



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTION EMPRESARIAL

Proyecto de investigación, previa la obtención del Título de Ingeniera en Gestión Empresarial.

Título del Proyecto de Investigación:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ EN SOBRES DE INFUSIÓN BAJO EN CAFEÍNA, CANTÓN QUEVEDO AÑO 2015.”

Autora:

Arequipa Mazón Debora Noemi

Director del proyecto de investigación:

Ing. Freddy Bustamante Vera; M.Sc.

Quevedo – Ecuador

2016

DECLARACIÓN DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, **AREQUIPA MAZÓN DEBORA NOEMI**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

AREQUIPA MAZÓN DEBORA NOEMI

C.I No.092058824-1

CERTIFICACIÓN DE CULMINACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El suscrito, **ING. FREDDY BUSTAMANTE VERA**, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la egresada **DEBORA NOEMI AREQUIPA MAZÓN**, realizó el presente proyecto de investigación previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial, titulado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ EN SOBRES DE INFUSIÓN BAJO EN CAFEÍNA, CANTÓN QUEVEDO AÑO 2015..”**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Atentamente.

Ing. Freddy Bustamante Vera, M.Sc.
DIRECTOR DE PROYECTO

CERTIFICADO DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE CONCIDENCIA Y/O PLAGIO ACADÉMICO



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
Campus "Manuel Haz Álvarez"
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CASILLAS
Quevedo: 73

Teléfonos: (593-05) 755203**FAX:** (593 -05) 753 300 / 753 303
E-mail:secretariageneral@uteq.edu.ec Quevedo – Los Ríos - Ecuador

Quevedo, 02 de marzo del 2016

Lcdo. Edgar Pastrano Quintana, M.Sc.
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Ciudad. -

Mediante la presente cumpla en presentar a usted, el informe del proyecto de investigación cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ EN SOBRES DE INFUSIÓN BAJO EN CAFEÍNA, CANTÓN QUEVEDO AÑO 2015”** presentado por la señorita **DEBORA NOEMI AREQUIPA MAZÓN**, egresada de la carrera de Gestión Empresarial, toda vez que se ha desarrollado de acuerdo al Reglamento de la Unidad de Titulación Especial de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo y cumple con el requerimiento de análisis de URKUND a un 2% de similitud.

URKUND

| | |
|--------------|---|
| Document | PROYECTO Arequipa 2-3-16.docx (D18273543) |
| Submitted | 2016-03-02 08:35 (-05:00) |
| Submitted by | Freddy Bustamante (fbustamante@uteq.edu.ec) |
| Receiver | fbustamante.uteq@analysis.orkund.com |
| Message | arequipa Show full message |

2% of this approx. 22 pages long document consists of text present in 6 sources.

Valido este documento para que la señorita antes mencionada siga con los trámites pertinentes, de acuerdo a lo que establece el Reglamento de la Unidad de Titulación Especial de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

Por su atención deseo significar mis agradecimientos
Cordialmente,

Ing. Freddy Bustamante Vera, M.Sc.
DIRECTOR
C/c. Archivo.



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Proyecto de Investigación:

Título:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ EN SOBRES DE INFUSIÓN BAJO EN CAFEÍNA, CANTÓN QUEVEDO AÑO 2015.”

Presentado al Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Empresariales como requisito previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión Empresarial

Aprobado por:

Ing. Birmania Velasco Barahona; M.Sc.
PRESIDENTA DEL TRIBUNAL DE PROYECTO

Ing. Carlos Villacis Lainez; M.Sc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Dra. Martha Arboleda Briones; M.Sc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

QUEVEDO - ECUADOR

2016

AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarme la oportunidad y la dicha de la vida, quien me ha iluminado desde el cielo despejando cualquier duda y regalándome un poquito de sabiduría para poder terminar con éxito este proyecto.

A mis padres por el enorme sacrificio que han hecho al hacer realidad este sueño ya que sin ellos no hubiera sido posible.

A mis hermanos y demás familiares que de alguna manera han sido fundamentales para mí.

A cada uno de los profesores y a mi querido Director de Proyecto Ing. Freddy Bustamante Vera, M.Sc., por transmitirme sus conocimientos a lo largo de estos años y con esto ha sido posible esta investigación.

DEBORA AREQUIPA

DEDICATORIA

La autora de la presente investigación, deja constancia de su agradecimiento a las siguientes personas:

Agradezco primeramente a Dios por hacer posible el sueño que toda estudiante anhela en la vida: ser una Profesional.

A mi madre Consuelo Mazón y mi padre Freddy Campuzano, quienes han velado por mí y con su ejemplo me han motivado a seguir adelante y me han brindado su apoyo incondicional.

A mis hermanos quienes me han aconsejado en aquellos momentos duros y a mis amigos más cercanos con los que pase momentos de alegrías y tristezas.

DEBORA AREQUIPA

RESUMEN EJECUTIVO Y PALABRAS CLAVES

El presente proyecto de investigación presenta como objetivo general “Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de café en sobres de infusión bajo en cafeína, Cantón Quevedo año 2015”, los métodos utilizados fueron; el deductivo que actuó indirectamente en la recopilación de la información, es decir que si otros métodos no funcionan este procede como intermediario; La aplicación del método inductivo permitió la obtención de la información desde un plano particular a lo general, este se aplicó a la encuesta la cual permitió conocer las conductas de los posibles consumidores de café en sobres de infusión bajo en cafeína en Quevedo; El método analítico permitió analizar el objeto estudio, partiendo de sus partes para poder constituir el todo; El sistemático permitió realizar la síntesis del presente trabajo investigativo, ayudo a la comprensión cabal de la esencia de lo que se intentó conocer en todas sus partes y particularidades relacionadas con el proyecto de investigación. Según el nivel de información que proporcionan las fuentes de información pueden ser primarias o secundarias todo esto hizo que la obtención de los resultados y la conclusión principal la cual es “el proyecto va hacer conveniente en los siguientes años analizado desde el punto de vista del mercado”, lo que nos indica que el proyecto es favorablemente viable.

Palabras Claves. -Estudio de Factibilidad, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico Financiero, Café.

ABSTRACT AND KEYWORDS

This research project has the general objective "Develop a feasibility study for the creation of a company dedicated to the production and marketing of coffee in sachets low caffeine infusion, Quevedo city 2015", the methods used were; deductive to act indirectly on the collection of information, namely that if other methods do not work this comes as an intermediary; The application of the inductive method allowed obtaining information from a particular to the general level, this was applied to the survey which yielded information on the behavior of potential consumers of coffee in sachets low caffeine infusion Quevedo; The analytical method allowed analysis of the study object, based on their parts to make the whole; Systematic allowed for the synthesis of this research work, I help the understanding of the essence of what we tried to know in all its parts and characteristics related to the research project. Depending on the level of information provided by sources may be primary or secondary all this made obtaining the results and the main conclusion is that "the project will make convenient in the years analyzed from the point of view of the market "which indicates that the project is favorably viable.

KEYWORDS. -StudyFeasibility, Market Research,StudyTechnical, Finance, Economic SurveyCoffee.

TABLA DE CONTENIDO

| Contenido | Pág |
|--|------------|
| Portada..... | i |
| Declaración de auditoría y cesión de derechos..... | ii |
| Certificación de culminación del proyecto de investigación..... | iii |
| Certificado del reporte de la herramienta de prevención de concidencia y/o plagio..... | iv |
| Miembros del tribunal del proyecto de investigación..... | v |
| Agradecimiento..... | vi |
| Dedicatoria..... | vi |
| Resumen ejecutivo y palabras claves..... | viii |
| Abstract and keywords..... | ix |
| Tabla de contenido..... | x |
| Índice de tablas..... | xiv |
| Índice de figuras..... | xvi |
| Código dublin..... | xvii |
| Introducción..... | 1 |
| CAPÍTULO I CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN | 3 |
| 1.1 Problema de investigación..... | 4 |
| 1.1.1 Planteamiento del problema..... | 4 |
| 1.1.2 Diagnóstico..... | 4 |
| 1.1.3 Pronostico..... | 5 |
| 1.1.4 Formulación del problema..... | 5 |
| 1.1.5 Sistematización del problema..... | 6 |
| 1.2 Objetivos..... | 6 |
| 1.2.1 Objetivo general..... | 6 |
| 1.2.2 Objetivos específicos..... | 6 |
| 1.3 Justificación..... | 7 |
| CAPÍTULO II FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN | 9 |
| 2.1 Marco conceptual..... | 10 |
| 2.1.1 Empresas..... | 10 |
| 2.1.1.1 Tipos de empresas..... | 10 |
| 2.1.1.2 Según el sector de actividad:..... | 10 |
| 2.1.1.3 Según la propiedad del capital..... | 10 |

| | | |
|---------|--|----|
| 2.1.1.4 | Según el ámbito de actividad..... | 11 |
| 2.1.2.1 | Características de las sociedades anónimas. | 13 |
| 2.1.3 | PYMES. | 13 |
| 2.1.3.1 | Importancia de las pymes..... | 14 |
| 2.1.3.2 | Estrategias para la pequeña y mediana empresa..... | 15 |
| 2.1.3.3 | Emprender. | 15 |
| 2.1.3.4 | Organizar..... | 15 |
| 2.1.4 | Cadena de producción..... | 16 |
| 2.1.5 | Producción..... | 16 |
| 2.1.6 | Comercialización. | 16 |
| 2.1.6.1 | Cadena de comercialización..... | 16 |
| 2.1.6.2 | Factores de canales de distribución. | 17 |
| 2.1.7 | Definición de café..... | 18 |
| 2.1.8 | Evaluación financiera..... | 18 |
| 2.2 | Marco referencial..... | 19 |
| 2.2.1 | Estudio de factibilidad. | 19 |
| 2.2.2 | Estudio de mercado..... | 19 |
| 2.2.2.1 | Determinación del precio de venta. | 19 |
| 2.2.2.2 | El producto. | 20 |
| 2.2.2.3 | Comercialización del producto..... | 20 |
| 2.2.2.4 | Oferta. | 20 |
| 2.2.2.5 | Demanda. | 21 |
| 2.2.3 | Estudio técnico. | 21 |
| 2.2.3.1 | Tamaño del proyecto..... | 22 |
| 2.2.3.2 | Localización del proyecto. | 22 |
| 2.2.3.3 | Ingeniería del proyecto..... | 22 |
| 2.2.3.4 | Obras físicas. | 23 |
| 2.2.3.5 | Proceso de producción. | 23 |
| 2.2.3.6 | Selección de maquinarias y equipos. | 23 |
| 2.2.4 | Estudio económico financiero..... | 23 |
| 2.2.4.1 | Proyección financiera..... | 24 |
| 2.2.4.2 | Inversión fija..... | 24 |
| 2.2.4.3 | Inversión diferida..... | 24 |
| 2.2.4.4 | Inversiones del proyecto. | 25 |

| | | |
|---|---|-----------|
| 2.2.4.5 | Capital de trabajo..... | 25 |
| 2.2.4.6 | Punto de equilibrio..... | 25 |
| 2.2.4.7 | Estado de resultado..... | 25 |
| 2.2.4.8 | Estado de situación financiera (balance general)..... | 26 |
| 2.2.5 | Evaluación económica..... | 26 |
| 2.2.5.1 | Valor presente neto (vpn)..... | 26 |
| 2.2.5.2 | Tasa interna de retorno (tir)..... | 27 |
| 2.2.5.3 | Flujo de caja..... | 27 |
| 2.2.5.4 | Cronograma de inversiones..... | 27 |
| 2.2.5.5 | Evaluación financiera..... | 27 |
| 2.2.5.6 | Razón beneficio costo..... | 28 |
| CAPÍTULO III METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN | | 28 |
| 3.1 | Localización..... | 29 |
| 3.2 | Tipo de investigación..... | 29 |
| 3.3 | Métodos de investigación..... | 30 |
| 3.3.1 | Deductivo..... | 30 |
| 3.3.2 | Inductivo..... | 30 |
| 3.3.3 | Analítico..... | 31 |
| 3.3.4 | Sistemático..... | 31 |
| 3.4 | Fuente y recopilación de información..... | 31 |
| 3.4.1 | Fuentes primarias..... | 31 |
| 3.4.2 | Fuentes secundarias..... | 31 |
| 3.5 | Diseño de la investigación..... | 32 |
| 3.5.1 | Tamaño de la muestra..... | 32 |
| 3.6 | Instrumento de la investigación..... | 33 |
| 3.7 | Tratamiento de datos..... | 33 |
| 3.8 | Recursos humanos y materiales..... | 33 |
| CAPÍTULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN..... | | 34 |
| 4.1 | Resultados..... | 35 |
| 4.1.1 | Estudio de mercado..... | 35 |
| 4.1.1.1 | Características de la demanda..... | 49 |
| 4.1.1.1.1 | Demanda proyectada..... | 49 |
| 4.1.1.2 | Oferta histórica..... | 50 |
| 4.1.2 | Estudio técnico..... | 52 |

| | | |
|--|---|-----------|
| 4.1.2.1 | Ubicación de la planta..... | 52 |
| 4.1.2.2 | Macro-localización. | 52 |
| 4.1.2.2.1 | Micro-localización..... | 53 |
| 4.1.2.3 | Obras físicas. | 53 |
| 4.1.2.4 | Proceso de producción. | 55 |
| 4.1.2.5 | Área de recepción. | 55 |
| 4.1.2.6 | Retrillado..... | 55 |
| 4.1.2.7 | Tostado..... | 55 |
| 4.1.2.8 | Enfriado..... | 56 |
| 4.1.2.9 | Molienda. | 56 |
| 4.1.2.10 | Desarrollo del prototipo nutricional del producto bajo en cafeína. | 56 |
| 4.1.2.11 | Comercialización y estrategias de mercado. | 57 |
| 4.1.2.11.1 | El producto. | 57 |
| 4.1.2.11.2 | Descripción del producto. | 58 |
| 4.1.2.12 | Descripción del empaque. | 58 |
| 4.1.2.13 | Precio. | 59 |
| 4.1.2.14 | Publicidad impresa..... | 60 |
| 4.1.2.15 | Publicidad radial. | 60 |
| 4.1.3 | Estudio financiero..... | 61 |
| 4.1.4 | Evaluación financiera..... | 73 |
| 4.1.4.1 | Valor actual neto..... | 73 |
| 4.1.4.2 | Tasa interna de retorno..... | 74 |
| 4.1.4.3 | Relación beneficio – costo (dólares)..... | 75 |
| 4.2 | Discusión. | 77 |
| CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | | 78 |
| 5.1 | Conclusiones. | 79 |
| 5.2 | Recomendaciones. | 80 |
| CAPÍTULO VI BIBLIOGRAFÍA | | 81 |
| 6.1 | Bibliografía..... | 82 |
| 6.2 | Linkografía. | 83 |
| CAPÍTULO VII ANEXOS | | 84 |
| 7.1 | Anexo 1. | 86 |
| 7.2 | Cuestionario..... | 87 |

ÍNDICE DE TABLAS

| Tablas | Pág. |
|--|-------------|
| 1. Marque con una x su rango de edad..... | 35 |
| 2. Consumidores de café | 36 |
| 3. Frecuencia en que consume café | 37 |
| 4. Grado de interés en comprar café en sobres de difusión bajo en cafeína..... | 38 |
| 5. Hora del día en que consume café | 39 |
| 6. Tipos de café que consume..... | 40 |
| 7. Si prefieres algún otro tipo de café, cual seria..... | 41 |
| 8. Marca de café que acostumbra a comprar | 42 |
| 9. Café elaborado, envasado y comercializado por microempresa de Quevedo. | 43 |
| 10. Presentación de café..... | 44 |
| 11. Lugares donde toma café..... | 45 |
| 12. Precio del producto por unidad. | 46 |
| 13. Precio de producto por caja. | 47 |
| 14. Si el precio medio por unidad de los sobres de café fuera de \$0.30 | 48 |
| 15. Demanda Actual en el Cantón por Producto. | 49 |
| 16. Demanda actual del producto. | 49 |
| 17. Demanda proyectada | 50 |
| 18. Oferta histórica..... | 50 |
| 19. Oferta proyectada..... | 50 |
| 20. Demanda insatisfecha futura..... | 51 |
| 20. Demanda a satisfacer por la microempresa | 51 |
| 22. Consumo mensual de café..... | 51 |
| 23. Producto bajo en cafeína | 56 |
| 24. Precio promedio de cafés solubles | 60 |
| 25. Muebles y enseres | 61 |
| 26. Equipos de cómputo..... | 61 |
| 27. Equipos de oficina..... | 62 |
| 28. Vehículos..... | 62 |
| 29. Máquinas y equipos..... | 62 |
| 30. Gastos de funcionamientos..... | 63 |

| | |
|--|----|
| 31. Terreno | 63 |
| 32. Gastos de adecuación | 64 |
| 33. Depreciación del método de línea recta | 65 |
| 34. Gastos generales..... | 66 |
| 35. Gastos de venta | 66 |
| 36. Gastos administrativos | 67 |
| 37. Costos de Ventas..... | 68 |
| 38. Ingreso de ventas..... | 68 |
| 39. Capital de Trabajo..... | 68 |
| 40. Costo del proyecto..... | 69 |
| 41. Financiamiento del Proyecto. | 70 |
| 42. Tasa de interés..... | 70 |
| 43. Tabla de amortización | 71 |
| 44. Estado de resultado | 71 |
| 45. Flujo de caja proyectado..... | 72 |
| 46. Relación Beneficio - Costo..... | 75 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| Figuras | Pág. |
|---|-------------|
| No 1. Localización de la microempresa..... | 29 |
| No 2. Marque con una x su rango de edad..... | 35 |
| No 3. Consume usted café..... | 36 |
| No 4. Frecuencia en que consume café..... | 37 |
| No 5. Grado de interés en comprar café en sobres de difusión bajo en cafeína..... | 38 |
| No 6. Hora del día en que consume café..... | 39 |
| No 7. Tipos de café que consume..... | 40 |
| No 8. Si prefieres algún otro tipo de café, cual seria..... | 41 |
| No 9. Marca de café que acostumbra a comprar..... | 42 |
| No 10. Café elaborado, envasado y comercializado por microempresa de Quevedo..... | 43 |
| No 11. Presentación de café..... | 44 |
| No 12. Lugares donde toma café..... | 45 |
| No 13. Precio del producto por unidad..... | 46 |
| No 14. Precio de producto por caja..... | 47 |
| No 15. Si el precio medio por unidad de los sobres de café fuera de \$0.30..... | 48 |
| No 16. Mapa del Ecuador..... | 52 |
| No 17. Mapa de la Provincia de los Ríos..... | 53 |
| No 18. Mapa de la Provincia de los Ríos..... | 53 |
| No 19. Distribución de la planta..... | 54 |
| No 20. Presentación del café en sobres de infusión bajo en cafeína..... | 57 |

CÓDIGO DUBLIN

| | |
|----------------------|--|
| Título: | “Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de café en sobres de infusión bajo en cafeína, Cantón Quevedo año 2015.” |
| Autor: | Arequipa Mazón, Debora Noemí |
| Palabras clave: | Estudio de Factibilidad, Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico-Financiero, Café. |
| Fecha de publicación | 19-11-2015 |
| Editorial: | Quevedo: UTEQ, 2015. |
| Resumen: | <p>El presente proyecto de investigación presenta como objetivo general “Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de café en sobres de infusión bajo en cafeína, Cantón Quevedo año 2015”, los métodos utilizados fueron; el deductivo que actuó indirectamente en la recopilación de la información, es decir que si otros métodos no funcionan este procede como intermediario; La aplicación del método inductivo permitió la obtención de la información desde un plano particular a lo general, este se aplicó a la encuesta la cual permitió conocer las conductas de los posibles consumidores de café en sobres de infusión bajo en cafeína en Quevedo; El método analítico permitió analizar el objeto estudio, partiendo de sus partes para poder constituir el todo; El sistemático permitió realizar la síntesis del presente trabajo investigativo, ayudo a la comprensión cabal de la esencia de lo que se intentó conocer en todas sus partes y particularidades relacionadas con el proyecto de investigación. Según el nivel de información que proporcionan las fuentes de información pueden ser primarias o secundarias todo esto hizo que la obtención de los resultados y la conclusión principal la cual es “el proyecto va hacer conveniente en los siguientes años analizado desde el punto de vista del mercado”, lo que nos indica que el proyecto es favorablemente viable.</p> <p>This research project has the general objective "Develop a feasibility study for the creation of a company dedicated to the production and marketing of coffee in sachets low caffeine infusion, Quevedo City 2015", the methods used were; deductive to act indirectly on the collection of information, namely that if other methods do not work this comes as an intermediary; The application of the inductive method allowed obtaining information from a particular to the general level, this was applied to the survey which yielded information on the behavior of potential consumers of coffee in sachets low caffeine infusion Quevedo; The analytical method allowed analysis of the study object, based on their parts to make the whole; Systematic allowed for the synthesis of this research work, I help the understanding of the essence of what we tried to know in all its parts and characteristics related to the research project. Depending on the level of information provided by sources may be primary or secondary all this made obtaining the results and the main conclusion is that "the project will make convenient in the years analyzed from the point of view of the market "which indicates that the project is favorably viable.</p> |
| Descripción: | 105 hojas: dimensión, 29 x 21 cm + CD-ROM 6162 |
| URI: | (en blanco hasta que se dispongan los repositorios) |

INTRODUCCIÓN

El café constituye un importante producto básico de la economía mundial que ha experimentado variaciones amplias en los precios, en los que se han observado ciclos de auge y depresión que han caracterizado al mercado del café.

El Ecuador, es un pequeño país productor de los cafés: arábigo y robusta, se presentan varios factores que afectan la producción nacional, como repercusiones por las caídas de precios en el mercado mundial, fenómenos naturales como “El Niño”, reducción del área cultivada y edad avanzada de los cafetales. Todo esto incide en las condiciones de vida de los cafetaleros.

El sector cafetalero para los ecuatorianos tiene relevante importancia en los órdenes económicos, social y ecológica. El Ecuador posee una gran capacidad como productor de café, convirtiéndose en uno de los pocos países en el mundo que exporta todos los tipos de café: arábigo lavado, arábigo natural y robusto.

Los diferentes ecosistemas permiten que los cultivos de café se den a lo largo y ancho del país, en la Costa, Sierra Amazonia, llegando a cultivarse incluso en las Islas Galápagos. Debido a la ubicación geográfica del Ecuador, su café es de los mejores producidos en América del Sur y los más demandados en Europa y Estados Unidos.

La producción del café arábigo, considerado de mejor calidad se concentra específicamente en Manabí, la provincia de Loja y las estribaciones de la Cordillera Occidental de los Andes, en tanto que el robusta se cultiva en la Amazonía, es decir en Sucumbíos y Orellana, en su mayor porcentaje.

El proyecto tiene como objetivo crear una microempresa dedicada a la producción y comercialización de café en sobres de infusión bajo en cafeína, que tendrá como proveedor directo a los pequeños productores.

En el primer capítulo de la presente investigación se realiza la contextualización de la investigación, planteando diagnosticando, pronosticando, formulando y sistematizando el

problema; los objetivos el general y los específicos y la justificación. En el segundo capítulo se trata la fundamentación teórica de la investigación. En el tercer capítulo se habla sobre la metodología utilizada en la presente investigación. En el cuarto capítulo se establecen los resultados de la encuesta realizada y la discusión en la que se contraponen los datos de la presente investigación con la de otro autor. El capítulo cinco habla sobre las conclusiones a las que llevan los resultados y las recomendaciones que se da ante la viabilidad del proyecto. En el capítulo seis se plasma la bibliografía utilizada. El ultimo capitulo contiene los anexos de la investigación.

CAPÍTULO I
CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Problema de Investigación.

1.1.1 Planteamiento del problema.

La industria del café es uno de los órganos productores que más ha sentido el impacto de la globalización, tanto directa como indirectamente. La globalización ha cambiado de manera la cara de la industria del café desde hace mucho tiempo. Los productores y vendedores de café por igual tienen que dar cuenta de los diversos cambios negativos provocados por movimiento del mercado global el cual siempre está en constante crecimiento.

Aunque la calidad es un concepto relativo, el aumento de la producción de granos de café ha llevado a algunos fabricantes a producir productos de calidad inferior que se han vendido a la necesidad y el deseo de café más barato y bajo en su precio. Por otro lado, los consumidores han desarrollado palabras cada vez más sofisticadas para el café. La creciente demanda de productos de alta calidad ha dado lugar a una buena voluntad por parte de algunos consumidores a pagar precios más altos por una sola taza de café bajo en cafeína.

Para la preparación de café pasado tiempo y utensilios que no se verían bien y tampoco son permitidos en los lugares de trabajo de la mayoría de los habitantes de la ciudad de Quevedo y sus alrededores, esto impide que las personas que laboran temprano disfruten de este delicioso producto, por ello, la presente investigación tratará de identificar una demanda potencial de café en sobres de infusión bajo en cafeína, la manera en que el estudio de mercado permitirá identificar una demanda potencial de café en sobres de infusión bajo en cafeína y así poder determinar la viabilidad del proyecto.

1.1.2 Diagnóstico.

Actualmente en la ciudad de Quevedo no existe una cultura de café en sobres de infusión bajo en cafeína sino de café 100% instantáneo el cual causa problemas a la salud del ser humano como dolores de cabeza, puede producir alucinaciones, puede provocar úlceras, etc. En la ciudad de Quevedo existen lugares donde venden café molido, pero con precios muy altos, los cuales no son muy accesibles para la mayor parte de la población de la

ciudad de Quevedo porque solo se comercializa en los distintos supermercados de la ciudad.

Varios de los tipos de café que se encuentran de venta al público en los distintos supermercados no podrían garantizar una pureza del 100% y a su vez estos no tendrían el peso real de una libra de café esto quiere decir que no pesa los 454 gramos sino tienen un peso de 450 gramos son 5 gramos menos de lo que se compra, lo que significa que es un engaño para el consumidor.

El problema más grande es el daño al organismo del consumidor de un café con perseverantes ya que está comprobado que causa cáncer y otras enfermedades asociadas al no ser 100% naturales esto fue lo que llevo a realizar y crear una cultura de café bajo en cafeína en esta ciudad.

La mejor forma de tratar este problema es haciendo entender a la población Quevedeña que el café instantáneo no es su única solución a la necesidad de tomar café y que lo natural del café en sobres de infusión bajo en cafeína es lo mejor en precios, calidad y fácil de preparar.

1.1.3 Pronostico.

Si el presente proyecto investigativo se hubiera aplicado, el desconocimiento de la ciudadanía Quevedeña sobre las potencialidades y beneficios de café bajo en cafeína seguirá en auge. Además, hay que mencionar el descontento de la colectividad con la dificultad y lo demoroso que es preparar el café pasado o colado.

Si el estudio del presente proyecto el café en la ciudad de Quevedo seguirá siendo consumido en forma instantánea, con altos niveles de cafeína y el peso menor al mercado por ello terminan pagando más de lo que se consume.

1.1.4 Formulación del problema.

¿El estudio de factibilidad incide en forma negativa para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de café en sobres de infusión bajo en cafeína, Cantón Quevedo?

1.1.5 Sistematización del problema.

¿De qué manera el estudio de mercado permitirá conocer una demanda potencial de café en sobres de infusión bajo en cafeína?

¿Admitiría el análisis técnico identificar los equipos y maquinarias, materia prima adecuada y mano de obra necesaria para el proceso productivo?

¿De qué forma el Estudio Económico-Financiero permitirá la viabilidad del proyecto?

1.2 Objetivos.

1.2.1 Objetivo general.

Desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de café en sobres de infusión de bajo en cafeína, cantón Quevedo año 2015.

1.2.2 Objetivos específicos.

- Investigar sobre la oferta, la demanda y precio del café en sobres de infusión bajo en cafeína en Quevedo, por medio de un estudio de mercado.
- Determinar mediante estudio técnico los equipos y maquinarias, materia prima, mano de obra empleados en los procesos productivos.
- Analizar el estudio económico-financiero que permita la viabilidad del proyecto.

1.3 Justificación.

El presente trabajo investigativo se justifica de la siguiente manera:

Porque se toma en cuenta la problemática que tienen las personas que trabajan en oficinas y en lugares donde trabajan, la falta de tiempo de las amas de casa que a pesar de estar desde muy temprano despiertas no alcanzan a preparar café pasado, también el presente trabajo se realiza en beneficios de todas las personas que gusten de tomar café de pasar.

El proyecto de café en sobres de infusión bajo en cafeína, se propone porque se encontró una necesidad imperiosa y básica para la población de Quevedo y sus alrededores, de tomar café de pasar en sus lugares de trabajo tan fácil y sencillo como lo es el café soluble e instantáneo o también con las aguas aromáticas.

Para facilitar el acceso a un producto dirigido a todos los miembros de la familia, es decir, a los adultos mayores, adulto, jóvenes y niños, gracias a los bajos contenidos de cafeína de este producto y no afecta a la salud.

Porque la creación de esta nueva microempresa proporciona a los pequeños productores una opción de compra del producto a precios que se manejen en el sector cafetalero, esto aportara grandes beneficios para las personas de estos sectores cercanos.

La investigación para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de café en sobres de infusión bajo en cafeína en la ciudad de Quevedo, nace de la necesidad de las personas por consumir este producto.

El consumo moderado de café en grano puede prevenir enfermedades neurodegenerativas, ayudar como protector frente a la diabetes tipo 2, retrasar el desarrollo del mal de Parkinson y ayudar a reducir el riesgo de Alzheimer, para determinar en base a criterios establecidos a través de estudios a realizar.

Para establecer su aceptación o rechazo, revisando aspectos relacionados con los estudios de mercado, técnicos, económico-financiero, además, un par de tazas de café al día ayudan a mantener la concentración y agilidad mental.

Porque este proyecto busca cambiar la forma de disfrutar de un buen café de pasar para la ciudadanía Quevedeña y sus visitantes, es por esta razón que se considera necesario elaborar el desarrollo de esta investigación ya que está basada en un marco aplicable a las necesidades de las familias, resaltando que la mayor parte de este tipo de servicios se elaboran a través de microempresas.

El estudio concluye que en el cantón Quevedo es un mercado de enormes posibilidades para emprender en la creación de este tipo de negocios que actualmente se encuentran sin explotar.

Al realizar este estudio se analizan técnicamente los equipos, maquinarias, materia prima, mano de obra, entre otras necesarias para el proceso productivo, manteniendo un estudio financiero que permita conocer la viabilidad del proyecto.

CAPÍTULO II
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 Marco Conceptual.

2.1.1 Empresas.

La empresa es aquella entidad formada con capital social, y que aporta del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se produce en actividades industriales y mercantiles, o la prestación de servicios (Magill, 2011).

2.1.1.1 Tipos de empresas.

Los diferentes tipos de empresas están considerados en cuanto a su actividad, tamaño, ámbito de actividad, tamaño, de quien es el capital o su propiedad, forma jurídica y destino de los beneficios.

A continuación, detallamos los más comunes:

2.1.1.2 Según el sector de actividad:

“Se denomina de extracción ya que su materia prima es extraída de la naturaleza, pudiendo ser en la rama de la agricultura, ganadería y explotación de minerales y petróleos etc.” (Zuani, 2013).

“Sector Secundario o industrial: aquí encasillamos a aquellas empresas que realizan la manufactura o transformación de materia prima en productos finales” (Zuani, 2013).

“Sector terciario o de servicios: Son aquellas en donde su actividad principal es la venta u ofrecimiento de un servicio que muchas veces suele ser intangible” (Zuani, 2013).

2.1.1.3 Según la propiedad del capital.

Nos hace referencia a la procedencia del capital de inversión el cual puede ser privado, público o mixto y se clasifican en:

“Empresa Privada: La inversión tiene su procedencia de personas particulares o naturales” (Zuani, 2013).

“Empresa Pública: Capital proveniente del aporte estatal, que puede ser del gobierno central o de los seccionales tales como los Gad Municipales” (Zuani, 2013).

“Empresa Mixta: El origen de su inversión proviene tanto del aporte estatal como del sector privado” (Zuani, 2013).

2.1.1.4 Según el ámbito de actividad.

“Empresa Locales: las compañías cuyas operaciones se dan en los pueblos o ciudades” (Zuani, 2013).

“Empresas Provinciales: Sus operaciones se dan dentro de las provincias o departamentos de un país” (Zuani, 2013).

“Empresas Regionales: realizan sus actividades en las regiones de cada país se extienden más que las provinciales” (Zuani, 2013).

“Empresas Nacionales: Son las que extienden sus actividades por todo el territorio nacional es decir por todo un país” (Zuani, 2013).

“Empresas multinacionales: Estas son las de mayor alcance en cuanto a mercado, realizan sus negocios por diferentes países y continentes”(Zuani, 2013).

2.1.1.5 Según el destino de los beneficios.

“Se dividen en sin fines de Lucro y con fines de Lucro. Con fines de Lucro: las utilidades son repartidas entre los accionistas o dueños de la misma” (Zuani, 2013).

“Sin fines de Lucro: Estas empresas sus ganancias si las hay son invertidas en ella misma ya que tienen más una labor social” (Zuani, 2013).

2.1.1.6 Según la forma jurídica.

Estas se basan en cuanto a la legislación de cada país con sus respectivas leyes regulando las actividades de las empresas de acuerdo a su condición jurídica y se clasifican en: Unipersonal: Es aquella empresa cuyo propietario es un único dueño y es llamado como una persona natural (Zuani, 2013).

“Sociedad Colectiva: son empresas que se caracterizan por tener varios propietarios en donde los socios son responsables directos con sus patrimonios y existe un directorio” (Zuani, 2013).

“Cooperativas: Son sociedades sin fines de lucro cuya finalidad principal es la de servir a todos sus socios quienes pertenecen a la empresa como trabajadores en unos casos en otros como proveedores y clientes” (Zuani, 2013).

“Comanditarias: Su característica principal es de contar con dos tipos de socios; Los colectivos quienes tiene responsabilidad directa ilimitada y los comanditarios quienes ingresan con la aportación de capital” (Zuani, 2013).

“Sociedad de responsabilidad Limitada: son aquellas compañías cuyos socios tienen responsabilidad limitada sobre el capital y aportaciones realizados a la empresa” (Zuani, 2013).

“Sociedad Anónima: Se caracterizan por tener responsabilidad limitada del capital aportado por ellos pero abren la posibilidad a cualquier persona natural para la adquisición de acciones pudiendo realizar un incremento de capital” (Zuani, 2013).

2.1.2 Tipos de empresa en economías de mercado.

Empresas de propiedad individual: Las constituyen personas naturales como profesionales, artesanos etc., incluso hoy en día se los considera también como empresas de este tipo a aquellas personas que realizan algún trabajo por internet que mantienen un negocio u ofrecen sus servicios por internet (Romero, 2012).

“Sociedad colectiva: Son una o más personas que se unen y su aportación es por trabajo o por capital, compartiendo los activos y pasivos generados por la empresa” (Samuelson & Nordhaus, 2013).

A sociedad colectiva su característica principal es que los socios responder ilimitadamente por su porcentaje adquirido de la deuda o ganancias, y si los demás socios no pagaran su deuda podría ser obligado una persona a pagar todo, incluso aunque eso significara vender sus apreciadas propiedades para ello (Samuelson & Nordhaus, 2013).

Sociedad anónima: Por lo general o casi siempre es independiente esta sociedad en ella se puede comprar, vender, ser ente de crédito, brindar servicios y firmar contratos, y está caracterizada por la incorporación de varios socios quienes son los que invierten su dinero a cambio de acciones para formar un capital social (Samuelson & Nordhaus, 2013).

2.1.2.1 Características de las sociedades anónimas.

Las principales características de este tipo de sociedades por lo general son: por capital se generan acciones, los socios tienen responsabilidad limitada, son sociedades que se forman a raíz de capitales, su número de aportantes o accionistas es ilimitado, si algún socio fallece la sociedad no desaparece tiene existencia ilimitada, su razón social se da por su actividad (Romero, 2012)

Las empresas que predominan por su número son las diminutas. Pero las que dominan la economía por sus ventas y activos, por su poder político y económico y por el volumen de su nómina y empleo son los pocos cientos de grandes sociedades anónimas (Samuelson & Nordhaus, 2013).

2.1.3 PYMES.

Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que, de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Por lo

general en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales (Servicio de Rentas Internas, 2015).

2.1.3.1 Importancia de las PYMES.

Son importantes en nuestro país porque por lo general están en el sector de comercialización o producción de bienes y servicios, siendo una grande generadora de empleo (Servicio de Rentas Internas, 2015).

Y se clasifican en:

Las empresas que predominan por su número son las diminutas. Pero las que denominan la economía por sus ventas y activos, por su poder político y económico y por el volumen de su nómina y empleo son las grandes sociedades anónimas (Samuelson & Nordhaus, 2013).

“Medias Empresas: Intervienen sindicatos, existen miles de trabajadores, tienen sus áreas de funciones bien definidas” (Fleitman, 2012).

“Pequeñas Empresas: Son aquellas que no son predominante en la industria en que se desenvuelven, sus ventas anuales tienen una capacidad limitada respecto al mercado, así como limitado es su personal” (Thompson, 2015).

“Microempresa: Son empresas de propietarios individuales y por lo general son de índice artesanal con maquinaria elemental para el proceso de producción, y el gerente o propietario se encarga de la administración, ventas e incluso de la producción” (Fleitman, 2012)

2.1.3.2 Estrategias para la pequeña y mediana empresa.

“Se indica como estrategias generales que son: estrategias que proceden para defensa del líder, ofensivas para empresas grandes, ataque lateral para empresas medianas estrategias que tengan la conveniencia para empresas pequeñas” (Valencia, 2010).

2.1.3.3 Emprender.

Es una situación que se da en un individuo o en un grupo de personas que se orienta no solo en la creación de empresas nuevas e innovadoras sino también en la innovación de procesos es una actitud que mezcla el saber y la conciencia, siendo el fruto de fijarse metas y objetivos específicos (Berghe E. 2012).

2.1.3.4 Organizar.

“La organización es parte fundamental en la estructura de toda empresa y es función de los gerentes o de los jefes departamentales de una empresa” (Berghe E. 2012)

“Oportunidades: Es todo lo que pueda crear ventaja competitiva en el medio externo, incluso ver oportunidades donde exista una crisis” (Berghe E. 2012)

“Amenazas: Las amenazas de una compañía que interfiere directamente por lo general es la competencia” (Berghe E. 2012)

“Fortaleza: Se dan de manera interna dentro de una organización son aquellas ventajas que son propias de la empresa en comparación con la competencia” (Berghe E. 2012).

“Debilidades: Son aspectos de la compañía que se deben mejorar para lograr las metas trazadas estratégicamente” (Berghe E. 2012).

2.1.4 Cadena de producción.

El concepto de cadena se refiere a un producto o un grupo de productos conjuntos o ligados por el uso. La cadena identificada permite localizar las empresas, las instituciones, las operaciones, las dimensiones y capacidades de negociación, las tecnologías y las relaciones de producción, el papel de los volúmenes y las relaciones de poder en la determinación de los precios, etc. (Enciclopedia Virtual, 2015).

2.1.5 Producción.

Se denomina producción a cualquier tipo de actividad destinada a la fabricación, elaboración u obtención de bienes y servicios. En tanto la producción es un proceso complejo, requiere de distintos factores que pueden dividirse en tres grandes grupos, a saber: la tierra, el capital y el trabajo. La tierra es aquel factor productivo que engloba a los recursos naturales; el trabajo es el esfuerzo humano destinado a la creación de beneficio; finalmente, el capital es un factor derivado de los otros dos, y representa al conjunto de bienes que además de poder ser consumido de modo directo, también sirve para aumentar la producción de otros bienes. La producción combina los citados elementos para satisfacer las necesidades de la sociedad, a partir del reconocimiento de la demanda de bienes y servicios (Producción de una Empresa, 2015).

2.1.6 Comercialización.

Son todos los procesos empleados una vez terminado el producto de ser producido que se utilizan para venderlos o hacerlos llegar al consumidor final la comercialización se da tanto a nivel privado como estatal, en este proceso se calcula desde la salida del producto de la fabricas, ósea el almacenamiento, transporte, empaques crédito y publicidad del producto (Miranda, 2012).

2.1.6.1 Cadena de comercialización.

Canal de distribución es el circuito a través del cual los fabricantes ponen a disposición de los consumidores los productos para que los adquieran. La separación geográfica entre

compradores y vendedores e imposibilidad de situar la fábrica frente al consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo. La importancia de este es cuando cada producto ya está en su punto de equilibrio y está listo para ser comercializado (Arboleda, 2013).

El punto de partida del canal de distribución es el productor. El punto final o de destino es el consumidor. El conjunto de personas u organizaciones que están entre productor y usuario final son los intermediarios. En este sentido, un canal de distribución está constituido por una serie de empresas y/o personas que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a las manos del comprador o usuario y que se denominan genéricamente intermediarios (Arboleda, 2013).

2.1.6.2 Factores de canales de distribución.

Existen diversos factores que influyen en la elección del canal de distribución ya que todos son importantes para la organización, algunos son:

Mercado: son las personas u organizaciones con necesidades que satisfacer, dinero para gastar y voluntad de gastarlo (tipo de mercado, clientes, concentración geográfica, pedido) (Arboleda, 2013).

Producto: Es el conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor, el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea (perecedero, valor, naturaleza) (Arboleda, 2013).

Intermediarios: Son los eslabones que están colocados entre los productos y los consumidores o usuarios finales de tales productos (servicios, disponibilidad, políticas) (Arboleda, 2013).

Compañía: Es el organismo formado por personas, bienes materiales, aspiraciones y realizaciones comunes para dar satisfacciones a su clientela (servicios, control, administración, recursos financieros) (Arboleda, 2013).

2.1.7 Definición de café.

El café, cuenta su definición, es el nombre de la semilla del cafeto, un árbol que crece naturalmente en territorio etíope y que pertenece al grupo de las rubiáceas. El cafeto posee entre cuatro y seis metros de alto, presenta hojas opuestas de tonalidad verduzca, sus flores son blanca y sus frutos se exhiben en baya roja. La semilla de este árbol, es decir, el café, suele medir cerca de un centímetro, siendo planta por una parte y convexa por la otra, con un surco longitudinal. Su color es amarillo verdoso (Pérez & Merino, 2012).

El café es la bebida que se obtiene a partir de las semillas tostadas y molidas de los frutos de la planta del café. Es una bebida altamente estimulada por su cafeína. Suele tomarse durante el desayuno, después de este o incluso como único desayuno, aunque también se acostumbra tomarlo después de las comidas o cenas para charlar o solo por costumbre. Es una de las bebidas sin alcohol más socializadoras en muchos países (Wikipedia, 2016).

El café es una bebida que se obtiene a partir de la mezcla en agua caliente de granos tostados de la planta de café (*coffea* de la familia rubiaceae conocida como cafeto). A pesar de que comerciante es la bebida número uno del mundo se estima que un tercio de la población mundial la consume (la mitad de la población mundial es consumidora de té) (Macek, 2016).

2.1.8 Evaluación financiera.

Según el autor la evaluación financiera describe los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo como son la tasa interna de rendimiento y el valor presente neto; se anotan sus limitaciones de aplicación y se comparan con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo (Urbina, 2010).

La evaluación financiera de proyectos se utiliza una serie de herramientas que permite medir la viabilidad del proyecto en estudio. Esto quiere decir que, sin invertir recursos en un proyecto, se puede determinar, bajo las condiciones financieras en las que se plantea el plan de negocio (Flórez Uribe, 2010).

2.2 Marco Referencial.

2.2.1 Estudio de factibilidad.

Un estudio de factibilidad puede ser entendido como un documento o un plan donde se va analizar mediante un estudio de mercado, un estudio técnico y un estudio económico la viabilidad de la creación de una empresa en determinado mercado analizando costo y beneficio definiendo las mejores opciones estratégicas para la empresa (Cordova, 2013).

Un proyecto debe ser elaborado en un estudio detallado, en esta etapa no se puede pensar en la formulación de un estudio de factibilidad técnico económico que permita tomar una decisión definitiva respecto al proyecto, debido a su alto costo y a la gran cantidad de tiempo que consume, es por esto que antes de asignar recursos para un estudio de factibilidad se debe hacer una evaluación preliminar de la idea de un proyecto (Velez, 2010).

2.2.2 Estudio de mercado.

El análisis del mercado y la estrategia tienen una gran importancia dentro del plan de comercialización, y dentro de un plan de negocios. El plan de comercialización contiene factores cualitativos, la cuantificación de la demanda y proyecciones de la demanda y ventas (Graham, 2010).

El estudio de mercado nos brinda la información necesaria para determinar la demanda insatisfecha de un producto, su demanda futura, así como su oferta ,presencia en el mercado de dicho producto ,la aceptación de los consumidores y demás indicadores que nos servirán para tomar la decisión más adecuada en cuanto al lanzamiento al mercado de un producto (Cordova, 2013).

2.2.2.1 Determinación del precio de venta.

“El precio se determina de acuerdo al costo de fabricación o producción tomando en cuenta la inflación y el movimiento de productos de la misma característica en el mercado” (Berghe E. 2012).

“El precio de venta `puede tener un significado diferente para quien lo vende como para el que adquiere un producto, para el primero es un ingreso para el segundo es un costo o una inversión” (Berghe E. 2012)

2.2.2.2 El Producto.

Por lo general es un bien o servicio que resulta de un proceso de producción con la finalidad de satisfacer una determinada necesidad de un mercado y puede ser apreciado por su tamaño, uso, empaque, presentación y demás atributos que esté presente (Arboleda, 2013).

En esta parte debe darse una descripción exacta del producto o los productos que se pretendan elaborar. Esto debe ir acompañado por las normas de calidad que edita la secretaría de Estado o ministerio correspondiente (Baca, 2010).

2.2.2.3 Comercialización del producto.

Es el aspecto de la mercadotecnia más vago y, por esa razón, el más descuidado. Al realizar la etapa de pre factibilidad en la evaluación de un proyecto, muchos investigadores simplemente informan en el estudio que La empresa podrá vender directamente el producto al público o al consumidor, con lo cual evitan toda la parte de comercialización (Baca Urbina, 2010).

2.2.2.4 Oferta.

Es determinar las cantidades y las condiciones en que una economía quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio, la oferta al igual que la demanda está en función de una serie de factores, como el precio en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción (Urbina, 2010).

“Es la cantidad que se ofrecerá de un determinado producto de acuerdo a la necesidad del mercado” (Arboleda, 2013).

2.2.2.5 Demanda.

La demanda es el proceso mediante el cual se logra determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien y/o servicio. Para su estudio, es necesario conocer datos históricos que nos permitan analizar su comportamiento y así mismo, conocer la tendencia que muestra el bien y/o servicio que se va a comercializar y con base en esta información, poder proyectar el comportamiento futuro de la demanda. La demanda está en función del comportamiento del nivel de ingreso de los consumidores, del uso de los gastos de los mismos, de la tasa de crecimiento de la población, del desempeño de los precios, de las preferencias de los consumidores y de la actuación de las instituciones del gobierno (Flórez Uribe, 2010).

“Es la necesidad de los consumidores de un determinado producto en cuanto a un bien y servicio que sea solicitado por estos a un determinado valor” (Arboleda, 2013).

2.2.3 Estudio técnico.

El estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto. El objetivo principal de este estudio es determinar si es posible lograr producir y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido; para ellos es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, procesos recursos humanos, etc. (Meza , 2010).

Un estudio técnico consiste en primer lugar en la evaluación del tamaño del producto con la finalidad de calcular los costos de funcionamiento, producción y maquinaria empleada en la manufacturación de determinados bienes. En este se toma en cuenta la información necesaria en cuanto a lo que se necesita para entrar en funcionamiento y así poder calcular el monto de inversión (Cordova, 2013).

2.2.3.1 Tamaño del proyecto.

El estudio del tamaño de un proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados. Varios elementos se conjugan para la definición del tamaño: la demanda esperada, la disponibilidad de los insumos, la localización del proyecto, el valor de los equipos, etcétera.

El resultado del estudio de mercado influye directamente sobre esta decisión, ya que hay se determinaron los niveles ofrecidos y demandados que se esperan para el futuro, así como la participación de mercado que podría lograr el proyecto si realiza las acciones de marketing adecuadas (Sapag Chain, 2011).

2.2.3.2 Localización del proyecto.

Consiste en fijar desde el punto de vista económico el establecimiento de la dimensión de la planta: es necesario definir donde se va a producir y considerar la localización del proyecto teniendo en cuenta la fuente de insumo, también se debe analizar el mercado de los productos(Codoba, 2013).

“Es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) o a obtener el costo unitario mínimo (criterio social)” (Baca Urbina, 2010).

2.2.3.3 Ingeniería del proyecto.

un proyecto de inversión no siempre comienza por la tecnología a ser aplicada. Generalmente se inicia con la utilización de algún recurso disponible o con la identificación de una oportunidad de mercado. Cuando un proyecto busca el beneficio social, su justificación generalmente se fundamenta en la satisfacción de una necesidad de la comunidad. Una vez que la evaluación de mercado o la satisfacción de una necesidad de la comunidad se hayan satisfecho, es necesario considerar la tecnología que se empleará (Flórez Uribe, 2010).

2.2.3.4 Obras físicas.

Abarca lo concerniente a la inversión en terrenos, en vista de que en el mismo se hace un análisis de la planta para la producción y comercialización de café en sobres de infusión bajo en cafeína, elaborado con productos del sector, se determina la localización, el tamaño, la maquinaria, el equipo a utilizar, los insumos necesarios, la materia prima requerida, la mano de obra, ingeniería del proyecto, infraestructura y obras básicas entre otras, necesarios para el proceso productivo (Codoba, 2013).

2.2.3.5 Proceso de producción.

El autor indica que el proceso de producción se lo define como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo (combinación de la mano de obra, maquinaria, materia prima, sistemas y procedimientos de operación). Un proceso de producción se puede clasificar en función de su flujo productivo o del tipo de producto a manufacturar y en caso particular se tendrá diferentes efectos sobre el flujo de fondos del proyecto (Codoba, 2013).

2.2.3.6 Selección de maquinarias y equipos.

La planta a instalar y el proceso tecnológico seleccionado, se establecen los requerimientos de maquinarias y equipos productivos y auxiliares sus características técnicas, vida útil precio unitario y costos de instalación; además, se debe analizar la disponibilidad de servicios de mantenimientos y la facilidad de repuestos. La maquinaria y equipo comprenden todos aquellos elementos o artículos materiales que se requieren para desarrollar el proceso de producción o prestación del servicio y su selección se debe hacer tomando aspectos como: características técnicas, costos y comportamiento (Codoba, 2013).

2.2.4 Estudio económico financiero.

Cuando se realiza un presupuesto económico, todo resulta muchas veces ser un supuesto por lo que siempre hay que ser tinoso y minucioso en los cálculos de los costos de un determinado proyecto, siempre tomando en cuenta un periodo de tiempo determinado y basado en el tamaño del proyecto (Prieto J. 2012).

El estudio económico o análisis económico dentro de la metodología de evaluación de proyecto, consiste en expresar en términos monetarios todas las determinaciones hechas en el estudio técnico. Las decisiones que se hayan tomado en el estudio técnico en términos de cantidades de materia prima necesarias y cantidades de desechos del proceso, cantidades de mano de obra directa e indirecta, cantidad de personal administrativo, número y capacidad de equipo y maquinaria necesarios para el proceso, la esencia del estudio económico es el análisis de cientos de cifras monetarias que a su vez son la base para el cálculo de la rentabilidad de la inversión (Baca Urbina, 2010).

2.2.4.1 Proyección financiera.

Es un elemento mediante el cual podemos realizar una comparación que en cierta forma resulte favorable para la empresa al comparar los datos financieros proyectados y los que se van dando a medida que avanza el proyecto y podemos determinar si nuestros cálculos han sido reales o ficticios (Flórez Uribe, 2010).

2.2.4.2 Inversión fija.

Es la inversión que se da de manera fija es decir que se determina para la compra de determinada maquinaria, equipos y demás factores que intervengan y que no puedan dejar de desarrollarse de acuerdo con las especificaciones obtenidas en el estudio técnico (Flórez Uribe, 2010).

2.2.4.3 Inversión diferida.

“Son aquellas inversiones realizadas para poner en camino algún plan estratégico de negocios en donde intervienen los estudios técnicos, financieros y legales, las normas tributarias permiten a diferidos en los primeros cinco años del proyecto” (Flórez Uribe, 2010).

2.2.4.4 Inversiones del proyecto.

“Las inversiones tienen como finalidad principal la de financiar los costos del proyecto hasta que este se vuelva autosustentable y produzca utilidades” (Miranda J. , 2012).

2.2.4.5 Capital de trabajo.

Es la cantidad de recursos destinados a la operatividad del negocio tanto para la compra de materia prima, así como todos los gastos desembolsados hasta que finalice el proceso de producción, incluso después cuando ya terminados se pasan al departamento de comercialización y son vendidos y con estos ingresos damos la vuelta cíclica y empezamos nuevamente con la compra de materia prima y se repita el proceso (Miranda J. 2012).

La inclusión del capital de trabajo inicial en las inversiones se justifica en aquellos proyectos donde el proceso de producción es largo, como es el caso de los proyectos agrícolas, en que se tarda en efectuar las primeras ventas. En todos aquellos casos donde se tienen ingresos desde que se inicia la operación no es dable la consideración del capital de trabajo inicial como inversión (Padilla, 2011).

2.2.4.6 Punto de equilibrio.

En él, punto de equilibrio determinamos el número de unidades que deben ser fabricadas vendidas para obtener una utilidad en cuanto a volumen para operar sin pérdidas, para así poder determinar las acciones a tomar en cuanto a mejoras en el proceso de producción y poder recuperar la inversión inicial y obtener utilidades para la empresa (Meza, 2010).

“Describe, el punto de equilibrio es el nivel de ventas que debe realizarse para no obtener ni pérdida ni ganancia, es decir, cubrir los costos totales”(Gary, 2012).

2.2.4.7 Estado de Resultado.

“En este registramos las transacciones diarias generadas por los ingresos, costos y egresos incurridos en un periodo de tiempo contable en el ejercicio de esta diferencia obtenemos la utilidad o pérdida” (Flórez Uribe, 2010).

Los estados financieros se expresan en unidades monetarias de un mismo año; si se opera con todo rigor en términos constantes, aquellas partidas que estén expresadas en términos corrientes (cargo por depreciación, amortización de gastos pre operativos, pago de intereses, abono de capital sobre préstamos, etc.) (Velez, 2010).

2.2.4.8 Estado de situación financiera (balance general).

“La situación financiera actual y nos permite visualizar la situación financiera futura y así poder tomar la decisión de seguir invirtiendo en el proyecto y se presenta en forma de activos, pasivos y patrimonio” (Flórez Uribe, 2010).

2.2.5 Evaluación económica.

En esta evaluación recogemos los datos ofrecidos por el estudio de mercado que nos da una idea de la oferta y demanda de un producto, así como el técnico para determinar el tamaño del proyecto y de su estudio financiero para tener una idea de la inversión inicial (Prieto J. 2012).

La parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto. Si no han existido contratiempos, hasta este punto se sabrá que existe un mercado potencial atractivo; se habrá determinado un lugar óptimo y el tamaño más adecuado para el proyecto, de acuerdo con las restricciones del medio; se conocerá y denominará el proceso de producción, así como todo los costos en que se incurrirá en la etapa productiva; además, se habrá calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto, aun no se habrá demostrado que la inversión propuesta será económicamente rentable (Baca Urbina, 2010).

2.2.5.1 Valor presente neto (VPN).

“Nos indica el valor actual de la inversión tanto en ingresos y egresos” (Flórez Uribe, 2010).

Es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros originados por una inversión. También se conoce como el valor

actual neto (VAN), definiéndose como la diferencia entre los ingresos y egresos (incluida como egreso la inversión) a valores actualizados o la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial (Cordova, 2013).

2.2.5.2 Tasa interna de retorno (TIR).

“Nos permite calcular el monto que nos rendirá el proyecto antes de la inversión Indicada” (Flórez Uribe, 2010).

La tasa interno de retorno TIR evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo, con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual (Sapag Chain, 2011).

2.2.5.3 Flujo de caja.

En este documento asentamos los ingresos proyectados mensualmente para poder tener una estimación de las ganancias que nos rendirá el proyecto de acuerdo a lo que gastamos como compra de activos, de materia prima y de más pasivos que se presenten (Flórez Uribe, 2010).

“Representa el movimiento y control de recursos financieros”(Gary, 2012).

2.2.5.4 Cronograma de inversiones.

“Un cronograma de inversión nos da la capacidad de saber los tiempos de inversión y recuperación del capital”(Cordova, 2013).

2.2.5.5 Evaluación financiera.

“La evaluación financiera nos permite calcular lo que resulta de la información del proyecto y convertirlos en cifras económicas financieramente hablando” (Miranda J. 2012).

2.2.5.6 Razón beneficio costo.

“Es un análisis que permite compara la inversión inicial del proyecto, contra los costos que represento ponerlo en marcha con la finalidad de obtener una ganancia o pérdida según este análisis” (Flórez Uribe, 2010).

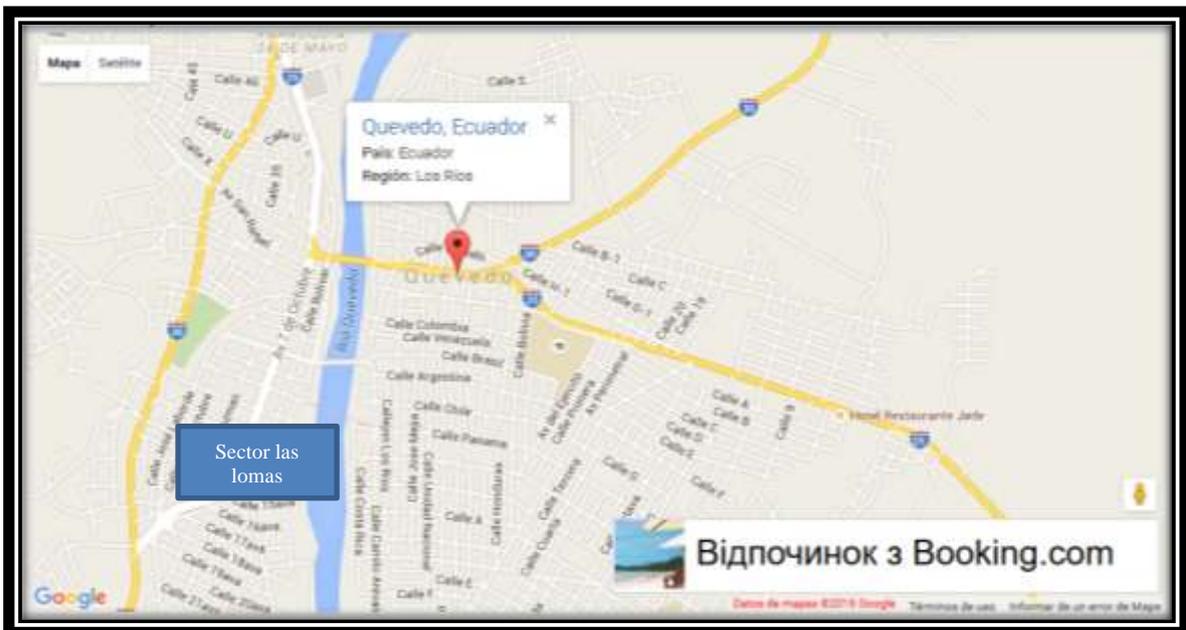
CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Localización.

El presente proyecto se lo realizó en el Cantón Quevedo que se encuentra en el corazón del Litoral, por su posición geográfica y vial privilegiada ha beneficiado al país, además permite un intenso tráfico terrestre y fluvial. Posee un clima que beneficia para el cultivo. Es el estudio que se hace con el propósito de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar la planta industrial, siendo este sitio el que permite cumplir con los objetivos de lograr la más alta rentabilidad o producir al mínimo costo unitario. Para la micro localización se ha decidido tomar en cuenta algunos factores para determinar la ubicación exacta de la microempresa dedicada a la producción y comercialización de café en sobres de infusión bajo en cafeína “Moccaffé”. Es una población situada en las orillas del río Quevedo en el sector denominado “Las lomas”.

Figura 1. Localización de la microempresa.



Elaboración por: Autora.

3.2 Tipo de Investigación.

La investigación fue realizada en forma exploratoria.

Los estudios exploratorios pretenden darnos una visión general, de tipo aproximativo, respecto a una determinada realidad. Este tipo de investigación se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido, y cuando más aun, sobre él, es difícil formular hipótesis precisas o de cierta generalidad. Suele surgir también cuando aparece un nuevo fenómeno que por su novedad no admite una descripción sistemática o cuando los recursos del investigador resultan insuficientes para emprender un trabajo más profundo.

Los estudios de este tipo implican esfuerzos del investigador y una gran capacidad de análisis, síntesis e interpretación. Asimismo, debe señalar las razones por las cuales el estudio puede considerarse explicativo. Su realización supone el ánimo de contribuir al desarrollo del conocimiento científico.

La investigación explicativa es aquella que tiene relación casual; no solo persigue describir acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo. Existen diseños experimentales y no experimentales.

3.3 Métodos de Investigación.

Se aplicó los siguientes métodos:

3.3.1 Deductivo.

Es un método científico que considere que la conclusión se halla implícita dentro las premisas. El método deductivo va de lo general a lo particular. Este método permitió realizar al análisis de la investigación desde un plano general a lo particular y al aplicarlo a la investigación permitió conocer la producción del café en sobres de infusión bajo en cafeína en la ciudad de Quevedo, en el año 2015.

3.3.2 Inductivo.

Parte de lo particular a lo general, todo lo contrario del deductivo. Este método tiene la particularidad de permitir obtener toda información relevante que ingresa desde un plano netamente particular y se abre camino a lo general para lograr los resultados aplicamos la encuesta que nos da una posible cantidad y per sección de los consumidores de café en infusión presentados en sobres

3.3.3 Analítico.

Aquí separamos por partes con la finalidad de descomponer en sus partes más significativas permitiéndonos ver su naturaleza, las causas y efectos con la única finalidad de comprender de mejor forma su comportamiento para establecer teorías innovadoras.

3.3.4 Sistemático.

Es un proceso mediante el cual se relacionan hechos aparentemente aislado y se formula una teoría que unifica elementos. Este método permitió realizar las síntesis del presente trabajo, ayudo a la comprensión cabal de la esencia de lo que se intentó conocer en todas sus partes y particularidades relacionadas con el apoyo de investigación. El método sistémico vendría a ser un orden manifestado por reglas, que nos permitiría llegar a tener una comprensión sistemática de una situación dada.

3.4 Fuente y Recopilación de Información.

Estas serán de carácter primario y secundario:

3.4.1 Fuentes primarias.

Se realizó encuesta dirigida a la población económicamente activa del Cantón Quevedo para determinar la necesidad existente, la misma que permitieron conocer la información descrita en este proyecto de investigación para plantear el estudio de factibilidad.

3.4.2 Fuentes secundarias.

En el vigente trabajo de investigación gran parte de la información utilizada para su elaboración fue recopilada mediante la revisión bibliográfica documentada en varios textos, revistas, internet, información relevante escrita sobre el tema. Los cuales se han encontrado en la biblioteca de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

3.5 Diseño de la Investigación.

Permitió dar respuestas a las preguntas planteadas respondiendo adecuadamente a las encuestas realizadas a la ciudadanía del Cantón Quevedo, a través de un cuestionario de preguntas sobre una necesidad insatisfecha para consumir café tostado molido y envasado.

3.5.1 Tamaño de la muestra.

Para establecer la muestra fue necesario considerar a la población económicamente activa de la ciudad de Quevedo, en donde el INEC, refleja que hay aproximadamente 196.769 habitantes, en el año 2015. tomando como mercado objetivo el segmento de la población económicamente activa (PEA) 46.024 habitantes que representa el 23,39 % del sector.

n= Tamaño de la Muestra

Uo= Universo Objetivo (46.024)

P= Probabilidad de Aceptación (50%)

Q= Probabilidad de Rechazo (50%)

Z= Nivel de Confianza 95% = 1,960

e= Margen de Error 5% = 0,05

$$n = \frac{U_o P Q Z^2}{(U_o - 1)(e)^2 + P Q Z^2}$$

$$n = \frac{46.024(0,50)(0,50)(1,96)^2}{(46.024 - 1)(0,05)^2 + (0,50)(0,50)(1,96)^2}$$

$$n = \frac{46.024(0,50)(0,50)(3,8416)}{46.024(0,0025) + (0,50)(0,50)(3,8416)}$$

$$n = \frac{44.201,45}{115,06 + 0,9604}$$

$$n = \frac{44.201,45}{116,02}$$

n= 380,98→381 Encuestas

El proyecto para la creación de la nueva microempresa dedicada a la producción y comercialización de café en sobres de infusión bajo en cafeína “Moccafé” no cuenta con competencia, porque aún en el Cantón de Quevedo no hay una empresa que se dedique a producir y comercializar este tipo de producto.

3.6 Instrumento de la Investigación.

Se utiliza como instrumento de investigación un cuestionario de preguntas sobre el tema del presente proyecto investigativo, dirigido a la población objetivo del estudio de investigación.

La encuesta realizada a una muestra de 381 personas del cantón Quevedo, en relación al conocimiento de los procedimientos de consumo de café, cuyos resultados servirán para aportar con el desarrollo del proyecto de investigación.

3.7 Tratamiento de Datos.

Los datos recolectados por la encuesta realizada son analizados, tabulados e interpretados bajo la herramienta de Microsoft Office Excel, con la finalidad de realizar los respectivos gráficos y tablas sobre el proyecto de investigación realizada.

3.8 Recursos Humanos y Materiales.

- . Recursos Humanos
- . Recursos Materiales
- . Copias
- . Computadoras
- . Internet
- . Pen Drive

- . Impresión

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados.

4.1.1 Estudio de mercado.

Marque con una x su rango de edad.

Tabla 1. Marque con una x su rango de edad

| Concepto | Cantidad | % |
|--------------|------------|-------------|
| 18-25 años | 147 | 39 |
| 26-30 años | 65 | 17 |
| 31-35 años | 54 | 14 |
| 36-46 años | 65 | 17 |
| 41-50 años | 50 | 13 |
| TOTAL | 381 | 100% |

Fuente: Investigación de mercado.

Elaboración por: Autora.

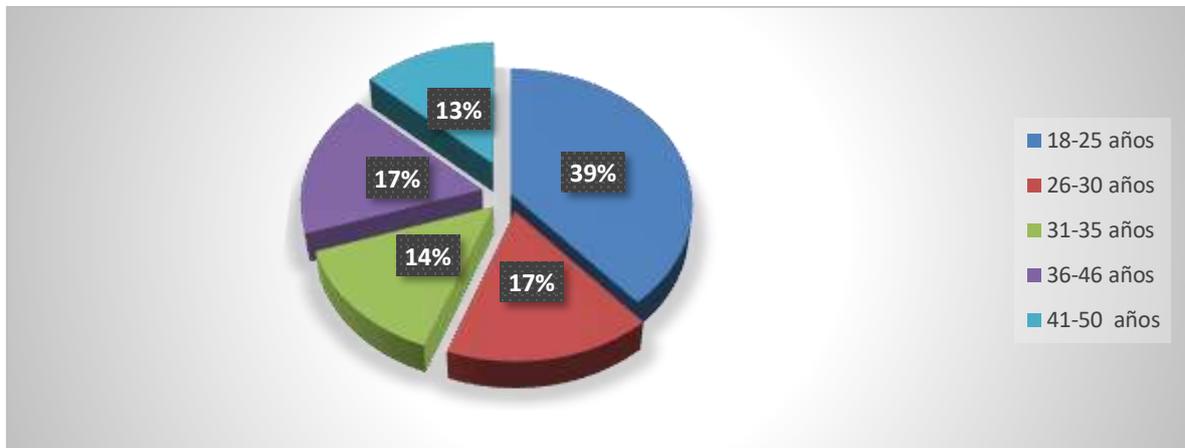


Figura 2. Marque con una x su rango de edad

Análisis.

Podemos determinar que las personas que optaron por responder nuestra encuesta oscilaron entre los 18-25 años siendo este un 39% del total de encuestados, con un 17% entre 26-30 años, también reflejo que un 17% las personas interesadas fueron entre de 36-46 años, con un 14% estuvieron aquellas que oscilaban en la edad de 31-35 años, y un 13% las de 41-50 años.

Pregunta 1. ¿Es consumidor de café?

Tabla 2. Consumidores de café

| Concepto | Cantidad | % |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 266 | 70% |
| No | 115 | 30% |
| TOTAL | 381 | 100% |

Fuente: Investigación de mercado.

Elaboración por: Autora.

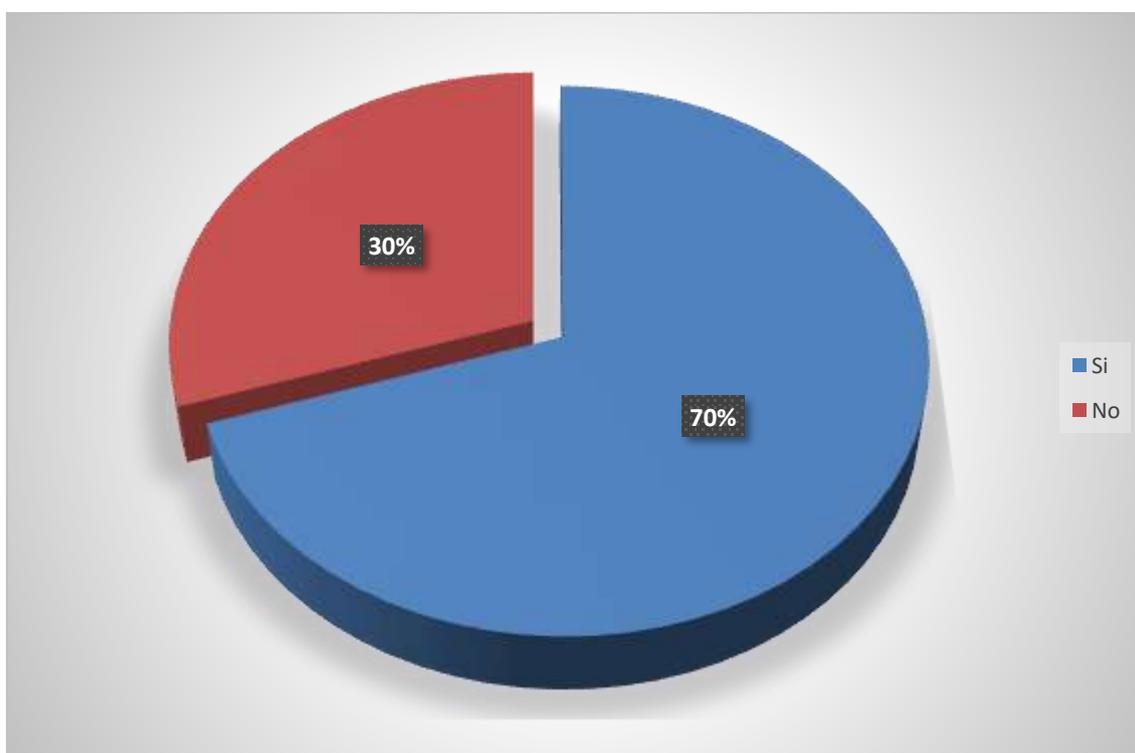


Figura 3. Consume usted café

Análisis.

Nos arroja como información relevante que 115 personas que totalizan un 30% de la muestra no consumen café; y que 266 personas, que en este caso es el 70% de la muestra si consumen café. Lo que indica que la ciudadanía de Quevedo si es propensa a degustar del café. La base de nuestra encuesta se realiza sobre las 266 personas que si consumen café.

Pregunta 2. ¿Con que frecuencia consume usted café?

Tabla 3. Frecuencia en que consume café

| Concepto | Cantidad | % |
|-------------------------------|------------|-------------|
| Una vez por semana | 64 | 24% |
| Dos veces por semana | 56 | 21% |
| Tres veces por semana | 64 | 24% |
| Cuatro o más veces por semana | 81 | 31% |
| Total | 266 | 100% |

Fuente: Investigación de mercado.

Elaboración por: Autora.

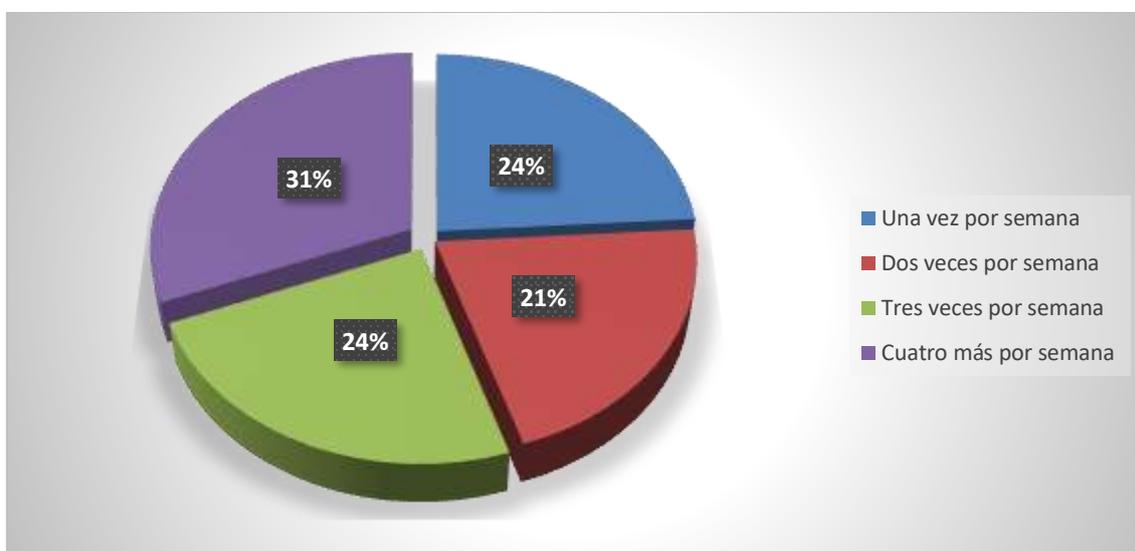


Figura 4. Frecuencia en que consume café.

Análisis

Los datos establecen que el 31% de las personas consumen de cuatro o más veces por semana café, el 24% consumen Tres veces y una vez por semana café al igual y el 21% de los encuestados degustan dos veces por semana café. Se establece que la mayoría de las personas encuestadas toman café cuatro o más veces por semana.

Pregunta 3. Basándose en la anterior descripción, ¿Cuál es su grado de interés en comprar esta nueva presentación del café en sobres de difusión bajo en cafeína a un precio conveniente para usted?

Tabla 4. Grado de interés en comprar café en sobres de difusión bajo en cafeína.

| Concepto | Cantidad | % |
|---------------------------------------|------------|-------------|
| Seguro que lo compraría | 228 | 86% |
| Probablemente lo compraría | 24 | 9% |
| Puede que lo comprarse o puede que no | 13 | 5% |
| Probablemente no lo compraría | 0 | 0% |
| Seguro que no lo compraría | 0 | 0% |
| Total | 266 | 100% |

Fuente: Investigación de mercado.

Elaboración por: Autora.

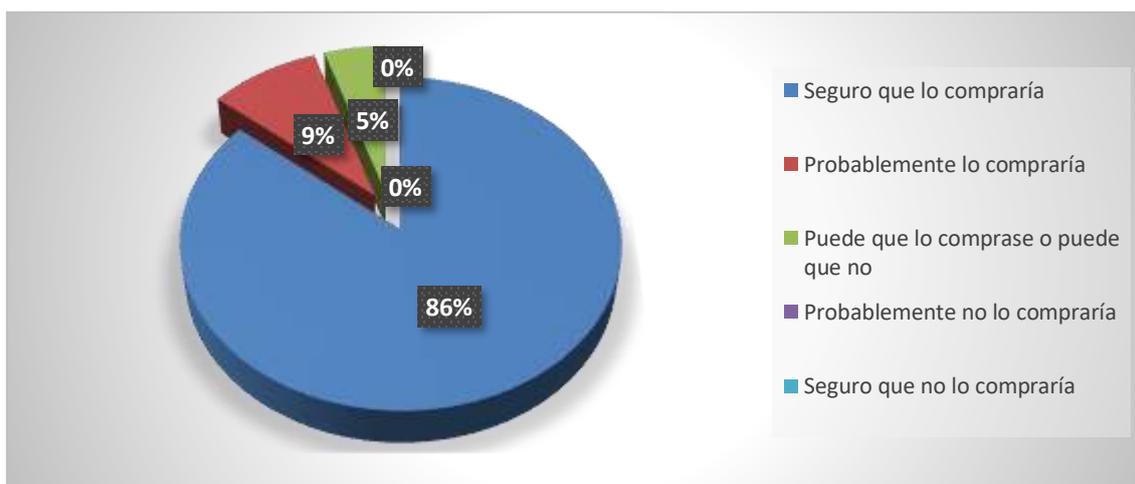


Figura 5. Grado de interés en comprar café en sobres de difusión bajo en cafeína.

Análisis

De los datos obtenidos se pudo determinar que el producto tendrá una aceptación de compra de la mayor parte de los encuestados, esto es el 86% y el 9% que probablemente lo compren. Los datos arrojados por la investigación indican que las personas seguro compraría el café en sobres de infusión bajo en cafeína.

Pregunta 4. ¿En qué hora del día consume café?

Tabla 5. Hora del día en que consume café

| Concepto | Cantidad | % |
|--------------|------------|-------------|
| En la mañana | 172 | 65% |
| En la tarde | 35 | 13% |
| En la noche | 59 | 22% |
| Total | 266 | 100% |

Fuente: Investigación de mercado.

Elaboración por: Autora.

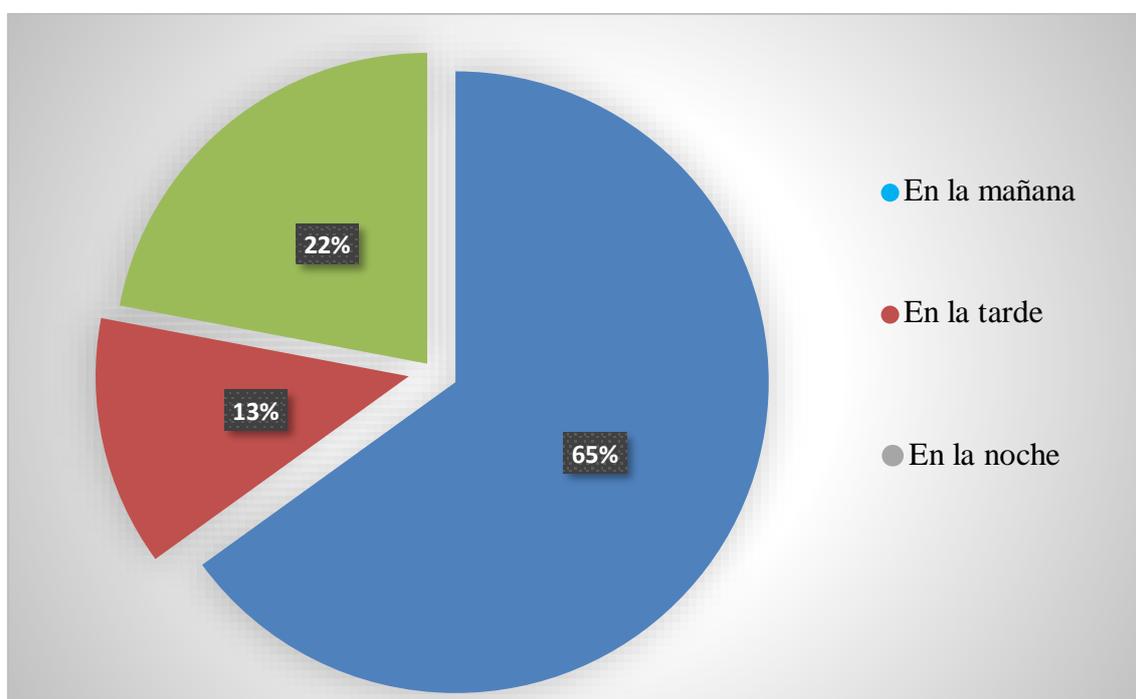


Figura 6. Hora del día en que consume café

Análisis

Como dato relevante de nuestra investigación el gráfico 5 no indica que el 65% de personas encuestadas beben café por las mañanas, el 22% beben café de manera nocturna, y un 13% consumen esta bebida aromática por las tardes.

Pregunta 5. ¿Qué tipo de café prefiere usted consumidor?

Tabla 6. Tipos de café que consume

| Concepto | Cantidad | % |
|----------------------|------------|-------------|
| Café tradicional | 202 | 76% |
| Café bajo en cafeína | 64 | 24% |
| Total | 266 | 100% |

Fuente: Investigación de mercado.

Elaboración por: Autora.

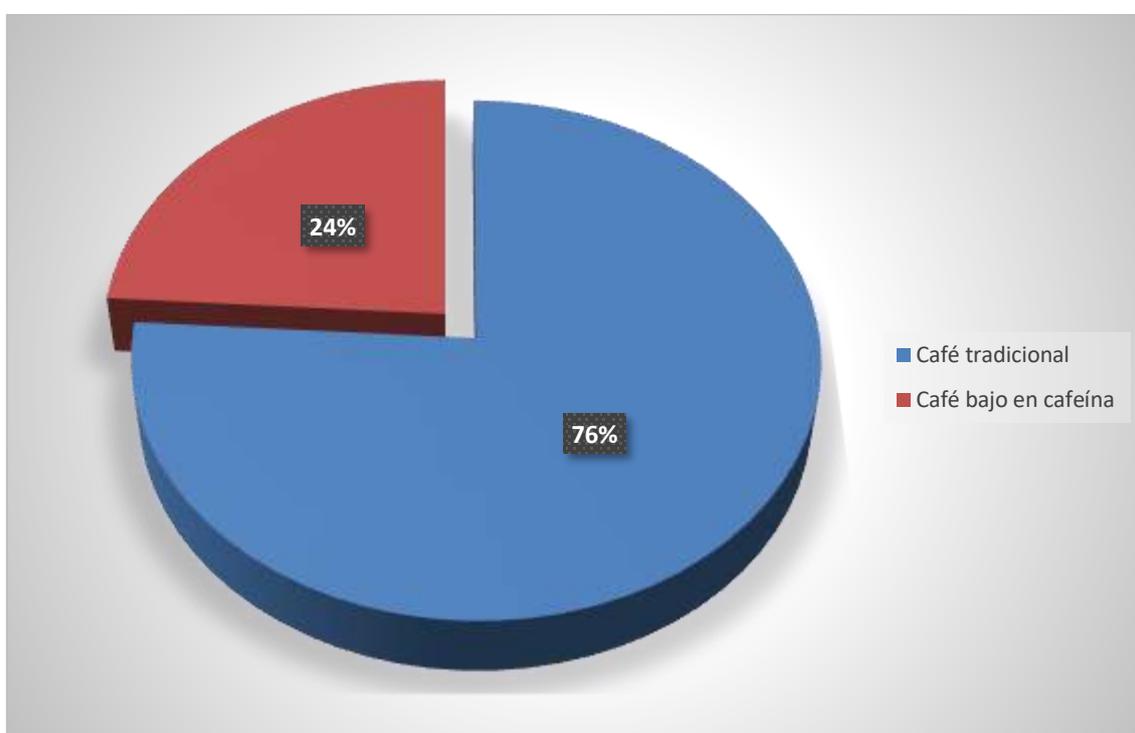


Figura 7. Tipos de café que consume

Análisis.

El análisis de este gráfico nos demuestra que la preferencia del tipo del café de los que bebé la población encuestada en un 78% es el Café Tradicional, y el 22% consumen café descafeinado.

Pregunta 6. ¿Si prefieres algún otro tipo de café, cuál sería?

Tabla 7. Si prefieres algún otro tipo de café, cual seria

| Concepto | Cantidad | % |
|--------------------------|------------|-------------|
| De pasar bajo en cafeína | 255 | 96% |
| Instantáneo | 11 | 4% |
| TOTAL | 266 | 100% |

Fuente: Investigación de mercado.

Elaboración por: Autora.

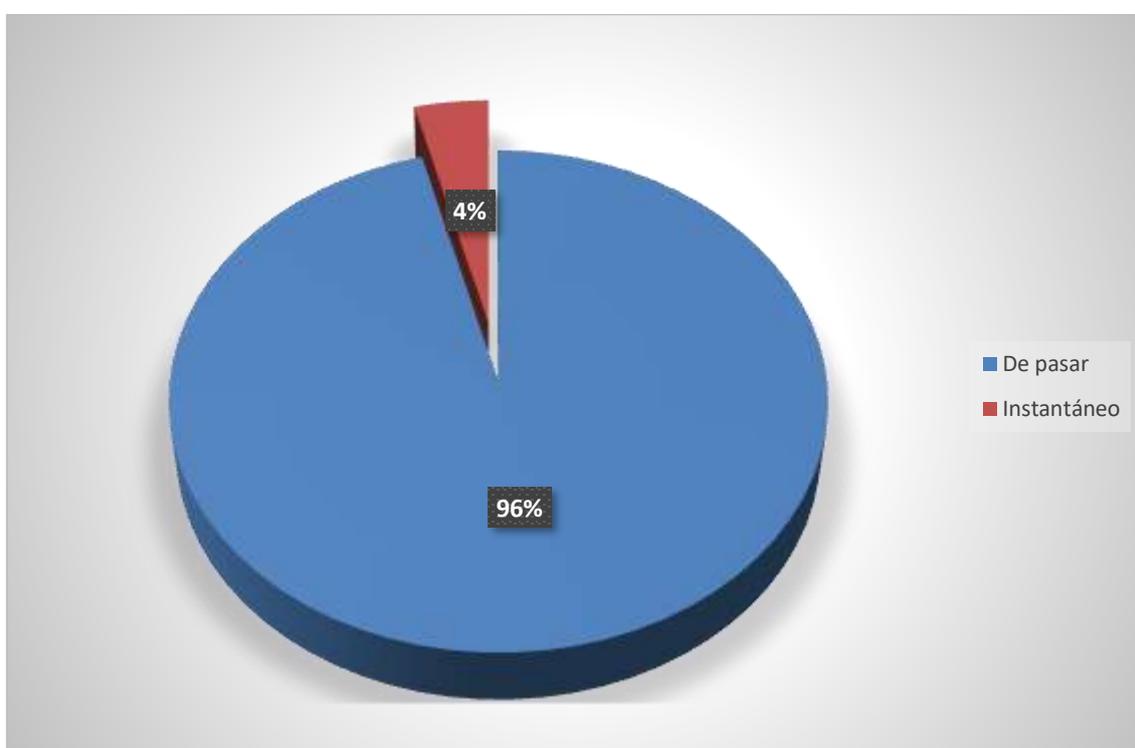


Figura 8. Si prefieres algún otro tipo de café, cual seria

Análisis.

De los datos obtenidos en la encuesta se pudo determinar que el 96% de la población del Cantón Quevedo tienen preferencia en consumir café de pasar mientras que solo el 4% prefiere el café instantáneo. Lo que indica que la oferta de café de pasar bajo en cafeína es limitada y la demanda está insatisfecha.

Pregunta 7. ¿Qué marca de café acostumbra a comprar usted?

Tabla 8. Marca de café que acostumbra a comprar

| Concepto | Cantidad | % |
|--------------|------------|-------------|
| Americano | 21 | 8% |
| Buendía | 109 | 41% |
| Don café | 24 | 9% |
| Si café | 21 | 8% |
| Press 2 | 19 | 7% |
| Colcafe | 21 | 8% |
| otros | 51 | 19% |
| TOTAL | 266 | 100% |

Fuente: Investigación de mercado.

Elaboración por: Autora.

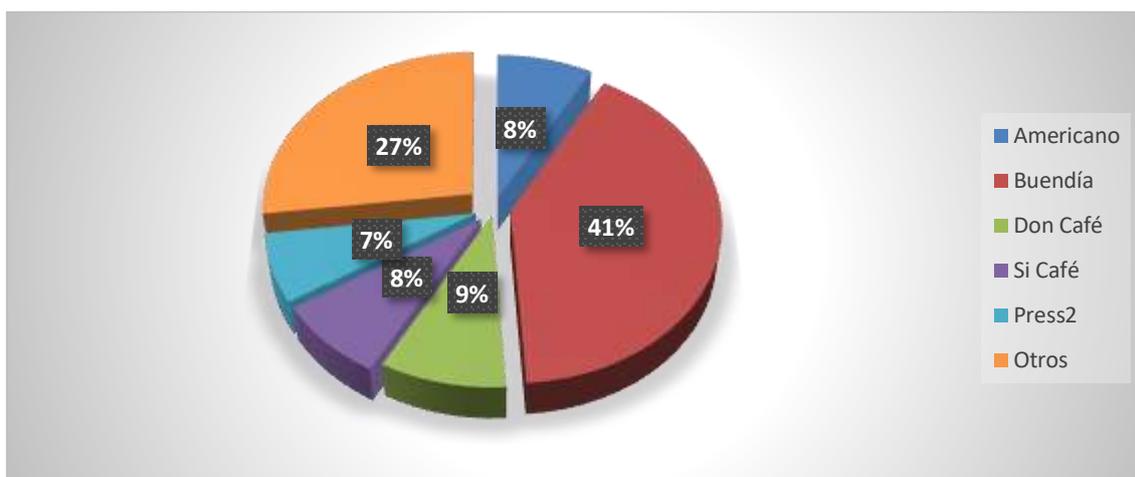


Figura 9. Marca de café que acostumbra a comprar

Análisis.

Los datos obtenidos indican que entre los diferentes tipos de café instantáneo que existe las personas prefieren tomar café de las siguientes marcas, las cuales también se pueden encontrar en café de pasar: el 8% toma café americano, el 41% toma café Buendía, el 9% Don café, 8% Si Café, 7% Press 2 y el 27% toma otras marcas. Por lo que se determina que el producto más consumido es el café Buendía.

Pregunta 8. ¿Le gustaría comprar café elaborado, envasado y comercializado por una microempresa de Quevedo, diferente a las demás?

Tabla 9. Café elaborado, envasado y comercializado por microempresa de Quevedo.

| Concepto | Cantidad | % |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 202 | 76% |
| No | 64 | 24% |
| TOTAL | 266 | 100% |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

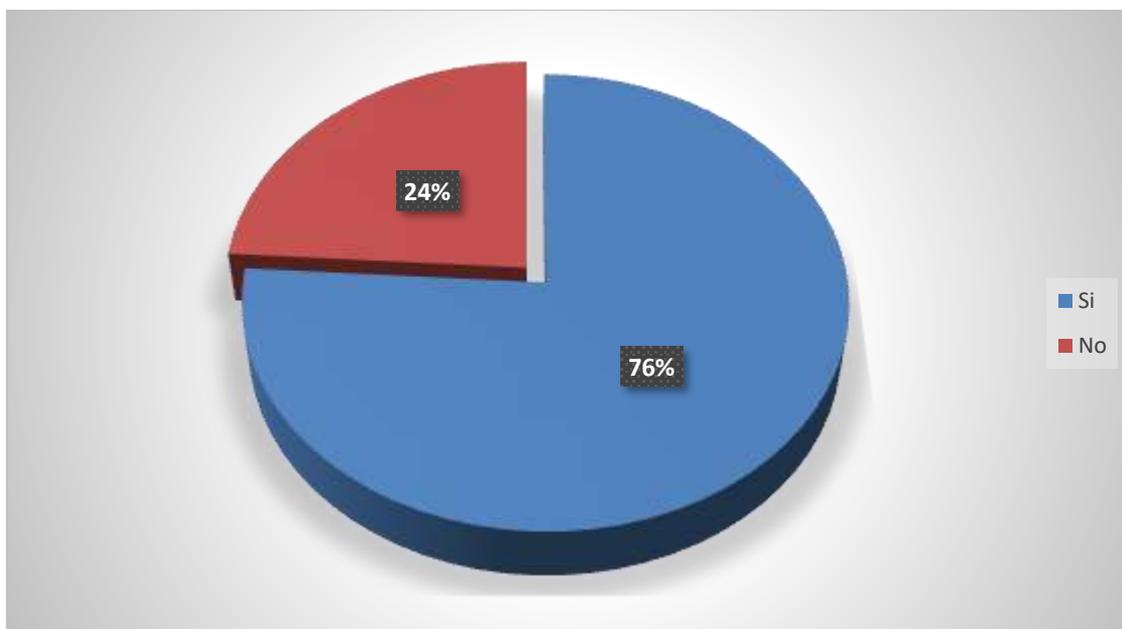


Figura 10. Café elaborado, envasado y comercializado por microempresa de Quevedo.

Análisis

Se puede determinar que el 76% de los encuestados del Cantón Quevedo Si consumirán café de esta nueva microempresa Quevedeña; mientras que el 24% dicen que no desean consumir. Por lo que la microempresa si tendría un buen porcentaje de aceptación por el mercado Quevedeño.

Pregunta 9. ¿En qué presentación le gustaría comprar café?

Tabla 10. Presentación de café

| Concepto | Cantidad | % |
|-----------------------|------------|-------------|
| En Sobres de Infusión | 149 | 56% |
| En frasco de vidrio | 117 | 44% |
| Total | 266 | 100% |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

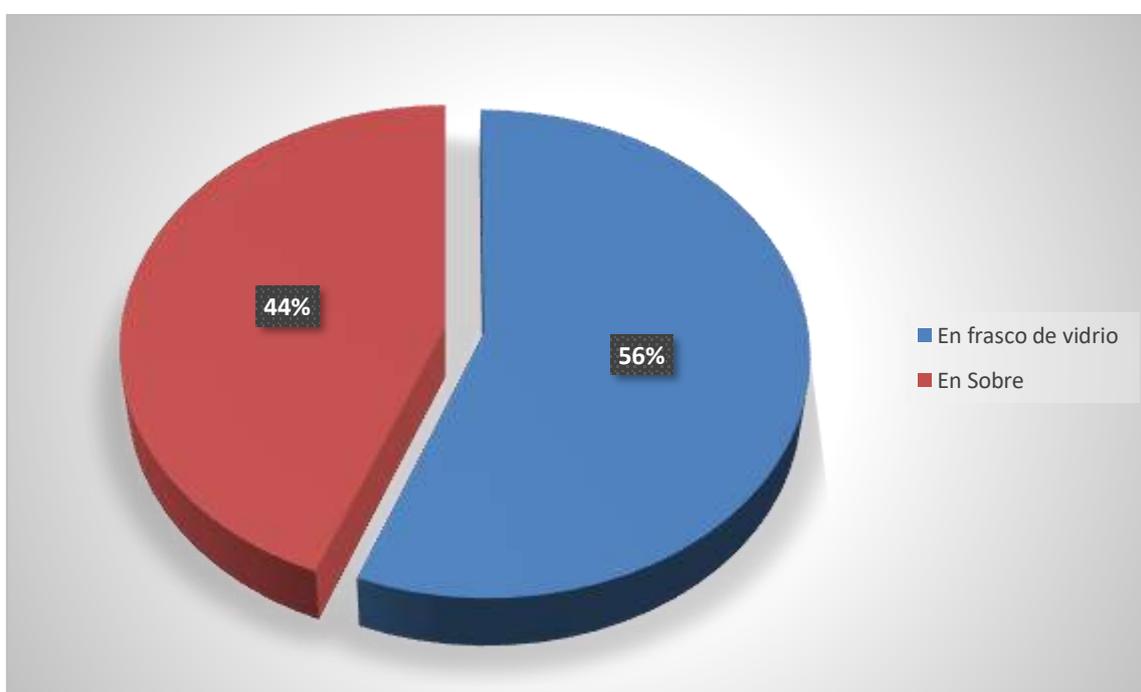


Figura 11. Presentación de café

Análisis.

Determinado los gustos y preferencias de los consumidores encuestados llegamos a la conclusión de que un 56 % ósea 149 personas optarían por comprar café en sobres y el 44 % en frascos por tradición.

Pregunta 10. ¿En qué lugar acostumbra a tomar su café?

Tabla 11. Lugares donde toma café

| Concepto | Cantidad | % |
|-----------------|------------|-------------|
| En su hogar | 112 | 42% |
| En su Oficina | 87 | 33% |
| En Restaurantes | 67 | 25% |
| Total | 266 | 100% |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

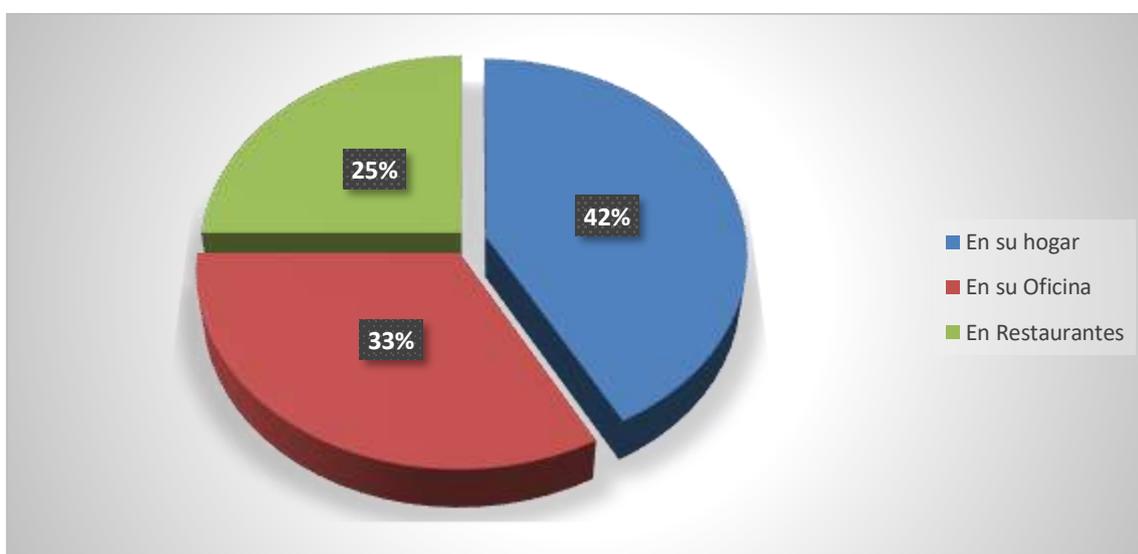


Figura 12. Lugares donde toma café

Análisis.

Se puede determinar que el 42% de los encuestados del Cantón Quevedo acostumbran a tomar café en su hogar, el 33% acostumbran a tomar café en su lugar de trabajo y el 25% acostumbran a tomar café en restaurantes. Es decir, que la mayoría de las personas toman café en sus hogares.

Pregunta 11. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el producto?

Por unidades.

Tabla 12. Precio del producto por unidad.

| Concepto | Cantidad | % |
|--------------|------------|-------------|
| \$0.30 | 237 | 89% |
| \$0.35 | 22 | 8% |
| \$0.40 | 7 | 3% |
| TOTAL | 266 | 100% |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

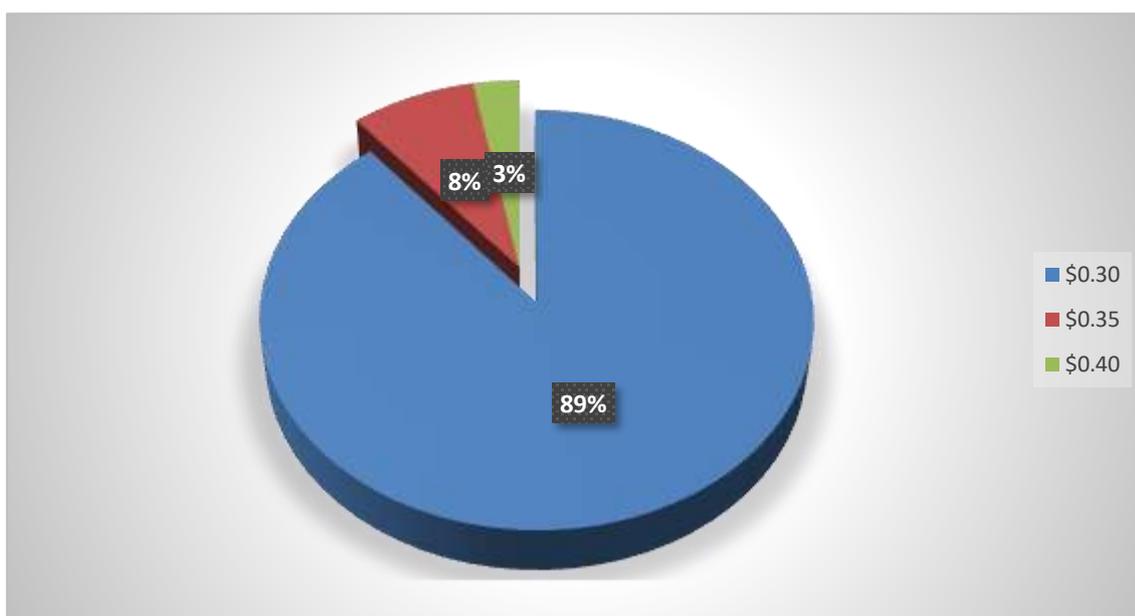


Figura 13. Precio del producto por unidad.

Análisis.

Se pudo determinar que el 89% de la población del Cantón Quevedo prefieren pagar \$0.30 por una unidad de café en sobre, el 8% pagaría \$0.35 y solo el 3% lo compraría a \$0.40. Es decir que las personas lo comprarían si tiene un precio de \$0.30 centavos de dólar.

Pregunta 12. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el producto?

Por caja de 12 unidades.

Tabla 13. Precio de producto por caja.

| Concepto | Cantidad | % |
|--------------|------------|-------------|
| \$3.00 | 237 | 89% |
| \$3.50 | 22 | 8% |
| \$4.00 | 7 | 3% |
| Total | 266 | 100% |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

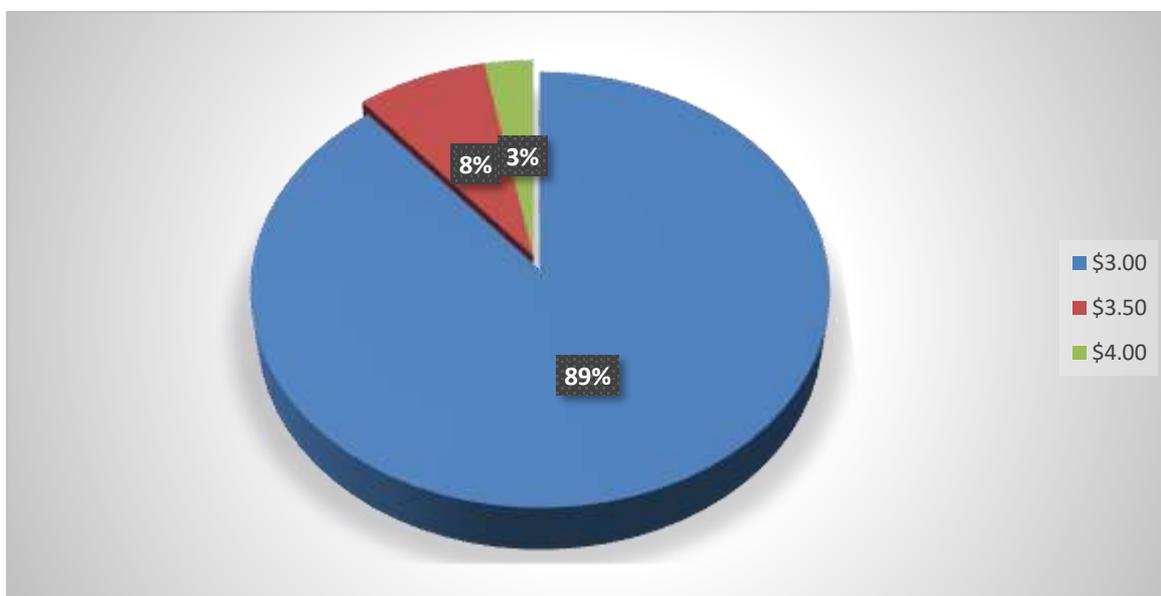


Figura 14. Precio de producto por caja.

Análisis.

Se pudo determinar que el 89% de la población del Cantón Quevedo prefieren pagar \$3.00 por una caja de 12 unidades. Si el precio medio por unidad de los sobres de café fuera de \$0.30 centavos de dólar ¿hubiera esperado pagar más dinero o menos dinero por el producto anteriormente descrito?

Pregunta 13. Si el precio medio por unidad de los sobres de café fuera de \$0.30 centavos de dólar ¿hubiera esperado pagar más dinero o menos dinero por el producto anteriormente descrito?

Tabla 14. Si el precio medio por unidad de los sobres de café fuera de \$0.30

| Concepto | Cantidad | % |
|-----------------|------------|-------------|
| Mucho más | 7 | 3 |
| Un poco más | 22 | 8 |
| Ni más ni menos | 237 | 89 |
| Algo menos | 0 | 0 |
| Mucho menos | 0 | 0 |
| Total | 266 | 100% |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

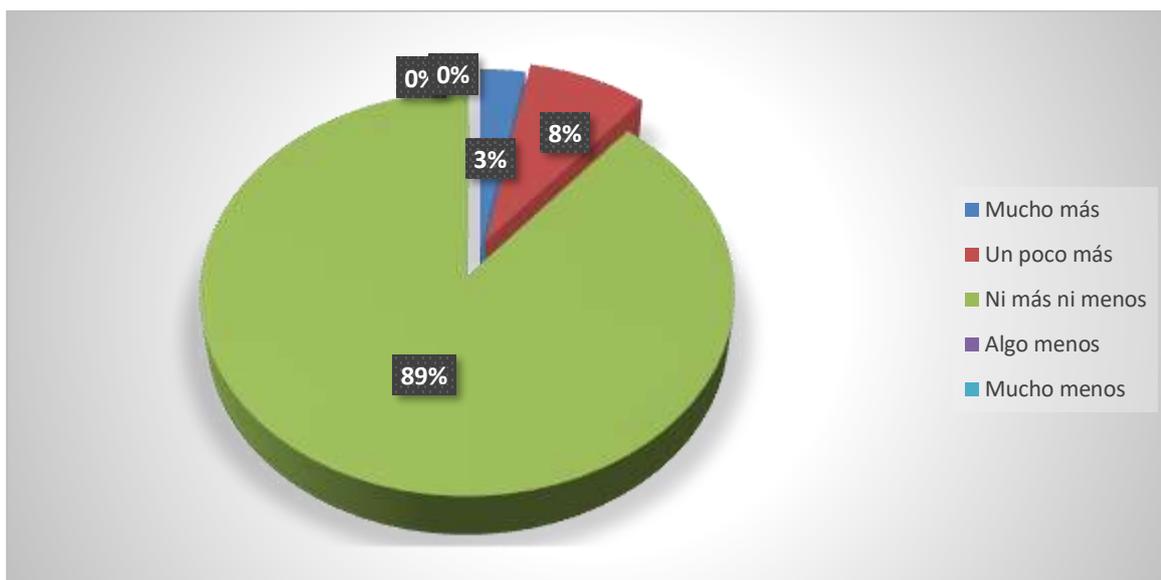


Figura 15. Si el precio medio por unidad de los sobres de café fuera de \$0.30

Análisis.

Se pudo determinar que la ciudadanía está satisfecha con el precio del producto estipulado en \$0.30 centavos de dólar por unidad, por lo que señalaron en su gran mayoría que no pagarían ni más ni menos por un sobre de café.

4.1.1.1 Características de la demanda.

El aumento de mercado está dado en base al crecimiento del país con una tasa de 2.24% anual teniendo un crecimiento basado en este análisis:

Tabla 15. Demanda Actual en el Cantón por Producto.

| Cantón | Mercado Meta | Población Consumidores | Porcentaje |
|---------|--------------|------------------------|------------|
| Quevedo | 196.769 | 137.738 | 70% |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Análisis.

Se determinó por los datos obtenidos de la encuesta, que la frecuencia de consumo de café es en un promedio del 70%.

Tabla 16. Demanda actual del producto.

| PERIODOS | D.A. |
|----------|---------|
| 2010 | 108.273 |
| 2011 | 113.613 |
| 2012 | 119.216 |
| 2013 | 125.095 |
| 2014 | 131.264 |
| 2015 | 137.738 |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Análisis.

Se determinó usando la fórmula del monto para obtener la tasa de crecimiento de la demanda partiendo desde el último censo de la población y vivienda en el año 2010.

4.1.1.1.1 Demanda proyectada.

Para determinar la proyección de la demanda futura se emplean la fórmula de mínimo cuadrados.

Tabla 17. Demanda proyectada

| PERIODOS | D.F. |
|-----------------|-------------|
| 2016 | 194.720 |
| 2017 | 216.594 |
| 2018 | 238.468 |
| 2019 | 260.342 |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

4.1.1.2 Oferta histórica

Tabla 18. Oferta histórica

| PERIODOS | O.H. |
|-----------------|-------------|
| 2010 | 29.161 |
| 2011 | 30.531 |
| 2012 | 31.966 |
| 2013 | 33.469 |
| 2014 | 35.042 |
| 2015 | 36.688 |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Análisis.

La oferta histórica se la obtuvo de la tabla No.9 donde el 24% de los habitantes del Cantón Quevedo manifestaron que no les gustaría consumir un producto elaborado por una microempresa Quevedeña, es decir, que existen personas las cuales buscan el producto.

Tabla 19. Oferta proyectada

| PERIODOS | O.F. |
|-----------------|-------------|
| 2016 | 46.733 |
| 2017 | 51.983 |
| 2018 | 57.232 |
| 2019 | 62.482 |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Tabla 20. Demanda insatisfecha futura

| AÑOS | O.F | D.F | D.I.F |
|-------------|------------|------------|--------------|
| 2016 | 46.733 | 194.720 | -147.987 |
| 2017 | 51.983 | 216.594 | -164.611 |
| 2018 | 57.232 | 238.468 | -181.236 |
| 2019 | 62.482 | 260.342 | -197.860 |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Análisis.

El cuadro refleja la demanda insatisfecha futura sobre el consumo de café desde el año 2016 hasta el 2019. Los cálculos realizados a través de los métodos de mínimos cuadrado y empleando el 2.24% que es el porcentaje neto del crecimiento de la población según el INEC.

Tabla 21. Demanda a satisfacer por la microempresa

| AÑOS | D.I.F. | % | TAMAÑO |
|-------------|---------------|----------|---------------|
| 2016 | -147.987 | 30% | 44.396 |
| 2017 | -164.611 | 35% | 57.614 |
| 2018 | -181.236 | 40% | 72.494 |
| 2019 | -197.860 | 45% | 89.037 |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Análisis.

El cuadro refleja la demanda a satisfacer tomando el 30% de la demanda identificada en el estudio de mercado para el presente año y un crecimiento del 5% anual.

Tabla 22. Consumo mensual de café

| Detalle | Cantidad | Cajas Semanal | Cajas Mensuales |
|-------------------------------|-----------------|----------------------|------------------------|
| Una vez por semana | 10.655 | 888 | 3.552 |
| Dos veces por semana | 9.323 | 777 | 3.108 |
| Tres veces por semana | 10.655 | 888 | 3.552 |
| Cuatro o más veces por semana | 13.763 | 1.147 | 4.588 |
| Total | | 3.700 | 14.799 |

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Autora
Análisis.

En la tabla No.23 se identifica el consumo mensual de café en los habitantes del Cantón Quevedo.

4.1.2 Estudio técnico.

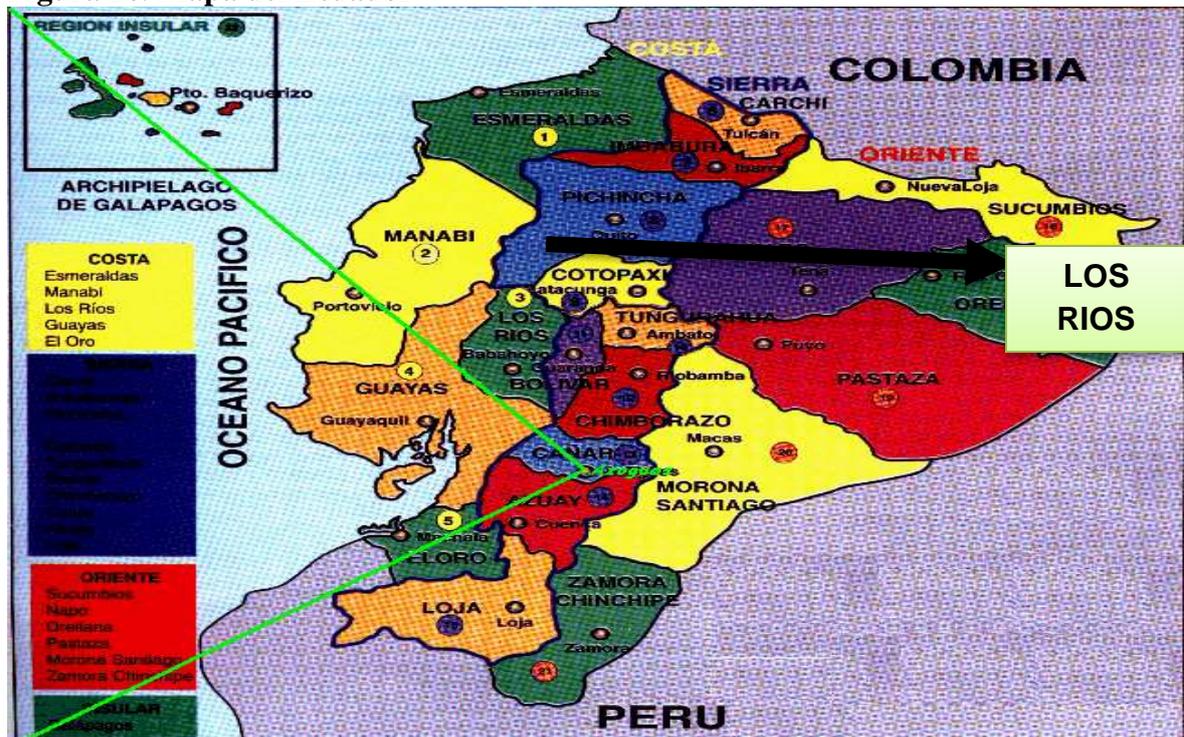
4.1.2.1 Ubicación de la planta.

Debería de tener un lugar de espacios amplios, además de libre acceso, así como con todos los servicios básicos.

4.1.2.2 Macro-localización.

El presente proyecto tendrá su desarrollo en la región de la costa, siendo más específicos en el cantón Quevedo. Se localizará en la Provincia de Los Ríos, Ciudad de Quevedo, sector las lomas. Siendo el principal eje de comunicación de norte a sur, como se indica en los siguientes gráficos:

Figura 16. Mapa del Ecuador



Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Figura 17. Mapa de la Provincia de los Ríos



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Autora

4.1.2.2.1 Micro-localización.

SE determinará la micro localización una vez detectados la solución a una localidad que cuente con todos los servicios básicos disponibles.

Figura 18. Mapa de la Provincia de los Ríos



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Autora

4.1.2.3 Obras físicas.

La construcción ocupa todo el terreno que es de 200mt, que se dividirá de la siguiente manera: La planta de producción del producto será un galpón en la parte de con

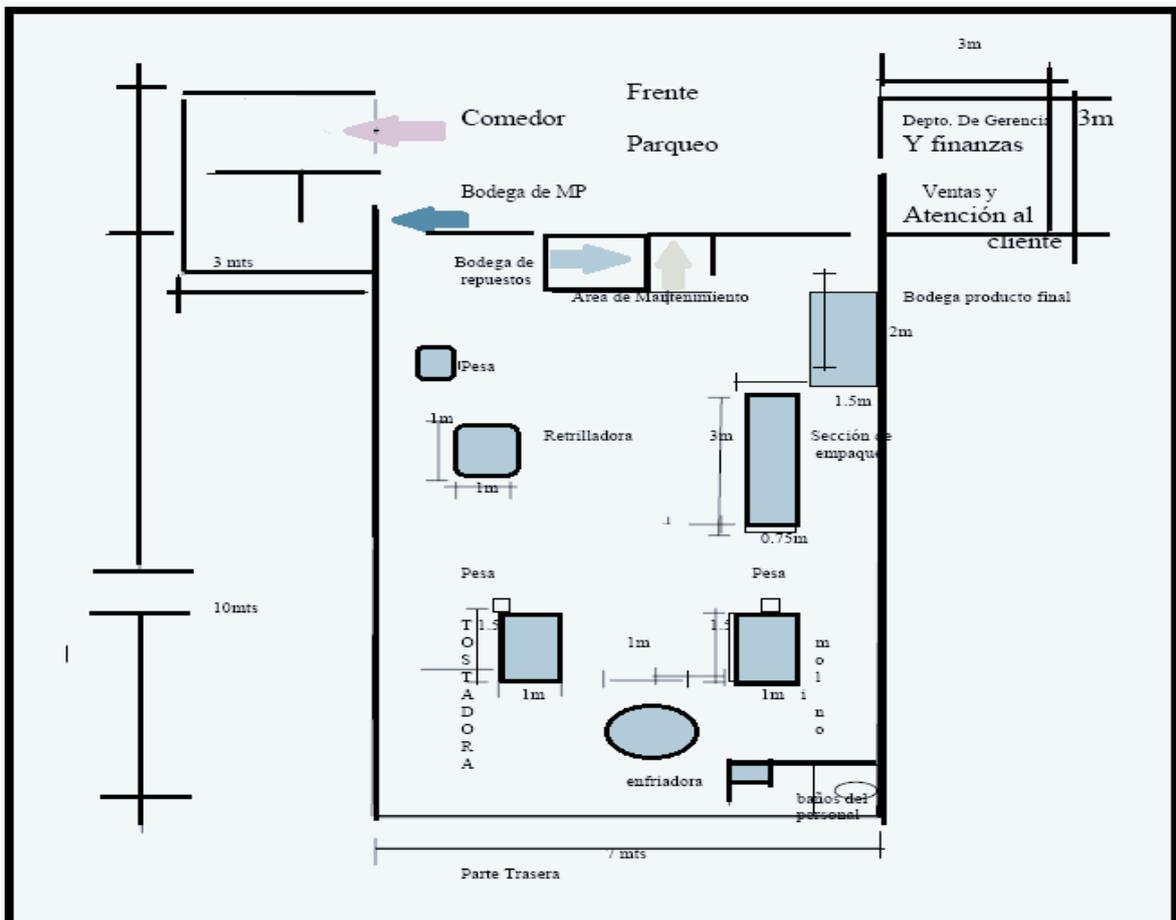
diversiones de bloques enlucidos de 170mt (13 mt. De ancho x 13 mt. De largo); y en 30mt se establece una pequeña oficina en la cual están los departamentos de Gerencias y Finanzas y el departamento de Atención al Cliente.

El edificio está diseñado para que tenga suficientes ventajas para que el lugar se conserve siempre bien ventilado puesto que la tostadora produce mucho calor, se ve a contar con tres aires acondicionados Split 2400 btu.

La colocación de la maquinaria se instalará en forma de U puesto que la tostadora tiene una sucesión ordenada e operaciones, por lo que se determina que es una distribución en U. Las oficinas estarán diseñadas de material prefabricado de MDF y MEP.

Se detalla a continuación como estaría la ubicación de la planta para un excelente proceso y elaboración del producto, y las adecuaciones para el personal administrativo y de producción.

Figura 19. Distribución de la planta.



Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Tamaño óptimo de la microempresa de café en sobres de infusión bajo en cafeína “Moccaffé”. Cuándo se habla del tamaño, se refiere a la capacidad de producción durante un periodo de tiempo normal para las características de cada proyecto en particular. Mediante el estudio de mercado se puede definir el tamaño óptimo del proyecto, que induce a conocer la demanda insatisfecha. La parte fundamental y optimo en cuando el tamaño conlleva al estudio económico más propio para el proyecto.

4.1.2.4 Proceso de producción.

A continuación, se hace una descripción del proceso de transformación de café pergamino a café tostado y molido.

4.1.2.5 Área de recepción.

Área d recepción de donde se recibe café pergamino en sacos de 1 quintal, se tira el grano al piso y se esparce para revisar que no tenga clavos, tornillos, etc. (cosas no deseables), luego se vuelve el saco y se traslada a la pesa.

4.1.2.6 Retrillado.

Inmediatamente de pesar el saco, se transporta a la retrilladora para quitar la cascara y convertirlo en café oro. Se vuelve a pesar, generalmente en este proceso de convertir el café pergamino a oro pierde el 20% de su peso por la cascarilla y cortaduras.

4.1.2.7 Tostado.

Luego de pasar por cada uno de los procesos, se lleva a la tostadora, en donde se trata que se quede distribuido uniformemente para que se tueste bien. En los primeros 30 minutos se elimina el agua restante en el grano, sale un vapor con olor a café y el grano tiene un color como amarillo. En los siguientes 40 minutos se empieza a tostar el grano de café y el grano empieza a volverse café. A partir de los 90 minutos el grano de café se empieza a inflar y su color es café oscuro y el olor es más fuerte. Después se vigila para no pasarse de tostado, generalmente el punto s cuando el grano no es muy claro ni muy oscuro.

4.1.2.8 Enfriado.

Después de tostarlo se pasa al enfriador y se prenden los ventiladores durante una hora y media más o menos.

4.1.2.9 Molienda.

Cuando ya está a la temporada correcta, se pasa al molino, en donde se muele y después se seca y se pasa en bolsos plásticas, aquí pierde en 18% de su peso por la humedad.

4.1.2.10 Desarrollo del prototipo nutricional del producto bajo en cafeína.

Para el desarrollo del prototipo lo primero que debemos determinar es como disminuir el nivel de cafeína, en base a la presentación de la competencia cada sobre de infusión tendrá un peso de 5 gramos, esta cantidad es para una taza de 6 onzas hasta 9 onzas.

La posibilidad de disminuir el nivel de cafeína a una porción de 5 gramos mezclando el café tostado y molido con harina de haba, el resultado fue que en efecto se reduce el nivel de cafeína. En el siguiente cuadro se explica las porciones medidas con cucharas que fueron utilizadas para las mezclas de café con harina de haba y los porcentajes de cafeína que se logra disminuir.

Tabla 23. Producto bajo en cafeína

| Cant. Café en gr. | Cant. Harina de Haba en gr. | Total Porción en gr. | % de Cafeína | Observación |
|--------------------------|------------------------------------|-----------------------------|---------------------|--------------------|
| 1 | 3 | 4 | 25% | Descartada |
| 2 | 2 | 4 | 50% | Aprobada |
| 3 | 1 | 4 | 75% | Aprobada |
| 1,25 | 3,75 | 5 | 25% | Descartada |
| 2,5 | 2,5 | 5 | 50% | Aprobada |
| 3,75 | 1,25 | 5 | 75% | Aprobada |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

En la columna de observaciones se encuentran las combinaciones descartadas y aprobadas, algunas mezclas fueron descartadas debido a que no cumplían con las expectativas que se pretende del producto, es decir, no tienen color, aroma, acidez y sobre todo no resaltan el sabor del café, por otro lado, las composiciones que fueron aprobadas si cumplen con las expectativas y propiedades que se desea obtener del producto, a las mismas se las va a someter a degustación en un grupo focal. El tamaño de los sobres de infusión que elaborara la microempresa “Moccafé” es de 6cm x 6cm, exactamente la misma medida que posee la presentación de las aguas aromáticas y de la competencia, el diseño de la caja fue realizado utilizando un color café suave, con letras formales, imagen del café con un tamaño manejable. La idea es transmitir la imagen de un producto 100% natural, por ende, para el proceso de tueste y molido tanto del café como del haba se utilizarán recursos propios y financiamiento.

Figura 20. Presentación del café en sobres de infusión bajo en cafeína “Moccafé”



Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Autora

4.1.2.11 Comercialización y estrategias de mercado.

4.1.2.11.1 El producto.

Se puede manifestar que un producto es una serie de atributos combinados en forma identificable el cual tiene un nombre que asimila la gente. Debido a que el café en sobre de infusión bajo en cafeína “Moccafé” están recién abriendo mercado en el Cantón Quevedo

para instalar una planta de producción y comercialización de café, los esfuerzos serán orientados a penetrar y lograr posicionarse en el mercado objetivo, para luego cubrir todo el mercado de la provincia y del país entero. Por esta razón es factible decir que el café en sobre de infusión bajo en cafeína “Moccafé” es un producto que se encuentra en su etapa de introducción.

4.1.2.11.2 Descripción del producto.

El fin es ofrecer un producto de calidad, para ello se utilizarán los medios más idóneos a fin de evitar cualquier tipo de contaminación y garantizar al consumidor un buen sabor, color, acidez y aroma de café.

- **Nombre:** “Moccafé”
- **Especificaciones:** Café con bajo nivel de cafeína en sobres de infusión.
- **Contenido:** Café Tostado Molido con Harina de Haba.

El producto resulta de la mezcla medida de café con haba seca. El haba al ser mezclada con el café disminuye el nivel de cafeína, con esto se ayuda a que las personas que usualmente consumen café no se vean muy afectadas en su salud. Esta mezcla se contendrá en sobres de infusión que conservan el aroma y que al ser introducida en una taza de agua caliente empezará a filtrar la esencia emanando un aroma en su estado natural a café con un excelente sabor listo para servirse, siendo esta una manera distinta y práctica de preparar café pasado.

Se plantea que el café en sobre de infusión bajo en cafeína “Moccafé” inicialmente contenga 12 sobres por caja, cada sobre contendrá 2,5 gr de café tostado y molido y 2,5 gr de harina de haba, esta sería la presentación final al público.

4.1.2.12 Descripción del empaque.

El empaque es muy importante ya que cumple con las funciones de proteger el contenido, informar y convencer al consumidor acerca del producto que se ofrece. El empaque consiste en una caja de cartón de color café, las letras del nombre del producto “Moccafé” El sabor de mi tierra son de color beis en contraste con el fondo para así llamar más la

atención del posible cliente. La caja anterior del envase tendrá la siguiente información en la una parte:

- Portada del producto
- Logo del producto
- Nombre
- Descripción del producto
- Peso en gramos
- Precio de venta al público (P.V.P.)

En la cara posterior se presentará la siguiente información:

- Portada del producto
- Logo del producto
- Nombre
- Preparación
- Tiempo máximo de consumo.
- Origen del producto
- Registro sanitario

4.1.2.13 Precio.

El precio se adaptará según las circunstancias del mercado y el costo del producto, es así que lo primordial es entrar con un precio regular en el mercado, el mismo que permita competir con los productos de café con presentación similar y con los solubles. En las siguientes tablas se presentan los precios de los productos que tienen la misma presentación del café en sobre de infusión bajo en cafeína “Moccafé” y los solubles que son más reconocidos y consumidos por los posibles consumidores.

a) Cafés solubles.

Al igual que con los productos anteriores los precios de venta al público de las cajas de 12 unidades son:

Tabla 24. Precio promedio de cafés solubles

| Nombre | Cantidad (gramos) | Cantidad (tazas) | Precio |
|------------------------|--------------------------|-------------------------|----------------|
| Nescafé | 50 | 12 tazas | \$ 3,30 |
| Si Café | 50 | 12 tazas | \$ 3,59 |
| Colcafé | 50 | 12 tazas | \$ 3,39 |
| Buendía | 50 | 12 tazas | \$ 3,50 |
| Precio Promedio | | | \$ 3,45 |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

El precio promedio con el que se debería entrar a las tiendas en base a la competencia es de \$3,45. También se pretende hacer ventas exclusivas a organizaciones grandes (supermercados), a las mismas se les otorgará mayores descuentos y promociones por sus compras y lealtad. El precio se fijará en el capítulo de estudio financiero en base a los costos de obtener el producto terminado, lo que se desea es ingresar al mercado con un precio bajo.

4.1.2.14 Publicidad impresa.

En la publicidad impresa se va a utilizar hojas volantes y carteles, las hojas volantes serán entregadas por los vendedores en las diferentes empresas del Cantón Quevedo y la Provincia de los Ríos, mediante convenios los carteles se ubicarán en los supermercados donde se ingrese con el producto.

4.1.2.15 Publicidad radial.

La publicidad radial se la va a realizar en emisoras locales como son Radio Viva, Radio Ondas Quevedeñas, Radio Rey y Radio Imperio ya que, según la investigación realizada, estas son las más escuchadas por los posibles consumidores.

4.1.3 Estudio financiero.

Tabla 25. Muebles y enseres

| N # | Concepto | V. U | V. T |
|-----------------------------------|---|----------|-------------------|
| 2 | Escritorios en forma l 1,5 x 1,5m. | \$280,00 | \$560,00 |
| 2 | Sillas de oficina normal, tapiz cuerina | 75,00 | 150,00 |
| 2 | Archivadores 2 gavetas con tablero | 175,00 | 350,00 |
| 2 | Silla de espera triple | 90,00 | 180,00 |
| 6 | Silla individual plástica | 25,00 | 150,00 |
| 1 | Televisor led de 40" | 850,00 | 850,00 |
| Total de muebles y enseres | | | \$2.240,00 |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Análisis.

En vista de que la microempresa es comercializadora al por mayor y menor lo conveniente es tener muebles y enseres que brinden comodidad y confort a los posibles clientes potenciales. En los muebles y enseres que se utilizaran en la microempresa se realiza una inversión de \$2.240,00 dólares americanos.

Tabla 26. Equipos de cómputo

| N # | Concepto | V. U | V. T |
|------------------------------------|------------------------|----------|-------------------|
| 2 | Computadora | \$750,00 | \$1.500,00 |
| 2 | Impresora multifunción | 450,00 | 900,00 |
| Total de equipos de computo | | | \$2.400,00 |

Fuente: Investigación de Mercado.

Elaborado por: Autora.

Análisis.

En toda microempresa la computadora e impresora son los aparatos tecnológicos indispensables para llevar un orden cronológico de las operaciones de la misma. Para tener

los equipos de cómputo con tecnología de punta para la microempresa se tendría que invertir \$2.400,00 dólares americanos.

Tabla 27. Equipos de oficina

| N # | Concepto | V. U | V. T |
|------------------------------------|------------------------------------|----------|-------------------|
| 3 | Aire acondicionado split 24000 btu | \$416,67 | \$1.250,00 |
| 1 | Caja registradora | 830,00 | 830,00 |
| 1 | Teléfono | 140,00 | 140,00 |
| Total de equipos de oficina | | | \$2.220,00 |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Análisis.

La microempresa contaría con los equipos de oficinas básicos para la atención a los posibles clientes. Los equipos de oficinas indispensables para el funcionamiento de la microempresa tendrían una inversión de \$2.220,00.

Tabla 28. Vehículos

| N # | Concepto | V. U | V. T |
|---------------------------|--------------------------|-------------|--------------------|
| 1 | Chevrolet modelo FVZ 34T | \$50.000,00 | \$50.000,00 |
| Total de Vehículos | | | \$50.000,00 |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Análisis.

Para realizar la entrega del producto contaría la microempresa con un vehículo el cual tendría un costo de inversión de \$50.000,00.

Tabla 29. Máquinas y equipos

| Cantidad | Descripción | C. Unitario | C. Total |
|----------|--|-------------|----------|
| 1 | Báscula 1,000 lbs. | \$780,00 | \$780,00 |
| 1 | Tostadora Italiana 25 lbs. C/17 min. | 7.000,00 | 7.000,00 |
| 1 | Zaranda de limpieza (acero Inox. Mesa) | 300,00 | 300,00 |
| 1 | Molino para café 5qq/hora (5Hp) | 4.000,00 | 4.000,00 |

| | | | |
|------------------------------------|--|----------|--------------------|
| 1 | Empacadora con Dosificador de Tornillo | 9.500,00 | 9.500,00 |
| 1 | Báscula de Mostrador 2u. | 200,00 | 200,00 |
| 3 | Depósitos (silo) para café tostado | 200,00 | 600,00 |
| Total de máquinas y equipos | | | \$22.380,00 |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Análisis.

Las máquinas y equipos para el procesamiento de la materia prima se realizarían una inversión de \$22.380,00.

Tabla 30. Gastos de funcionamientos

| N # | Concepto | V. U | V. T |
|-----|------------------------------------|---------|-----------------|
| 1 | Permiso de Funcionamiento | \$25,00 | \$25,00 |
| 1 | Patente municipal | 26,00 | 26,00 |
| 1 | Afiliación a la cámara de comercio | 27,00 | 27,00 |
| 1 | Registra sanitario | 28,00 | 28,00 |
| 1 | Cuerpo de bomberos | 29,00 | 29,00 |
| 1 | Registro de marca | 50,00 | 50,00 |
| - | Total de impuesto | | \$185,00 |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Análisis.

Al poner en marcha una microempresa se necesitan los correspondientes permisos, patente, registros y autorizaciones de las distintas entidades legales.

Tabla 31. Terreno

| N # | Concepto | V. U | V. T |
|-----|--------------------------|-------------|--------------------|
| 1 | Terreno | \$15.000,00 | \$15.000,00 |
| 1 | Construcción | 80.000,00 | 80.000,00 |
| - | Total de edificio | | \$95.000,00 |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autor

Análisis.

La localización de la microempresa será en un punto estratégico, por lo cual se considera que es necesario que la microempresa tenga su propio edificio por ello se tomó en cuenta la cantidad de \$35.000,00 dólares para este rubro.

Tabla 32. Gastos de adecuación

| N # | Concepto | V. U | V. T |
|-----------------------------------|----------------------------|-------------|-------------------|
| 1 | Insumo de Producción | \$3.403,00 | \$3.403,00 |
| 2 | Pintura de paredes | 420,00 | 840,00 |
| 1 | Mano de obra | 350,00 | 350,00 |
| 1 | Conexiones de electricidad | 400,00 | 400,00 |
| Total gastos de adecuación | | | \$4.993,00 |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Análisis.

La adecuación de la microempresa es un rubro de \$4.993,00 dólares los cuales son necesarios para la creación del producto en un lugar de trabajo confortable y adecuado para el buen funcionamiento de la microempresa.

Tabla 33. Depreciación del método de línea recta

| Descripción | Total \$ | Vida Útil Año \$ | Valor de salvamien to 20% | Tasa de depreciación % | Depreciación mensual | depreciación Año 1 | Depreciación Año 2 | Depreciación Año 3 | Depreciación Año 4 | Depreciación Año 5 |
|--------------------|------------------|------------------|---------------------------|------------------------|----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Muebles y enseres | 2.240,00 | 5 | 448,00 | 10% | 29,87 | 358,40 | 358,40 | 358,40 | 358,40 | 358,40 |
| Equipos de oficina | 2.220,00 | 5 | 444,00 | 10% | 29,60 | 355,20 | 355,20 | 355,20 | 355,20 | 355,20 |
| Vehículos | 50.000,00 | 5 | 10.000,00 | 20% | 666,67 | 8.000,00 | 8.000,00 | 8.000,00 | 8.000,00 | 8.000,00 |
| Equipos de computo | 2.400,00 | 3 | 480,00 | 33% | 53,33 | 640,00 | 640,00 | 640,00 | | |
| Máquinas y equipos | 22.380,00 | 5 | 4.476,00 | 10% | 298,40 | 3.580,80 | 3.580,80 | 3.580,80 | 3.580,80 | 3.580,80 |
| Total | 79.240,00 | | 15.848,00 | | 1.077,87 | 12.934,40 | 12.934,40 | 12.934,40 | 12.294,40 | 12.294,40 |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Análisis.

La depreciación de los muebles y enseres, equipos de oficina, vehículo, equipos de cómputo, máquinas y equipos varía de acuerdo al activo, pero en total es \$1.077,87 dólares mensualmente y \$12.934,40 dólar se depreciaría anualmente durante los tres primeros años y en los dos últimos años se desprecia \$12.294,40 dólares anual.

Tabla 34. Gastos generales

| Gastos generales | Mensual | Periodo 1 | Periodo 2 | Periodo 3 | Periodo 4 | Periodo 5 |
|---------------------------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Agua | 20,00 | 240,00 | 252,00 | 264,60 | 277,83 | 291,72 |
| Energía eléctrica | 650,00 | 7.800,00 | 8.190,00 | 8.599,50 | 9.029,48 | 9.480,95 |
| Teléfono e internet | 100,00 | 1.200,00 | 1.260,00 | 1.323,00 | 1.389,15 | 1.458,61 |
| Útiles de oficina | 70,00 | 840,00 | 882,00 | 926,10 | 972,41 | 1.021,03 |
| Materiales de limpieza | 10,00 | 120,00 | 126,00 | 132,30 | 138,92 | 145,86 |
| Depreciación muebles y enseres | 29,87 | 358,40 | 358,40 | 358,40 | 358,40 | 358,40 |
| Depreciación de equipo de computación | 53,33 | 640,00 | 640,00 | 640,00 | - | - |
| Depreciación de vehículos | 666,67 | 8.000,00 | 8.000,00 | 8.000,00 | 8.000,00 | 8.000,00 |
| Depreciación de equipo de oficina | 29,60 | 355,20 | 355,20 | 355,20 | 355,20 | 355,20 |
| Depreciación de maquinarias y equipos | 298,40 | 3.580,80 | 3.580,80 | 3.580,80 | 3.580,80 | 3.580,80 |
| Total de gastos generales | 1.927,87 | 23.134,40 | 23.644,40 | 24.179,90 | 24.102,19 | 24.692,57 |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Análisis.

Los gastos generales comprenden gastos que no son relacionados directamente con el producto, son activos y materiales indispensables para el buen funcionamiento de cualquier microempresa, esta tabla también incluye las depreciaciones totales anualmente, estos son proyectados con una tasa de crecimiento del 5% por cada año por el lapso de 5 años.

Tabla 35. Gastos de venta

| Gastos de ventas | Mensual | Periodo 1 | Periodo 2 | Periodo 3 | Periodo 4 | Periodo 5 |
|-------------------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Transporte | 500,00 | 6.000,00 | 6.300,00 | 6.615,00 | 6.945,75 | 7.293,04 |
| Servicio prestado | | | | | | |
| Contador | 300,00 | 3.600,00 | 3.780,00 | 3.969,00 | 4.167,45 | 4.375,82 |
| Publicidad | 200,00 | 2.400,00 | 2.520,00 | 2.646,00 | 2.778,30 | 2.917,22 |
| Total gastos de ventas | 1.000,00 | 12.000,00 | 12.600,00 | 13.230,00 | 13.891,50 | 14.586,08 |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Análisis.

Los gastos de venta como son transporte en el cual se cuenta la gasolina utilizada; contador la persona responsable directamente de las finanzas de la microempresa; y, los gastos generados por las propagandas en la televisión, radio y pancartas enunciativas, son proyectados con una tasa de crecimiento del 5% anual.

Tabla 36. Gastos administrativos

| Gastos | Administrativa | Mensual | Periodo 1 | Periodo 2 | Periodo 3 | Periodo 4 | Periodo 5 |
|------------------------|-----------------------|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Gerente de | | | | | | | |
| producción del | | 850,00 | 10.200,00 | 10.710,00 | 11.245,50 | 11.807,78 | 12.398,16 |
| 1 café | | | | | | | |
| Jefe de control | | | | | | | |
| de la | | 750,00 | 9.000,00 | 9.450,00 | 9.922,50 | 10.418,63 | 10.939,56 |
| 1 producción | | | | | | | |
| 1 Secretaría | | 400,00 | 4.800,00 | 5.040,00 | 5.292,00 | 5.556,60 | 5.834,43 |
| Operadores de | | | | | | | |
| 2 Máquina | | 900,00 | 10.800,00 | 11.340,00 | 11.907,00 | 12.502,35 | 13.127,47 |
| 2 Operarios | | 800,00 | 9.600,00 | 10.080,00 | 10.584,00 | 11.113,20 | 11.668,86 |
| 1 Chofer | | 500,00 | 6.000,00 | 6.300,00 | 6.615,00 | 6.945,75 | 7.293,04 |
| Auxiliar de | | | | | | | |
| servicios | | 390,00 | 4.680,00 | 4.914,00 | 5.159,70 | 5.417,69 | 5.688,57 |
| 1 generales | | | | | | | |
| Bodeguero de | | | | | | | |
| 1 Producto | | 370,00 | 4.440,00 | 4.662,00 | 4.895,10 | 5.139,86 | 5.396,85 |
| 1 Guardia | | 400,00 | 4.800,00 | 5.040,00 | 5.292,00 | 5.556,60 | 5.834,43 |
| 1 | | | | | | | |
| 1 Aporte al IESS | | 597,64 | 7.171,68 | 7.530,26 | 7.906,78 | 8.302,12 | 8.717,22 |
| Décimo Cuarto | | | 3.894,00 | 4.088,70 | 4.293,14 | 4.507,79 | 4.733,18 |
| Décimo | | | | | | | |
| Tercero | | | 5.360,00 | 5.628,00 | 5.909,40 | 6.204,87 | 6.515,11 |
| Total de gastos | | | | | | | |
| administrativos | | 5.957,64 | 80.745,68 | 84.782,96 | 89.022,11 | 93.473,22 | 98.146,88 |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Análisis.

Los gastos administrativos como su nombre lo indica son gastos realizados para y por el área administrativa, y cubre las necesidades inmediatas de la compañía, estos son proyectados con una tasa de crecimiento del 5 por ciento por año durante 5 años.

Tabla 37. Costos de Ventas

| Costo de ventas | Cant. | Unid. Med. | Valor unit. | Periodo 1 | Periodo 2 | Periodo 3 | Periodo 4 | Periodo 5 |
|-------------------------------|-------|---------------------|-------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Sobre de café bajo en cafeína | 14799 | Caja de 12 unidades | 1,50 | 266.382,00 | 279.701,10 | 293.686,16 | 308.370,46 | 323.788,99 |
| Imprevisto 2% | | | | 5.327,64 | 5.594,02 | 5.873,72 | 6.167,41 | 6.475,78 |
| Total | | | | 271.709,64 | 285.295,12 | 299.559,88 | 314.537,87 | 330.264,77 |

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Autora

Análisis.

Los costos de venta son proyectados con una tasa de crecimiento del 5% anual.

Tabla 38. Ingreso de ventas

| Concepto | Cant. | Unid. Med. | Pvp | Periodo 1 | Periodo 2 | Periodo 3 | Periodo 4 | Periodo 5 |
|-------------------------------|-------|---------------------|------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| sobre de café bajo en cafeína | 14799 | Caja de 12 unidades | 3,00 | 532.764,00 | 559.402,20 | 587.372,31 | 616.740,93 | 647.577,97 |
| Total, de ingresos | | | | 532.764,00 | 559.402,20 | 587.372,31 | 616.740,93 | 647.577,97 |

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Autora

Análisis.

Los ingresos de venta son proyectados con una tasa de crecimiento del 5% anual.

Tabla 39. Capital de Trabajo.

| Concepto | Periodo 1 |
|----------|-----------|
|----------|-----------|

| | |
|---------------------------|---------------------|
| Costo de venta | \$ 271.709,64 |
| Gastos administrativos | \$ 80.745,68 |
| Cao | \$ 352.455,32 |
| Ciclo efectivo en días | 30 días |
| Capital de trabajo | \$ 29.371,28 |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Análisis.

El Capital de Trabajo será la inversión de dinero que tendrá que realizar la microempresa para llevar a efecto un ciclo productivo, en el presente estudio se determinó la gestión para los tres primeros meses. Es decir, contar con los recursos necesarios para cumplir con las obligaciones asumidas a corto plazo y poder llevar a efectos de manera eficiente y eficaz la producción y comercialización del producto. La microempresa “Moccafé” determinó el capital de trabajo en \$ 29.371,28.

Tabla 40. Costo del proyecto.

| Concepto | Costos |
|------------------------------|-------------------|
| Equipos de computo | 2.400,00 |
| Muebles y enseres | 2.240,00 |
| Maquinarias y equipos | 22.380,00 |
| Vehículos | 50.000,00 |
| Impuestos | 185,00 |
| Terreno | 95.000,00 |
| Gastos de adecuación | 4.993,00 |
| Equipos de oficina | 2.220,00 |
| Capital de trabajo | 29.371,28 |
| Total de la inversión | 208.789,28 |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Análisis.

Para la inversión de este proyecto se hace necesario un desembolso de USD \$208.789,28 que cubre los rubros sobre los gastos indirectos de la microempresa dedicada a la producción y comercialización de café en sobres de infusión bajo en cafeína “Moccaffé”.

Tabla 41. Financiamiento del Proyecto.

| Fuente | Valor | |
|-------------------|-------------------|-------------|
| | Absoluto(\$) | Relativo% |
| Aporte Personales | 52.197,32 | 25,00% |
| Crédito Bancario | 156.591,96 | 75,00% |
| Total | 208.789,28 | 100% |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Análisis.

El financiamiento para la creación de la microempresa dedicada a la producción y comercialización de café en sobres de infusión bajo en cafeína “Moccaffé”, se lo realiza mediante un préstamo a la entidad financiera Corporación Financiera Nacional.

Tabla 42. Tasa de interés.

| | |
|------------------------------------|------|
| Tasa Anual de Interés del Préstamo | 9,5% |
|------------------------------------|------|

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Análisis.

La tasa de interés del préstamo realizado a la Corporación Financiera Nacional es del 9,5% anual por un periodo de 5 años, y la forma de pago se realizará mensualmente.

a) Construir la tabla amortización

DATOS

R=?

A= \$ 156.591,96

%= 9,50 %

j= 0, 095

i= 0, 0079

t= 5años

n= 60

m= 12

$$R = \frac{A * i}{1 - (1 + i)^{-n}}$$

$$R = \frac{156.591,96 * 0,0079}{1 - (1 + 0,0079)^{-60}}$$

$$R = \frac{1.237,08}{0,376332249}$$

$$R = \$ 3.287,20 \text{ p/vr}$$

El préstamo fue financiado a 5 años plazo lo cual da una cantidad de 60 cuotas a pagar al 9.50% de interés, para lo cual se aportará una cuota de pago mensual de 3.287,20 dólares americanos.

Tabla 43. Tabla de amortización

| Periodo | Interés | Pago de cuota anual | Pago a principal | Saldo de la deuda |
|----------|-----------|---------------------|------------------|-------------------|
| 0 | | | | 156.591,96 |
| 1 | 14.876,24 | 40.782,26 | 25.906,02 | 130.685,94 |
| 2 | 12.415,16 | 40.782,26 | 28.367,10 | 102.318,84 |
| 3 | 9.720,29 | 40.782,26 | 31.061,97 | 71.256,87 |
| 4 | 6.769,40 | 40.782,26 | 34.012,86 | 37.244,01 |
| 5 | 3.538,18 | 40.782,26 | 37.244,08 | -0,07 |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Análisis.

La tabla No.39 hace referencia a la amortización del préstamo obtenido a la Corporación Financiera Nacional bajo una tasa de interés de 9.50% durante 5 años.

Tabla 44. Estado de resultado

| Detalle | Periodo 1 | Periodo 2 | Periodo 3 | Periodo 4 | Periodo 5 |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Ventas | 532.764,00 | 559.402,20 | 587.372,31 | 616.740,93 | 647.577,97 |
| (-)costo de producción | 271.709,64 | 285.295,12 | 299.559,88 | 314.537,87 | 330.264,77 |
| Utilidad bruta | 261.054,36 | 274.107,08 | 287.812,43 | 302.203,06 | 317.313,20 |
| (-)gastos administrativos | 80.745,68 | 84.782,96 | 89.022,11 | 93.473,22 | 98.146,88 |
| (-)gastos generales | 23.134,40 | 23.644,40 | 24.179,90 | 24.102,19 | 24.692,57 |
| (-)gastos de ventas | 12.000,00 | 12.600,00 | 13.230,00 | 13.891,50 | 14.586,08 |
| Utilidad operacional | 145.174,28 | 153.079,72 | 161.380,42 | 170.736,15 | 179.887,67 |
| (-)gastos financieros | 14.876,24 | 12.415,16 | 9.720,29 | 6.769,40 | 3.538,18 |
| Utilidad antes de part. de trab. | 130.298,04 | 140.664,56 | 151.660,13 | 163.966,75 | 176.349,49 |
| Participación de empleados 15% | 19.544,71 | 21.099,68 | 22.749,02 | 24.595,01 | 26.452,42 |
| Utilidad antes de imp. | 110.753,33 | 119.564,88 | 128.911,11 | 139.371,74 | 149.897,07 |
| Impuesto 25% | 27.688,33 | 29.891,22 | 32.227,78 | 34.842,94 | 37.474,27 |
| Utilidad neta | 83.065,00 | 89.673,66 | 96.683,33 | 104.528,81 | 112.422,80 |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Análisis.

En el presente estado de resultados se puede apreciar la utilidad del ejercicio fiscal actual y la utilidad proyectada a 5 años.

Tabla 45. Flujo de caja proyectado.

| | Periodo 0 | Periodo 1 | Periodo 2 | Periodo 3 | Periodo 4 | Periodo 5 |
|--------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Ingresos operativos | | | | | | |
| Ventas | | 532.764,00 | 559.402,20 | 587.372,31 | 616.740,93 | 647.577,97 |
| Total ingresos operativos | | 532.764,00 | 559.402,20 | 587.372,31 | 616.740,93 | 647.577,97 |
| Egresos operativos | | | | | | |
| Inversión inicial | 208.789,28 | | | | | |
| Gasto de administrativos | | 80.745,68 | 84.782,96 | 89.022,11 | 93.473,22 | 98.146,88 |
| Gasto de ventas | | 12.000,00 | 12.600,00 | 13.230,00 | 13.891,50 | 14.586,08 |
| Gastos generales | | 10.200,00 | 10.710,00 | 11.245,50 | 11.807,78 | 12.398,16 |
| Costos de ventas | | 271.709,64 | 285.295,12 | 299.559,88 | 314.537,87 | 330.264,77 |
| Pago particip. Empleados 15% | | 19.544,71 | 21.099,68 | 22.749,02 | 24.595,01 | 26.452,42 |
| Pago del impuesto a la renta 25% | | 27.688,33 | 29.891,22 | 32.227,78 | 34.842,94 | 37.474,27 |
| Total de egresos operativos | 208.789,28 | 421.888,36 | 444.378,98 | 468.034,29 | 493.148,32 | 519.322,58 |
| Flujo operativo | -208.789,28 | 110.875,64 | 115.023,22 | 119.338,02 | 123.592,61 | 128.255,39 |
| <u>Ingresos no operativos</u> | | | | | | |
| Préstamo bancario | 156.591,96 | | | | | |
| Total ing. No operativos | 156.591,96 | | | | | |
| <u>Egresos no operativos</u> | | | | | | |
| <u>Inversiones</u> | | | | | | |
| Pago de capital | | 40.782,26 | 40.782,26 | 40.782,26 | 40.782,26 | 40.782,26 |
| Pago de intereses | | 14.876,24 | 12.415,16 | 9.720,29 | 6.769,40 | 3.538,18 |
| Total egresos no operativos | - | 55.658,50 | 53.197,42 | 50.502,55 | 47.551,66 | 44.320,44 |
| Flujo neto no operativo | | | | | | |
| Flujo neto | 156.591,96 | -55.658,50 | -53.197,42 | -50.502,55 | -47.551,66 | -44.320,44 |
| Saldo inicial | | | | | | |
| Flujo acumulado | -52.197,32 | 55.217,14 | 61.825,80 | 68.835,47 | 76.040,95 | 83.934,95 |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

Análisis.

El movimiento de efectivo que tendrá el proyecto está previsto en el cuadro que se detalla a continuación, para lo cual se tomaron las siguientes consideraciones. El pago del impuesto a la renta, como se dispone en la ley. El pago del 15% de participación laboral. En el flujo de caja se detallan los ingresos y los egresos que tendrá el proyecto durante la vida útil del mismo más la inversión inicial que se vaya a realizar.

Con el flujo de caja se demuestra el grado de liquidez que tendrá el centro de capacitación, lo cual representa la viabilidad y seguridad de la inversión en este tipo negocio.

4.1.4 Evaluación financiera.

Métodos para determinar la Rentabilidad:

- VAN (Valor Actual Neto)
- TIR (Tasa Interna De Retorno)
- RBC (Relación de Beneficio Costo)

4.1.4.1 Valor actual neto.

El VAN es la Tasa interna de descuento que le da la Corporación Financiera Nacional para invertir y si el VAN es positivo la inversión es rentable.

Valor: 4208.789,28

Interés: 9,50%

$$\text{VAN} = -I + \frac{\text{FNE}_1}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE}_2}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE}_3}{(1+i)^3}$$

$$\text{VAN} = -208.789,28 + \frac{55.217,14}{(1+0,095)^1} + \frac{61.825,80}{(1+0,095)^2} + \frac{68.835,47}{(1+0,095)^3} + \frac{76.040,95}{(1+0,095)^4} + \frac{83.934,95+15.848,00}{(1+0,095)^5}$$

$$\text{VAN} = -208.789,28 + 50.426,61 + 51.563,40 + 52.428,80 + 52.892,13 + 63.384,89$$

$$\text{VAN} = -208.789,28 + 270.695,83$$

$$\text{VAN} = \mathbf{61.906,55}$$

Valor: 4208.789,28

Interés: 19,36%

$$\text{VAN} = -I + \frac{\text{FNE1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE1}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE1}}{(1+i)^3}$$

$$\text{VAN} = -208.789,28 + \frac{55.217,14}{(1+0,1936)^1} + \frac{61.825,80}{(1+0,1936)^2} + \frac{68.835,47}{(1+0,1936)^3} + \frac{76.040,95}{(1+0,1936)^4} + \frac{83.934,95+15.848,00}{(1+0,1936)^5}$$

$$\text{VAN} = -208.789,28 + 46.261,00 + 43.396,24 + 40.479,57 + 37.463,84 + 41.187,20$$

$$\text{VAN} = -208.789,28 + 208.787,85$$

$$\text{VAN} = -1,43$$

Valor: 4208.789,28

Interés: 19,357%

$$\text{VAN} = -I + \frac{\text{FNE1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE1}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE1}}{(1+i)^3}$$

$$\text{VAN} = -208.789,28 + \frac{55.217,14}{(1+0,19357)^1} + \frac{61.825,80}{(1+0,19357)^2} + \frac{68.835,47}{(1+0,19357)^3} + \frac{76.040,95}{(1+0,19357)^4} + \frac{83.934,95+15.848,00}{(1+0,19357)^5}$$

$$\text{VAN} = -208.789,28 + 46.262,17 + 43.398,42 + 40.482,62 + 37.467,61 + 41.192,38$$

$$\text{VAN} = -208.789,28 + 208.803,20$$

$$\text{VAN} = 13,92$$

Análisis: Si el van es positivo le conviene poner en marcha el proyecto y si es igual al TIR igualmente, pero si es negativo se tendría que realizar algunos ajustes.

4.1.4.2 Tasa interna de retorno.

El TIR es la tasa interna mía de retorno

DATOS:

$$\text{Tm} = 19,357\%$$

$$\text{TM} = 19,36\%$$

$$\text{VAN}_{\text{Tm}} = 13,92$$

$$\text{VAN}_{\text{TM}} = -1,43$$

Formula del TIR

$$\text{TIR} = T_m + (T_M - T_m) \left[\frac{V_{ANTm}}{V_{ANTm} - V_{ANTM}} \right]$$

$$\text{TIR} = 19,357 + (19,36 - 19,357) \left[\frac{13,92}{13,92 - (-1,43)} \right]$$

$$\text{TIR} = 19,357 + (0,003) \left[\frac{13,92}{15,35} \right]$$

$$\text{TIR} = 19,357 + (0,003) (0,907)$$

$$\text{TIR} = 19,357 + 0,0027$$

$$\text{TIR} = 19,36\%$$

Análisis: La tasa interna de retorno es el flujo de efectivos es positiva y mayor que la tasa que se realiza el préstamo, esto quiere decir que el proyecto si es factible.

4.1.4.3 Relación Beneficio – Costo (Dólares).

El coste-beneficio es una herramienta financiera que nos ayuda a medir los costos con los beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad.

Tabla 46. Relación Beneficio - Costo

| Años | Ingresos | Egresos |
|--------------|---------------------|---------------------|
| 0 | | |
| 1 | 532.764,00 | 421.888,36 |
| 2 | 559.402,20 | 444.378,98 |
| 3 | 587.372,31 | 468.034,29 |
| 4 | 616.740,93 | 493.148,32 |
| 5 | 647.577,97 | 519.322,58 |
| TOTAL | 2.943.857,41 | 2.346.772,53 |

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Autora

$$B/C = \frac{\text{INGRESOS}}{\text{EGRESOS}}$$

$$B/C = \frac{2.943.857,41}{2.346.772,53}$$

$$B/C = 1,25$$

la evaluación financiera de la inversión que arroja un Van Mayor a cero, una Tasa Interna de Retorno Positiva y una Relación Beneficio Costo que demuestra que por cada dólar invertido se va a obtener una ganancia de \$0,25ctvs. Estos indicadores financieros permiten a los inversionistas tomar la decisión de invertir en el proyecto.

4.2 Discusión.

El presente estudio de factibilidad permitió establecer que la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de café en sobres de difusión bajo en cafeína “Moccaffé”, en la ciudad de Quevedo es rentable y beneficioso para la colectividad Quevedeña. Se demostró que el producto tiene gran demanda y por ende tendría una buena aceptación en el mercado local.

Con la encuesta realizada a una muestra de 266 personas se logró establecer que la demanda insatisfecha actual es de -116.180 sobre el producto, criterio que está en concordancia con lo expuesto, por Cabrera Álvarez Pablo Fernando y Marín Sarmiento Ángel Wilmer en su tesis de Pregrado , en el que indica que con una muestra de 152 personas se logró establecer que la demanda insatisfecha actual es de -39.515 sobre el producto; En comparación con las muestras brinda una coincidencia en proporción a la muestra.

El estudio técnico que se realizó en el presente trabajo investigativo se analizó y determino que la planta de producción del producto será un galpón en la parte de con diversiones de bloques enlucidos de 170mt (13 mt. De ancho x 13 mt. De largo); y en 30mt se establece una pequeña oficina en la cual están los departamentos de Gerencias y Finanzas y el departamento de Atención al Cliente, Este criterio no coincide con la tesis de los señores Cabrera Álvarez Pablo Fernando y Marín Sarmiento Ángel Wilmer, en la cual indican que la microempresa funciona en la casa de uno de los socios porque el trabajo se realiza en una menor proporción ya que la población a la que se va a distribuir es menor que la población de Quevedo.

El análisis económico-financiero de la presente investigación se lo realizo aplicando indicadores como son el VAN que dio una cantidad de \$61.906,55; y la TIR un porcentaje de 19,36% los cuales arrojaron datos positivos a nuestra investigación por lo que da una relación costo beneficio de $B/C = 1,25$, lo que da seguridad de invertir en el presente proyecto, en contraposición con el criterio de los autores de la tesis, en el año 2013, señores Cabrera Álvarez Pablo Fernando y Marín Sarmiento Ángel Wilmer, ellos indican que su VAN es de \$26.416,21 y la TIR es de 31,27%.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones.

El estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de café en sobres de infusión bajo en cafeína “Moccafé”, Cantón Quevedo año 2015 nos demostró que el proyecto si se puede realizar con éxito.

- ✓ En el estudio de mercado se investigó la oferta, la demanda y precios del café en sobres de infusión bajo en cafeína “Moccafé” en Quevedo. La proyección de la demanda fue realizada en base a la tasa de crecimiento poblacional, que según datos del INEC es del 2,24% anual, lo que significaría que el porcentaje se va a incrementar la demanda en el mercado. Dado que la demanda será mayor que la oferta se puede concluir que el proyecto va hacer conveniente en los siguientes años analizados desde el punto de vista del mercado.
- ✓ El estudio técnico permitió determinar la localización y dimensión de la microempresa, el cual debe ser un lugar de libre acceso, que cuente con servicios básicos y la disponibilidad en el sector de mano de obra, así como también los equipos, materiales y materia prima empleada en los procesos productivos. La planta de producción será una galera de block de 170 mt² (13 mt. de ancho X 13 mt. de largo). La colocación de la maquinaria se instalará en forma de U puesto que el proceso tiene una sucesión ordenada de operaciones, por lo que se determina que es una distribución en U. Las oficinas estarán diseñadas de material prefabricado.
- ✓ El análisis del estudio económico financiero permitió reconocer que el presente proyecto de investigación es viable ya que se debe alcanzar un nivel de ventas de 237.880,82 dólares como mínimo para no ganar ni perder y alcanzar un punto de equilibrio. El proyecto alcanza un valor actual neto de \$61.906,55; lo cual nos indica que el proyecto es favorablemente viable; y la tasa interna de retorno es de 19,36% mayor que la tasa que se realizó el préstamo, los cuales arrojaron datos positivos en esta investigación por lo que da una relación beneficio – costo de B/C= 1,25, esto quiere decir que por cada dólar invertido se obtendrá una ganancia de 0,25 centavos de dólar.

5.2 Recomendaciones.

Las siguientes recomendaciones se realizan en base a los datos arrojados por la tabulación de la encuesta realizada a una muestra de 381 de la población de Quevedo que es 196.769 habitantes según el INEC en el año 2015.

- ✓ En base al estudio de mercado se recomienda a la microempresa “Moccaf e” realizar una publicidad amplia para que las personas comiencen a interesarse en este nuevo producto. Realizar muestrarios de caf e en sobres de infusi3n haciendo notar los beneficios de ser bajo en cafeína y lo accesible que es para la poblaci3n.
- ✓ En base al estudio técnico se recomienda que el proyecto se lleva a cabo utilizando el 10% de la capacidad instalada de la planta, para que mientras no tengan una cartera de clientes no exista desperdicios de producto o materia prima. La planta debe ubicarse en una zona industrial sin olvidad en que la ciudadanía Quevedeña pueda tener acceso fácil.
- ✓ Se recomienda la realizaci3n del presente estudio investigativo porque es viable, sostenible, rentable y favorable tanto para el inversionista como para la colectividad de la ciudad de Quevedo y sus alrededores.

CAPÍTULO VI
BIBLIOGRAFÍA

6.1 Bibliografía.

- Arboleda, G. (2013). Proyecto, Formulación, Evaluación y Control. Bogotá: Cargraphics.
- Baca Urbina, G. (2010). Evaluación de Proyectos (Quinta Edición ed. ed.). México: McGraw Hill.
- Berghe, E. (2012). Gestión y Gerencia Empresariales aplicadas al siglo XXI. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Codoba, M. (2013). Formulación y Evaluación de Proyectos. Bogotá: Eco Ediciones.
- Fleitman, J. (2012). Negocios exitosos. Mc Graw Hill Interamericana Editores.
- Flórez Uribe, J. A. (2010). Proyecto de Inversión para las PYME. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Gary, F. (2012). Guía para elaborar planes de negocios. Quito: Editoria.
- Graham, F. (2010). Plan de Negocios. Buenos Aires: The Economist.
- Magill, M. (2011). Microempresas y Microfinanzas en Ecuador. Quito.
- Meza, J. (2010). Evaluación financiera de proyectos. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Miranda, J. (2012). Gestión de proyecto. Bogotá: MMeditores.
- Padilla, M. C. (2011). Formulación y Evaluación de proyectos. En M. C. Padilla, Formulación y Evaluación de proyectos (pág. 360). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Prieto, J. (2012). Proyectos Enfoque Gerencial. Bogotá: Ecoe ediciones .
- Ricardo, R. (2012). Marketing. Editora Palmir E.I.R.L. .
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2013). Economía. Decimoséptima Edición Mc Graw Hill.
- Sapag Chain, N. (2011). Proyecto de inversión; formulación y evaluación. Santiago de Chile: Pearson Educación.
- Urbina, G. B. (2010). Evaluación de Proyectos. México: Mc Graw Hill.
- Valencia, L. (2010). Como aplicar planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa. México: Thomson Editoriales.
- Velez, G. A. (2010). Proyectos, Formulación, Evaluación y Control. En G. A. Velez, Proyectos, Formulación, Evaluación y Control (pág. 589). Colombia: AC Editores.
- Zuani, E. R. (2013). Introducción a la Administración de Organizaciones. Maktub.

6.2 Linkografía.

Corecaf. (14 de Marzo de 2012). Región Litoral Sierra Norte. Recuperado el 19 de Febrero de 2016, de Empresa de la Corporación Ecuatoriana de Cafetaleros y Cafetaleras .

Enciclopedia Virtual. (04 de 11 de 2015). Obtenido de Enciclopedia Virtual:
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/429/Definiciones%20de%20cadena%20productiva.htm>

Macek, M. (2016). El Café. Obtenido de <http://www.zonadiet.com/bebidas/cafe.htm>

Pérez , J., & Merino, M. (2012). Definición de café. Obtenido de <http://definicion.de/cafe/>
Producción de una Empresa. (04 de 11 de 2015). Obtenido de Producción de una Empresa:
<http://definicion.mx/produccion/>

Servicio de Rentas Internas. (01 de Noviembre de 2015). Obtenido de Servicio de Rentas Internas: <http://www.sri.gob.ec/de/32>

Thompson, I. (01 de Noviembre de 2015). La Pequeña Empresa. Obtenido de La Pequeña Empresa: <http://www.promonegocios.net/empresa/pequena-empresa.html>

Wikipedia. (2016). Cafeína. Obtenido de La cafeína:
<https://es.wikipedia.org/wiki/Cafe%C3%ADna>

CAPÍTULO VII
ANEXOS

7.1 ANEXO 1.

Cuadro N.- 1. Operacionalización de las Variables

| VARIABLE | SUBVARIABLE | DEFINICIÓN | DIMENSIÓN | SUBDIMENSIÓN | ESCALA |
|-----------------------|-------------------------|--|----------------------------|-------------------------------------|--|
| Independiente: | Estudio de factibilidad | Es la forma de recopilación de datos para la administración, para que pueda tomar una decisión sobre si se debe continuar con el proyecto o se deja sin efecto (Kendall, 2015). | Estudio de mercado | Datos del Mercado | |
| | | | Estudio técnico | Análisis Técnico | |
| | | | Estudio económico | Análisis económico | |
| | | | Financiero | Financiero | |
| Dependiente: | Empresa | Una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos (Copyright, 2008-2015). Creación y el procesamiento de bienes y mercancías (Copyright, 2008-2015). Poner a la venta un producto o darle las condiciones y vías de distribución para su venta (Copyright, 2008-2015). | Tipos de Empresa | Pymes. | Pequeña Mediana Grande |
| | Producción | | Cadena de producción | Niveles de canales de Producción. | Canales directos Canales indirectos |
| | Comercialización | | Cadena de comercialización | Factores de canales de distribución | Mercado. Productos. Intermediarios. Compañía. |
| | | | | | |

7.2 Cuestionario.



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
CARRERA INGENIERIA EN GESTION EMPRESARIAL

Encuestas dirigidas a la ciudadanía del Cantón Quevedo en relación al conocimiento de los procedimientos de consumo de café, cuyos resultados servirán para aportar con el desarrollo del proyecto de investigación.

Marque con una x su rango de edad.

18 – 25 años ___ 26 – 30 ___ 31 – 35 ___
36 – 40 ___ 41 – 50 ___

1. ¿Consume usted café?

SI ___ NO ___

2. ¿Con que frecuencia consume usted café?

Una vez por semana

Dos veces por semana

Tres veces por semana

Cuatro o más por semana

3. Basándose en la anterior descripción, ¿cuál es su grado de interés en comprar esta nueva presentación del café bajo en cafeína en sobres de infusión a un precio conveniente para usted?

Seguro que lo compraría

Probablemente lo compraría

Puede que lo comprase o puede que no

Probablemente no lo compraría

Seguro que no lo compraría

4. ¿En qué hora del día consume café?

En la mañana

En la tarde

En la noche

5. ¿Qué tipo de café prefiere usted consumir?

Café tradicional

Café bajo en cafeína

6. ¿Si prefieres algún otro tipo de café, cuál sería?

De pasar

Instantáneo

7. ¿Qué marcas de café acostumbra a comprar usted?

Americano _____ Buendía _____ Don Café _____
Si Café _____ Press2 _____ Otros _____

8. ¿Le gustaría comprar café elaborado, envasado y comercializado por una microempresa de Quevedo, diferente a las demás?

Sí _____ No _____

9. ¿En qué presentación le gustaría comprar café?

En frasco de vidrio _____ En Sobre _____

10. ¿En qué lugar acostumbra a tomar su café?

En su hogar _____ En su Oficina _____

En Restaurantes _____

11. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el producto?

Por unidades.

\$0.30

\$0.35

\$0.40

12. Por cajas de 12 unidades.

- \$3.00
- \$3.50
- \$4.00

13. Si el precio medio por unidad de los sobres de café fuera de \$0.30 centavos de dólar ¿hubiera esperado pagar más dinero o menos dinero por el producto anteriormente descrito?

- Mucho más
- Un poco más
- Ni más ni menos
- Algo menos
- Mucho menos

**¡MUCHAS GRACIAS POR SU PARTICIPACION EN ESTE ESTUDIO!
APRECIAMOS MUCHO SU TIEMPO Y SUS OPINIONES.**