



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

Tesis de grado, previa la obtención
del Título de Ingeniera en
Administración Financiera

TEMA DE TESIS

“Estudio de factibilidad económico, financiero de un proyecto de inversión
para instalar una microempresa procesadora de ají en el cantón Quevedo
provincia de Los Ríos, año 2013 “

AUTOR:

Digna Isabel García Jiménez

DIRECTOR DE TESIS:

Eco. Nivaldo Vera Valdiviezo

QUEVEDO –LOS RÍOS- ECUADOR

2013



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

TEMA

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICO, FINANCIERO DE UN
PROYECTO DE INVERSIÓN PARA INSTALAR UNA MICROEMPRESA
PROCESADORA DE AJÍ EN EL CANTÓN QUEVEDO PROVINCIA DE LOS
RIOS, AÑO 2013 “**

Presentado al Consejo Directivo como requisito previo a la obtención del
título de **Ingeniería en Administración Financiera**.

Aprobado:

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR

2013

CERTIFICACIÓN

El suscrito, Eco. **NIVALDO VERA VALDIVIEZO**, Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la egresada **DIGNA ISABEL GARCIA JIMENEZ**, realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniero en Administración Financiera, titulada “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICO, FINANCIERO DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN PARA INSTALAR UNA MICROEMPRESA PROCESADORA DE AJÍ EN EL CANTÓN QUEVEDO PROVINCIA DE LOS RIOS, AÑO 2013 “

, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

DIRECTOR DE TESIS

DECLARACIÓN DE AUDITORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, DIGNA ISABEL GARCIA JIMENEZ, 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.

DIGNA ISABEL GARCIA JIMENEZ

DEDICATORIA

A Dios, por ser quien ha estado a mi lado en todo momento guiándome e indicándome el camino del bien, siempre dándome las fuerzas necesarias para perseverar día tras día y permitirme luchar contra todas las barreras que se me han presentado.

A mis padres, por haber estado guiándome, cuidándome, apoyándome en todo momento de mi vida con su inmenso amor y dándome sus sabios consejos tan acertados que me permitieron superar diversos obstáculos que se presentaron en mi camino y por ser mis principal inspiración para seguir adelante en cada paso de mi vida y de esta gran etapa.

A mi hermanos por empujarme a seguir continuando por sobre todas las cosas dándome su apoyo absoluto.

Con mucho amor a mí querido hijo y esposo, quien estuvo apoyándome constantemente para alcanzar esta meta fortaleciéndome en todo momento con su amor incondicional.

AGRADECIMIENTO

El autor deja constancia de su agradecimiento a las siguientes instituciones y personas:

En primer lugar a Dios, por guiarme por el camino del bien, a mis padres quienes siempre me dieron su apoyo incondicional y han incentivado a continuar con mi meta establecida.

Mi agradecimiento a los Directivos de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, por su colaboración, conocimiento, y apoyo brindado en la elaboración de la tesis y a los catedráticos de la escuela de Economía y Finanzas que durante mis 5 años de estudios del tercer nivel fueron quienes en forma desinteresada pusieron de manifiesto sus conocimientos para lograr mi formación académica integral.

Y a todas y cada una de las personas que de una u otra manera han colaborado en la culminación exitosa de la investigación desarrollada.

PROLOGO

El siguiente informe en la elaboración de un estudio de factibilidad para implementar una microempresa para elaborar salsa de ajíes, se realizó una investigación de mercado con el fin de recolectar opiniones, gustos y otros datos específicos mediante encuestas que permitan analizar acerca de las preferencias de compras de salsa de ajíes elaborados de una empresa de Quevedo, se analizó el creciente aumento sobre las preferencias de salsas de ajíes y se espera que este plan de negocio proporcione datos que sirvan de guía para realizar el proyecto.

Las actividades de investigación que la industria y las profesiones realizan crecen año tras año, los profesionales en la rama de administración financiera saben perfectamente cuál es el mejor futuro de las compañías y toman las investigaciones necesarias para a través de objetivos planteados sacar sus propias conclusiones

Se ha analizado el creciente aumento en la demanda de salsa de ajíes en el Cantón Quevedo, y se espera que este proyecto de investigación proporcione datos que guíen para la toma de decisiones para emprender en este negocio.

Dr. Eduardo Zambrano C.

RESUMEN EJECUTIVO

La mayoría de hogares de clase media y alta consume al menos una variedad de ajíes nativos. Sólo un 15% de los hogares entrevistados indicaron que no consumían ajíes principalmente porque no le gusta el picante o su sabor en general, o porque los consideran dañinos para la salud. La mayoría de hogares (70%) compra ajíes amarillo, rojo, y casero que son nativos de la zona Alrededor del 15% compra ajíes de variedades diferentes.

Las variedades de ají nativo que están posicionadas comercialmente en el mercado quevedeño son exclusivamente rojo, amarillo, ratón y casero. Los supermercados en Quevedo los ofrecen de manera regular. Cabe recalcar que dentro de esas cadenas, el precio de venta varía dependiendo de la localización específica del establecimiento, ya que este precio está en función del nivel adquisitivo del segmento al que pertenecen los compradores potenciales.

Las ventas de ajíes frescos y semi-procesados en los supermercados está predominantemente liderada por ají amarillo, seguido por rojo. Los volúmenes de ají de otras variedades son menores, pues este tipo de ají nativo se comercializa casi exclusivamente de forma seca.

En cuanto a los productos transformados que se comercializan en supermercados, el 98% son elaborados en base a las principales variedades

de ajíes nativos indicadas anteriormente y el 2% restante corresponde a productos elaborados con ajíes importados.

La presentación de los ajíes nativos más vendida en volumen son las salsas con 93% de participación en el mercado. Los ajíes molidos representan el 6% y encurtidos el 2%.

La marca líder en el mercado de ajíes nativos procesados es A LA CENA de Alicorp, seguido de LA ORIENTAL de Industria Nacional de Conservas Alimenticias S.A. FACUNDO).

En la actualidad las salsas de ajíes son un condimento utilizado en la mayoría de los menús

SUMMARY

The majority of homes of middle and high class consumes at least a variety of native chilis. Only 15 % of the interviewed homes indicated that they were not consuming chilis principally because he does not like the piquant one or his flavor in general, or because they consider them to be harmful for the health.

The majority of homes (70 %) buys chilis yellow, red, and domestic that are native of the zone About 15 % buys alíes of different varieties The varieties of native chili that there are positioned commercial on the market quevedeño exclusively red, yellow sound, mouse and householder.

The supermarkets in Quevedo offer them in a regular way. It is necessary to stress that inside these chains, the price of sale changes depending on the specific location of the establishment, since this price is depending onFunction of the acquisitive level of the segment to which the potential buyers belong. The sales of chilis fresh and semi-processed in the supermarkets it is predominantly led by yellow chili, followed for red. The volumes of chili of other varieties are minor, since this type of native chili is commercialized almost exclusively of dry form.

the transformed products that are commercialized in supermarkets, 98 % is elaborated on the basis of the principal varieties of native chilis indicated previously and 2 remaining % corresponds to products elaborated with imported chilis.

The presentation of the native chilis most sold in volume they are the sauces with 93 % of market share. The ground chilis represent 6 % and pickles 2 %.

The leading brand on the market of native processed chilis is TO Alicorp's DINNER, followed of THE ORIENTAL ONE of National Industry of Food Conserves S.A. ELOQUENT).

At present the sauces of chilis are a seasoning used in the majority of the menus.

DUBLINCORE (ESQUEMA DE CODIFICACION)

1	Titulo/Title	M	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD ECONÓMICO, FINANCIERO DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN PARA INSTALAR UNA MICROEMPRESA PROCESADORA DE AJÍ EN EL CANTÓN QUEVEDO PROVINCIA DE LOS RIOS, AÑO 2013 “
2	Creador/Creator	M	Digna Isabel Gracia Jiménez Universidad Técnica Estatal de Quevedo
3	Materia/Subject	M	Ciencias Empresariales; Economía Y Finanzas.
4	Descripción /Decription	M	El trabajo de investigación se realizó en la ciudad de Quevedo, y se tomó como referencia a los hogares del cantón Quevedo, que en promedio corresponde a 34.715 para el periodo 2013. El objetivo principal lo constituyo el estudio de mercado económico, financiero a fin de obtener la información requerida, el análisis que verificó la viabilidad del proyecto.
5	Editor/Publisher	M	Facultad de Ciencias Empresariales Carrera de Economía y Finanzas
6	Colaborador/Contributor	O	

7	Fecha/Date	M	
8	Tipo/Type	M	
9	Formato/Format	R	Doc. Windows XP; Microsoft Word 2012
10	Identificador/Identifier	M	http://biblioteca.uteq.educ.ec
11	Fuente/Source	O	
12	Lenguaje/Language	M	Español
13	Relación/Relation	O	Ninguno
14	Cobertura/Coverage	O	Localización :Ámbito empresarial
15	Derechos/Rights	M	Ninguno
16	Audiencias /Audience	O	Proyecto de investigación

ÍNDICE GENERAL

	PAG.
PORTADA	I
APROBACIÓN	II
CERTIFICACION	III
DECLARACION DE AUTORIA.....	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO.....	VI
PROLOGO	VII
RESUMEN EJECUTIVO	XIII
SUMARY	X
ESQUEMA DE CODIFICACION.....	XII
INDICE GENERAL.....	XIV

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1 INTRODUCCIÓN.....	2
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
1.2.1 Diagnóstico.....	4
1.2.2 Formulación del problema.....	5
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	6
1.4 OBJETIVOS.....	7
1.4.1 Objetivos generales.....	7
1.4.2 Objetivos específicos.....	7
1.5 HIPÓTESIS.....	8
1.5.1 hipótesis general.....	8
1.5.2 hipótesis específicas.....	8
1.5.3 variable dependiente.....	8
1.5.4 variable independiente.....	8

1.5.5 Operacionalización de las variables.....	9
--	---

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACION.....	13
2.1 FUNDAMENTACION TEORICA.....	14
2.1.1 Investigación De Mercado.....	14
2.1.2 Definición Del Producto.....	15
2.1.3 Análisis de la demanda.....	15
2.2 MÉTODOS DE PROYECCIÓN.....	16
2.3 RECOLECCIÓN DE FUENTES DE INFORMACIÓN DE FUENTES PRIMARIAS.....	18
2.3.1 Fuentes Secundarias.....	18
2.3.2 Muestreo.....	18
2.4 OFERTA.....	19
2.4.1 Análisis De La Oferta.....	19
2.4.2 Demanda Potencial Insatisfecha.....	20
2.4.3 Precio.....	21
2.5 COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.....	22
2.6 ESTUDIO TÉCNICO.....	22
2.6.1 Tamaño Óptimo Del Proyecto.....	23
2.6.2 Localización Optima Del Proyecto.....	24
2.6.3 Ingeniería Del Proyecto.....	25
2.6.4 Proceso De Producción.....	26
2.6.5 Distribución De La Planta.....	27
2.7 ESTUDIO ECONÓMICO.....	28
2.7.1 Objetivos Del Estudio Económico.....	29
2.7.2 Costo.....	29
2.7.3 Costo De Producción.....	30
2.7.4 Costos De Administración.....	30
2.7.5 Costos Financieros.....	31

2.7.6	Inversión Total Inicial: Fija Y Diferida.....	31
2.7.7	Cronograma De Inversiones.....	32
2.7.8	Depreciaciones Y Amortizaciones.....	33
2.7.9	Capital De Trabajo.....	33
2.7.10	Punto De Equilibrio.....	34
2.7.11	Estado De Pérdidas Y Ganancias.....	35
2.7.12	Financiamiento. Tabla De Pago De La Deuda.....	37
2.7.13	Balance General.....	37
2.8	EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	38
2.8.1	Valor Presente Neto (VPN).....	38
2.8.2	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	38

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	40
3.1 MÉTODOS.....	41
3.1.1 Inductivo.....	41
3.1.2 Descriptivo.....	41
3.1.3 Analítico.....	41
3.1.4 De Observación.....	42
3.1.5 Fuentes de referencia.....	42
3.1.5.1 Primarias:.....	42
3.1.5.1.1 Consumidores.....	42
3.1.5.2 Encuesta.....	43
3.1.5.3 Secundarias.....	43
3.1.6 Población y Muestra.....	43
3.1.6.1 Población.....	43
3.1.6.2 Muestra.....	43
3.1.6.3 Nivel de confianza.....	43
3.1.6.4 Margen de Error.....	44

3.1.6.5 Probabilidad estimada.....	44
------------------------------------	----

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	45
4.1 ESTUDIO DE MERCADO.....	46
4.1.1 Características del mercado.....	62
4.1.2 Características del producto.....	62
4.1.2.1 Información Nutricional.....	62
4.1.3 Proveedores.....	63
4.1.4 Especificaciones Técnicas.....	64
4.1.5 Atributos.....	64
4.1.5.1 Definición e Precio.....	65
4.1.5.2 Maquinaria y equipo para el proceso.....	65
4.1.5.3 Materia Prima para el proceso de elaboración.....	66
4.1.6 Mano de obra.....	66
4.1.7 Tamaño del Proyecto.....	67
4.1.8 Localización.....	67
4.1.8.1 Macro – Localización.....	67
4.1.8.2 Micro – Localización.....	69
4.1.9 Tecnología e Ingeniería.....	69
4.1.9.1 Obra civil.....	69
4.1.9.2 Descripción del Proceso de Producción.....	70
4.1.10 Plan de Marketing.....	72
4.1.10.1 Canales de Distribución.....	72
4.1.10.2 Publicidad.....	73
4.2 ESTUDIO FINANCIERO.....	74
4.2.1 Planificación de Inversión y Financiamiento.....	74
4.2.2 Activos En Circulación (Activo Corriente).....	77
4.2.2.1. Costo De Constitución.....	78
4.2.2.2 Costo De Operaciones.....	78

4.2.2.3	Costo De Producción.....	79
4.3	FINANCIAMIENTO.....	80
4.3.1	Tabla de pago del préstamo al Banco de Fomento.....	80
4.3.2	Inversión Inicial.....	81
4.3.3	PROYECCIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS.....	82
4.3.3.1	Balance General Proyectado.....	82
4.3.3.2	Estado de Resultado Proyectado.....	83
4.3.3.3	Flujo de Caja Proyectado.....	84

CAPITULO V

	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	87
5.1	CONCLUSIONES.....	88
5.2	RECOMENDACIONES.....	89

CAPITULO VI

	Bibliografía y Anexos.....	90
6.1	BIBLIOGRAFIA.....	91
6.2	ANEXOS.....	93

CAPÍTULO I

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACION

1.6 Introducción

El ají es uno de los condimentos preferidos por los hogares ecuatorianos, por su contenido nutritivo, su precio módico y su diversidad de aplicaciones en la dieta diaria de los ecuatorianos.

La planta procesadora de ají nace como una alternativa viable para satisfacer las necesidades insatisfechas en el mercado así como para mejorar la calidad de vida de los agricultores, sumado a la búsqueda de una rentabilidad, actualmente en la provincia de los Ríos existen sembríos de ajíes, lo cual es un beneficio para realizar nuestro proyecto de inversión.

Quevedo es una provincia con gran riqueza y diversidad agrícola, la misma que en su mayoría es solo comercializada como producto primario sin aprovecharla de mejor manera como en la elaboración de productos terminados, por lo que se busca incentivar el desarrollo agroindustrial, el mismo que por medio de la industrialización del producto permite añadirle un valor agregado al transformarlo de materia prima a un producto terminado.

El proyecto de inversión para instalar una microempresa procesadora de ají en el Cantón Quevedo Provincia de los Ríos, año 2013, surgió como una opción para determinar las necesidades insatisfechas, fijándose objetivos, estudios de mercados, visualizando el análisis técnico, económico y social.

Legal, cultural, ambiental, financiero y estrategias que le permitirán contar con elementos de juicios para tomar la decisión de invertir en este negocio, es la predicción de cómo será la inversión en el futuro, permitirá contar con elementos fundamentales para el aumento de la productividad, tomando en cuenta a la función social, elevando nivel de vida de los agricultores.

Es la investigación se trató diferentes aspectos de manera clara y buscando dar respuestas a los emprendedores o inversionistas para la toma de decisiones.

Se investigó sobre los beneficios que conducirá el proyecto, estableciendo al proceso, los beneficios que traerá a la población, las necesidades a satisfacer entre otras.

Se estableció el mercado del proyecto relacionado con el producto, el perfil de los consumidores, la demanda del producto, la oferta de la materia prima, el establecimiento del precio de venta del producto, la distribución la estrategia de mercado, el mercado de los insumos.

Se determinó, la localización de la unidad productiva, el diseño de la unidad productiva, la tecnología de producción apropiada para el proyecto, se trató lo relacionado con la Operacionalización de estructura legal, la estructura administrativa, se analizó el marco financiero del proyecto, el flujo de beneficios, las inversiones necesarias, la proyección de los ingresos y egresos y la forma como se financiara del mismo.

1.7 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.7.1 Diagnóstico

En el Cantón Quevedo y su entorno no existe una planta procesadora de ají que satisfaga las exigencias del consumidor en cuanto a sabor, calidad, presentación y precio. Los productos sustitutos existentes no presentan las características de frescura, calidad, sabor y presentación deseado por los consumidores, y que puedan ofrecer el producto procesado y debidamente envasado por una microempresa de Quevedo.

Para el montaje de una planta, se debe tener respuesta a preguntas críticas como: ¿Qué tipos de ají procesar, dónde y cuándo conseguirlos? ¿Una vez obtenidos mediante operaciones adecuadas, (cómo conservarlo) Y lo más importante (a quién vender).

A fin de satisfacer las exigencias que va imponiendo el mercado como ejemplo, los consumidores que por carecer de tiempo suficiente, requieren productos prácticos que pueden conservar por largo tiempo.

En la evolución de plantas procesadoras de ají en la región no se observa un desarrollo significativo de las mismas, razón suficiente para el establecimiento de la planta procesadora del producto en el Cantón Quevedo Provincia de los Ríos.

1.7.2 Formulación del problema

¿Qué viabilidad puede tener el montaje de una Microempresa Procesadora y Comercializadora de ají en el Cantón Quevedo?

¿Cuáles son los resultados esperados y la proyección de la empresa a mediano y largo plazo?

¿Qué características especiales y cualidades específicas debe tener la empresa por su ubicación en una zona netamente agrícola?

1.8 JUSTIFICACIÓN

Los emprendedores, el inversionista y los productores al identificar alternativas de inversión en la toma de decisión en invertir, contribuyen de esta forma para la diversificación y reactivación de la economía y proporcionan bienestar a la población donde actúa.

La investigación se pretende aportar con los elementos técnicos necesarios para la toma de decisiones de invertir en una microempresa para procesar ají; definiendo los elementos relevantes de cada etapa de un proyecto de inversión; Quevedo y su entorno goza de un clima perfecto para la producción de ají, materia prima fundamental del análisis e investigación de este proyecto. Quevedo necesita de proyectos productivos que se coinviertan en el motor de su desarrollo.

La investigación sobre el proyecto se justifica porque aportará a la comunidad en el área de influencia, beneficio de diferentes órdenes entre otros aportes sociales, ya que de la toma de decisión de invertir, la población recibirá beneficios como: solución de necesidades insatisfechas, el mejoramiento de sus ingresos y la elevación de su calidad de vida.

1.9 OBJETIVOS

1.9.1 Objetivos generales

Elaborar un estudio de factibilidad económico, financiero de un proyecto de inversión para instalar una microempresa procesadora de ají en el Cantón Quevedo provincia de los Ríos, año 2013.

1.9.2 Objetivos específicos

- Analizar las fases que integran el estudio de mercado del proyecto.
- Realizar un estudio técnico, para identificar, localización, tamaño, maquinaria, equipos, insumos infraestructura y organización.
- Realizar el estudio económico y financiero para determinar la rentabilidad del proyecto.

1.10 HIPÓTESIS

1.5.1 Hipótesis general.

El estudio de factibilidad económica - financiera de un Proyecto de Inversión de instalar una Microempresa Procesadora de ají en el Cantón Quevedo provincia de los Ríos, año 2013, facilita la decisión por parte de inversionistas a fin de poner en marcha el proyecto.

1.5.2 Hipótesis específicas

- La oferta de un producto de calidad permitirá satisfacer la demanda de la ciudadanía de Quevedo.
- La planta procesadora promoverá el sistema de cultivo y producción de materia prima.
- Permitirá crear fuentes de empleo y elevar el estándar de vida.

1.5.3 Variable Independiente

- Instalación de una microempresa procesadora de materia prima (ají).

1.5.4 Variable dependiente

- Oferta de un producto procesado para los hogares de Quevedo y su entorno.

1.5.5 Operacionalización de las variables

ACTIVIDAD	VERIFICACIÓN	INDICADORES	
VARIABLE INDEPENDIENTE • Factibilidad técnica • Factibilidad económica	Es una evaluación que demuestre que el negocio puede ponerse en marcha y mantenerse, mostrando evidencias de que se ha planeado cuidadosamente, contemplado los problemas que involucra y mantenerlo en funcionamiento. Algunos aspectos que deben ponerse en claro son: -Correcto funcionamiento del producto o servicio (número de pruebas, fechas...) -Lo que se ha hecho o se hará para mantenerse cerca de los consumidores. -Escala de producción (es posible ampliar o reducir la producción). -Proyectos complementarios para desarrollar el proyecto; ¿cómo se obtuvo o se obtendrá la tecnología necesaria?; ¿cómo se capacitará al personal del plantel?; ¿si existen proveedores alternativos a los seleccionados? Debe mostrarse que el proyecto es factible económicamente, lo que significa que la inversión que se está realizando es justificada por la ganancia que se generará. Para ello es necesario trabajar con un esquema que contemple los costos y las ventas: Costos: Debe presentarse la estructura de los costos contemplando costos fijos y variables. Ventas: En este punto el precio del producto o servicio es fundamental, ya que determina el volumen de ventas, por lo que	• Producto o servicios • Escala de producción • Tecnología • Capacitación • Costos • Ventas	• Materia prima • Insumos • Turnos de trabajo • Ampliación • Reducción • Maquinarias • Equipos • Mano de obra • Consumidores • Proveedores • Fijos • Variables • Producto • Servicio • Precio • Volumen

• Factibilidad financiera	debe explicarse brevemente cómo se ha definido éste. Debe mostrarse también estimaciones de ventas (unidades y en dinero) para un periodo de al menos 1 año, justificando cómo se han calculado (a través de investigaciones de mercado, estadísticas anteriores...) Sintetiza numéricamente todos los aspectos desarrollados en el plan de negocios. Se debe elaborar una lista de todos los ingresos y egresos de fondos que se espera que produzca el proyecto y ordenarlos en forma cronológica. El horizonte de planeamiento es el lapso durante el cual el proyecto tendrá vigencia y para el cual se construye el flujo de fondos e indica su comienzo y finalización. Es importante utilizar algunos indicadores financieros, tales como: Periodo de recuperación (playback, paycash, payout o payoff): indica el tiempo que la empresa tardará en recuperar la inversión con la ganancia que genera el negocio (meses o años). La factibilidad financiera se calcula sumando los resultados netos al monto de la inversión inicial hasta llegar a cero, en este caso no se estaría considerando el "valor tiempo del dinero", por esto también es útil calcular el periodo de repago compuesto en el que se incorpora una tasa al flujo de fondos que refleja las diferencias temporales.	• Inversión • Flujo de fondos • Periodo de recuperación	• Dinero • Período • Valor actual neto(VAN) • Tasa interna de retorno (TIR) • Relación beneficio costo • Periodo de recuperación • Ingresos • Egresos • Horizonte • Tiempo • Ganancia
--	--	---	---

VARIABLE DEPENDIENTE: • Rentabilidad • Emprendedores	Expresada normalmente en tanto por ciento, mide la capacidad generadora de renta de los activos de la empresa o capitales invertidos y es independiente de la estructura financiera o composición del pasivo. Es el ratio o indicador que mejor expresa la eficiencia económica de la empresa. Se obtiene dividiendo el beneficio total anual de la empresa antes de deducir los intereses de las deudas o coste del capital ajeno por el activo total, multiplicado por 100. Mientras que la rentabilidad financiera mide la rentabilidad de los accionistas o rentabilidad del capital propio, la rentabilidad económica mide la capacidad generadora de renta de los activos de la empresa, con independencia de la clase de financiación utilizada (propia o ajena) y su coste. (Véase Rentabilidad financiera .) Un emprendedor es una persona que enfrenta, con resolución, acciones difíciles.¹ Específicamente en el campo de la economía, negocios o finanzas, es aquel individuo que está dispuesto a asumir un riesgo económico o de otra índole. Desde este punto de vista, el término se refiere a quien identifica una oportunidad de negocio y organiza los recursos necesarios para ponerla en marcha. Es habitual emplear este término para designar a una «persona que crea una empresa» o a alguien quien empieza un proyecto por su propia	• Renta • Ratio • Eficiencia económica • Rentabilidad financiera • Persona • Empresario	• Empresa • Capitales • Beneficio • Intereses • Beneficio total anual • Empresa • Rentabilidad • Capital propio • Accionista • Riesgo • Recursos • Empresario • Empresa • Capacidad de organización • Capacidad de
--	---	--	--

• Inversionistas	iniciativa. Se ha sugerido que el “ser emprendedor” es una de las cualidades esenciales de un empresario, junto con la innovación y la capacidad de organización y gestión. El perfil del inversionista es el conjunto de rasgos de una persona que determina la forma en que suele tomar sus decisiones de inversión en función a la tolerancia al riesgo que tiene al momento de invertir. El conocer nuestro perfil de inversionista nos permite determinar el tipo de inversionista que somos teniendo en cuenta nuestra tolerancia al riesgo y, de ese modo, poder elegir mejor nuestras alternativas de inversión, o crear un portafolio de inversión que mejor se adapte a nuestro perfil.	• Conservador • Moderado • Portafolio • Agresivo	gestión • Seguridad • Riesgo • Rendimiento • Deuda • Buenos rendimientos • Pocos riesgos • Balance entre rendimiento y seguridad • Combinación en inversiones de renta fija y renta variable • Busca los mayores rendimientos posibles • Esta dispuesta a asumir el riesgo que sea necesario
--------------------------------	---	---	--

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACION

2.4 FUNDAMENTACION TEORICA

2.4.1 Investigación de mercado

Se entiende por mercado; el área en la cual asisten las fuerzas de la demanda y la oferta para establecer un precio único. La esencia del estudio de mercado es saber que vamos a producir, como lo vamos a producir y cuanto vamos a producir, es decir de que diferentes formas vamos a satisfacer la demanda del proyecto.

Indica que el mercado de un proyecto está constituido por el mercado proveedor y el mercado competidor, el mercado distribuidor y el mercado consumidor.¹

Indica que la investigación de mercado es la función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing, para generar perfecciones y evaluar las acciones de marketing para monitorear el desempeño y mejorar su comprensión como un proceso.²

Manifiesta que la investigación de mercado proporciona información que sirve de apoyo para la toma de decisiones, lo cual está encaminada a determinar si las condiciones del mercado no son un obstáculo para llevar a cabo el proyecto; además indica que la investigación que se realice debe tener las siguientes características:³

- La recopilación de la información debe ser sistemática

¹ Prieto H. Jorge 2006 Los proyectos, la razón de ser del presente Bogotá Ecos. Ediciones pág. 50

² MALHOTRA N. K. 2008 Investigación de mercados México. Pearson Educación Pág. 7

³ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 13

- El método de recopilación debe ser objetivo y no tendencioso
- Los datos recopilados siempre deben ser información útil
- El objeto de la investigación; siempre deben tener como objetivo final servir como base para la toma de decisiones.

2.4.2 Definición del producto

Manifiesta que en esta parte sobre la definición del producto debe darse una descripción exacta del producto o los productos que se pretendan elaborar. Este debe ir acompañado por la normas de calidad que editora los ministerios correspondientes.⁴

2.4.3 Análisis de la demanda.

Indica que el principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o un servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda.

La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta la información proveniente de fuentes primarias y secundaras de indicadores económicos etc.⁵

Manifiesta que los consumidores logran una utilidad o satisfacción por medio del consumo de bienes o servicios. Algunos bienes otorgan más satisfacción

⁴ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 13

⁵ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 16

que otros o un mínimo consumidor, reflejando su demanda y las preferencias que tenga sobre las alternativas que ofrece el mercado, todo esto en el marco de las restricciones presupuestarias que le impone un consumo limitado.

El objetivo principal que se pretende alcanzar con el análisis de la demanda es determinar los factores que afectan el comportamiento del mercado y las posibilidades reales de que el producto o servicio resultante del proyecto pueda participar efectivamente en ese mercado.⁶

Señala que la existencia de una necesidad a satisfacer con el producto o servicio a ofrecer, refleja una oportunidad sobre la demanda potencial, que debe cuantificarse a través de fuentes primarias y/o secundarias, dependiendo de la etapa en que se encuentre el proyecto y sus características particulares.⁷

2.5 MÉTODOS DE PROYECCIÓN

Indica que los cambios futuros, no solo de la demanda, sino también de la oferta y de los precios se conocen con cierta exactitud, si se usan técnicas estadísticas adecuadas para analizar el presente.

Para ello se usan las series de tiempo, pues lo que se desea absorber es el comportamiento de un fenómeno respecto al tiempo. Existen cuatro patrones básicos de tendencia del tiempo; la tendencia surge cuando el fenómeno tiene poca variación en largos periodos y su representación gráfica de una línea recta o curva suave; la variación estacional, que surge por los hábitos o

⁶SAPAG.NassirSAPAG.Reinaldo (2008) Propecio y Evaluación de Proyectos México. Mc Graw Hill Pág. 81

⁷ Córdova Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición Pág. 163

tradiciones de la gente o por condiciones climatológicas; las fluctuaciones cíclicas, que surgen principalmente por razones de tipo económico, y los movimientos irregulares, que surgen por cualquier causa aleatoria que afecta el fenómeno.⁸

Señala que uno de los objetivos últimos del estudio es lograr una estimación de la demanda. Esta proyección permite construir el flujo de fondos durante la vida del proyecto, estima el tamaño óptimo etc.

El esfuerzo dedicado al análisis y proyección de la demanda tiene relación directa con el tipo de proyecto, el tamaño, el tipo de producto y la estructura del mercado que se piensa ocupar.⁹

Señala que una manera de clasificar las técnicas de proyección consiste en hacerlo en función de su carácter, esto es, aplicar métodos de carácter cualitativo, modelos causales y modelos de serie de tiempo.

Los modelos de carácter cualitativo se basan principalmente en opiniones de expertos. Los modelos de pronósticos causales parten del presupuesto de que el grado de influencia de las variables que afecten al comportamiento del mercado permanece estable.

Los modelos de series de tiempo se utilizan cuando el comportamiento que asume el mercado a futuro puede determinarse en gran medida por lo sucedido en el pasado, y siempre que esté disponible la información histórica de manera confiable y discreta.¹⁰

⁸ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 163

⁹ Córdova Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición Pág. 166

¹⁰ SAPAG.Nassir SAPAG.Reinaldo (2008) Propecio y Evaluación de Proyectos México. Mc Graw Hill Pág. 90-91

2.6 RECOLECCIÓN DE FUENTES DE INFORMACIÓN DE FUENTES PRIMARIAS

Indica que las fuentes primarias de información están constituidas por el propio usuario o consumidor del producto, de manera que para obtener información de él es necesario entrar en contacto directo.¹¹

Manifiesta que la información primaria se obtiene mediante un método que observe el fenómeno. Puede ser realizado de manera personal o mecánica, pero también es posible adquirir los datos mediante entrevistas por correo, telefónicas, personales.¹²

2.6.1 Fuentes secundarias

Define que las fuentes de información secundarias pueden ser internas o externas con respecto a la organización es decir son las que ya existen y se encuentran .disponibles en información, documentos, estadísticas, libros, revistas etc. Ya sea del gobierno o de la propia organización, son de utilidad para la investigación en fuentes primarias.¹³

2.6.2 Muestreo

La teoría del muestreo es compleja. Se trata de la selección de una pequeña parte estadísticamente determinada para inferir el valor de una o varias características del conjunto.¹⁴

¹¹ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 25

¹² MORALES C. Arturo 2009 Proyecto de Inversión México Mc Graw Hill Interamericano Ediciones. S.A.Pág. 47

¹³ MORALES C. Arturo 2009 Proyecto de Inversión México Mc Graw Hill Interamericano Ediciones. S.A.Pág. 47

¹⁴ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 27

Escribe que el muestreo es uno de los componentes del diseño de una investigación de mercados. En la mayoría de los casos, el muestreo es el único medio factible para obtener datos en la investigación de mercado, lo que inevitablemente introduce los errores de muestreo. Sin embargo con mucha frecuencia tales errores constituyen solo una pequeña parte del total de errores de la investigación.¹⁵

2.9 OFERTA

2.9.1 Análisis de la oferta

Manifiesta que el término oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios.¹⁶

Indica que el propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio a la oferta, igual que la demanda, está en función de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales a la producción etc.

Para analizar la oferta también es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta. Entre los datos indispensables para hacer un mejor análisis de la oferta están:¹⁷

- Número de productores

¹⁵ Malhotra Naresh K. Investigación de mercado Pearson Evaluación México Pág. 332-333

¹⁶ SAPAG. Nassir SAPAG. Reinaldo (2008) Propecio y Evaluación de Proyectos México. Mc Graw Hill Pág. 55

¹⁷ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 42

- Localización
- Capacidad instalada y utilizada
- Calidad y precio de los productores
- Planos de expansión
- Inversión fija y números de trabajadores.

2.9.2 Demanda potencial insatisfecha

Manifiesta que la demanda potencial insatisfecha es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.¹⁸

La demanda potencial se obtiene con una simple diferencia, año con año, del balance oferta demanda, y con los datos proyectados se puede calcular la probable demanda potencial o insatisfecha en el futuro.

Manifiestan que la validez de los resultados de la proyección está íntimamente seleccionada con la calidad de los datos de entrada que sirvieron de base para el pronóstico.

Las fuentes de información de vía más frecuente son los varios históricos oficiales de organismos públicos privados, las opiniones de expertos y el resultado de encuestas especiales entre otras.¹⁹

¹⁸ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 43

¹⁹SAPAG.NassirSAPAG. Reinaldo (2008) Propecio y Evaluación de Proyectos México. Mc Graw Hill Pág. 90

2.9.3 Precio

Indica que el precio es el valor de los productos expresado en términos monetarios. El comprador normalmente quiere que los precios de los productos sean bajos, aunque en algunos casos prefiere que sean muy similares, debido a que si son más bajos que los otros productos similares se puede poner en duda la calidad del producto, o tener la percepción de que las materias de que lo conforman son de menos calidad, o que no cumplen con los mínimos requisitos legales.²⁰

Indica que el precio es el regulador entre la oferta y la demanda, a excepción de cuando existe protección (aranceles, impuesto).

Al precio lo define como la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios o como la cantidad de dinero, que es necesario entregar para adquirir un bien.²¹

El precio de venta depende de:

- Elasticidad precio de la demanda
- Concepto de mercadotecnia de la empresa
- Estructura de mercado en cuanto oferta y número de consumidores
- Fijación de precios oficiales
- Tipo y naturaleza del mercado
- Estructura de costos de operación
- Margen de rentabilidad esperado

²⁰ MORALES C. Arturo 2009 Proyecto de Inversión México Mc Graw Hill Interamericano Ediciones. S.A. Pág. 71

²¹ Córdova Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición Pág.173

Manifiesta que precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o un servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.²²

2.10 COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO

Define que es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar. La comercialización no es la transformación de productos hasta las manos del consumidor esta actividad, debe conferirle al producto los beneficios de tiempo y lugar; es decir una buena comercialización de la que coloca el producto de un sitio y momento adecuado, para dar el consumidor la satisfacción que la espera con la compra.²³

2.11 ESTUDIO TÉCNICO

Los objetivos del análisis técnico – operativo de un proyecto son los siguientes: verificar la posibilidad técnica de la fabricación del producto que se pretende.

Analizar y determinar el tamaño, la localización, los equipos, las instalaciones y la operación optima requerida para realizar la producción, en resumen se pretende realizar las propuestas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con que producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico – operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del proyecto.²⁴

²² BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág.44

²³ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág.48

²⁴ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág.74

En esta etapa se realizan aquellas actividades en que se definen las características de los activos fijos (equipos, maquinarias, instalaciones, terrenos, edificios, etc.) que sean necesarios para llevar a cabo el proceso de producción de determinado bien o servicio. También en ello se incluye la definición de la materia prima y de los insumos necesarios para elaborar el producto y poner en marcha el funcionamiento de la planta.²⁵

Manifiesta que el estudio de la utilidad técnica evalúa si es físicamente posible hacer el proyecto. El objetivo del estudio técnico que se hace dentro de la viabilidad económica de un proyecto es netamente financiero; es decir, calcula los costos, las inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto.²⁶

2.11.1 Tamaño óptimo del proyecto

Indica que la importancia de definir el tamaño que tendrá el proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculan y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación, de igual forma, la decisión que se tome el respecto del tamaño determinara el nivel de operación que posteriormente explicará la estimación de los ingresos por ventas.

El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el proyecto de funcionamiento.²⁷

²⁵ MORALES C. Arturo 2009 Proyecto de Inversión México Mc Graw Hill Interamericano Ediciones. S.A. Pág. 83

²⁶ Sapag. Nassir Proyecto de Inversión Pearson Educación México 2007 pág. 95

²⁷ Córdova Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición Pág. 211

Define el tamaño del proyecto con su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año. Se considera óptimo cuando opera con los menores costos totales o la máxima rentabilidad económica.²⁸

Manifiesta que el tamaño óptimo depende de entre otras cosas, de las economías de escala que estén presentes en un proyecto. Al estar en presencia de un mercado creciente, esta variable toma más importancia ya que deberá optarse por definir un tamaño ideal lo suficientemente grande como para que pueda responder a futuro a ese crecimiento del mercado.²⁹

2.11.2 Localización optima del proyecto

Manifiestan que la localización adecuada de una empresa que se crearía con la aprobación del proyecto puede determinar el éxito o el fracaso de un negocio. Por ello la decisión acerca de dónde ubicar el proyecto obedecerá no solo a criterios económicos, sino también a criterios estratégicos, institucionales e incluso de preferencias emocionales, con todos ellos sin embargo, se busca determinar aquella localización que maximiza la rentabilidad el proyecto.³⁰

La decisión de la localización de un proyecto es una decisión de largo plazo con repercusiones económicas importantes que deben considerarse con la mayor exactitud posible.

Determina que la localización óptima del proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital

²⁸ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág.75

²⁹SAPAG.NassirSAPAG.Reinaldo (2008) Propecio y Evaluación de Proyectos México. Mc Graw Hill Pág. 190

³⁰SAPAG.NassirSAPAG.Reinaldo (2008) Propecio y Evaluación de Proyectos México. Mc Graw Hill Pág. 202

(criterio social). El objetivo final de este punto, es por supuesto llegar a determinar el sitio donde se instalara la planta. ³¹

Manifiesta que es el análisis de las variables que determinan el lugar donde el proyecto logra la máxima utilidad o el mínimo costo. En general, las decisiones de localización podrían catalogarse de infrecuentes de hecho, algunas expresar solo la toman una vez en su historia. ³²

2.11.3 Ingeniería del proyecto

La Ingeniería del proyecto es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto.

La ingeniería tiene la responsabilidad de seleccionar el proceso de producción de un proyecto, cuya disposición en planta conlleve a la adopción de una determinada tecnología y la instalación de obras físicas o servicios básicos de conformidad con los equipos y maquinarias elegidos.

También se ocupa del almacenamiento y distribución del producto, de métodos de diseño, trabajo de laboratorio, empaques de productos, de obras de infraestructuras y de sistemas de distribución. ³³

³¹ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág.86

³² Córdova Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición Pág. 222

³³ Córdova Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición Pág. 240

2.11.4 Proceso de producción

Manifiesta que el proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirlas en artículos mediante una determinada función de manufactura; en otras palabras indica que es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir del insumo.³⁴

Indica que el proceso de producción es una serie de elementos interrelacionados conformada por tres elementos: entrada, proceso y salida.

En este caso, los sistemas de producción se clasifican según el volumen y la rapidez con que se procesa los productos. Los sistemas de producción más conocidos según Morales so:³⁵

- Proceso repetitivos
 - Proceso intermitentes
 - Proceso por proyecto
- **Balance de materiales y energía**

Morales manifiesta que esta herramienta de trabajo permite determinar las cantidades de materias primas y productos en proceso y terminados que entran y salen de cada uno de los centros de trabajo, también se incluye la energía que se consume durante el proceso de producción.

³⁴ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág.89-90

³⁵ MORALES C. Arturo 2009 Proyecto de Inversión México Mc Graw Hill Interamericano Ediciones. S.A. Pág. 99-100

- **Programa de producción**

Morales manifiesta; el empleo de este enfoque, que consta de un diagrama en el cual se enlistan todas las actividades, es útil para programar los tiempos de labor estimados en cada centro de trabajo y, en general, el tiempo que tardara el proceso de producción. A cada actividad se le asigna los tiempos estimados y los tiempos reales.

Manifiestan que el proceso de producción se define como la forma en que una serie de insumos se transforman en productos mediante la participación de una determinada tecnología (combinación de mano de obra, maquinaria, métodos y procedimientos de operación, etc.) y clasifican los distintos tipos de proceso productivos en función de su flujo productivo o de tipo de producto, teniendo en cada caso efectos distintos sobre el flujo de caja de proyecto.³⁶

2.11.5 Distribución de la planta

Define que una buena distribución de la planta es la que proporciona condiciones de trabajo aceptables y permite la operación más económica a la vez que mantiene las condiciones óptimas de seguridad y bienestar para los trabajadores.

Los objetivos y principios básicos de una distribución de la planta son los siguientes:³⁷

- Integración total
- Mínima distancia de recorrido
- Utilización del espacio publico

³⁶SAPAG.NassirSAPAG.Reinaldo (2008) Propecio y Evaluación de Proyectos México. Mc Graw Hill Pág. 145

³⁷ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 94-95

- Seguridad y bienestar para el trabajador
- Flexibilidad

Manifiesta que las dimensiones de la planta de producción y/o de las instalaciones se expresa principalmente mediante la capacidad de producción en un periodo determinado, aunque existen otros criterios para establecerlas; por ejemplo.

La cantidad de activos de la planta, el tipo de tecnología de los equipos e instalaciones, la capacidad del personal (productividad), el volumen de ventas o de facturación, etc. ³⁸

Indica que una vez conocidos los equipos principales y las instalaciones de servicios necesarias (por ejemplo, si deben llegar camiones de despacho de productos, se deberá considerar el área necesaria para su entrada, salida y maniobra de carga o descarga), se desarrolla un diagrama que especifique donde esta cada equipo y donde esta cada instalación. ³⁹

2.12 ESTUDIO ECONÓMICO

Señala que 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

³⁸ MORALES C. Arturo 2009 Proyecto de Inversión México Mc Graw Hill Interamericano Ediciones. S.A. Pág. 94

³⁹ Córdova Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición Pág. 260

personal administrativo, número y capacidad de equipo y maquinaria necesarios para el proceso, etc.

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.⁴⁰

2.12.1 Objetivos del estudio económico

Manifiesta que una vez que el investigador concluye el estudio de la parte técnica, se habrá dado cuenta de que existe un mercado potencial por cubrir y que no existe impedimento tecnológico para llevar a cabo el proyecto.

La parte del análisis económico pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total para la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto que es la evaluación económica.⁴¹

2.12.2 Costo

Señala : costo es una palabra muy utilizada pero nadie ha logrado definirla con exactitud debido a su amplia utilización, pero se la puede definir como un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro, o en forma virtual.⁴²

⁴⁰ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 138

⁴¹ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 139

⁴² BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág.139

2.12.3 Costo de producción

Señala que los costos de producción no son más que un reflejo de las determinaciones realizadas en el estudio técnico. Un error en el costo de producción generalmente es atribuible a errores de cálculo en el estudio técnico.

Los costos de producción se anotan y determinan con las siguientes bases:

43

- Costo de materia prima
- Costos d emano de obra
- Envases
- Costos de energía eléctrica
- Costos de agua
- Combustibles
- Control de calidad
- Mantenimiento
- Cargos de depreciación y amortización
- Costos para combatir la contaminación

2.12.4 Costos de administración

Son los costos que provienen de realizar la administración en la empresa. Sin embargo, tomados en un sentido amplio, no solo significa los sueldos de gerente y de los contadores, auxiliares, secretarias, así como los gastos generales de oficina.

⁴³ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 140, 141, 142

Una empresa de cierta envergadura puede contar con direcciones o gerencias de planeación, investigación y desarrollo, recursos humanos y selección de personal. Esto implica que fuera de las otras dos grandes áreas de una empresa, que son producción y ventas, los gastos de todos los demás departamentos o áreas que pudieran existir en una empresa se cargaran a administración y costos generales.⁴⁴

2.12.5 Costos financieros

Son los intereses que se deben pagar en relación con capital es obtenido en préstamos. Algunas veces estos costos se incluyen en los generales y de administración, pero lo correcto es administrarlos por separado, ya que un capital prestado puede tener usos muy diversos y no hay porque cargarlos en un área específica.⁴⁵

2.12.6 Inversión total inicial: fija y diferida

Comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles, o diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital del trabajo.

Se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo, a los bienes o propiedades de la empresa, como terrenos, edificios, maquinarias, equipo, mobiliario, vehículo de transporte, herramientas, y otros. Se les llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de el sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas.

⁴⁴BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 142

⁴⁵BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 143

Activo intangible es el conjunto de bienes y propiedades de la empresa, necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños comerciales, nombres comerciales, asistencia técnica, gastos pre operativo, contrato de servicios (luz, teléfono, internet). ⁴⁶

Los activos tangibles están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículos, herramientas, etc.; y los activos intangibles y la inversión diferida están referidos al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, e incluyen investigaciones preliminares, gastos de estudio, patentes de inversión, licencias, permisos, marcas, asistencia técnica, etc. ⁴⁷

Concuerdan que las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto se pueden agrupar en tres tipos: activos fijos, activos intangibles, y capital de trabajo. ⁴⁸

2.12.7 Cronograma de inversiones

Señala como el cálculo del tiempo apropiado para capitalizar o registrar los activos en forma contable para lo cual es necesario construir un cronograma de inversiones o un programa de instalación del equipo, este es simplemente un diagrama de GANTT, en el que tomando en cuenta los plazos de entrega ofrecidos por los proveedores, y de acuerdo con el tiempo en que se tarde tanto en instalar como poner en marcha los equipos, se calcula el tiempo apropiado para capitalizar o registrar los activos de forma contable. ⁴⁹

⁴⁶BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 143

⁴⁷Córdova Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición Pág. 319

⁴⁸SAPAG.NassirSAPAG.Reinaldo (2008) Propecio y Evaluación de Proyectos México. Mc Graw Hill Pág. 259-260

⁴⁹BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 144

2.12.8 Depreciaciones

Depreciación se aplica al activo fijo, ya que con el uso estos bienes valen menos.

$$D.a = \frac{V.a}{V.u}$$

$$V.r. = V.a. - D.A.$$

Donde:

Da= Depreciación Anual

Va= Valor Actual

Vu= Vida útil

Vr= Valor Residual

DA= Deprecación acumulada ⁵⁰

2.12.9 Capital de trabajo

Señala que desde el punto de vista contable el capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante.

Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar créditos en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios en las empresas. ⁵¹

⁵⁰BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 144

⁵¹BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 145

Señala que el capital de trabajo es la diferencia entre el activo circulante y pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para funcionar una empresa, es decir, los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se perciben ingresos: materias primas, sueldos y salarios, cuentas por cobrar, almacén de productos terminados, y un efectivo mínimo necesario para sufragar los gastos diarios de la empresa.⁵²

2.12.10 Punto de equilibrio

Manifiesta que el análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, los costos variables y los ingresos. Si los costos de una empresa solo fueran variables, no existiría problema para calcular el punto de equilibrio, es el nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables.⁵³

Expone que el punto de equilibrio es la cantidad de ingreso que igualan a la cantidad de costos y gastos en la que incurre normalmente una empresa. En el caso de los proyectos de inversión es la cantidad de ingresos provenientes de la venta de los productos y/o servicios.

Además, es necesario calcular el punto de equilibrio de cada año con el fin de conocer si las ventas proyectadas alcanzar a cubrir los costos y gastos del proyecto de inversión.⁵⁴

Indica que en el análisis del punto de equilibrio se quiere resaltar su importancia dentro del estudio del proyecto, en el manejo de los egresos de

⁵²Córdova Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá.Ecos Edición Pág.320

⁵³BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 148

⁵⁴ MORALES C. Arturo 2009 Proyecto de Inversión México Mc Graw Hill Interamericano Ediciones. S.A. 203 204

operación, para sacar conclusiones que faciliten la toma de decisiones, en relación con el manejo financiero.⁵⁵

$$\text{Punto de equilibrio (volumen de ventas)} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\left(\frac{\text{costos variables totales}}{\text{volumen total de ventas}} \right)}$$

$$\text{PEM} = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

Donde:

PEM= Punto de Equilibrio Monetario

CF= Costo Fijo

CV= Costo Variable

V= Ventas

2.12.11 Estado de pérdidas y ganancias

Mide las utilidades de la unidad de producción o prestación de servicios durante el periodo proyectado. Como ingreso usualmente se toman en cuenta las ventas realizadas durante el periodo; y como costos lo concerniente al costo de producción, gastos de administración y ventas e intereses por concepto de préstamos; igualmente, se deduce la cuota por depreciación y amortización de activos.⁵⁶

⁵⁵ Córdova Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición 332

⁵⁶ Córdova Formación y Evaluación del Proyecto Bogotá. Ecos Edición 334

Estado de pérdidas y ganancias

Cuentas	Cifras				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas netas					
-Costos de ventas					
= Utilidad bruta					
-Gastos de administración					
-Gastos de ventas					
=Utilidad operativa					
+Ingresos no operativos					
-Gastos financieros					
-Otros egresos					
=Utilidad antes de impuesto					
-Provisión para impuesto					
=Utilidad neta					

Manifiesta que la finalidad del análisis del estado de resultado o de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son en forma general, el beneficio real de la operación de la planta, y que se obtiene restando los ingresos todos los costos en que incurre la planta y los impuestos que deba pagar.

Esta definición no es muy completa, puesto que habrá que aclarar que los ingresos pueden provenir de fuentes externas e internas y no solo de la venta de los productos.⁵⁷

⁵⁷BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 150

Manifiesta que es un estado financiero dinámico, ya que la información que proporciona corresponde a un periodo determinado. Que los ingresos se deducen los costos y los gastos, con lo cual, finalmente, se obtienen las utilidades o pérdidas, así como el monto de los impuestos y repartos de utilidades.⁵⁸

2.12.12 Financiamiento.

Manifiesta que una empresa está financiada cuando se ha pedido capital en préstamo para cubrir cualquiera de sus necesidades económicas. Si la empresa logra conseguir dinero barato en sus operaciones, es posible demostrar que esto le ayudara a elevar considerablemente el rendimiento sobre su inversión.

Debe entenderse por dinero barato los capitales pedidos en préstamos a tasas mucho más bajas que las vigentes en las instituciones financieras.⁵⁹

2.12.13 Balance general

Indica que Activo, para una empresa, significa cualquier pertenencia material o inmaterial; pasivo significa cualquier tipo de obligación o deuda que se tenga con terceros.

Capital significa los activos, representados en dinero o en títulos, que son propiedades de los accionistas o propietarios directos de la empresa.

Como se observa, un balance general en la práctica es un aspecto contable muy dinámico y, por ende, muy difícil de realizar adecuadamente.⁶⁰

⁵⁸ MORALES C. Arturo 2009 Proyecto de Inversión México Mc Graw Hill Interamericano Ediciones. S.A. Pág. 164

⁵⁹ BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 153

2.13 EVALUACIÓN ECONÓMICA

La define como 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. Sin embargo, a pesar de conocer incluso las utilidades probables del proyecto durante los primeros cinco años de operación, aun no se habrá demostrado que la inversión propuesta será económicamente rentable.⁶¹

2.13.1 Valor Presente Neto (VPN)

Manifiesta que es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.⁶²

$$VPN = -I + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5 + VR}{(1+i)^5}$$

Donde:

VPN= Valor Actual Neto

I= Inversión

FNE= Flujo Neto de Efectivo

i=Tasa de Interés

VR= Valor residual

⁶⁰BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 155

⁶¹BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 181

⁶²BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 182

2.13.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Concuerda en que la tasa interna de rendimiento es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

$$TIR = Tm + (TM - Tm) \left[\frac{(VAN\ m)}{(VAN\ m - VAN\ M)} \right]$$

Donde:

TIR= Tasa Interna de Retorno

Tm= Tasa Menor o Inferior

TM= Tasa Mayor o Superior

VAN m= Valor Actual Neto Menor

VAN M= Valor Actual Neto Mayor ⁶³

⁶³BACA U. Gabriel Evaluación de proyectos México, Mc Graw Hill Pág. 184

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 MÉTODOS

3.1.7 Inductivo

Permitió a través de la observación de las situaciones particulares llegar a conclusiones generales que enmarcaron el problema de la investigación, para la aplicación de este método se investigó a la competencia, su proceso de producción y su forma de llevar el producto a los consumidores.

3.1.8 Descriptivo

En el presente documento se destaca los principales problemas que hay en el mercado consumidor, ya que no cuenta con una cultura de consumo de productos rico en proteínas sino que en lo contrario en nuestra localidad se adquiere todo aquello que se expande y en mucho de los casos no revisan ni el componente nutricional o la fecha de vencimiento.

El problema va más allá que eso ya que simplemente muchos productos que ya están establecidos en el mercado no tienen componente nutricional nutritivo y esto hace que los consumidores lo adquieran por el sabor o precio más que por lo saludable que este puede ser.

3.1.9 Analítico

Se ha analizado a la competencia y la calidad de su producto y se concluyó que ciertas empresas competidoras no manejan un control de calidad seguro para la elaboración de ají y esto en muchos de los casos el consumo de este producto puede perjudicar la salud de las personas.

3.1.10 De observación

Mediante este método se concluyó que no existen muchas empresas productoras de ají en la localidad y que en su totalidad no están registradas en la Súper de Compañías, no tienen un registro sanitario real ni un control de calidad para el proceso del producto.

Investigación exploratoria, descriptiva y analítica. Se empleó una encuesta con preguntas estratégicas a fin de obtener información clave sobre el mercado.

3.1.11 Fuentes de referencia

Lugar a investigarse: “CANTON QUEVEDO”. Para la aplicación de la encuesta se toma como referencia la población total y se tomo en cuenta a los hogares de Quevedo, de los sectores más populares como: centro, San Camilo, parroquia 7 de octubre y guayacán.

3.1.11.1 Primarias:

3.1.11.1.1 Consumidores

La población seleccionada a fin de obtener el cumplimiento de los objetivos y de determinar la aceptación del proyecto en ejecución son los hogares del cantón Quevedo.

3.1.11.2 Encuesta

Se realizarán encuestas a la población de Quevedo para saber si están de acuerdo con el nuevo emprendimiento de una productora y envasadora de ají en el cantón.

3.1.11.3 Secundarias

- Información de libros, tesis, revistas e internet;
- Información del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) de la población.

3.1.12 Población y Muestra

3.1.12.1 Población

Población de referencia: 173.575 habitantes del cantón Quevedo según los datos del INEC tomados del último censo realizado en el año 2010.

3.1.12.2 Muestra

Para definir el tamaño de la muestra se ha utilizado el muestreo aleatorio simple y aplicando la fórmula estadística para población.

3.1.12.3 Nivel de confianza

El porcentaje del nivel de confianza establecido del 95% corresponde al valor de z de 1.960 obtenido de una tabla de distribución normal.

3.1.12.4 Margen de Error

Es el error que se puede aceptar con base a una muestra y se ha definido con un margen del 5%.

3.1.12.5 Probabilidad estimada

Es el grado de aceptación del proyecto, que se determina con “p” con un valor de 50% y “q” 50%.

Muestra:

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

$$n = \frac{34715(0,50)(0,50)(1,96)^2}{(34715 - 1)(0,05)^2 + (0,50)(0,50)(1,96)^2}$$

$$n = \frac{34715(0,50)(0,50)(3,8416)}{34714(0,0025) + (0,50)(0,50)(3,8416)}$$

$$n = \frac{33340,29}{86,785 + 0,9604}$$

$$n = \frac{33340,29}{87,7454}$$

$$n = 383 \rightarrow \text{Encuestas}$$

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.2 ESTUDIO DE MERCADO

La presente investigación tiene como objetivo central realizar un estudio de mercado, acerca de la elaboración de un nuevo producto envasado para la comercialización a través de una micro empresa localizada en el Cantón Quevedo, Provincia De Los Ríos.

El sector de los alimentos procesados en Ecuador se dividen en once subsectores principales: carnes y comida de mar, panadería, ingredientes especializados, bebidas, aceites comestibles, alimentos preparados y condimentos (incluidos alimentos secos), productos lácteos, (incluidos chocolates), comidas preparadas(incluidas salchichas) y productos de confitería.

El subsector de alimentos preparados y condimentos representa el 8%, en esta parte es donde se encuentra nuestra salsa de ají. Los principales consumidores del producto que ofreceremos serán restaurantes, hoteles, hogares, bares y el principal consumo es cuando se adquiere dicho producto para eventos sociales.

Todo esto busca satisfacer el consumo suntuario. El estudio de mercado comprenderá el análisis de la oferta y demanda, precios y comercialización.

Pregunta N°. 1: ¿Usted consume ají?

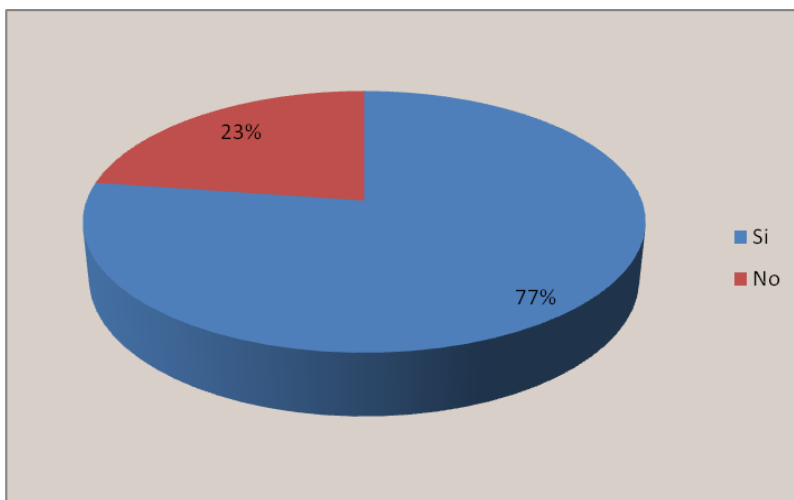
Cuadro1: Consumo de ají.

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	296	77%
No	87	23%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Gráfico 1. Consumo de ají.



INTERPRETACION

Se encuestó a los hogares del cantón Quevedo, relacionado con el consumo de ají se obtuvo un porcentaje del 77% si consume el producto mencionado y el 23% no consume este producto.

Pregunta N°. 2: ¿Indique que clase de ají acostumbra a consumir?

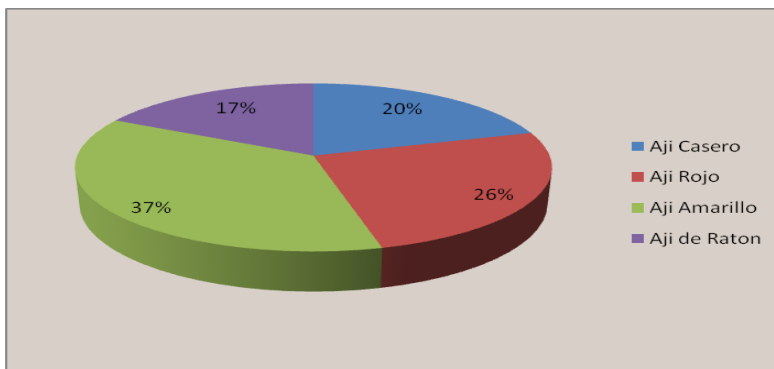
Cuadro1: Clase de ají.

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Ají Casero	78	20%
Ají Rojo	98	26%
Ají Amarillo	140	37%
Ají de Ratón	67	17%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Gráfico 2. Clases de ají.



INTERPRETACION

Se encuestó a los hogares del cantón Quevedo para saber que clase de ají consume con un 20% respondieron el ají casero, el 26% el ají rojo, el 37% ají amarillo y el 17% ají de ratón.

Pregunta N°. 3: ¿Con que frecuencia consume ají?

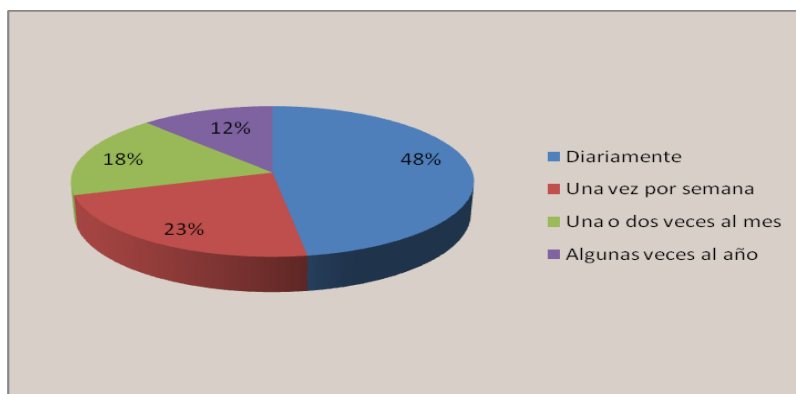
Cuadro3: Frecuencia de consumo

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Diariamente	182	48%
Una vez por semana	87	23%
Una o dos veces al mes	68	18%
Algunas veces al año	46	12%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Gráfico 3. Frecuencia de consumo.



INTERPRETACION

Se encuestó a los hogares del Cantón Quevedo para conocer la frecuencia del consumo de ají con un 48% consume diariamente el producto, el 23% una vez por semana, el 18% una o dos veces al mes y el 12% algunas veces al año.

Pregunta N°. 4: ¿Cuáles características considera importante para su consumo de ají?

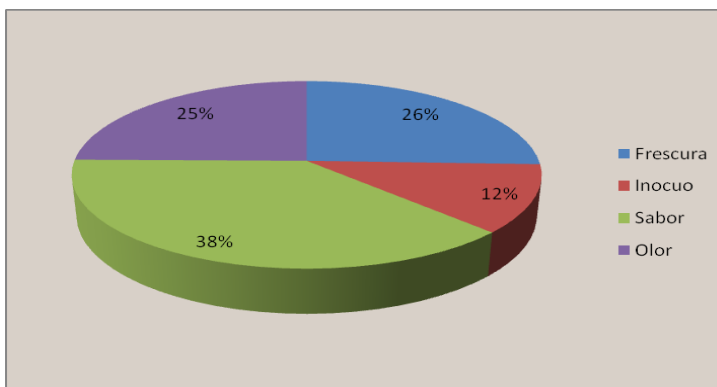
Cuadro 4. Características de ají

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Frescura	98	26%
Inocuo	45	12%
Sabor	145	38%
Olor	95	25%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Gráfico 4. Características de ají



INTERPRETACION

Se pregunto a los hogares del cantón Quevedo, cual es la característica importante para el consumo de ají con el 26% su frescura, el 12% inocuo, el 38% su sabor y el 25% su olor.

Pregunta N°. 5: ¿Le gustaría a usted que exista una microempresa artesanal, procesadora y envasadora de ají en Quevedo?

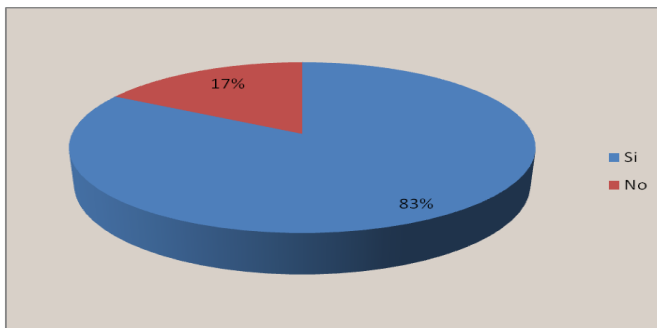
Cuadro 5: Aceptación de una empresa elaboradora de ají.

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	318	83%
No	65	17%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Gráfico 5. Aceptación de una empresa elaboradora de ají.



INTERPRETACION

Se pregunto a los hogares del cantón Quevedo si les gustaría que exista una microempresa elaboradora de ají y con el 83% consideraron que Si y el 17% que no.

Pregunta N°. 6: ¿Le gustaría comprar una nueva marca de ají, procesada y elaborada artesanalmente por una microempresa quevedeña diferente a las demás?

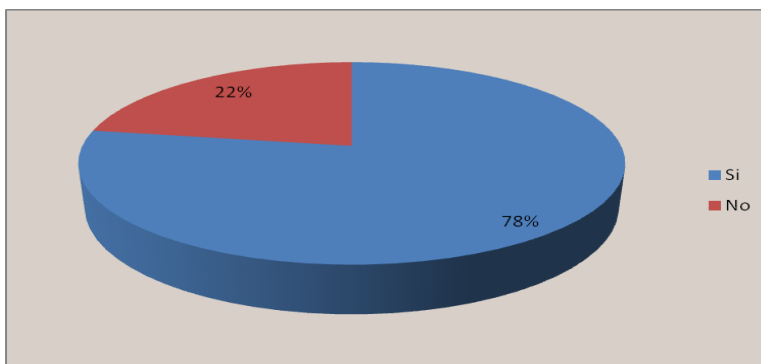
Cuadro 6: Compraría una nueva marca de ají diferente a las demás.

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	297	78%
No	86	22%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Gráfico 6. Compraría una nueva marca de ají diferente a las demás.



INTERPRETACION

Se preguntó a los hogares del cantón Quevedo si estarían de acuerdo que exista una empresa artesanal procesadora de ají con el 78% considera que si y el 22% que no.

Pregunta N°. 7: ¿Sabe usted que el ají tiene propiedades curativas cómo?

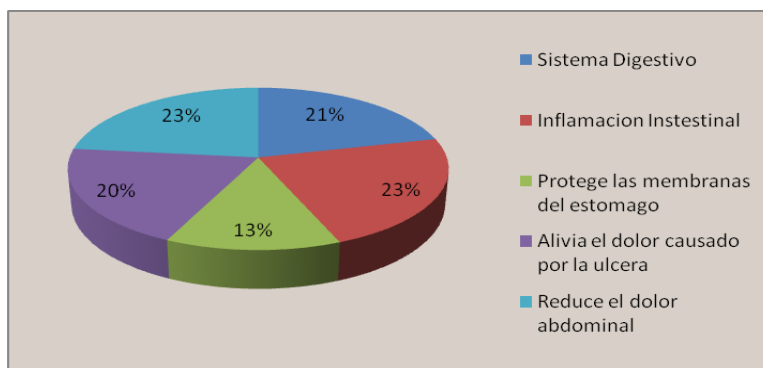
Cuadro 7: Propiedades curativas

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Sistema Digestivo	81	21%
Inflamación Intestinal	87	23%
Protege las membranas del estomago	50	13%
Alivia el dolor causado por la ulcera	76	20%
Reduce el dolor abdominal	89	23%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Gráfico 7. Propiedades curativas



INTERPRETACION

Se pregunto a los hogares de Quevedo si tienen conocimiento de las propiedades curativas del ají con un 21% Sistema Digestivo, el 23% inflamación intestinal, el 13% protege las membranas del estómago, el 20% alivia el dolor causado por la ulcera y el 23% reduce el dolor abdominal.

Pregunta N°. 8: ¿Dónde acostumbra a realizar usted sus compras?

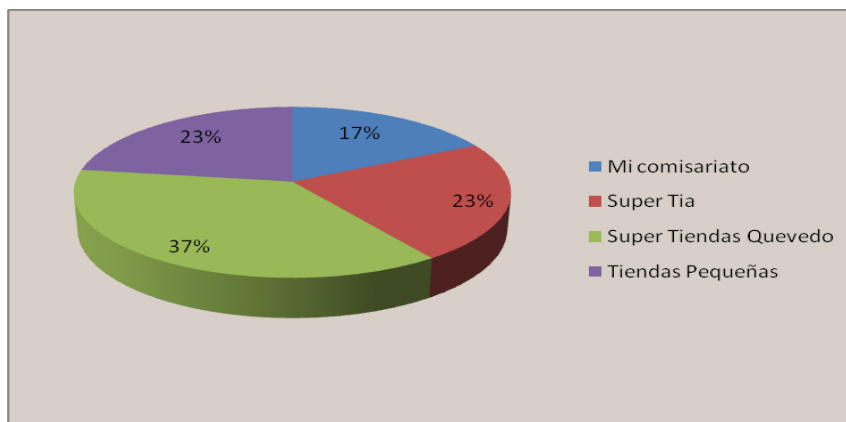
Cuadro 8: Donde realiza las compras

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Mi comisariato	67	17%
Súper Tía	87	23%
Súper Tiendas Quevedo	142	37%
Tiendas Pequeñas	87	23%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Gráfico 8. Donde realiza las compras



INTERPRETACION

Se preguntó a los hogares donde realizan sus compras para conocer cuáles son los locales expendedores del producto con un 17% en mi comisariato, el 23% en súper tía, el 37% en súper tiendas Quevedo y el 23% realizan compras en las tiendas pequeñas.

Pregunta N°. 9: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un frasco de ají?

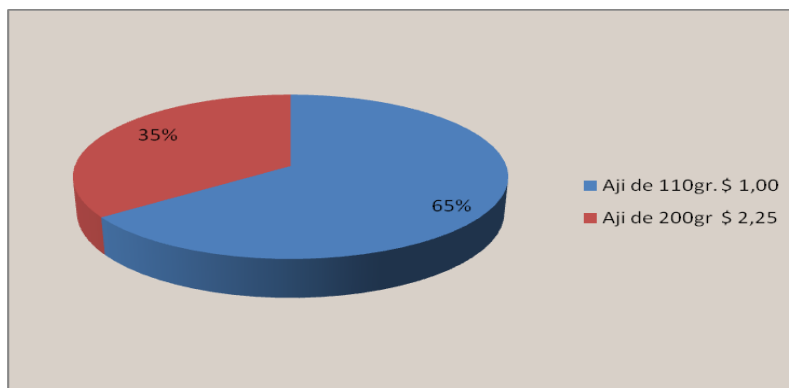
Cuadro 9: Precio del frasco de ají.

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Ají de 110gr. \$ 1,00	249	65%
Ají de 200gr \$ 2,25	134	35%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Gráfico 9. Precio del frasco de ají.



INTERPRETACION

Se pregunto a los hogares del Cantón Quevedo el precio que estarían dispuesto a pagar por un frasco de ají indicando las presentaciones el 65% pagaría un \$ 1.00 por un frasco de 110gr. Y 35% por un frasco de 200gr un valor de \$ 2,25.

Pregunta N°. 10: Le gustaría a usted que la microempresa elabore una pasta de ají con un producto adicional como:

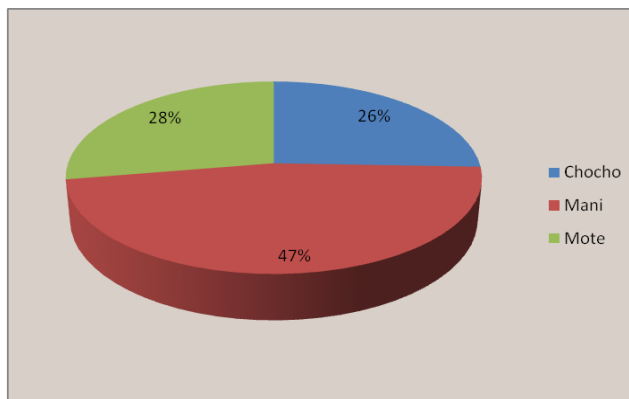
Cuadro 10: le gustaría que la pasta de ají lleve un ingrediente adicional.

DETALLE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Chocho	98	26%
Mani	179	47%
Mote	106	28%
TOTAL	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

Gráfico 10. le gustaría que la pasta de ají lleve un ingrediente adicional.



INTERPRETACION

Se pregunto a los hogares del acantona Quevedo si les gustaría una salsa de ají con un producto adicional con el 26% considera que sea con chocho, el 47% con maní y el 28% con mote.

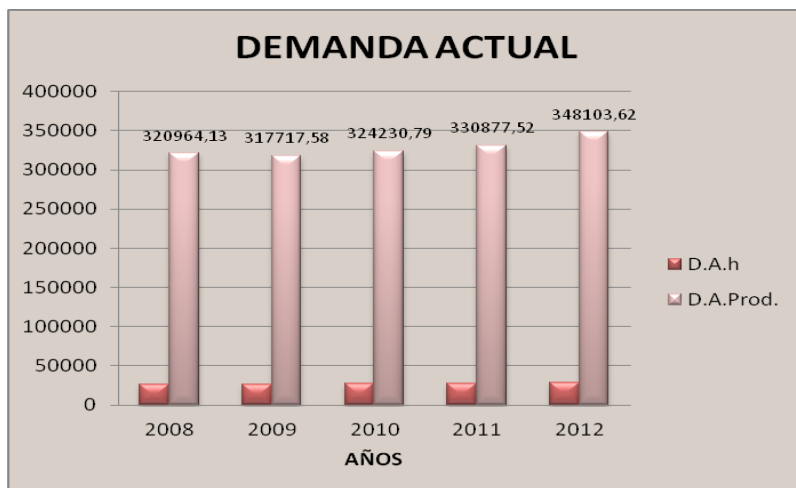
CUADRO 11: DEMANDA ACTUAL

AÑOS	D.A.h	D.A.Prod.
2008	26747.01	320964.13
2009	26476.46	317717.58
2010	27019.23	324230.79
2011	27573.13	330877.52
2012	29008.63	348103.62

Fuente: inec

Responsable: la autora.

Grafica 11. Demanda actual



INTERPRETACIÓN

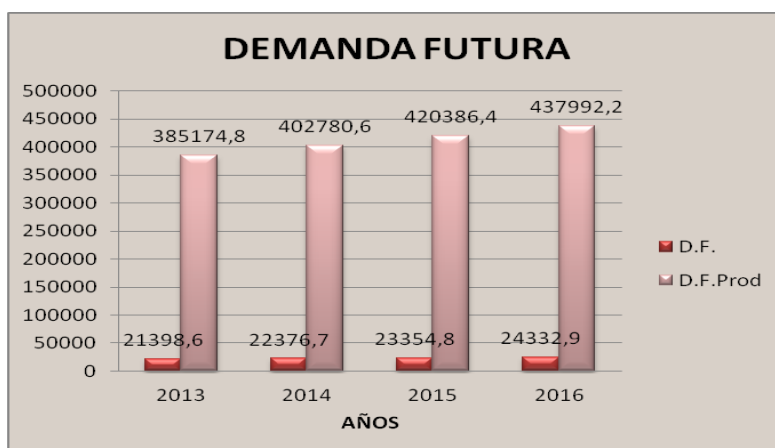
Indicando la demanda futura de frascos de ají, por parte de la población urbana de Quevedo y la cantidad de producción de producto demandado.

CUADRO 12: DEMANDA FUTURA

X	AÑOS	D.F.	D.F.Prod
7	2013	21398.6	385174.8
8	2014	22376.7	402780.6
9	2015	23354.8	420386.4
10	2016	24332.9	437992.2

Responsable: la autora

Grafico 12. Demanda futura



INTERPRETACIÓN

Indicando la demanda futura de frasco de ají por parte de la población urbana de Quevedo y la cantidad de producción de producto demandado.

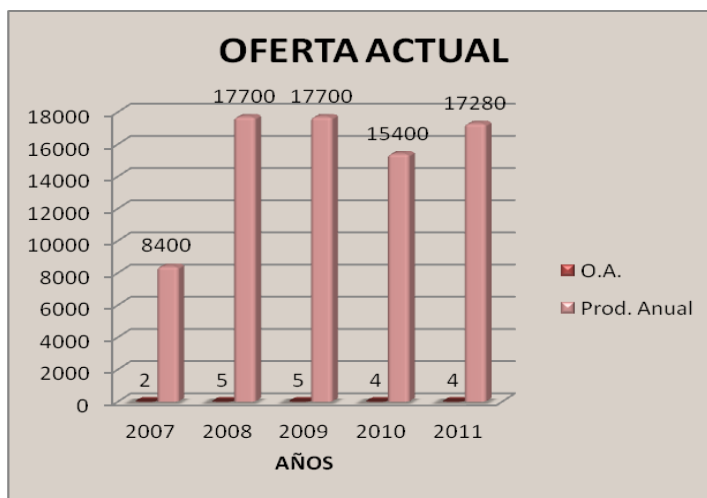
CUADRO 13: OFERTA ACTUAL

AÑOS	O. A	Prod. Anual
2008	2	8400
2009	5	17700
2010	5	17700
2011	4	15400
2012	4	17280

Fuente: Inec

Responsables. La autora

Grafica 13. Oferta actual



INTERPRETACIÓN

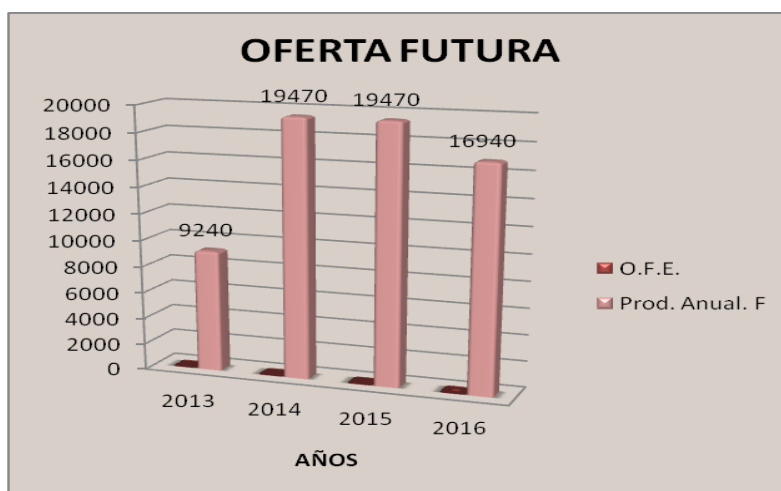
Indicando la oferta actual de producto por número de empresas y producción anual.

CUADRO 14: OFERTA FUTURA

X	AÑOS	O.F.E.	Prod. Anual. F
7	2013	4	9240
8	2014	5	19470
9	2015	5	19470
10	2016	6	16940

Responsable: la autora

Grafica 14. Oferta futura



INTERPRETACIÓN

Indicando la oferta futura de la empresas artesanales que elaboran frascos de ají y la cantidad de producción.

CUADRO 15: DEMANDA INSATISFECHA ACTUAL

Años	O.A.	D.A	D.I.A.
2008	8400	320964.13	-312564
2009	17700	317717.58	-300018
2010	17700	324230.79	-306531
2011	15400	330877.52	-315478
2012	17280	348103.62	-330824

Responsables: la autora

CONCLUSION:

Dado que la demanda ha sido mayor que la oferta se puede concluir que el proyecto fue conveniente en los años analizados desde el punto de vista del mercado

CUADRO 16: DEMANDA INSATISFECHA FUTURA

Años	O.F.	D.F.	D.I.F.
2013	9240	385174.8	-375935
2014	19470	402780.6	-383311
2015	19470	420386.4	-400916
2016	16940	437992.2	-421052

Responsables: la autora

CONCLUSION:

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.

4.2.3 Características del mercado

Quevedo tiene una población aproximada de 173.575 habitantes y un clima benéfico para el cultivo. Está limitado por: al Norte por los cantones Buena Fe y Valencia, al Sur cantón Mocache, al Este cantón Ventanas y Quinsaloma, al Oeste cantón el Empalme.

Actualmente se encuentra dividido en nueve parroquias urbanas como son: San José, San Camilo, San Cristóbal, Venus del Río Quevedo, Nicolás Infante Díaz, Guayacán, 7 de Octubre, 24 de Mayo, Viva Alfaro; y dos parroquias rurales: San Carlos y la Esperanza.

Se cultiva principalmente cacao, arroz, tabaco, café, algodón, caña de azúcar y también de ciclo corto como: la soya, maíz, fréjol, etc. En cuanto a la ganadería la de mayor rendimiento es el porcino.

4.2.4 Características del producto

- Elaborado a base de ají.
- Su contenido será de diferentes gramos.
- Su presentación será en frascos.
- Etiqueta

4.2.4.1 Información nutricional

El valor nutricional del ají es significativo. Los rojos son muy ricos en vitamina C, aún más que los cítricos. Los ajíes verdes (tienen ese color porque se los corta antes que maduren) o amarillos tienen menos vitaminas que los rojos. Contiene más vitamina A que cualquier otra planta comestible, además de ser una excelente fuente proveedora de Vitaminas B, hierro,

tiamina, niacina, potasio, magnesio y Riboflavina. Para las personas que se cuidan de ciertos alimentos, el ají está libre de colesterol y grasas saturadas. Recomendable también para las dietas bajas en sodio y altas en fibra. Comer ají incrementa el metabolismo.

- Las hojas de ají calentadas y untadas de grasa, usadas en aplicaciones, se emplean para eliminar forúnculos e inflamaciones ganglionares y, puestas sobre el abdomen.
- Los ajíes crudos son más digeribles que los cocidos y además favorecen la digestión al estimular los jugos gástricos y biliares.
- Dentro de las propiedades adecuadas del pimentón para el aparato digestivo hay que mencionar también sus propiedades antidiarreicas.
- Por su alto contenido en agua resultan muy adecuados en dietas de adelgazamiento, siempre y cuando los coma crudos, en ensalada, combinados con tomate, lechuga, cebolla, etc.
- Existen cremas que contienen capsaicina, que extraen del ají, para aplicarlas en uso externo, en el tratamiento del dolor o afecciones de la piel, como la psoriasis, el herpes, etc.

4.2.5 Proveedores

El ají es un producto donde su gran variedad se la encuentra en la parte de la sierra, en Santo Domingo y se podrá adquirir la materia prima de nuestro país vecino como es el Perú.

4.2.6 Especificaciones Técnicas

Se recomienda a los consumidores que:

- Consérvese en un lugar fresco y seco.
- No requiere refrigeración.

4.2.7 Atributos

- Tamaño: el producto se presenta en diferentes gramos:
 - Frascos de 110gr.
 - Frasco de 200gr.
 - Logotipo



- Slogan

“DALE UN GUSTO A TU PALADAR CON SALSA DE AJI”

4.2.7.1 Definición de Precio

PRODUCTO EN gr.	PRECIO POR UNIDAD DE VENTA
110 GR	\$ 1,00
200 GR	\$ 2,00

4.2.7.2 Maquinaria y equipo para el proceso

CANT.	DESCRIPCION
	MUEBLES Y EQUIPO
2	Secador Ahumador
2	Despendunculador
2	Molino importado CM-125
2	Mesclador
1	Balanza electrónica de 10/20
3	Mesones Inoxidable
2	Dispensador
1	Mesa de sesión 4 personas loqueda galax
2	sillas tentación
1	Lokers metálico de 4 casilleros de 40x40x40
1	escritorio master de 2 gavetas
1	archivador aéreo con puerta metálica ovalada
	VEHICULO
1	CAMIONETA PARA COMPRA
	INSTALACIONES E INVENTARIO
1	COMPUTADORA + IMPRESORA

4.2.7.3 Materia Prima para el proceso de elaboración.

Materia prima	Insumos
Ají	Sal
Ajo	Benzoato de sodio
Cebolla	Embudo
	Jarras
	Envases
	Etiquetas

4.2.8 Mano de obra

Descripción	Clasificación mano de obra	Número	Sueldo mensual (\$)	Total Sueldos anual (\$/año)
Administrador	Calificada	1	450	5971,66
Personal de Proceso		3	318	12523,66
Vendedores	Semicalificada	1	318	4255,66
TOTAL		5		22750,98

4.2.9 Tamaño del Proyecto

AÑOS	D.I.F.	%	TAMAÑO
2013	-375935	15	56390,22
2014	-383311	15	57496,59
2015	-400916	15	60137,46
2016	-421052	15	63157,83

4.2.10 Localización

En esta parte se indicara las ubicaciones exactas del estudio, país, provincia, cantón y parroquia en donde se desarrollara la actividad comercial.

4.2.10.1 Macro – Localización

El proyecto estará ubicado en la provincia de Los Ríos, Cantón Quevedo, parroquia venus del Rio Quevedo, vía a Buena Fe.

El cantón Quevedo se halla situado en un hermoso lugar conocido con el nombre de “Las Lomas” y por su posición geográfica, es punto de confluencia de las carreteras de mayor importancia de la red nacional de comunicaciones interurbanas.

Es punto intermedio de comunicación entre sierra y costa y entre los dos centros urbanos más importantes: Quito capital de la República y Guayaquil primer puerto del Ecuador.

Actualmente se encuentra dividido en nueve parroquias urbanas como son: San José, San Camilo, San Cristóbal, Venus del Río Quevedo, Nicolás Infante Díaz, Guayacán, 7 de Octubre, 24 de Mayo, Viva Alfaro; y dos parroquias rurales: San Carlos y la Esperanza.

Se cultiva principalmente cacao, arroz, tabaco, café, algodón, caña de azúcar y también de ciclo cortó como: la soya, maíz, fréjol, etc. En cuanto a la ganadería la de mayor rendimiento es el porcino.

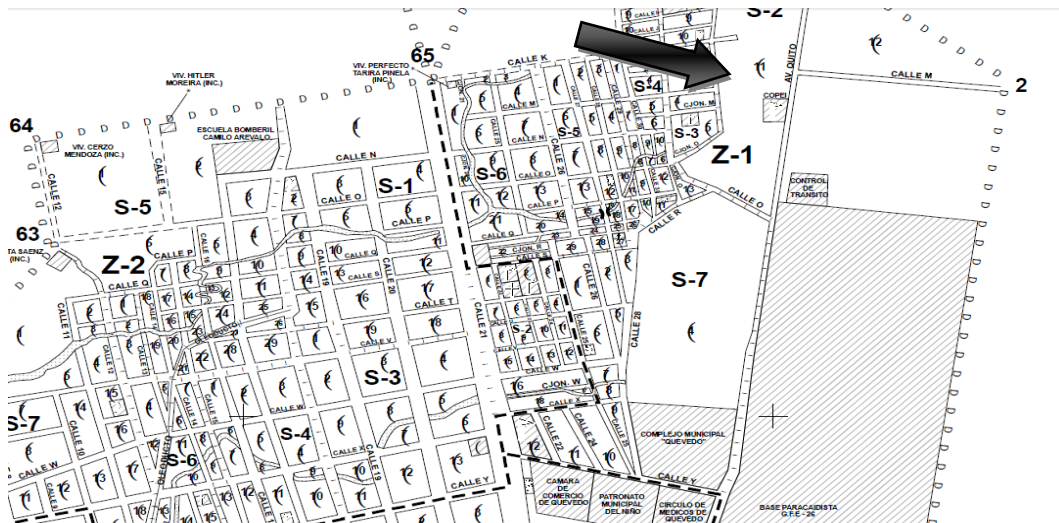
Quevedo es uno de los cantones más progresistas de la provincia de Los Ríos y ocupa destacada posición entre todos los de la República.

(UNIAGRO U.T.E.Q, 2003)



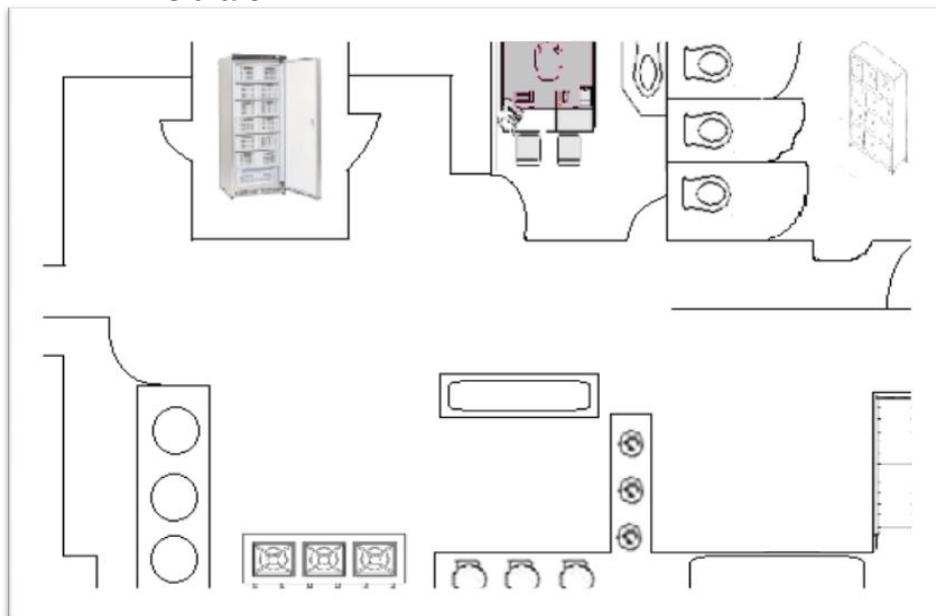
4.2.10.2 Micro – Localización

Para lograr un lugar estratégico para la elaboración del producto, la empresa estará ubicada, en la Parroquia Venus, en la Buena Fe.



4.2.11 Tecnología e Ingeniería

4.2.11.1 Obra civil



4.2.11.2 Descripción del Proceso de Producción

- El proceso de transformación del fruto en pasta de ají es un proceso sencillo, que no requiere de grandes inversiones, de mucha maquinaria ni precisión. Esta fue una de las características que se observó al escoger este renglón de producción, ya que permite que el proceso pueda ser realizado por los agricultores sin necesidad de mucha preparación. A continuación, se describe el proceso desde la cosecha, molienda, formulaciones, fermentación, hasta el manipuleo.
- Para cosechar el fruto, éste debe estar completamente maduro. La coloración del fruto debe ser roja intensa.
- No se deben procesar frutos sobre maduros o parcialmente maduros, porque no permiten la calidad de la pasta. El fruto debe ir libre de hojas, pedúnculos y cualquier impureza. Una vez cosechado, se debe procesar en pasta de ají en un lapso de tiempo no superior a las 24 horas, porque el fruto empieza a perder humedad y cambiar sus características. Por esta razón, el lugar de procesamiento no debe estar muy lejos de los cultivos. Tampoco se debe cosechar muy temprano en la mañana o bajo la lluvia, porque incrementa el contenido de humedad en la pasta.
- El proceso de convertir el fruto en pasta es realizado por un molino de martillo. Como lo que se procesa es un alimento para el consumo humano, el molino debe ser de acero inoxidable.
- El fruto debe ser finamente molido, pero sin romper la semilla, se usa una criba o zaranda de 3 mm. El lugar de la molienda debe ser bien ventilado para que los gases con contenido de capcicina emanados durante la

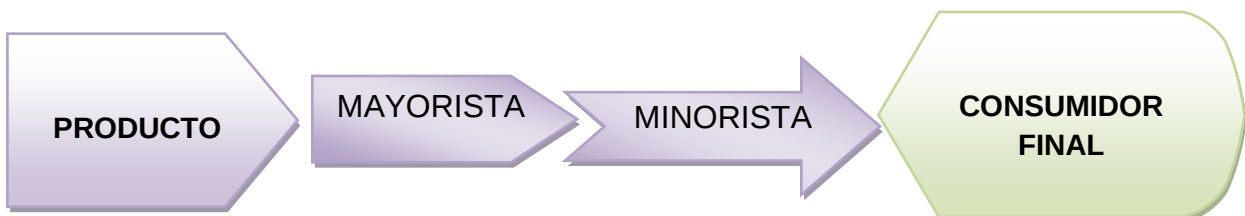
molienda, salgan fácilmente y no deterioren el ambiente de trabajo; al mismo tiempo debe estar bien cerrada con malla para prevenir la entrada de insectos.

- Además del molino, los equipos que se usan son balanzas, batidores, barriles y canastas.
- Cada cliente en el exterior usa su propia formulación para la producción de pasta y ésta se especifica en el contrato. El fruto de ají se procesa con aditivos que ayuden a conservarla y mejorar el proceso de fermentación.
- El aditivo que se usa con mayor frecuencia es la sal, pero también se usan antioxidantes como el ácido ascórbico. La concentración de los aditivos varía dependiendo del cliente, pero en promedio es del 4% en peso.
- El aditivo se debe adicionar durante el proceso de molienda, para que quede distribuido en la pasta lo más homogéneamente posible.
- Las fórmulas de los aditivos son manejadas en algunos casos con secreto por parte del cliente.
- Una vez producida la pasta, ésta debe sufrir un proceso de fermentación antes de ser exportada.
- El proceso de fermentación se debe hacer bajo la sombra en temperatura ambiente y tiene una duración de aproximadamente un mes.

- Periódicamente, la pasta en los barriles se debe mover, para permitir que salgan los gases producto de la fermentación.
- La tapa del barril se debe sellar con sal, para prevenir que se contamine la pasta con hongos o con larva de insectos.
- El fruto se debe manipular en canastas plásticas, para evitar que se dañe con el peso y pierda humedad.
- La pasta se almacena y se fermenta en barriles plásticos o de fibra de vidrio.

4.2.12 Plan de Marketing

4.2.12.1 Canales de Distribución



4.2.12.2 Publicidad

El 15 de marzo del 2013 se realizará la inauguración de la empresa y a su vez del producto se dará degustaciones del producto en diferentes puntos de la ciudad con el fin de hacernos conocer como empresa y calidad del producto.

PUBLICIDAD			
CANT.	DESCRIPCION	P.V	P.T.
3	Publicaciones en Diario la Hora desde el 15 de marzo al 30 de Dic. 2013	59,14	177,42
1	Contrato de Radio Audiorama (4 cuñas diarias desde el 29 de marzo al 29 de diciembre del 2013.	168	168
1	Contrato en Radio Imperio (3 cuñas diarias) desde el 25 de marzo al 25 de diciembre del 2013.	134,4	134,4
2000	Volantes en tamaño de 10 * 15cm a color.	0,01	20
2	Prestaciones de servicio para la entrega de los volantes.	10	20
TOTAL			519,82

4.3 ESTUDIO FINANCIERO

4.3.1 Planificación de Inversión y Financiamiento

➤ Inversión en local

DESCRIPCION	COSTO EN USD
PINTURA DE PAREDES	\$ 280,00
CONEXIONES DE ELECTRICIDA	\$ 175,00
RECONSTRUCCION DEL LOCAL	\$ 1.000,00
TOTAL	\$ 1.455,00

➤ Inversión en muebles y equipos para la producción

CANT.	DESCRIPCION	COSTO UNIT. (EN USD)	COSTO TOTAL POR PRODUCTO	COSTOS TOTALES	TIEMPO DE VIDA / AÑOS
	MUEBLES Y EQUIPO			9886,12	
2	Secador Ahumador	1250	2500		7
2	Despendunculador	680	1360		7
2	Molino importado CM-125	960,00	1920		7
2	Mesclador	880	1760		9
1	Balanza electrónica de 10/20	870	870		9
3	Mesones Inoxidable	320	960		9
2	Dispensador				
1	Mesa de sesión 4 personas loqueda galax	106,25	106,25		7
2	sillas tentación	49,22	98,44		7
1	Lokers metálico de 4 casilleros de 40x40x40	39,4	39,4		7
1	escritorio master de 2 gavetas	168,45	168,45		7
1	archivador aéreo con puerta metálica ovalada	103,58	103,58		7
	VEHICULO			7000	
1	CAMIONETA PARA COMPRA	7000	7000		7
	INSTALACIONES E INVENTARIO			850	
1	COMPUTADORA + IMPRESORA	850	850		3
	TOTAL			17736,12	

➤ Tabla de depreciación acumulada de los equipos.

DESCRIPCION	COSTO (EN USD)	TIEMPO DE VIDA (EN AÑOS)	DEPRECIACION %	Deprecia ción Anual (Años 1- 3) (en USD)	Depreci ación Anual (Años 4-5) (en USD)	Depreciación Mensual
Secador Ahumador	1250	7	14.286	178.57	178.57	14.88
Despendunculador	680	7	14.286	97.14	97.14	8.10
Molino importado CM-125	960.00	7	14.286	137.14	137.14	11.43
Mesclador	880	7	14.286	125.71	125.71	10.48
Balanza electrónica de 10/20	870	7	14.286	124.29	124.29	10.36
Mesones Inoxidable	320	7	14.286	45.71	45.71	3.81
Dispensador	187	7	14.286	26.71	26.71	2.23
mesa de sesión 4 personas loqueda galax	106.25	7	14.286	15.18	15.18	1.26
sillas tentación	49.22	7	14.286	7.03	7.03	0.59
Lokers metálico de 4 casilleros de 40x40x40	39.4	7	14.286	5.63	5.63	0.47
escritorio master de 2 gavetas	168.45	7	14.286	24.06	24.06	2.01
sillón kb 9604	147.83	7	14.286	21.12	21.12	1.76
archivador aéreo con puerta metálica ovalada	103.58	7	14.286	14.80	14.80	1.23
CAMIONETA PARA COMPRA	7000	7	14.286	1000.00	1000.00	83.33
COMPUTADORA + IMPRESORA	850	3	33.333	283.33		
TOTAL				2106.44	1823.10	151.93

4.3.2 Activos en circulación (activo corriente)

➤ Costo variable (costo de materiales)

COSTO VARIABLE / PRODUCTO	CANTIDAD	MEDIDA	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
Ají	256	libras	\$ 1.02	\$ 261.12
Ajo	50	Libras	\$ 3.50	\$ 175.00
Sal	50	libras	\$ 0.42	\$ 21.00
Cebolla	45	libras	\$ 0,35	\$15,75
Escancias	30	onzas	\$ 0.35	\$ 10.50
Guantes	4	u	\$ 2.00	\$ 8.00
Cucharas	3	u	\$ 2.50	\$ 7.50
Cuchillos	3	u	\$ 2.00	\$ 6.00
Paleta para Degustación	3	u	\$ 2.00	\$ 6.00
Botellón de agua	8	u	\$ 1.00	\$ 8.00
Leticina de soya	12	libras	\$ 0.95	\$ 11.40
TOTAL				\$ 514.52

➤ Costo variable inicial de bienes (EN USD)

COSTOS VARIABLES DE BIENES	CANTIDAD	MEDIDA	COSTO UNIT.	COSTO TOTAL
TOALLAS DE COCINA	10	u	\$ 3.00	\$ 30.00
MANDIL	8	u	\$ 3.00	\$ 24.00
GORRO	18	u	\$ 3.00	\$ 54.00
GUANTES	18	u	\$ 2.50	\$ 45.00
TOTAL				\$ 153.00

- Total de activos corrientes con lo que inicia la empresa.

ACTIVOS CORRIENTES	USD
INVENTARIO INICIAL	\$ 18,110.12
CAJA Y BANCO	\$ 6,000.00
CUENTAS POR COBRAR	—

4.2.2.2. Costo de constitución

COSTO DE CONSTITUCION	USA
Cargos De Notaria	\$ 120.00
Otros Certificados Oficiales (Registro Y Patente)	\$ 50.00
Permiso De Cuerpo De Bomberos	\$ 15.00
Costo De Planeación (Estudio, Impuesto, Consultoría)	\$ 600.00
TOTAL	\$ 785.00

4.3.3.2Costo de operaciones

ALQUILER DE LOCAL	\$ 400.00
COSTO DE MATERIALES (VARIAN MENSUALMENTE)	
ELECTRICIDAD AGUA Y OTROS ADICIONALES	\$ 90.00
ADMINISTRACION Y VENTAS	\$ 658.00
TOTAL	\$ 1,148.00

4.3.3.3 Costo de producción

- costo de producción de envases de ají de 110gr.

DETALLE	COSTO UNIT.	
materia prima	0.45	
mano de obra	0.20	
costo de producto	0.65	
precio de venta	1.00	
margen de utilidad	0.35	35%

- costo de producción de envases de ají de 200gr.

DETALLE	COSTO UNIT.	
materia prima	0.52	
mano de obra	0.20	
costo de producto	0.73	
precio de venta	2.00	
margen de utilidad	1.27	64%

4.4 FINANCIAMIENTO

El proyecto requiere de \$ 24,512.55 dólares para la ejecución hasta la puesta en marcha de la empresa.

El proyecto se financia de la siguiente manera:

- Capital propio: \$ 14.512,55 (59%);
- Préstamo Bancario: \$ 10.000,00

4.3.1 Tabla de pago del préstamo al Banco de Fomento

Crédito 10,000.00

Tiempo. 4 años

Tasa de interés.15%

Periodo. Semestral

periodo	Saldo insoluto	Renta	Interés periodo	Capital periodo	Capital acumulado	Interés acumulado
1	10,000.00	1,707.27	750.00	957.27	957.27	750.00
2	9,042.73	1,707.27	678.20	1,029.07	1,986.34	1,428.20
3	8,013.66	1,707.27	601.02	1,106.25	3,092.59	2,029.22
4	6,907.41	1,707.27	518.06	1,189.21	4,281.80	2,547.28
5	5,718.2	1,707.27	428.87	1,278.41	5,560.21	2,976.15
6	4,439.79	1,707.27	332.98	1,374.29	6,934.50	3,309.13
7	3,065.50	1,707.27	229.91	1,477.36	8,411.86	3,539.04
8	1,588.14	1,707.27	119.11	1,588.16	10,000.00	3,658.15
	Totales	13,658.16	3,658.16	10,000.00		

4.4.2 Inversión Inicial

La inversión inicial para la implementación de la empresa productora y comercializadora de leche de soya para la ciudad de Quevedo es de \$ 24.512,55

ACTIVIDAD	PRESUPUESTO	FUENTE FINANCIAMIENTO
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD		
Ø Infraestructura Adecuada	\$ 20,536.47	
Alquiler Local	\$ 400.00	capital propio
Adecuación Local	\$ 1,455.00	capital propio
Adquirir muebles de oficina	\$ 663.95	capital propio
Adquirir equipos de computación	\$ 850.00	capital propio
Adquirir maquinaria y materiales	\$ 16,523.00	capital propio y bancario
Servicios básicos	\$ 90.00	capital propio
materiales de limpieza	\$ 40.00	capital propio
Materiales y suministros	\$ 514.52	capital propio
Ø Recurso Humano	\$ 1,504.00	capital propio
Contratar personal	\$ 1,404.00	
Capacitar personal	\$ 100.00	
Ø Publicidad adecuada	\$ 519.82	capital propio
Contratar publicidad	\$ 519.82	
Ø Gastos de constitución	\$ 785.00	capital propio
Permisos municipales	\$ 785.00	
Subtotal	\$ 23,345.29	
Imprevistos 5%	\$ 1,167.26	
Recursos propios	\$ 14,512.55	
Crédito Banco Fomento	\$ 10,000.00	
TOTAL DE INVERSIÓN	\$ 24,512.55	

4.4.3 Proyección de los estados financieros

4.3.3.4 Balance General Projectado

CONCEPTOS	AÑOS			
	1	2	3	4
ACTIVOS				
ACTIVOS CORRIENTES				
Caja	5000	5400	5500	4900
Bancos	8930.56	9500	10000	11000
Total Activos Corrientes	13930.56	14900	15500	15900
ACTIVOS FIJOS				
Activos Fijos Tangibles				
Maquinaria y equipos	16523	16523	16523	16523
Equipos de computación	850	850	850	850
Muebles de oficina	663.95	663.95	663.95	663.95
Utensilios e implementos	644.52	644.52	745	745
(-) Depreciación Acumulada	2106.44	2106.44	1823.10	1823.10
Total Activos Tangibles	16575.032	16575.032	16958.846	16958.846
TOTAL DE ACTIVOS	30505.592	31475.032	32458.846	32858.846
PASIVOS				
Pasivos a largo plazo	10,662.22	8,590.82	5,851.39	2,228.50
TOTAL PASIVOS	10,662.22	8,590.82	5,851.39	2,228.50
PATRIMONIO				
Capital Contable	19,843.37	22,884.21	26,607.45	30,630.34
Total Patrimonio	19,843.37	22,884.21	26,607.45	30,630.34
TOTAL PASIVO + CAPITAL	30,505.59	31,475.03	32,458.85	32,858.85

4.3.3.5 Estado de Resultado Proyectado

CONCEPTOS	1	2	3	4
INGRESOS	36000,00	36000,00	40800,00	40800,00
Aji de 110gr	14400,00	14400,00	16800,00	16800,00
Aji de 200G	21600,00	21600,00	24000,00	24000,00
EGRESOS	29938,89	30444,01	33869,38	34752,84
COSTO DIRECTO	2504,95	2504,95	3026,95	3026,95
Materia prima	1841,00	1841,00	2363,00	2363,00
Materiales y suministros	663,95	663,95	663,95	663,95
COSTOS INDIRECTOS	27433,94	27939,06	30842,43	31725,89
Alquiler Local	4800,00	4800,00	4800,00	4800,00
Servicios básicos	1080,00	1080,00	1200,00	1200,00
Artículos de limpieza	480,00	480,00	480,00	480,00
Contratar personal	22750,98	22750,98	25576,00	25576,00
Publicidad	1213,68	1213,68	504,00	504,00
Gastos financieros	-2890,72	-2385,60	-1717,57	-834,11
Utilidad antes de participación	6061,11	5555,99	6930,62	6047,16
15% participación de trabajadores	909,17	833,40	1039,59	907,07
Utilidad antes de impuesto a la renta	5151,95	4722,59	5891,03	5140,08
25% Impuesto a la renta	1287,99	1180,65	1472,76	1285,02
UTILIDAD antes de pago de capital	3863,96	3541,94	4418,27	3855,06
Pago de capital (-)	-1566,28	-2071,40	-2739,43	-3622,89
UTILIDAD NETA	2297,68	1470,54	1678,84	232,17

4.3.3.6 Flujo de Caja Proyectado

CONCEPTOS	AÑOS				
	0	1	2	3	4
INGRESOS	0,00	36000,00	36000,00	40800,00	40800,00
Aji de 110gr		14400,00	14400,00	16800,00	16800,00
Aji de 200G		21600,00	21600,00	24000,00	24000,00
EGRESOS ECONÓMICOS	18517,12	33757,82	34262,95	41528,31	42411,78
COSTO ECONÓMICO DIRECTO	956,45	3737,45	3737,45	4259,45	4259,45
Materia prima	1867,67	1841,00	1841,00	2363,00	2363,00
Materiales y suministros	663,95	663,95	663,95	663,95	663,95
Gasolina	255,00	1020,00	1020,00	1020,00	1020,00
Mantenimiento vehículo	37,50	212,50	212,50	212,50	212,50
COSTO ECONÓMICO INDIRECTOS	6649,41	30020,37	30525,50	37268,86	38152,33
Alquiler Local	800,00	4800,00	4800,00	4800,00	4800,00
Adecuación Local	1455,00				
Muebles y equipamiento	1480,59				
Servicios básicos	90,00	1080,00	1080,00	4800,00	4800,00
Artículos de limpieza	15,00	960,00	960,00	1200,00	1200,00
Contratar personal	1404,00	22750,98	22750,98	25576,00	25576,00
Capacitar personal	100,00				
Publicidad	519,82	1213,68	1213,68	504,00	504,00
Gastos de constitución	785,00				
Gastos financieros		-2890,72	-2385,60	-1717,57	-834,11
Depreciación		2106,44	2106,44	2106,44	2106,44
Utilidad antes de participación		2242,18	1737,05	-728,31	-1611,78
15% participación de trabajadores		336,33	260,56	-109,25	-241,77

Utilidad antes de impuesto a la renta		1905,85	1476,49	-619,07	-1370,01
25% Impuesto a la renta		476,46	369,12	-154,77	-342,50
UTILIDAD NETA		1429,39	1107,37	-464,30	-1027,51
COSTOS DE INVERSIÓN	9744,00				
Secador Ahumador	2500,00				
Despendunculador	1360,00				
Molino conchador importado CM-125	1920,00				
Mesclador	1760,00				
Balanza electrónica de 10/20	870,00				
Mesones Inoxidable	960,00				
Dispensador	374,00				
Imprevistos 5%	1167,26				
Depreciación		2241,75	2241,75	2241,75	2041,75
Capital recibido (+)	10000,00				
Pago de capital (-)		12299,27	11977,25	20326,35	19763,14
FLUJO DE FONDOS NETOS	-18517,12	15970,40	15326,37	22103,80	20777,38
FLUJO DE FONDOS ACUMULADO		15970,40	31296,77	53400,57	74177,95

Evaluación financiera

INDICADORES FINANCIEROS	
VAN	\$ 33.372,26
TIR	84%
RELACION B/C	\$ 2,80

- Valor Actual Neto: si el resultado de este índice financiero es positivo entonces nos indica que el proyecto es atractivo y conveniente, y si es negativo seria todo lo contrario. En nuestro caso tenemos un VAN de \$ 33.372,26
- Tasa Interna de Retorno: cuando la TIR es mayor que la tasa de oportunidad nos indica que el proyecto es viable, en nuestro caso tenemos 84% de tasa interna de retorno y la tasa de oportunidad es del 15%.
- Relación Beneficio – Costo: el B/C del proyecto es de \$ 2,80, esto indica que por cada \$ 1,00 de inversión tendríamos \$ 1,80 de dólar de ganancia.
- Tiempo de Recuperación de la Inversión: el tiempo de recuperación de la inversión es de 3 años, 113 días.

CAPITULO V

Conclusiones y Recomendaciones

5.3 CONCLUSIONES

- La actividad micro empresarial sobre el proceso y comercialización de ajíes en el Cantón Quevedo es muy limitada.
- En la encuesta realizada a los hogares del Cantón Quevedo sobre el consumo de salsa de ajíes, demuestra que existe una demanda insatisfecha sobre estos productos.
- En La zona del Cantón Quevedo existes sembríos de ajíes materia prima fundamental para el éxito del proyecto.
- Es necesario incrementar e incentivar los cultivos agrícolas para obtener la materia prima.
- La empresa y su instalación, creara fuentes de empleo agrícola y técnica.
- Diversificara las plantas industriales y así evitar los grandes emporios en las grandes ciudades.

5.4 RECOMENDACIONES

- Abrir mercados dando a conocer las cualidades que tienen la salsa de ajíes y la variedad de productos que se pueden elaborar con el mismo.
- La existencia de materia prima en el cantón Quevedo y su entorno es significativa lo que garantiza el éxito del proyecto.
- Se recomienda implementar mano de obra especializada y cursos de capacitación para el personal.
- Implementar un amplio sistema de mercado técnico para penetrar en el mercado consumidor del país con el producto.
- Instalar los equipos apropiados para mantener inalterable el sistema ecológico del medio ambiente.
- La planta debe estar instalada con la mejor tecnología de procesamiento, para poder ingresar al medio competitivo.

CAPITULO VI

BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS

6.1 Bibliografía

- **Andriani CARLOS S. (2005)**, Rodolfo Eduardo Riasca. El Nuevo Sistema de Gestión para las PYMES. Bogotá, Grupo Editorial Norma.
- **BACA Urbina, Gabriel(2006)**, Evaluación de Proyectos. Quinta Edición, México. MC Graw Hill.
- **García Gary FLOR (2011)**, Guía para Crear y Desarrollar su propia empresa, Tercera edición.
- **García Gary FLOR (2012)**, Guía para Elaborar Planes de Negocios, Segunda edición.
- <http://www.inec.gov.ec/>.
- **INSTITUTO** Nacional de Estadística y Censo del Ecuador (INEC).
- **NARESH K.Malhotra (2008)**, Investigación de Mercados. Prentice Hall México. Quinta edición.
- **PRIETO H. Jorge 2006** Los proyectos, la razón de ser del presente Bogotá Ecos. Ediciones pág. 50
- **REVISTA** Ecuatoriana de Estadística. INEC. Septiembre 2008.

- **SAPAG. Nassir.** Reinaldo (2008) Evaluación de Proyectos México. Mc Graw Hill Pág. 55

- **SCALI Jorge Omar (2010),** Tablero de Comando en las Pymes, Primera edición.

- **Tarapuez Chamorro EDWIN (2008),** Creatividad Empresarial, elementos teóricos e instrumentos didácticos. Eco Ediciones, Primera edición.

ANEXOS

ANEXO: 1



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS HOGARES DEL CANTON QUEVEDO EN RELACION AL CONOCIMIENTO DE LOS PROCEDIMIENTOS PARA UN ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA UNA PLANTA PROCESADORA DE AJI, CUYOS RESULTADOS SERVIRAN PARA APORTAR CON EL DESARROLLO DE LA TESIS.

Pregunta N°. 1: ¿Usted consume ají?

.

Pregunta N°. 2: ¿Indique que clase de ají acostumbra a consumir?

Pregunta N°. 3: ¿Con que frecuencia consume ají?

Pregunta N°. 4: ¿ Cuáles características considera importante para su consumo de ají?

Pregunta N°. 5: ¿Le gustaría a usted que exista una microempresa artesanal, procesadora y envasadora de ají en Quevedo?

Pregunta N°. 6: ¿Le gustaría comprar una nueva marca de ají, procesada y elaborada artesanalmente por una microempresa quevedeña diferente a las demás?

Pregunta N°. 7: ¿Sabe usted que el ají tiene propiedades curativas cómo?

Pregunta N°. 8: ¿Dónde acostumbra a realizar usted sus compras?

Pregunta N°. 9: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un frasco de ají?

Pregunta N°. 10: Le gustaría a usted que la microempresa elabore una pasta de ají con un producto adicional como:

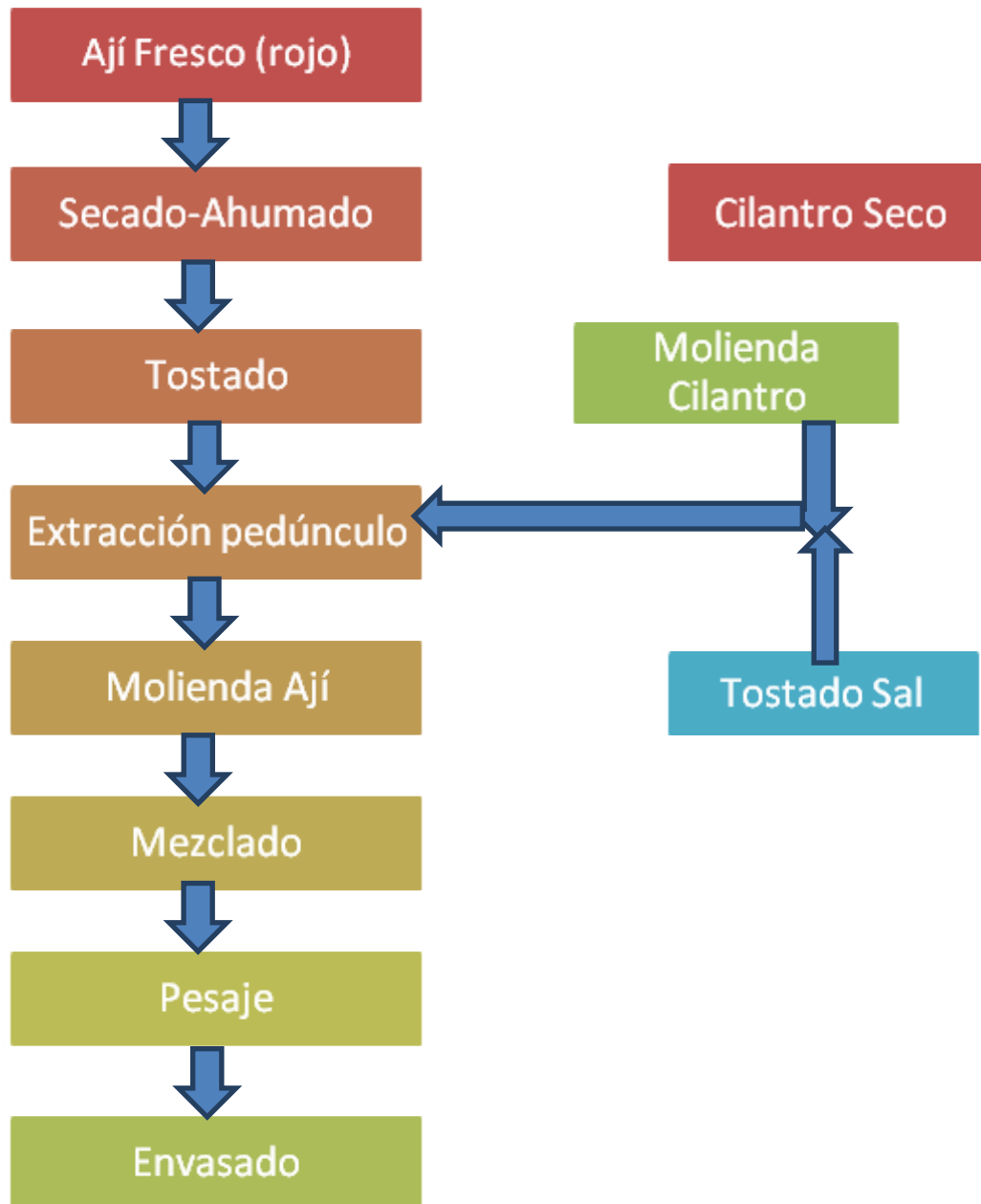
¡MUCHAS GRACIAS POR SU PARTICIPACION EN ESTE ESTUDIO! EN VERDAD APRECIAMOS MUCHO SU TIEMPO Y SUS OPINIONES.

ANEXO: 2



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROCESO DE ELABORACION DE AJI



ANEXO: 3



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CULTIVOS DE AJI.



ANEXO: 4



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

LA MATERIA PRIMA A UTILIZAR PARA LA ELABORACION DE LA PASTA DE AJI.



ANEXO: 5



UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Tabla nutricional del producto

Información Nutricional	
Porción: 90 g (1 unidad mediana)	
<i>Cantidad por Porción</i>	
	% Valor Diario*
Valor energético: 21 Kilocalorías	1 %
Carbohidratos 3,6 g	1 %
Proteínas 0,9 g	1 %
Grasas totales 0,27 g	0 %
grasas saturadas 0,05 g	0 %
grasas mono insaturadas 0,01 g	
grasas poliinsaturadas 0,14 g	
Colesterol 0 mg	
Fibra alimentaria 1,8 g	7 %
Sodio 2 mg	0 %
Potasio 190 mg	
Vitamina A 141,3 µg	24 %
Vitamina D 0 µg	0 %
Vitamina C 153,27 mg	341 %
Vitamina B1 (Tiamina) 0,05 mg	4 %
Vitamina B2 (Riboflavina) 0,08 mg	6 %
Niacina 0,87 mg	5 %
Acido Fólico (Vitamina B9) 16,2 µg	7 %
Vitamina B12 (Cobalamina) 0 µg	0 %
Calcio 6 mg	1 %
Hierro 0,36 mg	3 %
Zinc 0,27 mg	4 %
Fósforo 23 mg	3 %
Las cantidades fueron modificadas en relación a la porción indicada	
(*) % Valores Diarios con base a una dieta de 2000 kcal u 8400 kJ. Sus valores diarios pueden ser mayores o menores dependiendo de sus necesidades energéticas.	

