

Tabla 82

Valor actual neto

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS
0	¹⁷⁵ 77,93	9,10%	
1	\$13.739,42	0,91659028	12593,42
2	\$13.901,12	0,84013775	11678,85
3	\$14.065,87	0,77006210	10831,59
4	\$14.233,98	0,70583144	10046,79
5	\$15.743,46	0,64695824	10185,36
TOTAL			55336,01

Nota. Tabla 80. Elaboración propia.

Luego de obtener los flujos netos actualizados se procede a calcular el valor actual neto con la siguiente fórmula:

VAN = Sumatoria de flujos netos actualizados – Inversión

VAN = \$ 55.336,01– 17.577,93

VAN = \$ 37.758,08

El presente proyecto se acepta ya que luego de haber realizado los cálculos respectivos el resultado del VAN es positivo el cual representa la cantidad de 37.758,08 lo que significa que el valor de la empresa aumentará.

8.2. Periodo de Recuperación de Capital

El periodo de recuperación son los años que la microempresa tarda en recuperar la inversión inicial mediante las entradas de efectivo que la misma produce, es por ello por lo que para determinar esta variable se hizo necesario extraer los resultados establecidos en el flujo de caja, así como también al igual que en el VAN se determinó el factor de actualización los cuales permitieron obtener los siguientes resultados como se indica en la tabla a continuación:

Tabla 83

Periodo de recuperación de capital

AÑO	FLUJO NETO
0	17577,93
1	13739,42
2	13901,12
3	14065,87
4	14233,98
5	15743,46
TOTAL	71683,84

Nota. Tabla 80 y 81. Elaboración propia.

Una vez obtenidos los datos se precedió a determinar el periodo de recuperación del proyecto con la siguiente fórmula:

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

$$\text{RC} = \frac{71683,84 - 17577,93}{15743,46}$$

$$\text{PRC} = \frac{54105,91}{15743,46}$$

$$\text{PRC} = 3,43672218$$

$$PRC = 3 \text{ años}$$

$$PRC = 3,4672218 - 3 = 0,4672218$$

$$PRC = 0,4672218 \times 12 = 5,24066154 = 5 \text{ meses}$$

$$PRC = 5,24066154 - 5 = 0,24066154$$

$$PRC = 0,24066154 \times 30 = 7,21984611 = 7 \text{ días}$$

Los resultados anteriormente señalados muestran que el capital a invertir podrá ser recuperado en 3 años, 5 meses y 7 días.

8.3. Relación Beneficio Costo

Este indicador representa la cantidad obtenida por cada dólar invertido, se obtiene a través de la división de los ingresos actualizados para los egresos actualizados, por lo cual en la investigación objeto de estudio se procedió a tomar de base los resultados de los ingresos y egresos presentes en el flujo de caja, así como también de la determinación del factor de actualización, para posteriormente obtener los ingresos y egresos actualizados como se presenta en la siguiente tabla:

Tabla 84
Relación beneficio costo

AÑO	INGRESOS ORIGINALES	EGRESOS ORIGINALES	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS ACTUALIZADOS
			9,10%		
1	92900,46	74320,36	0,91659028	85151,65	68121,32
2	94168,67	75334,94	0,84013775	79114,66	63291,73
3	95460,82	76368,65	0,77006210	73510,76	58808,61
4	96779,33	77423,47	0,70583144	68309,90	54647,92
5	100220,11	78496,42	0,64695824	64838,23	50783,91
			TOTAL	370925,19	295653,48

Nota. Tabla 80. Elaboración propia.

Una vez obtenidos estos datos se procedió a determinar la relación beneficio costo con la siguiente fórmula:

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

$$RBC = \frac{370925,19}{295653,48} = 1,25$$

La relación beneficio costo obtenida es de 1,25 lo que significa que el proyecto es aceptable ya que de acuerdo con los criterios de decisión para que un proyecto sea favorable debe ser mayor a 1.

8.4. Tasa Interna de Retorno

Representa la tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero; es decir, que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión neta realizada, razón por la cual en la empresa objeto de estudio se procedió a determinar este factor a través de la búsqueda de un factor de actualización que permita obtener como resultado negativo el VAN mayor y como positivo el VAN menor como se presenta a continuación:

Tabla 85

Tasa interna de retorno

AÑO	FLUJO NETO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
0		74,57%	17577,93	74,58%	17577,93
1	13739,42	0,5728361	7870,44	0,5728033	7869,984621
2	13901,12	0,3281412	4561,53	0,3281036	4561,00676
3	14065,87	0,1879711	2643,98	0,1879388	2643,522381
4	14233,98	0,1076767	1532,67	0,1076520	1532,315771
5	15743,46	0,0616811	971,07	0,0616634	970,7957559
		TOTAL	17579,68	TOTAL	17577,62529
		VAN+	1,75	VAN-	-0,31

Nota. Tabla 80. Elaboración propia.

Una vez establecidos los resultados se procedió a calcular la TIR mediante la siguiente fórmula

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

$$TIR = 74,57 + 0,01 * \left(\frac{1,75}{1,75 - (-0,31)} \right)$$

$$TIR = 74,57 + 0,01 * \left(\frac{1,75}{2,06} \right)$$

$$TIR = 74,57 + 0,01 * (0,899980298)$$

$$TIR = 74,57 + 0,01 * (0,0084998)$$

$$TIR = 74,57 + 0,00208813$$

$$TIR = 74,58\%$$

El presente proyecto se acepta ya que luego de haber realizado los cálculos respectivos la TIR tiene un valor de 74,58% que es mayor al costo de oportunidad asignado en el mismo.

8.5. Análisis de Sensibilidad

Este análisis se efectúa con la finalidad de conocer el grado máximo de soporte que tendrá el proyecto ante posibles cambios en los costos e ingresos totales, que podrían ocurrir en el futuro puesto que se desconoce cuáles serán las condiciones económicas en las que se desenvolverá el proyecto una vez que entre en funcionamiento.

Para el proyecto en estudio el análisis de sensibilidad se determinará desde dos puntos de vista con el incremento en los costos y la disminución en los ingresos.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 13,24% EN LOS COSTOS: para determinar el impacto que genera el incremento en los costos se procedió a calcular el costo original el cual está representado por los egresos establecidos en el flujo de caja, así también se extrajo los ingresos totales para posteriormente con la determinación del porcentaje 13,24% significa que el proyecto no es sensible a los cambios que se puedan dar en el aumento de los costos de la microempresa en estudio.

Tabla 86*Incremento del 13,24% en los costos*

AÑO	COSTOS ORIGINALES	COSTOS TOTALES ORIGINALES	INGRESOS ORIGINALES	NUEVO FLUJO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
0		13,24%			43,03%	17577,93	43,04%	17577,93
1	74320,36	84160,38039	92900,46	8740,07	0,699154024	6110,658482	0,699105145	6110,231283
2	75334,94	85309,28382	94168,67	8859,39	0,488816349	4330,614042	0,488748004	4330,008552
3	76368,65	86479,86462	95460,82	8980,95	0,341757917	3069,312063	0,341686245	3068,668376
4	77423,47	87674,3326	96779,33	9105,00	0,238941423	2175,561552	0,238874612	2174,953237
5	78496,42	88889,3471	100220,11	11330,77	0,167056857	1892,882119	0,16699847	1892,22055
					TOTAL	17579,02826	TOTAL	17576,082
					VAN+	1,09	VAN-	-1,85

Nota. Tabla 80. Elaboración propia.

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

$$TIR = 43,03 + 0,01 * \left(\frac{1,09}{1,09 - (-1,85)} \right)$$

$$TIR = 43,03 + 0,01 * \left(\frac{1,09}{2,95} \right)$$

$$TIR = 43,03 + 0,01 * (0,371451347)$$

$$TIR = 43,03 + 0,01 * (0,003714513)$$

$$TIR = 149,33 + 0,003714513$$

$$TIR = 43,03\%$$

Diferencia de la TIR:

$$Diferencia de TIR = TIR original - Nueva TIR =$$

$$Diferencia de TIR = 74,58 - 43,03 = 31,54$$

Porcentaje de Variación:

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

$$\% Variación = \frac{31,54}{74,58} \times 100$$

$$\% Variación = 42,30$$

Sensibilidad:

$$Sensibilidad = \frac{\% de variación}{TIR nueva}$$

$$Sensibilidad = \frac{42,30}{43,03} = 0,98$$

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 29,73% EN LOS INGRESOS: para determinar el impacto que genera la disminución en los ingresos se procedió a determinar el costo original el cual está representado por los egresos establecido en el flujo de caja, así también se extrajo los ingresos totales señalados, para posteriormente con la determinación del porcentaje 29,73% significa que el proyecto no es sensible a los cambios que se puedan dar en la disminución en los ingresos de la microempresa en estudio.

Tabla 87*Disminución del 13,24% en los ingresos*

AÑO	INGRESOS ORIGINALE S	INGRESOS TOTALES ORIGINALES	COSTOS ORIGINALES	NUEVO FLUJO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MENOR	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VAN MAYOR
0		-29,73%			43,00%	17577,93	43,01%	17577,93
1	92900,46	65281,14988	74320,36	9039,21	0,699300699	6321,128876	0,699251801	6320,68687
2	94168,67	66172,32619	75334,94	9162,61	0,489021468	4480,713892	0,488953081	4480,087284
3	95460,82	67080,3171	76368,65	9288,34	0,341973055	3176,361192	0,341901322	3175,694916
4	96779,33	68006,83671	77423,47	9416,63	0,239141996	2251,911461	0,239075115	2251,281666
5	100220,11	70424,67332	78496,42	8071,75	0,167232165	1349,855836	0,167173705	1349,383958
					TOTAL	17579,97126	TOTAL	17577,13469
					VAN+	2,04	VAN-	-0,80

Nota. Tabla 80. Elaboración propia.

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

$$TIR = 43 + 0,01 * \left(\frac{2,04}{2,04 - (-0,80)} \right)$$

$$TIR = 43 + 0,01 * \left(\frac{2,04}{2,84} \right)$$

$$TIR = 43 + 0,01 * (0,719180049)$$

$$TIR = 43 + 0,0071918$$

$$TIR = 43,01\%$$

Diferencia de la TIR:

$$Diferencia\ de\ TIR = TIR\ original - Nueva\ TIR =$$

$$Diferencia\ de\ TIR = 74,58 - 43,01 = 31,57$$

Porcentaje de Variación:

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

$$\% Variación = \frac{31,57}{74,58} \times 100$$

$$\% Variación = 42,33$$

Sensibilidad:

$$Sensibilidad = \frac{\% de\ variación}{TIR\ nueva}$$

$$Sensibilidad = \frac{42,33}{43,01} = 0,98$$

Conclusiones

Una vez concluido el presente trabajo, se pone a consideración las siguientes conclusiones:

La razón social de la empresa será “Proalza Cía. Ltda.” la cual estará dirigida a la producción y comercialización de aliños en la ciudad de Loja, cuyo domicilio será en el barrio la Pradera, en las calles Sauces y Alisos.

Luego de haber realizado el estudio de mercado de consumo de aliños en la ciudad de Loja, se pudo determinar que existe una demanda insatisfecha en libras para el primer año de 658,570, para el segundo año de 635.901, para el tercer año de 613,171 libras, para el cuarto año de 590,211 y para el quinto año proyectado de 566.817 libras de aliños.

La empresa para darse a conocer e introducir el producto en el mercado realizará campañas de publicidad mediante la radio por la emisora La Hechicera y a través de redes sociales como es Facebook, que son los medios de comunicación que más acogida tiene según las encuestas aplicadas a las diferentes familias de las parroquias urbanas de la ciudad de Loja.

En cuanto al estudio técnico se destacó que el tiempo requerido para la elaboración de 25 libras de aliño según el flujo de procesos es de 60 minutos para lo cual de acuerdo con este valor se deberán producir anualmente 52000 libras lo que representa la capacidad instalada y utilizada del proyecto con un porcentaje del 100 % destacando que para poder cumplir con esta producción se requerirá de 2 obreros.

La inversión para ejecutar el proyecto es de \$17,577,93. De este total el 54% se lo financiará con capital propio, y el 46% mediante un préstamo, el cual se lo realizará en la Cooperativa Manuel Esteban Godoy a un plazo de 5 años con una tasa de interés del 9.10% anual.

Los costos para el primer año de funcionamiento del proyecto son de \$74.320,36, se percibirá un ingreso de \$ 92.900,46, generados por el precio de venta al público de \$1.79 por libra, al cual se le asignó un margen de utilidad de 25%.

La empresa para el primer año trabajando al 74,81% de su capacidad instalada y vendiendo \$ 66.945,41, le permitirá cubrir los costos y no tener perdida alguna. Según los resultados del Valor Actual Neto, este tiene un valor positivo de \$ 37.758,08, lo que significa que el presente proyecto es aceptable.

El tiempo para recuperar la inversión, según los cálculos es relativamente corto; es decir, de 3 años, 5 meses y 7 días. La relación beneficio costo es de 1,25 lo que significa que el proyecto es aceptable ya que de acuerdo con los criterios de decisión para que un proyecto sea favorable debe ser mayor a 1.

El presente proyecto se acepta ya que luego de haber realizado los cálculos respectivos la TIR tiene un valor de 74,58% que es superior al costo de oportunidad del capital conseguido en el crédito. El proyecto no es sensible, si se disminuyen los ingresos hasta un 29,73% y si se aumentan los costos hasta el 13,24%.

La empresa para su funcionamiento generará 8 plazas de trabajo las cuales serán gerente, asesor jurídico, contadora, chofer-vendedor, 2 obreros, y un conserje. Los objetivos planteados se cumplieron en su totalidad, los cuales nos ayudaron para que nuestra investigación lleve un orden secuencial.

Una vez realizados todos los estudios pertinentes y con los resultados obtenidos podemos concluir que el proyecto es factible de realizar, identificando de esta manera una oportunidad de inversión para los habitantes de la ciudad de Loja.

Recomendaciones.

Las recomendaciones que amerita el presente proyecto son las siguientes:

Se recomienda a los sectores con posibilidad de inversión considerar el presente proyecto por las expectativas favorables que ofrece en términos de mercado y rentabilidad. Se recomienda a los organismos públicos y privados realizar estudios de esta naturaleza, que permitan aprovechar al máximo los recursos disponibles, convirtiéndolas de esta manera en oportunidades de inversión ayudando al desarrollo de la ciudad.

Bibliografía.

- Araujo, D. (2021). *Proyectos de inversión: Análisis, formulación y evaluación práctica*. Trillas.
- Ariza, D. (2022). *Cultura organizacional en el ámbito de los proyectos: Valores, competencias y prácticas de gestión*. Ediciones EAN.
- Córdova, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Eco Ediciones.
- Espinosa, E. (Coord.). (2021). *Gestión y análisis de los fenómenos en las organizaciones*. Universidad Autónoma Metropolitana.
- Fandiño, J. (2021). *Análisis y efectos de las organizaciones: Una mirada desde las ciencias administrativas*. Sello Editorial UNAD. <https://doi.org/10.22490/9789586517638>
- Franklin Fincowsky, E. B. (2022). *Organización de empresas* (5.^a ed.). McGraw-Hill.
- FAO, (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura). (2025). *Publicaciones de la FAO*. <https://www.fao.org/publications/es>
- Flórez, J. (2022). *Plan de negocio para pequeñas empresas*. Ecoe Ediciones.
- Hoyos, J. (2022). *Plan financiero para start-ups. Proceso y métricas en la práctica*. Esic Editorial.
- Lira, P. (2021). *Evaluación de proyectos de inversión: Guía teórica y práctica*. Ediciones de la U.
- Merlo, M., Scarfó, E., & Vélez, I. (2022). *Análisis financiero integral*. Alpha Editorial.
- Méndez, J., Méndez, M., Merchán, D., & Maldonado, E. (2022). *Matemáticas financieras* (2.^a ed.). Universidad de Guayaquil.
- Sarmiento, J. (Comp.). (2022). *Gerencia de proyectos complejos*. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia.

Tovar, J. (2021). *Finanzas y presupuestos: Interpretación y elaboración* (7.^a ed.). Centro de Estudios Financieros (CEF).

Yepes, C., & Morales, C. (2021). *Finanzas, gestión y entorno organizacional*. Ediciones Unisalle. <https://doi.org/10.19052/9789585148710>

Anexos.

Apéndice A.

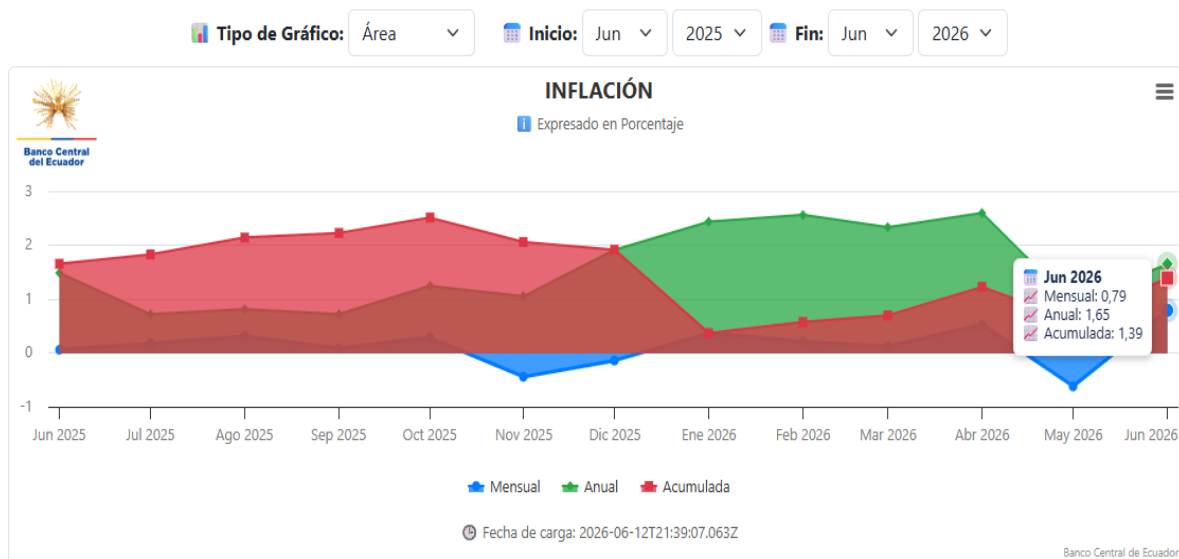
Objetivos del Trabajo de Titulación.

OBJETIVO GENERAL.

- ✓ Identificar Oportunidades de Inversión en la Elaboración y Comercialización de aliños en la ciudad de Loja.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- ✓ Realizar un estudio de mercado en el que se pueda identificar claramente la oferta y demanda del producto en estudio.
- ✓ Realizar un estudio técnico para establecer la ubicación de la empresa, las instalaciones, maquinaria y distribución de la planta de acuerdo con factores como el transporte, disponibilidad de materia prima, y ubicación de los clientes, buscando siempre la disminución substancial de costos.
- ✓ Diseñar la estructura organizacional y administrativa que sustente la veracidad de la empresa y su normal funcionamiento.
- ✓ Realizar el estudio y evaluación financiera del proyecto en estudio que permita determinar su desempeño y rentabilidad en el mercado.

Figura A1.**Tasa de inflación junio 2025- junio 2026.****Figura A2.****Población ciudad de Loja.**

CENSO ECUADOR cuenta conmigo		Censo Ecuador 2022 Tabulados							
Tabla N°:	5.1								
Nombre de la tabla:	Tasa de crecimiento promedio anual 2010-2022, según cantón de residencia								
Fuente:	VIII Censo de Población y VII de Vivienda								
Elaboración:	Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) - Componente de Metodología y Análisis - CPV 2022								
Provincia y cantón de residencia		Población 2010	Población 2022	Tasa de crecimiento promedio anual 2010_2022					
Loja	Loja	216.118	250.028	1,21	1,21%	0,01214015	0,14568184	1,14568184	247602,467