



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
SEDE ESMERALDAS



PUCESE

FACULTAD:

CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ESPECIALIDAD:

INGENIERÍA COMERCIAL MENCIÓN PRODUCTIVIDAD

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ DE PASAR ELABORADO CON
PROCESOS SEMINDUSTRIALES, EN EL RECINTO QUITITO-
PARROQUIA TONCHIGÜE, PARA SU COMERCIALIZACIÓN EN
LA CIUDAD DE ESMERALDAS”**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO:

INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN PRODUCTIVIDAD

AUTOR:

INÉS YASMIN VALDEZ PINARGOTE

ASESOR DE TESIS:

ING. ORLIN ALAVA. MS.C

ESMERALDAS, DICIEMBRE DEL 2011

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ DE PASAR ELABORADO CON PROCESOS
SEMINDUSTRIALES, EN EL RECINTO QUITITO-PARROQUIA
TONCHIGÜE, PARA SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE
ESMERALDAS”**

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título de Ingeniería Comercial Mención Productividad.

PRESIDENTE TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

LECTOR 1

LECTOR 2

DIRECTOR DE ESCUELA

DIRECTOR DE TESIS

Esmeraldas, Diciembre del 2011

AUTORÍA

Yo, **VALDEZ PINARGOTE INÉS YASMIN**, portador de la Cédula de Ciudadanía N° 080321999-7, declaro que la presente investigación enmarcada en el actual trabajo de tesis es absolutamente original, auténtica y personal.

En virtud que el contenido de ésta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora y de la PUCESE.

VALDEZ PINARGOTE INÉS YASMIN
080321999-7

DEDICATORIA

Todo el esfuerzo y perseverancia para realizar esta investigación va dedicada a mis padres; JOSÉ RICARDO VALDEZ, INÉS ALICIA PIANRGOTE, hermanos y familiares por su apoyo confianza y amor, siendo las personas que siempre me están acompañando y aconsejando para que tome mis mejores decisiones.

AGRADECIMIENTO

A mis padres por todo el esfuerzo y apoyo que me han brindado sobre todas las cosas y han sido el centro de motivación, para el desarrollo profesional y humano, también a la Sr. Lucia Solórzano por su apoyo dado.

A mi asesor y gran docentes Ing. Orlin Álava Ms,C, y profesores de toda la carrera, quienes me han formado en esta etapa universitaria y paciencia que han brindado durante todo este tiempo fuera y dentro de las aulas de clases. A mis compañeros que me apoyaron que en toda la trayectoria universitaria y brindaron su amistad en especial a Carlos Santillán, Gianella Plaza, Jazmín Ruiz, Julissa Ramírez, Marjorie Marcillo.

A la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, por mi formación profesional. A nuestra Directora de Escuela Eco. Roxana Benítez, quien me ha guiado en este camino profesional, logrando que el proceso de aprendizaje sea enriquecedor.

ÍNDICE

PORTADA.....	I
TEMA.....	II
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN.....	III
<u>AUTORÍA</u>	IV
<u>DEDICATORIA</u>	V
<u>AGRADECIMIENTO</u>	VI
<u>ÍNDICE</u>	VII
<u>ÍNDICE DE TABLA</u>	XII
<u>ÍNDICE DE GRÁFICOS</u>	XIII
<u>ÍNDICE DE FIGURAS</u>	XIV
<u>ÍNDICE DE ANEXOS</u>	XV
<u>RESUMEN</u>	XVII
<u>ABSTRACT</u>	XVIII
<u>INTRODUCCIÓN</u>	1
<u>CAPÍTULO I</u>	1
<u>1. CONTENIDO MARCO CONTEXTUAL</u>	2
<u>1.1. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN</u>	2
<u>1.2. JUSTIFICACIÓN</u>	2
<u>1.3. OBJETIVOS</u>	3
<u>a.) Objetivo General</u>	3
<u>b.) Objetivos específicos</u>	3
<u>CAPITULO II</u>	3
<u>2. ANÁLISIS DEL MERCADO</u>	4
<u>2.1. EL PRODUCTO</u>	4
<u>2.1.1. GENERALIDADES DEL PRODUCTO</u>	4
<u>2.1.2. NECESIDADES QUE CUBRE EL PRODUCTO</u>	4
<u>2.1.3. CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO</u>	4
<u>2.1.3.1. TIPO DE PRODUCTO</u>	4
<u>2.1.3.2. PRODUCTOS SUSTITUTOS</u>	4
<u>2.1.3.3. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO</u>	4
<u>2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA</u>	5
<u>2.2.1. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO</u>	5
<u>2.2.2. CONDUCTA DE COMPRA DE LOS CLIENTES</u>	5
<u>2.2.3. ANÁLISIS DE FUENTES SECUNDARIAS</u>	5
<u>2.2.4. ANÁLISIS DE FUENTES PRIMARIAS</u>	5
<u>2.2.4.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO</u>	5

2.2.4.1.1.	<u>DEFINIR OBJETIVOS</u>	5
a.)	<u>Objetivo General</u>	5
b.)	<u>Objetivos Específicos</u>	6
2.2.4.1.2.	<u>NECESIDADES DE INFORMACIÓN</u>	6
2.2.4.1.3.	<u>DETERMINAR FUENTES DE DATOS</u>	6
2.2.4.1.4.	<u>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</u>	6
2.2.4.1.5.	<u>TAMAÑO DE LA MUESTRA</u>	7
2.2.4.1.6.	<u>TRABAJO DE CAMPO</u>	7
2.2.4.1.7.	<u>VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN</u>	7
2.2.4.1.8.	<u>TABULACIÓN</u>	7
2.2.4.1.9.	<u>RESULTADOS Y ANÁLISIS</u>	9
2.2.5.	<u>PROYECCIÓN DE LA DEMANDA</u>	9
2.3.	<u>ANÁLISIS DE LA OFERTA</u>	10
2.3.1.	<u>ASPECTOS CUALITATIVOS</u>	10
2.3.1.1.	<u>COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA</u>	10
2.3.1.2.	<u>DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LA COMPETENCIA</u>	10
2.3.1.3.	<u>ASPECTOS COMPETITIVOS</u>	10
2.3.1.4.	<u>PRODUCTOS QUE OFRECE LA OFERTA</u>	10
2.3.1.5.	<u>CARACTERÍSTICAS DE SUS CLIENTES</u>	11
2.3.1.6.	<u>INFRAESTRUCTURA</u>	11
2.3.1.7.	<u>FORTALEZAS Y DEBILIDADES</u>	11
2.3.1.8.	<u>CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE LA OFERTA</u>	11
2.3.1.9.	<u>ESTRATEGIAS DE MERCADEO PUBLICIDAD</u>	12
2.3.2.	<u>ASPECTOS CUANTITATIVOS DE LA OFERTA</u>	12
2.3.2.1.	<u>OFERTA ACTUAL E HISTÓRICA</u>	12
2.3.2.2.	<u>PRECIOS</u>	12
2.3.3.	<u>PROYECCIÓN DE LA OFERTA</u>	12
2.4.	<u>ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE OFERTA Y DEMANDA</u>	13
2.4.1.	<u>CUADRO COMPARATIVO</u>	13
2.5.	<u>DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA DEL PROYECTO</u>	13
2.5.1.	<u>DEMANDA DEL PROYECTO</u>	13
2.5.2.	<u>TIPOS DE MERCADO</u>	14
2.5.3.	<u>PRECIOS DETERMINADOS DEL MERCADO</u>	15
2.5.4.	<u>VENTAJAS COMPETITIVAS</u>	15
2.5.5.	<u>ESTRATEGIAS GENÉRICAS</u>	15
2.6.	<u>MODELO DE NEGOCIO</u>	16
CAPITULO III	16
3.	<u>ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO</u>	16

<u>3.1.</u>	<u>ESTUDIO TECNICO</u>	16
<u>3.1.1</u>	<u>DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO</u>	16
<u>3.1.2.</u>	<u>LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO</u>	17
<u>3.1.2.1.</u>	<u>MICROLOCALIZACIÓN</u>	17
<u>3.1.2.2.</u>	<u>MACROLOCALIZACIÓN</u>	17
<u>3.2.</u>	<u>INGENIERIA DEL PROYECTO</u>	17
<u>3.1.1.</u>	<u>DISEÑO DEL PRODUCTO</u>	17
<u>3.1.2.</u>	<u>DISEÑO DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN</u>	17
<u>3.1.2.1.</u>	<u>DIAGRAMAS Y MANUALES DE PROCEDIMIENTO</u>	17
<u>3.2.2.2</u>	<u>MANUAL GENERAL DE PROCEDIMIENTOS</u>	18
<u>3.2.2.3.</u>	<u>DIAGRAMA DE FLUJO DEL PRODUCTO</u>	19
<u>3.2.2.4.</u>	<u>PROCESO DEL PRODUCTO</u>	20
<u>3.1.3.</u>	<u>REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO</u>	22
<u>3.1.3.1.</u>	<u>REQUERIMIENTOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.</u>	22
<u>3.1.4.</u>	<u>DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES</u>	22
<u>3.1.5.</u>	<u>ORGANIZACIÓN FUNCIONAL Y ORGANIGRAMA GENERAL DE LA EMPRESA</u>	23
<u>3.1.5.1.</u>	<u>ORGANIZACIÓN FUNCIONAL</u>	23
<u>3.1.5.2.</u>	<u>ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL</u>	29
<u>3.1.6.</u>	<u>RAZÓN, LOGOTIPO DE LA EMPRESA Y SLOGAN</u>	30
<u>3.1.7.</u>	<u>PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA</u>	30
<u>3.1.7.1.</u>	<u>MISIÓN</u>	30
<u>3.1.7.2.</u>	<u>VISIÓN</u>	30
<u>3.2.1.2.</u>	<u>OBJETIVOS</u>	31
<u>3.1.8.</u>	<u>ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA</u>	31
<u>3.1.8.1.</u>	<u>CONSTITUCIÓN</u>	31
<u>3.1.8.1.1.</u>	<u>COMPAÑÍAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA</u>	31
<u>3.1.8.1.1.1.</u>	<u>PERMISOS MUNICIPALES</u>	32
<u>3.1.8.1.1.2.</u>	<u>SERVICIO DE RENTAS INTERNAS</u>	33
<u>3.1.8.1.1.3.</u>	<u>PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS</u>	33
<u>3.1.8.2.</u>	<u>ASPECTOS RELACIONADOS CON LA EMPRESA</u>	34
<u>3.1.8.2.1.</u>	<u>SISTEMA TRIBUTARIO Y LEGAL</u>	34
<u>3.1.8.2.2.</u>	<u>CONTRATACIÓN LABORAL</u>	34
<u>3.1.8.2.3.</u>	<u>POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS</u>	35
<u>A)</u>	<u>POLÍTICAS</u>	35
<u>B)</u>	<u>PROCEDIMIENTOS</u>	38
<u>CAPITULO IV</u>		39
<u>4.</u>	<u>ESTUDIO ECONÓMICO</u>	39

<u>4.1.</u>	<u>DETERMINACIÓN DE COSTOS TOTALES</u>	39
<u>4.1.1.</u>	<u>COSTOS DEL PRODUCTO</u>	39
<u>4.1.2.</u>	<u>GASTOS ADMINISTRATIVOS</u>	40
<u>4.1.3.</u>	<u>GASTOS DE VENTAS</u>	41
<u>4.1.4.</u>	<u>GASTOS FINANCIEROS</u>	41
<u>4.1.5.</u>	<u>COSTO DEL PERSONAL</u>	42
<u>4.1.5.1.</u>	<u>COSTOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVO</u>	42
<u>4.1.5.2.</u>	<u>COSTOS DE PERSONAL OPERATIVO</u>	42
<u>4.2.</u>	<u>INVERSIÓN TOTAL INICIAL</u>	44
<u>4.3.</u>	<u>ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL</u>	44
<u>4.4.</u>	<u>FUENTES DE FINANCIAMIENTO</u>	45
<u>4.4.1.</u>	<u>REQUISITOS PARA CRÉDITO</u>	46
<u>4.5.</u>	<u>PUNTO DE EQUILIBRIO</u>	52
<u>4.6.</u>	<u>ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO</u>	52
<u>4.7.</u>	<u>BALANCE GENERAL PROYECTADO</u>	52
<u>CAPITULO V</u>	54
<u>5.</u>	<u>ANÁLISIS FINANCIERO</u>	54
<u>5.1.</u>	<u>CONSTRUCCIÓN DE FLUJOS CON FINANCIAMIENTO</u>	54
<u>5.2.</u>	<u>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</u>	54
<u>5.3.</u>	<u>FLUJO DE CAJA PROYECTADO</u>	54
<u>5.4.</u>	<u>ANÁLISIS DE LA SENSIBILIDAD</u>	56
<u>5.5.</u>	<u>ÍNDICES FINANCIEROS</u>	57
<u>CAPITULO VI</u>	58
<u>6.</u>	<u>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</u>	58
<u>6.1.</u>	<u>CONCLUSIONES</u>	58
<u>6.1.1.</u>	<u>INVESTIGACIÓN DE MERCADO</u>	58
<u>6.1.2.</u>	<u>ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO</u>	58
<u>6.1.3.</u>	<u>ESTUDIO ECONÓMICO</u>	59
<u>6.2.</u>	<u>RECOMENDACIONES</u>	59
<u>6.2.1.</u>	<u>INVESTIGACIÓN DE MERCADO</u>	60
<u>6.2.2.</u>	<u>ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO</u>	60
<u>6.2.3.</u>	<u>ESTUDIO ECONÓMICO</u>	60
<u>GLOSARIO</u>	60
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	67
<u>ANEXOS</u>	i

ABREVIATURAS.

C.A: Compañía Anónima

Cia. Ltda: Compañía de Responsabilidad Limitada

CPP: Capital Promedio Ponderado

G: Gramos

IEES: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social

INEC: Instituto Nacional de Estadística y Censo

IVA: Impuesto al Valor Agregado

RUC: Registro Único del Contribuyente

SRI: Servicio de Rentas Interna

TIR: Tasa Interna de Retorno

VAN: Valor Actual Neto

ÍNDICE DE TABLA

<u>TABLA 1</u>	12
<u>TABLA 2</u>	13
<u>TABLA 3</u>	14
<u>TABLA 4</u>	16
<u>TABLA 5</u>	39
<u>TABLA 6</u>	40
<u>TABLA 7</u>	41
<u>TABLA 8</u>	41
<u>TABLA 9</u>	42
<u>TABLA 10</u>	43
<u>TABLA 11</u>	44
<u>TABLA 12</u>	52
<u>TABLA 13</u>	52
<u>TABLA 14</u>	54
<u>TABLA 15</u>	56

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<u>GRAFICO 1</u>	7
<u>GRAFICO 2</u>	8
<u>GRAFICO 3</u>	8
<u>GRAFICO 4</u>	52

ÍNDICE DE FIGURAS

<u>FIGURA 1</u>	17
<u>FIGURA 2</u>	22
<u>FIGURA 3</u>	30

ÍNDICE DE ANEXOS

<u>ANEXOS 1</u>	<i>i</i>
<u>ANEXOS 2</u>	<i>iv</i>
<u>ANEXOS 3</u>	<i>iv</i>
<u>ANEXOS 4</u>	<i>v</i>
<u>ANEXOS 5</u>	<i>v</i>
<u>ANEXOS 6</u>	<i>vi</i>
<u>ANEXOS 7</u>	<i>vi</i>
<u>ANEXOS 8</u>	<i>vii</i>
<u>ANEXOS 9</u>	<i>vii</i>
<u>ANEXOS 10</u>	<i>viii</i>
<u>ANEXOS 11</u>	<i>viii</i>
<u>ANEXOS 12</u>	<i>ix</i>
<u>ANEXOS 13</u>	<i>ix</i>
<u>ANEXOS 14</u>	<i>x</i>
<u>ANEXOS 15</u>	<i>x</i>
<u>ANEXOS 16</u>	<i>xi</i>
<u>ANEXOS 17</u>	<i>xi</i>
<u>ANEXOS 18</u>	<i>xii</i>
<u>ANEXOS 19</u>	<i>xii</i>
<u>ANEXOS 20</u>	<i>xiii</i>
<u>ANEXOS 21</u>	<i>xiii</i>
<u>ANEXOS 22</u>	<i>xiv</i>
<u>ANEXOS 23</u>	<i>xiv</i>
<u>ANEXOS 24</u>	<i>xv</i>
<u>ANEXOS 25</u>	<i>xv</i>
<u>ANEXOS 26</u>	<i>xvi</i>
<u>ANEXOS 27</u>	<i>xvii</i>
<u>ANEXOS 28</u>	<i>xviii</i>
<u>ANEXOS 29</u>	<i>xix</i>
<u>ANEXOS 30</u>	<i>xx</i>
<u>ANEXOS 31</u>	<i>xx</i>
<u>ANEXOS 32</u>	<i>xx</i>
<u>ANEXOS 33</u>	<i>xxi</i>
<u>ANEXOS 34</u>	<i>xxi</i>
<u>ANEXOS 35</u>	<i>xxii</i>
<u>ANEXOS 36</u>	<i>xxii</i>
<u>ANEXOS 37</u>	<i>xxii</i>
<u>ANEXOS 38</u>	<i>xxiii</i>
<u>ANEXOS 39</u>	<i>xxiii</i>
<u>ANEXOS 40</u>	<i>xxiii</i>
<u>ANEXOS 41</u>	<i>xxiii</i>

ANEXOS 42	xxiv
ANEXOS 43	xxiv
ANEXOS 44	xxiv
ANEXOS 45	xxv
ANEXOS 46	xxv
ANEXOS 47	xxv
ANEXOS 48	xxvi
ANEXOS 49	xxvi
ANEXOS 50	xxxiv
ANEXOS 51	xxxv
ANEXOS 52	xxxv
ANEXOS 53	xxxvi
ANEXOS 54	xxxvi
ANEXOS 55	xxxvii
ANEXOS 56	xxxvii
ANEXOS 57	xxxviii
ANEXOS 58	xxxviii
ANEXOS 59	xxxviii
ANEXOS 60	xxxviii
ANEXOS 61	xxxix
ANEXOS 62	xxxix
ANEXOS 63	xl
ANEXOS 64	xli
ANEXOS 65	xli
ANEXOS 66	xli
ANEXOS 67	xlii
ANEXOS 68	xlii
ANEXOS 69	xliii
ANEXOS 70	xliv
ANEXOS 71	xlvi
ANEXOS 72	xlvii
ANEXOS 73	xlvii
ANEXOS 74	xlix
ANEXOS 75	l
ANEXOS 76	li
ANEXOS 77	lii
ANEXOS 78	liii
ANEXOS 79	liv
ANEXOS 80	lv
ANEXOS 81	lvi
ANEXOS 82	lvii
ANEXOS 83	lviii
ANEXOS 84	lix
ANEXOS 85	lix
ANEXOS 86	lx
ANEXOS 87	lx
ANEXOS 88	lxi
ANEXOS 89	lxii
ANEXOS 90	lxiii
ANEXOS 91	lxiii

ANEXOS 92	<i>lxiv</i>
ANEXOS 93	<i>lxiv</i>
ANEXOS 94	<i>lxv</i>

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ DE PASAR ELABORADO CON PROCESO SEMINDUSTRIAL, EN EL RECINTO QUITITO-PARROQUIA TONCHIGÜE, PARA SU COMERCIALIZACIÓN EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS”

RESUMEN

Para elaborar el siguiente proyecto se planteó como objetivo, determinar la factibilidad para la producción y comercialización de café de pasar elaborado con proceso semindustrial, en el Recinto Quitito - Parroquia Tonchigüe, para su comercialización en la ciudad de Esmeraldas. Para poder alcanzar la meta se estableció como objetivos específicos, 1) Desarrollar un estudio de mercado para analizar la aceptación del producto en la ciudad de Esmeraldas y determinar la oferta y la demanda del producto, 2) Determinar los procesos y recursos que se necesitan en la producción de café de pasar para su comercialización y 3) Elaborar un estudio de factibilidad económica y evaluación financiera para la creación de la empresa.

Para cumplir el alcance de esta investigación se realizó un estudio descriptivo que se logró especificar las propiedades, las características y los perfiles de las personas. Se analizó el comportamiento, gustos e intereses de la población a investigar para incursionar en el mercado con el producto, además de una investigación de campo para recopilar la mayor cantidad de información.

Se determinó como nombre de la empresa PURO TINTO CÍA .LTDA con el slogan “café con aroma a tradición”. En la evaluación financiera como resultado se obtuvo un Valor Actual Neto positivo de 233.557.41 USD, una Tasa Interna de Retorno de 19%, la inversión se recuperara en un periodo de seis años un mes, el primer año venderá 34.476 cajas a un precio a \$ 2 USD, sin obtener utilidad con un 2% de participación en el mercado.

"FEASIBILITY STUDY FOR THE PRODUCTION AND MARKETING OF COFFEE PREPARED TO SPEND SEMIINDUSTRIAL PROCESS IN THE PARISH HALL-QUITITO TONCHIGUE, FOR MARKETING IN THE EMERALDAS CITY"

ABSTRACT

To prepare the next project set a goal, determine the feasibility of the production and marketing of coffee made from passing semi-industrial process, the Campus Quitito - Parish Tonchigüe for marketing in the city of Esmeraldas. To achieve the target was set as specific objectives: 1) Develop a market study to analyze the product's acceptance in the city of Esmeraldas and determine the supply and demand for the product, 2) Identify processes and resources needed in coffee production spending for marketing and 3) Develop an economic feasibility study and financial assessment for the creation of the company.

To meet the scope of this research is a descriptive study was accomplished specify the properties, characteristics and profiles of people. The behavior, tastes and interests of the research population to enter the market with the product, and a field investigation to gather as much information.

Was determined as the company name PURE RED CIA. LTDA with the slogan "scented coffee tradition." The financial evaluation was obtained as a result of positive net present value of 233.557.41 USD, an Internal Rate of Return of 19%, the investment is recovered over a period of six years one month, the first year sold 34,476 boxes at a price \$ 2 USD, without obtaining utility with a 2% market share.

INTRODUCCIÓN

El café es una bebida que se tiene por años de tradición, su forma de elaboración se ha perdido con el paso del tiempo. Viviendo en una época donde se necesitan productos de fácil consumo, es difícil utilizar tiempo en el complejo proceso de colar café de pasar perdiendo así la tradición de consumir café pasado. Para que el producto tenga acogida en el mercado se propone comercializarlo en papel filtro termosellable, en porciones individuales para una preparación con mayor facilidad.

En la parroquia Tonchigüe, recinto Quitito y sus alrededores, existiendo plantaciones de café, donde se pierden las cosechas por la falta de compradores del producto, nace la idea de aprovechar este recurso y se realizó un estudio descriptivo donde analizó el comportamiento, gustos e intereses de la población para incursionar en el mercado con el producto a través de encuestas, entrevistas e investigación de campo.

El objetivo del estudio es determinar la factibilidad para la producción y comercialización de café de pasar elaborado con procesos semindustriales, en el Recinto Quitito - Parroquia Tonchigüe, para su comercialización en la ciudad de Esmeraldas. Para ello se realizó el estudio de mercado la cual se obtuvo resultados positivos, ya si existe la necesidad del producto en el mercado con un 95% de aceptación, dando paso a la realización del estudio técnico donde se crearon los procesos y manuales, como el diagrama de flujo de producción, y los 8 puestos de trabajo con sus respectivos manuales, en el estudio económico y la evaluación financiera, demostró la factibilidad para que la empresa PURO TINTO Cía. Ltda pueda iniciar sus operaciones. Esta recuperará la inversión en un periodo de 6 años con una tasa interna de retorno de 19% ante la tasa de oportunidad de un 11%.

CAPÍTULO I

1. CONTENIDO CONTEXTUAL

MARCO

1.1. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

El café es una bebida que tiene años de tradición, en la actualidad ha perdido su valor e importancia en la población, debido a los aditivos que se le han ido agregando y su forma de elaboración ha perdido su sabor original.

Debido a que vivimos en una época donde se necesitan productos de fácil consumo, y a que la mujer ha incursionado en el mundo laboral, le es difícil dedicar tiempo en el complejo proceso de colar café. Esta realidad obliga a los consumidores a adquirir cafés solubles e instantáneos que encuentran en el mercado perdiendo la tradición de consumir el café pasado.

Siendo que en la zona de la Recinto Quitito, Parroquia Tonchigüe, la fuerza laboral es masculina quedando las mujeres sin ocupación alguna, sería un valioso aporte para su integración en el mercado laboral, al incorporarse en el proceso productivo de café pasado.

En el sector hay plantaciones de café, aproximadamente unas 40 hectáreas en el sector, pero sus dueños no tienen donde vender su producto a un precio justo, por lo que con este proyecto también se estaría dando una solución al problema de la comercialización mediante la elaboración del producto citado.

El problema de fondo radica en que no se encuentra en el mercado un producto elaborado tradicionalmente, que cumpla con los requisitos de los consumidores de café pasado, por falta de tiempo para elaborarlo y las condiciones de la vida moderna se ha perdido la tradición de consumir café pasado.

1.2. JUSTIFICACIÓN

Este proyecto se fundamenta en recuperar la tradición original de la elaboración del café de pasar que se realizaba de manera artesanal sin aditivos, 100% natural, el cual se ha perdido por la vida agitada del mundo de hoy. Debido a la forma de vida, se lo comercializará en papel filtro como el té para que su elaboración sea de mayor facilidad.

Para su elaboración se utilizará la materia prima adquiriéndola a los productores de la zona rural del Recinto Quitito, Parroquia Tonchigüe, donde también se emplearán a mujeres de la localidad, quienes muchas dependen del Bono de Desarrollo Humano.

Con la ejecución del proyecto se ofrecerá un producto que cumpla con las necesidades de los consumidores de café de la ciudad de Esmeraldas, promoviendo el desarrollo económico del entorno donde la empresa realizará sus actividades de producción y comercialización.

1.3. OBJETIVOS

a.) Objetivo General

Determinar la Factibilidad para la producción y comercialización de café de pasar elaborado con proceso semindustrial, en el Recinto Quitito - Parroquia Tonchigüe, para su comercialización en la ciudad de Esmeraldas.

b.) Objetivos específicos

- Desarrollar un estudio de mercado para analizar la aceptación del producto en la ciudad de Esmeraldas y determinar la oferta y la demanda del producto.
- Determinar los procesos y recursos que se necesitan en la producción de café de pasar para su comercialización.
- Elaborar un estudio de factibilidad económica y evaluación financiera para la creación de la empresa.

CAPITULO II

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. EL PRODUCTO

2.1.1. GENERALIDADES DEL PRODUCTO

El proyecto está enfocado a producir café de pasar con procesos semindustriales, para mantener el sabor y textura del café hecho artesanalmente, para ello se comercializará en una presentación de fácil preparación, es decir en bolsitas de papel filtro termosellable en 25 unidades, brindándole al consumidor mayor rapidez y facilidad para preparar un café pasado.

2.1.2. NECESIDADES QUE CUBRE EL PRODUCTO

El café pasado o tostado en bolsitas papel filtro termosellable, dará a los consumidores mayor facilidad de prepararse un buen café pasado sin tener que hacer el complejo proceso de colar café para poder disfrutarlo, recuperando así el sabor tradicional del café y mantenerlo a través del tiempo.

2.1.3. CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO.

2.1.3.1. TIPO DE PRODUCTO

Es un café que se elaborará con procesos semindustriales que garantice la seguridad e higiene en su elaboración. Este se comercializará en una presentación de 25 unidades en papel filtro termosellable por caja, cada caja tendrá su respectiva marca e indicaciones para su preparación según los gustos determinado en el estudio de mercado.

2.1.3.2. PRODUCTOS SUSTITUTOS

En la investigación de campo, se determinó que los productos sustitutos del café son las hierbas aromáticas y el té.

2.1.3.3. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO

El café comercializado en papel filtro termosellable está en una etapa de introducción al mercado. ILE C.A lo comercializa desde hace un año y medio en la ciudad de Esmeraldas. Se utilizará marketing agresivo, con publicidad en la radio, periódico,

televisión e internet, además con muestras gratis en los supermercados para incursionar en el mercado.

2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

2.2.1. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

El mercado está dirigido la población de la ciudad de Esmeraldas entre la edad de los 18 a 65 años de edad, que cubre para el 2010 un valor relativo 73.770 habitantes de la zona urbana.

2.2.2. CONDUCTA DE COMPRA DE LOS CLIENTES

En la encuesta se analizó el consumo de café de los consumidores como resultados tenemos que el 79% de la población consumiría café diario, de ese porcentaje el 50% lo hace una vez al día el 38% 2 veces al día y un 12% 3 a 4 veces por día. Estos datos nos indicarían la producción y los consumidores potenciales. Mientras que El 21% restante que lo haría semanalmente, el 74% consumiría de 1,2, 3 veces a la semana y el otro 26% 4 a 5 veces a la semana. (Ver anexos 12)

El 54% de la población de la ciudad de Esmeraldas realiza sus compras en los supermercados, un 21% en el mercado y un 25% en los minimarket y las tiendas de abarrotes. Se debe analizar y considerar para utilizarlos como canales de distribución el más factible para la comercialización del producto. (Ver anexos 18)

2.2.3. ANÁLISIS DE FUENTES SECUNDARIAS

Para el análisis de la demanda en la ciudad de Esmeraldas se obtuvo información del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) donde se tomó la población proyectada para el 2010, para proceder a realizar el muestreo. Otra fuente es el INTERNET ayudando a recopilar información de la oferta y estudios sobre este producto para luego proceder al análisis.

2.2.4. ANÁLISIS DE FUENTES PRIMARIAS

2.2.4.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

2.2.4.1.1. DEFINIR OBJETIVOS

a.) Objetivo General

- Desarrollar un estudio de mercado para analizar la aceptación del producto en la ciudad de Esmeraldas y determinar la oferta y la demanda del producto.

b.) Objetivos Específicos

- Realizar encuestas y entrevistas para la recolección de datos e información.
- Organizar, analizar los datos e información para determinar las conclusiones sobre la oferta y demanda.
- Proyectar la oferta y la demanda de café de la ciudad de Esmeraldas.

2.2.4.1.2. NECESIDADES DE INFORMACIÓN

Conocer si la población de la ciudad de Esmeraldas tiene un alto consumo de café, para verificar la factibilidad del proyecto.

Determinar qué porcentaje de la población le gustaría que el producto se comercialice de la forma que se plantea el proyecto, para proseguir a su ejecución.

Determinar los hábitos de consumo, gustos y preferencias de los consumidores de café.

Verificar las tendencias de compras de la población, para determinar los canales de distribución del producto.

2.2.4.1.3. DETERMINAR FUENTES DE DATOS

La recolección de datos se realizó con cuestionarios, que se aplicaron con encuestas y entrevistas. Las encuestas tuvieron como meta conocer los gustos y preferencias de los consumidores para determinar la demanda. Las entrevistas se realizarán para estudiar la competencia y oferta del mercado, y análisis del proceso de producción utilizando la observación.

2.2.4.1.4. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Se realizó un estudio descriptivo puesto que se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos o comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis (HERNANDEZ, 2006). Se analizó

el comportamiento, gustos e intereses de la población a investigar para incursionar en el mercado con un producto.

Se diseñaron cuestionarios para recolectar información en base a las variables e indicadores que se plantearon en el proyecto, para ser aplicados a las encuestas y entrevista previamente seleccionando la población a la cual nos estamos dirigiendo utilizando la investigación de campo. Estos datos se analizaron, tabularon y graficaron, se procedió a realizar las conclusiones de los resultados.

2.2.4.1.5. TAMAÑO DE LA MUESTRA

La PEA de la provincia de Esmeraldas es 129.655 habitantes según censo 2001 el cantón Esmeraldas tiene 53.826 habitantes que representan el 41,5 % en la provincia. La proyección para el 2010 en el área urbana del cantón Esmeraldas tendrá 125.034 habitantes. La población a estudiar está entre las edades de 18 a 65 años de edad, siendo el 59% de la población antes mencionada con un valor relativo de 73.770 habitantes. (INEC, 2002). La muestra para el estudio es de 315 personas en la ciudad de Esmeraldas, que se aplicaron a las encuestas.

2.2.4.1.6. TRABAJO DE CAMPO

El trabajo de campo consistió en encuestar a 315 personas de la ciudad de Esmeraldas, se realizó entrevista a la posible competencia directa, visita a los supermercados a constatar las marcas de café se encuentran en el mercado, como también entrevista a los agricultores para conocer los precios y la cantidad que cosechan.

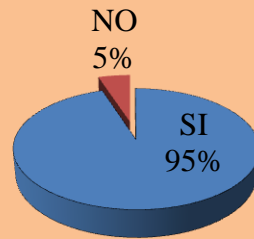
2.2.4.1.7. VERIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Se pudo verificar que las variables e indicadores planteados se lograron con la recolección de los datos a través de la encuestas, entrevista y observación que se aplicaron.

2.2.4.1.8. TABULACIÓN

GRAFICO1

4. ¿Le gustaría que el café de pasar se comercialice en una presentación de fácil preparación como por ejemplo el té?



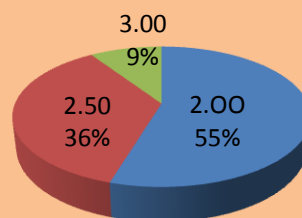
Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

En el estudio de mercado realizado a través de encuestas en la pregunta número 4, como resultados tenemos que el 95% de la población de la ciudad de Esmeraldas dijo si le interesa la propuesta del proyecto, mientras que un 5% de la población dice que no le gustaría que el producto se comercialice en la presentación que se propone, siendo esta una de las preguntas clave para la ejecución del proyecto, ya que según los resultados la idea del producto es aceptada por la población estudiada, lo cual se debe seguir con la elaboración del proyecto. (Ver anexo 8)

GRAFICO 2

4.1 ¿Qué precio pagaría por este producto por 25 unidades?

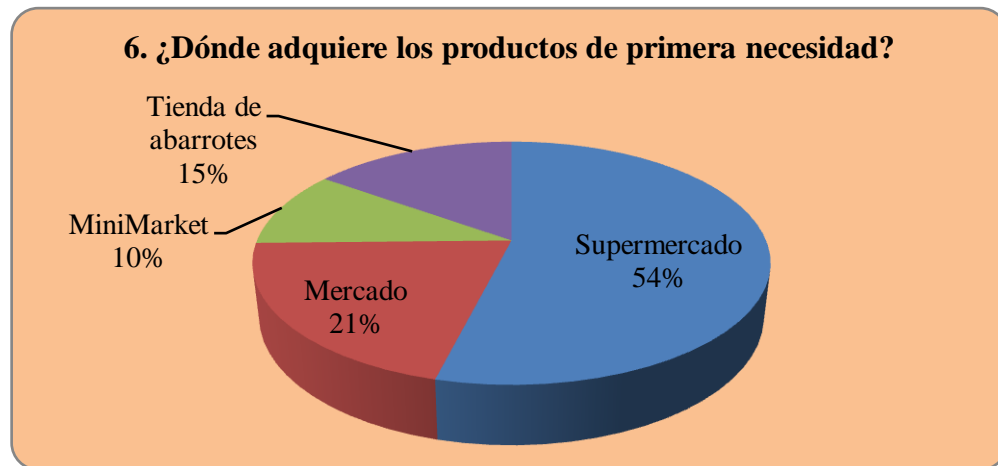


Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

El resultado de la pregunta número 4, un 55% de la población está dispuesta a pagar \$2 por el producto, mientras que el 36% de la población pagaría alrededor de \$ 2.50 y un 9% \$ 3.00. Precios que pueden ser relativos a costo de producción del producto. (Ver anexo 10)

GRAFICO 3



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

En la pregunta 6, el 54% de la población de la ciudad de Esmeraldas realiza sus compras en los supermercados, un 21% en el mercado y un 25% en los minimarket y las tiendas de abarrotes. Se debe analizar y considerar para utilizarlos como canales de distribución el más factible para la comercialización del producto. (Ver anexos 12)

2.2.4.1.9. RESULTADOS Y ANÁLISIS

En el estudio se pudo determinar que de 73.770 habitantes de la ciudad de Esmeraldas el 95%, es decir 70.055 personas le gustaría que el café se comercialice como el proyecto lo está planteando, grafico # 1, además pagarían entre \$2.00 a \$2.50 por el producto el 91% de la población antes mencionada, mientras que el otro porcentaje está dispuesta a pagar alrededor de \$3.00, grafico # 2. Por otra parte en el estudio se determinó que la población tiene inclinación a realizar sus compras el supermercado eso lo demuestra el grafico # 3.

Este estudio es de gran apoyo, arrojando resultados positivos para el avance del proyecto en el mercado que se seleccionó para su comercialización, la población está dispuesta a consumir el producto. Además con otras preguntas de la encuesta se analizó los gustos y preferencias que tiene la población a cerca del producto para así confirmar su aceptación en el mercado y saber cómo llegar al consumidor. (Ver anexos 1-25)

2.2.5. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

La proyección de la demanda se la realizó con base a los resultados de las encuestas donde de determino que el 95% de la población consumiría el producto (ver anexo8), siendo 75.055 personas que están dispuesta a consumir el producto, donde se calculó un posible consumo de 1`400.212 cajas al mes, con la pregunta número 5, (ver anexo 12). La demanda se calculó con el 1,4 la tasa de crecimiento poblacional del cantón Esmeraldas y la proyección de la demanda con regresión lineal tabla (ver anexo 29). Proyectado la demanda histórica y futura del producto en el (ver anexos 28)

2.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA

2.3.1. ASPECTOS CUALITATIVOS

2.3.1.1. COMPETENCIA DIRECTA E INDIRECTA

a) Directa:

- ILE C.A
- NESCAFE
- INDUSTRIA COLOMBIANA DE CAFÉ
- ANECAFE,PROCAFECOL S.A

b) Indirecta:

- TÉ
- HIERBAS AROMÁTICAS

2.3.1.2. DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LA COMPETENCIA

- ILE.CA, BARRIO CONSACOLA KM 1 VÍA A CUENCA, LOJA
- ANECAFE, PANAMERICANA SUR KM. 11½ SECTOR BATERIO A LADO DEL CONJUNTO GIRASOL, QUITO.
- PROCAFECOL S.A. COLOMBIA.

2.3.1.3. ASPECTOS COMPETITIVOS

La competencia tiene la marca de sus productos posicionadas en el mercado y con canales de distribución muy amplios, que se pueden encontrar en cualquier parte de la ciudad especialmente en los supermercados.

2.3.1.4. PRODUCTOS QUE OFRECE LA OFERTA

- CAFÉ ALTO CAYETANO

- COLCAFE
- CAFÉ GRAN COLOMBIANO
- CAFÉ MONTECRISTI
- CAFÉ NESCAFE
- CAFÉ PRESS
- CAFÉ EXPRESO
- CAFÉ MINERVA
- JUAN VALDEZ

2.3.1.5. CARACTERÍSTICAS DE SUS CLIENTES

La oferta directa, Café Alto Cayetano, sus clientes son consumidores de café, que degustan del café pasado pero sin ninguna característica específica.

2.3.1.6. INFRAESTRUCTURA

La empresa ILE C.A, tiene una oficina en el centro de la ciudad donde distribuyen el producto dentro y fuera de la ciudad, la matriz principal se encuentra ubicada en la ciudad de Loja provincia de Loja.

2.3.1.7. FORTALEZAS Y DEBILIDADES

Fortalezas:

- Infraestructura adecuada.
- Producción a escala.
- Canales de distribución en todo el país.

Debilidades:

- Competencia con varias marcas de café
- Falta de publicidad y promoción.

2.3.1.8. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DE LA OFERTA

El café alto Cayetano, es comercializado en todo el país por la empresa ILE C.A, en la ciudad de Esmeraldas es distribuido en tiendas, restaurant y hoteles.

2.3.1.9. ESTRATEGIAS DE MERCADEO PUBLICIDAD

La empresa ILE C.A como publicidad utiliza afiches en los puntos de venta y la página web para dar a conocer el producto.

2.3.2. ASPECTOS CUANTITATIVOS DE LA OFERTA

2.3.2.1. OFERTA ACTUAL E HISTÓRICA

La empresa ILE C.A comercializa en Esmeraldas el Café Alto Cayetano desde noviembre del 2009, vendiendo 24 cajas que contienen 25 unidades, al mes. (Empresa Ile C.A (ESMERALDAS), 2011) . (Ver anexos 27)

2.3.2.2. PRECIOS

El Alto Cayetano, es vendido a al consumidor final a 2.75 USD por la caja de 25 unidades y las otras variedades de café de pasar, están entre los 4 a 7 USD entre 150g a 400g.

2.3.2.3. CAPACIDAD INSTALADA Y CAPACIDAD UTILIZADA

La empresa DELAROMA. SA está ubicada en la ciudad de Loja, la cual es la que produce el café ALTOCAYETANO, tiene una amplia capacidad de producción la cual en este periodo tuvo una ampliación. El aporte en de la provincia de Esmeraldas es mínimo, donde la distribuidora ILE. C.A es quien se encarga de distribuir este producto en pequeñas cantidades.

2.3.3. PROYECCIÓN DE LA OFERTA

La oferta fue proyectada a diez años con el 1,4% del crecimiento poblacional del cantón Esmeraldas, tomando como base la oferta actual de 24 cajas al mes dando como resultado 288 cajas al año que distribuye la empresa ILE C.A en la ciudad de Esmeraldas. (Ver anexos 27)

TABLA 1

AÑOS	OFERTA PROYECTADA
2012	292
2013	296
2014	300
2015	304
2016	309
2017	313
2018	317
2019	322
2020	326
2021	331

Fuente: Entrevista, INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censo)

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

2.4. ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE OFERTA Y DEMANDA

2.4.1. CUADRO COMPARATIVO

Siendo un producto que se encuentra en fase de introducción en el mercado de la ciudad de Esmeraldas, la oferta histórica es de tres años, también calculándose la demanda para ese periodo se obtuvo la demanda insatisfecha, valores que se utilizarán para calcular nuestra demanda. (Ver anexo 28)

TABLA 2

OFERTA VS DEMANDA			
AÑOS	OFERTA	DEMANDA	DEMANDA INSATISFECHA
2009	288	714.394	(714.106)
2010	288	1.000.152	(999.864)
2011	288	1.400.212	(1.399.924)

Fuente: entrevista, encuesta , INEC (instituto nacional de estadística y censo)

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

2.5. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA DEL PROYECTO

2.5.1. DEMANDA DEL PROYECTO

La demanda está proyectada a través de la regresión lineal donde determinamos el porcentaje de participación del proyecto en el mercado de la ciudad de Esmeraldas, para satisfacer las necesidades de la demanda insatisfecha. (Ver anexos 29)

TABLA 3

DEMANDA DEL PROYECTO					
AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	% DE PARTICIPACIÓN	CAJAS		
			ANUAL	MENSUAL	DIARIO
2012	(1.723.783)	2%	34.476	2.873	96
2013	(2.066.692)	2%	41.334	3.444	115
2014	(2.409.601)	2%	48.192	4.016	134
2015	(2.752.510)	2%	55.050	4.588	153
2016	(3.095.419)	2%	61.908	5.159	172
2017	(3.438.328)	2%	68.767	5.731	191
2018	(3.781.238)	2%	75.625	6.302	210
2019	(4.124.147)	2%	82.483	6.874	229
2020	(4.467.056)	2%	89.341	7.445	248
2021	(4.809.965)	2%	96.199	8.017	267

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

NOTA:

En estadística la regresión lineal o ajuste lineal es un método matemático que modeliza la relación entre una variable dependiente Y, las variables independientes X. es decir $y=a+bx$. Para ello se utiliza la tasa de crecimiento poblacional la oferta y la demanda histórica, para la proyectar la demanda futura.

2.5.2. TIPOS DE MERCADO

Se ha determinado el tipo de mercado para el proyecto según la metodología aplicada por: (THOMPSON, 2006)

Geográfico:

- Mercado Metropolitano: el producto estará en área dentro y alrededor de la ciudad de Esmeraldas.

Tipo de Cliente:

- Mercado del Consumidor: El café será adquirido para consumo personal.
- Mercado del Revendedor: Estará conformado tiendas que revenderían el café en sus locales.

Tipo de Producto:

- Mercado de Materia Prima: con la implementación de la empresa se necesitaría café en su estado natural para la producción del producto.
- Mercado de Fuerza de Trabajo: Es considerado un factor de producción, por tanto, se necesitaría contratar empleados, técnicos, profesionales y/o especialistas para producir el bien.

2.5.3. PRECIOS DETERMINADOS DEL MERCADO.

En base a los resultados de la encuesta de la pregunta 4.1 El 55% de la población está dispuesta a pagar 2 USD por el producto, mientras que el 36% de la población pagaría alrededor de 2.50 USD y un 9% 3.00. se concluye que el producto tendrá un precio de 2.00 USD a los intermediarios siendo el precio final 2,25 USD. Tabla (ver anexos 10)

2.5.4. VENTAJAS COMPETITIVAS

El producto será elaborado con un proceso semindustrial que mantendrá el sabor natural del café, en una presentación de fácil consumo. Se iniciara en un mercado pequeño para ir realizando mejora continua para lograr entrar en el mercado nacional.

2.5.5. ESTRATEGIAS GENÉRICAS.

Elaborar el café con procesos semindustriales para que cumplan los requisitos de los clientes. Además utilizar materia prima, mano de obra, herramientas y enceres de la localidad para reducir costos en la producción. Para ello diseñar planes de capacitación para los clientes internos de la empresa. A los agricultores del sector incentivarlos para el cultivo del café.

2.6. MODELO DE NEGOCIO

TABLA 4

ALIADOS ESTRATÉGICOS	ACTIVIDAD	PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CLIENTE	SEGMENTO CLIENTE
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Supermercados, tiendas. ▪ Proveedores. ▪ Mano de obra, la población del sector. ▪ Locales de productos complementarios (cafeterías) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Producción de café con procesos semindustriales. ▪ Muestras gratis en los puntos de distribución. ▪ Degustación del café. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Café tostado en una presentación de fácil preparación. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Página web ▪ Publicidad en medios de comunicación. ▪ Puntos de distribución 	Población de la ciudad de Esmeraldas entre los 18 a 65 años de edad.
	RECURSOS		DISTRIBUCIÓN	
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Maquinarias y herramientas adecuadas. ▪ Conocimientos empíricos para hacerlos explícitos. 		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Supermercados. ▪ Minimarket ▪ Aliados estratégicos 	
Estructura de costo		Generación de ingresos		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mantenimiento de la planta. ▪ Materia prima. ▪ Mano de obra. 		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Venta del producto terminado. ▪ Artículos distintivos del producto. 		

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

CAPITULO III

3. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.1. ESTUDIO TECNICO

3.1.1 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO

La capacidad de la planta se la ha determinado según la demanda del proyecto, se tomará un 2% de la demanda insatisfecha tomando en cuenta que la demanda

insatisfecha va aumentando cada año según la tasa de crecimiento poblacional del cantón Esmeraldas.

3.1.2. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

3.1.2.1. MICROLOCALIZACIÓN

La planta de producción estará ubicada en el Recinto Quitito- Parroquia Tonchigüe- Cantón Atacames. Se contará con un centro de almacenamiento en la ciudad de Esmeraldas para la distribución del producto.

3.1.2.2. MACROLOCALIZACIÓN

En el mapa se muestra el lugar exacto donde estará ubicada la planta de producción en el Recinto Quitito al sureste del cantón Atacames, el acceso es por la vía que conduce a las playas de Galera, Estero de plátano, Cabo de San Francisco ingresando por una vía de orden secundario.

FIGURA 1



Fuente: Investigación de campo

3.2. INGENIERIA DEL PROYECTO

3.1.1. DISEÑO DEL PRODUCTO

La empresa producirá café de pasar, que se comercializará en una presentación de 25 unidades, con una porción de 3.5 g en papel auto filtrante, con un pequeño cordel y estarán dentro de una envoltura de papel aluminio para conservar las propiedades del café, estas estarán en una caja de cartón donde se incluirá indicaciones de preparación.

3.1.2. DISEÑO DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN

3.1.2.1. DIAGRAMAS Y MANUALES DE PROCEDIMIENTO

EL PROCESO GENERAL

Diagrama de bloque.



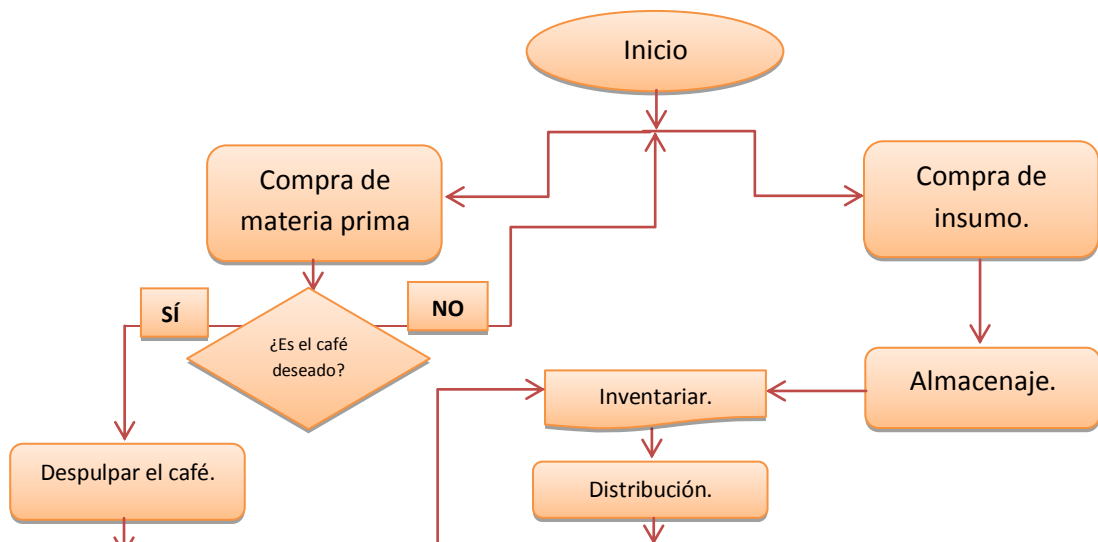
3.2.2.2. MANUAL GENERAL DE PROCEDIMIENTOS

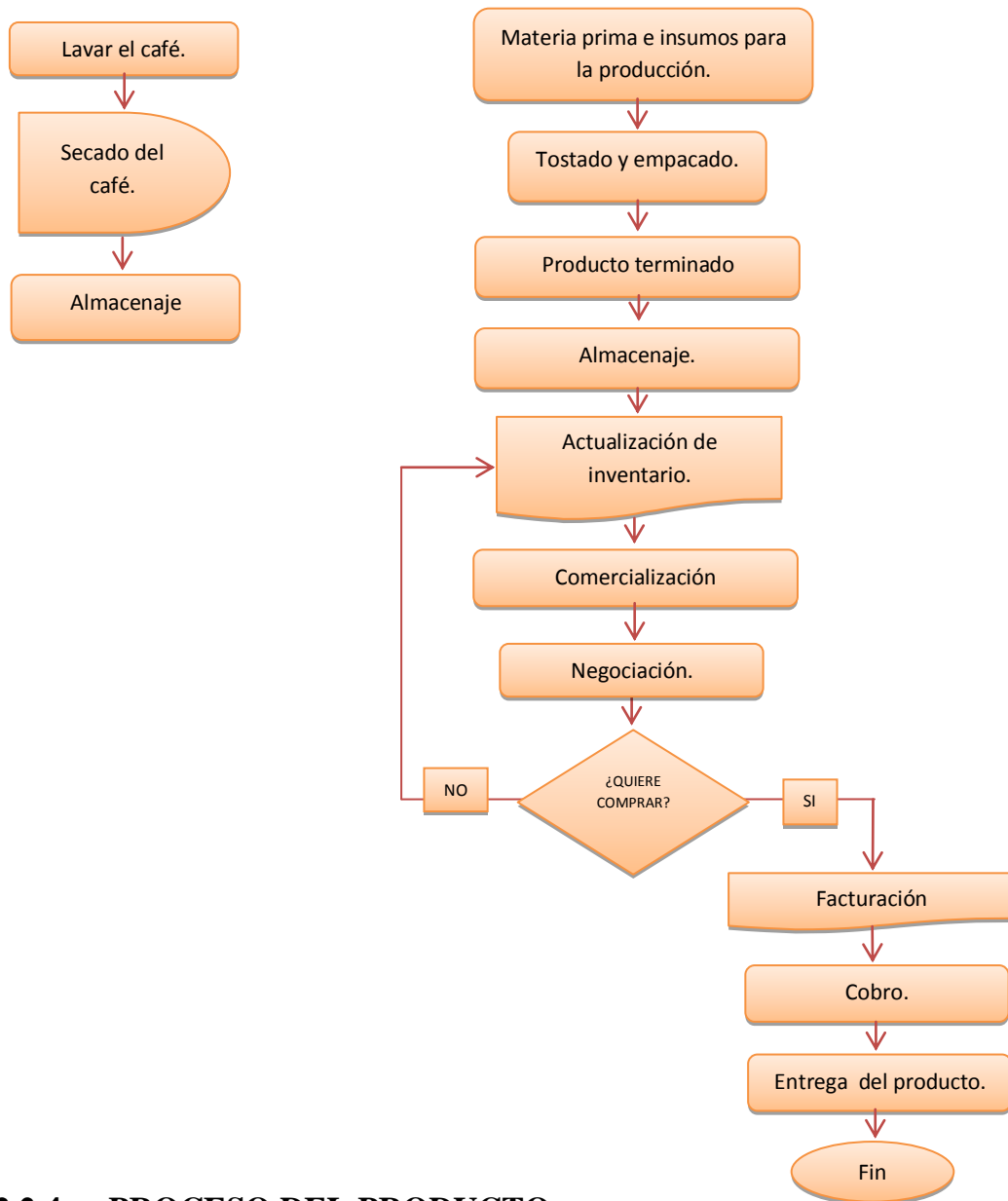
1. **Recepción y compra de la materia prima:** El café será comprado a los agricultores del sector este tendrá que encontrarse en estado natural, con un punto de madurez adecuado.
2. **Tratamiento de la materia prima:** El café maduro pasara a ser despulpado, lavado, y secado, envasado las bolsas adecuada para su conservación en el tiempo.
3. **Almacenamiento de la materia prima:** El café envasado en se lo guardará en una bodega.
4. **Compra y almacenamiento del azúcar:** Para la producción otro ingrediente primordial es el azúcar para ella la empresa debe abastecerse de este producto.

5. **Distribución de la materia prima e insumos:** Se distribuirá según los requerimientos del área de producción y en el momento que inicie el proceso.
6. **Tostado, empaçado del café:** El tostado del café se realizará artesanalmente, con fuego a base de maderos secos y en pailas arcillas; se molera y se realizará el debido envasado y empaçado.
7. **Almacenamiento temporal del producto terminado:** El producto terminado se lo almacenará en la bodega destinada exclusivamente para este uso.
8. **Transportación del producto al centro de comercialización:** Todo la producción se la transportará a la ciudad para el almacenamiento del producto.
9. **Comercialización a los puntos de venta:** El personal de ventas distribuirá el producto a los diferentes puntos para la venta del café a los clientes y consumidor final.

3.2.2.3. DIAGRAMA DE FLUJO DEL PRODUCTO

Diagrama de flujo.





3.2.2.4. PROCESO DEL PRODUCTO

✓ Compra de materia prima:

Una vez adquirida la materia prima deseada se realizan las siguientes actividades:

- **Despulsar el café:** el café se debe despulsar una al instante de adquirir el producto.
- **Lavado del café:** sacada la cascara del grano se procede a lavar para separar todos los residuos de la cascara y de pulpa que quedan en el grano.
- **Secado del café:** se colocan los granos en el área de secado, este se realiza con los rayos solares hasta que el grano llegue a su contextura deseada y se procede a sacar la cascara.

- **Almacenaje:** se almacenara en la bodega # 1, cuando el grano se listo para ser tostado

- ✓ **Compra de insumos.**

La compra de insumos corresponde al azúcar, y al material de embalaje.

- **Almacenaje:** adquirido los requerimientos se almacenan en la bodega # 1.

- ✓ **Inventariar.**

El jefe de producción llevara un control de la entrada y salida de la mercadería.

- ✓ **Materia prima e insumos para la producción.**

La distribución de materia prima se dará según los requerimientos de producción.

- ✓ **Tostado y empacado.**

Los operadores tostaran el café artesanalmente, luego pasara a molerse y colocarlo en su debido empaque.

- ✓ **Producto terminado.**

El producto terminado será almacenado temporalmente en la bodega # 2.

- ✓ **Almacenaje.**

Las cajas serán trasladadas a la bodega de la ciudad de Esmeraldas para su distribución y comercialización.

- ✓ **Actualización de inventario.**

Se controlará la entrada y salida de mercadería.

- ✓ **Comercialización**

El vendedor se encargará de la distribución y comercialización en los diferentes puntos de ventas.

- ✓ **Negociación**

El vendedor hará la respectiva negociación en los puntos de distribución para su venta a los clientes y llegue al consumidor final.

✓ **Facturación.**

Para los asientos contables se realizará facturas por las ventas.

✓ **Cobro**

El vendedor hará el respectivo cobro del dinero por las ventas.

✓ **Entrega del producto.**

Hecha la respectiva facturación y cobro del producto que se procederá a entregar el mismo.

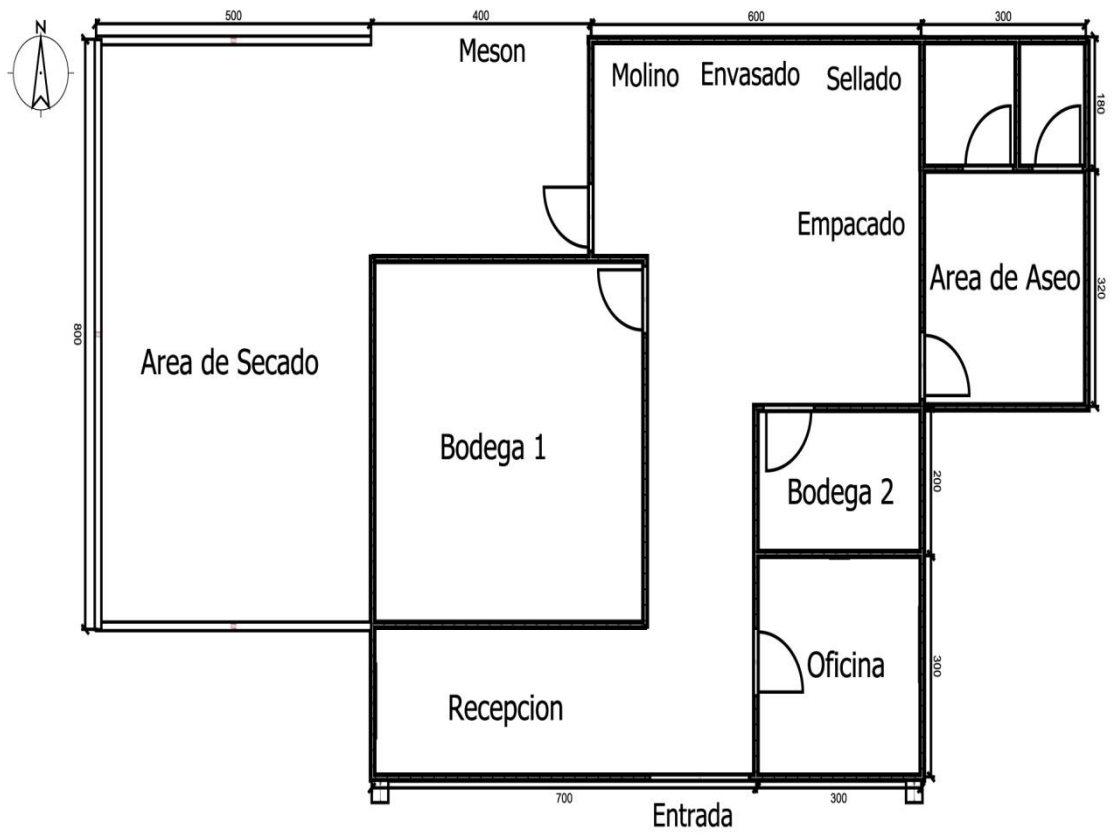
3.1.3. REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO

3.1.3.1. REQUERIMIENTOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO.

La empresa “PURO TINTO” CIA LTDA. Para iniciar sus operaciones necesita de materia prima, equipos y herramientas de producción, como un vehículo para la comercialización del producto. Así como también muebles y equipos de oficina, entre otros requerimientos. (Ver anexos 30-47)

3.1.4. DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES

FIGURA 2



3.1.5. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL Y ORGANIGRAMA GENERAL DE LA EMPRESA

3.1.5.1. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL

Puesto: Accionistas

Nivel: Primero

Misión del puesto:

La junta directiva tiene la misión proteger, velar y representar los intereses de los accionistas y su rendimiento económico y financiero.

Principales funciones:

- Tomar decisiones pertinentes sobre desarrollo y futuro de la empresa
- Diseñar las estrategias empresariales. (Formulación y ejecución)
- Brindar información sobre el entorno económico, social, político, etc.
- Planeación del Recurso Humano.
- Evaluación de la empresa.
- Evaluación financiera.
- Implementación de políticas financieras.
- Asesoría.
- Seleccionar el equipo directivo y de gerencia (Reclutamiento y selección).
- Crear políticas que regulen las actividades de los directivos.

(LIDER EMPRESARIAL, 2003)

Según la ley de compañía la junta general de accionistas en las empresas de responsabilidad limitada.

Art. 118.- Son atribuciones de la junta general:

- a) Designar y remover administradores y gerentes;
- b) Designar el consejo de vigilancia, en el caso de que el contrato social hubiere previsto la existencia de este organismo;
- c) Aprobar las cuentas y los balances que presenten los administradores y gerentes;
- d) Resolver acerca de la forma de reparto de utilidades;
- e) Resolver acerca de la amortización de las partes sociales;
- f) Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios;
- g) Decidir acerca del aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social;

- h) Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía;
- i) Resolver acerca de la disolución anticipada de la compañía;
- j) Acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 de esta Ley;
- k) Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra de los administradores o gerentes.

En caso de negativa de la junta general, una minoría representativa de por lo menos un veinte por ciento del capital social, podrá recurrir al juez para entablar las acciones indicadas en esta letra; y,

- l) Las demás que no estuvieren otorgadas en esta Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores u otros organismos.

Puesto: Gerente

Nivel: Primero

Misión del puesto:

El gerente es el encargado de planificar, organizar, coordinar y controlar los cumplimientos de las actividades, objetivos y meta de la empresa.

Principales funciones:

- 1) Fija objetivos. Determina cuáles son, cuáles deben ser las metas en cada área de objetivos, decide que se haga para alcanzarlos, confiere efectividad a los objetivos comunicándolos a las personas cuyo desempeño se necesita para realizarlos.
- 2) Organización. Analiza las actividades, las decisiones y las relaciones necesarias, clasifica el trabajo, asigna responsabilidades
- 3) Motiva y comunica.
- 4) Medición. Establece patrones de medida, analiza el desempeño y comunica el sentido de las mediciones y los hallazgos a los subordinados, superiores y colegas.
- 5) Desarrolla a la gente.

Puesto: Contador.

Nivel: Segundo

Misión del puesto: es el encargado de analizar, planear y distribuir los recursos financieros, empleando principios económicos como guía para la toma de decisiones financieras que favorezcan los intereses de la organización.

Principales funciones:

- Presentar a los altos directivos la información contable -balances generales, estados de resultados, flujos de caja, etc.
- Medir el desempeño de la empresa
- Determinan cuáles serán las consecuencias financieras si ésta mantiene su actual curso o lo modifica
- Recomendar la manera como la firma debe utilizar sus activos.
- Localizan fuentes externas de financiación
- Recomiendan la más benéfica combinación de fuentes financieras.

(VAQUIRO, 2006)

Puesto: Vendedor

Nivel: Segundo

Misión del puesto:

Vender y brindar un buen servicio al cliente, realizando un conjunto de actividad para retener a los clientes actuales, captar nuevos clientes, lograr determinados volúmenes de venta, mantener o mejorar la participación en el mercado, generar una determinada utilidad o beneficio, entre otros.

Principales funciones:

- Vender la cantidad objetivo de cada mes
- Establecer un nexo entre el cliente y la empresa
- Contribuir a la solución de problemas
- Administrar su territorio o zona de ventas
- Integrarse a las actividades de mercadotecnia de la empresa que representa
- Facturar las ventas
- Inventariar
- Conducir el vehículo para la distribución del producto

Puesto: Asistente administrativo.

Nivel: segundo

Misión: Asistir en todas las funciones administrativas, emitir, recibir y organizar la documentación de la empresa.

Principales funciones:

- Colaborar con la Dirección General contribuyendo a potenciar su capacidad y rendimiento.
- Asegurar que se disponga de todos los medios materiales y ambientales necesarios para el desarrollo eficaz de su trabajo.
- Procesar documentación confidencial y archiva la misma con absoluta reserva.
- Reagrupar y sintetizar información periódica sobre la Empresa.
- Organiza el archivo según criterio propio.
- Redacta informes y actas sobre lo tratado en reuniones
- Pide y facilita informaciones de cierta complejidad.
- Toma conocimiento de los problemas, peticiones e intereses de los visitantes en el ámbito de su competencia y responsabilidad y procura ofrecer las soluciones procedentes.
- Tiene a cargo la administración del medio ambiente de la empresa.
- Por delegación, realiza tareas ejecutivas.
- Gestiona y archiva las facturas de las ventas
(Tools Management & Consultancy, 2003)

Puesto: Conserje

Nivel: Tercero

Misión del puesto:

Gestionar y ejecutar la limpieza de todas las áreas de la empresa, manteniendo las instalaciones con un ambiente agradable, colaborar en tareas que se le encomienden.

Funciones:

- Ejecutar la limpieza de las instalaciones optimizando recursos
- Controlar las existencias de materiales o utensilios de limpiezas
- Reportar inconvenientes que se presenten en la empresa.
- Manejar adecuadamente los desechos.
- Realizar tareas que se le encomienden de la empresa

Puesto: Jefe de Producción

Nivel: Segundo

Misión del puesto:

Es el encargado de dirigir, ejecutar, controlar los procesos de producción de la empresa.

Principales funciones:

- Vigilar el buen funcionamiento de las maquinarias y las instalaciones de la empresa
- Responsable de los procesos de producción.
- Tienen el mando y gestión del personal a su cargo.
- El flujo y distribución de las materias primas y de los materiales dentro de la empresa.
- Aplica métodos de trabajo.
- Planifica la producción.
- Gestiona los procesos de producción o fabricación.
- Gestiona los productos semiterminados y terminados.
- El control de stocks y la gestión de almacenes.
- El control de calidad de la producción.
- Los servicios de mantenimiento y reparación.
- La prevención de riesgos laborales.
- La protección del medio ambiente en la empresa.
- Gestiona y realiza la adquisición de la materia prima.

(EDGARDO)

Puesto: Operadores

Nivel: Segundo

Misión del puesto:

Desarrollar y ejecutar el proceso de producción, bajo los estándares de calidad que la empresa ha establecido.

Principales funciones:

- Verificar que la materia prima e insumos estén en perfectas condiciones.
- Elaborar el producto, con los estándares establecido por la empresa.
- Reportar los inconvenientes que se presenten en el área de operaciones.
- Manejar las máquinas de manera adecuada.

3.1.5.2. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL



3.1.6. RAZÓN, LOGOTIPO DE LA EMPRESA Y SLOGAN

La empresa estará constituida legalmente, registrada con el nombre de PURO TINTO CÍA LTDA.

Slogan: “Café, con aroma a tradición”

FIGURA 3



3.1.7. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

3.1.7.1. MISIÓN

Brindar a nuestros clientes café de pasar natural de alta calidad con controles de seguridad e higiene en una presentación de fácil preparación para su consumo final, mediante la elaboración con procesos semi-industrializados.

3.1.7.2. VISIÓN

Ser una empresa organizada y sostenible, altamente competitiva, incrementando la participación en el mercado con productos de calidad, generadora de bienestar en la población.

3.2.1.2. OBJETIVOS

- ❖ Generar utilidades para la empresa a través de la optimización de recursos y ser altamente productiva.
- ❖ Obtener una mayor rentabilidad mediante una buena gestión financiera.
- ❖ Lograr mayor participación en el mercado con campañas publicitaria y brindando productos de calidad.
- ❖ Involucrar a la comunidad para un desarrollo socioeconómico del sector.
- ❖ Ser una empresa reconocida por su responsabilidad social.

3.1.8. ASPECTOS LEGALES DE LA EMPRESA

3.1.8.1. CONSTITUCIÓN

La empresa que se determinó que legalmente va a funcionar es una compañía de responsabilidad limitada.

3.1.8.1.1. COMPAÑÍAS DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Requisitos:

El nombre.-

En esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías de Cuenca, Ambato, Machala , Portoviejo y Loja (Art. 92 de la Ley de Compañías y Resolución N°. SC. SG. 2008.008 (R.O. 496 de 29 de diciembre de 2008).

Las denominaciones sociales se rigen por los principios de “propiedad” y de “inconfundibilidad” o “peculiaridad”. (Art. 16 LC).

Solicitud de aprobación.-

La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la

solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo (Art. 136 de la Ley de Compañías).

Socios

- **Capacidad:** Se requiere capacidad civil para contratar, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges. Art. 99 de la ley de Compañías.
- **Números mínimo y máximo de socios.-** La compañía se constituirá con dos socios, como mínimo, según el primer inciso del Artículo 92 de la Ley de Compañías, reformado por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada, publicada en el Registro Oficial No. 196 de 26 de enero del 2006, o con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse (Art. 95 de la Ley de Compañías).

Capital

- **Capital mínimo.-** La compañía de responsabilidad limitada se constituye con un capital mínimo de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario 2 (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez.
- **Participaciones.-** Comprenden los aportes del capital, son iguales, acumulativas e indivisibles. La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que consta, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le corresponde.

El objeto social: La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción, hecha de operaciones de banco, seguro, capitalización de ahorro. Artículo 94 de la Ley de Compañías. (Ver anexos 49)

3.1.8.1.1.1. PERMISOS MUNICIPALES

Instalada la empresa el debido permiso municipal es hacer la patente municipal con los siguientes requisitos:

- Solicitud de permiso de funcionamiento.
- Copia del RUC.
- Copia de cédula del representante legal.
- Papel de votación del representante legal.

3.1.8.1.1.2. SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Para que la empresa pueda obtener el RUC, y sabiendo que la misma es considerada como una sociedad y se encontrará bajo el control de la Superintendencia de Compañías, se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Formulario RUC 01 A y RUC 01 B, suscritos por el representante legal.
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal, inscrito en el Registro Mercantil.
- Original y copia de la hoja de datos generales emitido por la Superintendencia de Compañías.
- Original y copia a color de cédula de identidad, ciudadanía o pasaporte del representante legal.
- Original del certificado de votación.
- Original y copia de la planilla de servicio eléctrico, o consumo telefónico, o consumo de agua potable, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción;
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial, puede corresponder al del año actual, o del inmediatamente anterior;
- Original y copia del contrato de arrendamiento.

3.1.8.1.1.3. PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS

Se deberán presentar los siguientes documentos:

- 2 copias de la cédula de ciudadanía del representante legal.
- Copia del papel de votación del representante legal.
- 2 copias del RUC.

- Previa inspección del local

3.1.8.2. ASPECTOS RELACIONADOS CON LA EMPRESA

3.1.8.2.1. SISTEMA TRIBUTARIO Y LEGAL

Obligaciones tributarias

La organización que se espera crear será una Compañía de Responsabilidad Limitada y por lo tanto será considerada como una sociedad de tipo privado, se ha podido conocer que las obligaciones tributarias que este tipo de empresas contraen son las siguientes:

- Declaración mensual de IVA.
- Declaración de Retenciones en la fuente.
- Declaración de Impuesto a la Renta anual.
- Presentación de Anexo Transaccional.

Además se debe conocer que según la Ley Orgánica de Régimen Municipal se debe cancelar las respectivas patentes municipales, la cual se establecerá en función del capital en giro, la localización, y el tamaño del negocio; cabe indicar que según la Ley de Control Tributario y Financiero toda organización está obligada a pagar un impuesto anual sobre el 1.5 por mil de los activos totales de la empresa en el Municipio respectivo.

Posteriormente, se deberá pagar el recargo del 12% del IVA, por la compra de materiales, utensilios e insumos que se requieran para desempeñar las funciones, ya que éstos no son productos de primera necesidad.

3.1.8.2.2. CONTRATACIÓN LABORAL

Leyes que regulan la contratación laboral:

Las leyes que regulan la contratación del personal, y todas las obligaciones que conlleva para con el empleador la contratación del mismo están estipuladas dentro del código de trabajo ecuatoriano.

Obligaciones patronales en caso de accidentes laborales:

Según el código de trabajo todo empleado tiene derecho a indemnización por accidentes y enfermedades causadas por su trabajo, puesto que la empresa “PUROTINTO” afiliará a sus empleados al IESS se generará el derecho al otorgamiento de pensiones por accidentes de trabajo y enfermedad profesional.

En los casos de generarse derecho al otorgamiento de pensiones por accidente de trabajo o enfermedad profesional, hay responsabilidad patronal cuando:

- El empleador no inscribió al trabajador ni pagó aportes al IESS antes de la ocurrencia del siniestro;
- El empleador se encuentra en mora en el pago de aportes al momento del accidente de trabajo o al momento de la calificación de la enfermedad profesional o del cese provocado por ésta;
- El empleador por sí o por interpuesta persona, no comunicó al IESS el siniestro, dentro de los 10 días laborables contados a partir de la fecha del accidente de trabajo o del diagnóstico de presunción inicial de la enfermedad profesional;
- Si a consecuencia de las investigaciones realizadas por las unidades de Riesgos del Trabajo, se determina que el accidente de trabajo o enfermedad profesional ha sido causada por incumplimiento y/o inobservancia de las normas sobre prevención de riesgos de trabajo, aun cuando este al día en el pago de aportes;
- Los aportes correspondientes a uno de los 12 meses de aportación, anteriores a la fecha del siniestro, fueron pagados con una extemporaneidad mayor de 3 meses.

3.1.8.2.3. POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS

A) POLÍTICAS

✓ Políticas de producción.

1. La materia prima se adquirirá con proveedores calificados por la empresa.
2. Llevar control y registro de la fecha de requerimiento de la materia prima y la entrada de la misma.

3. Realizar registros de la verificación de la calidad de la materia prima y de productos no conformes.
4. La producción se realizará con la cantidad demandada por el departamento de ventas.
5. Llevar registros de los requisitos de los clientes para la elaboración del producto terminado los cuales serán actualizados en cuanto cambie algún requisito.
6. Los procesos de producción deben ser supervisados por un encargado que es designado por la alta dirección.
7. Se realizaran controles en el área de producción por el encargado la cual debe registrar las conformidades y las no conformidades.
8. Los controles de calidad se deben verificar con los indicadores que establece la organización y llevar registros de los mismos.
9. Se debe verificar que el producto terminado cumpla con todos los requisitos de los clientes para su liberación.

✓ **Políticas financieras.**

1. Los altos ejecutivos de una compañía tienen la responsabilidad legal de garantizar que la empresa mantengan los registros contables adecuados, que permita informar la posición financiera del negocio.
2. El departamento es responsable de los registros contables y la información financiera.
3. Los altos ejecutivos decidirán las fuentes de financiamiento; patrimonio neto, instrumentos de deuda, endeudamiento bancario.
4. Identificados las fuentes de financiamientos y de los costos deben ser contabilizados en los estados financieros.
5. Realizar el proceso presupuestario y concluir con los resultados. Dejar registros del mismo y entregar a las áreas involucradas.
6. Identificar las implicancias financieras de las decisiones a través de la evaluación de los efectos financieros probables de los cambios que ocurrirán como resultado de cualquier decisión. Tales se realizaran con los indicadores financieros y registrar los cambios o los posibles cambios de los resultados.

7. En el sistema contable se requiere de una clasificación eficiente de todas las facturas, transacciones y gastos.

8. Los balances se presentaran semestralmente.

✓ **Políticas de comercialización.**

1. La distribución del producto debe ser planificada y detallada, su ejecución y control deben ser supervisados, para ello se debe llevar registros de cada una de las actividades.

2. Los agentes de venta identificaran los comportamientos de los cliente registrarlos e informar a su superior inmediato para la clasificación estratégica de marketing.

3. La gestión del plan establecido de marketing, se debe evaluar los resultados y llevar registros de los mismos.

4. La promoción se transmitirán las cualidades del producto a los clientes.

5. Los altos ejecutivos con el departamento de ventas determinaran el medio para la comunicación de ideas.

6. La mercadería en stocks se inventariara, verificará las condiciones ambientales, y toda factor que influya en conservación o deterioro del producto para ello se deben realizar controles y registros diarios de la supervisión.

7. Los agentes de ventas deben promover positivamente la imagen de la empresa y campaña publicitaria constante del producto. Portando correctamente el uniforme y distintivos de la empresa.

8. Las ventas a créditos deben ser analizadas por el jefe de comercialización y los agentes de ventas, determinando el porcentaje distribución de pago del total de la venta y el tiempo, manteniendo registros de los mismos.

9. Las facturas serán entregadas a la persona que se ha destinado para dicha actividad, para los registros y contabilización de las mismas.

✓ **Políticas de personal.**

1. Los puestos de trabajo tendrán determinado el perfil que se requiere para que una persona ocupe dicho cargo y poder realizar reclutamiento, selección, inducción a la empresa.

2. Todo los miembros de la organización deben conocer y el plan estratégico y realizar sus tareas en base a ello.
3. Los pagos de salarios se deben dar en las fechas determinadas, los beneficios de ley y la seguridad social.
4. Toda información se dará mediante circulares, memorandos o algún tipo de documento que respalde la veracidad de la información.
5. La empresa debe proporcionar el uniforme de trabajo y los trabajadores lo deben portar todos los días de trabajo y en las horas laborales de manera estética.
6. El personal debe mantener le estética del área de trabajo.

B) PROCEDIMIENTOS

✓ Ordenes de Compras

Para la realización de compras se deberá realizar cotizaciones con varios proveedores para analizar cuál es el más conveniente para la empresa. Se debe verificar que los requerimientos de las mercaderías sean los necesitados por la empresa.

✓ Manejo de efectivo.

Los pagos se deben realizar mediante la emisión de cheques o transacciones bancarias en cantidades mayores a los 200 dólares americanos. El dinero recaudado deberá ser depositado en el mismo día.

✓ Contratación de personal.

Realizar las publicaciones de requerimiento de personal en el medio que la alta gerencia decida. Reclutar el personal, seleccionar el personal más idóneo según el perfil, el gerente se encargará de las entrevistas y decidirá a quien contratar. Se destinara a una persona para que le dé la debida capacitación y lo integre a la empresa.

✓ Almacenamiento

El gerente le dará la responsabilidad a un miembro de la empresa para que se encargue del almacenamiento. Tendrá que verificar que las condiciones de las bodegas cumplan

los parámetros para almacenar el producto y sufra no deterioros. En casos de imperfecciones reportar inmediatamente para el arreglo del mismo.

✓ **Trabajo de operaciones**

Todo el personal de operaciones conocerá todos los procedimientos y actividades, además el manejo de las máquinas y equipos, el trabajo será rotativo.

CAPITULO IV

4. ESTUDIO ECONÓMICO

4.1. DETERMINACIÓN DE COSTOS TOTALES

4.1.1. COSTOS DEL PRODUCTO

TABLA 5

COSTO DE PRODUCCIÓN					
DETALLE	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
MATERIA PRIMA					
CAFÉ	LIBRAS	520	0,25	130,00	1.560,00
AZÚCAR	LIBRAS	125	0,4	50,00	600,00
SUBTOTAL				180,00	2.160,00

INSUMOS					
PAPEL FILTRO TERMOSELLABLE	CAJA	2873	0,02	57,46	689,51
PAPEL POLIPROPILENO	CAJA	2873	0,03	86,19	1.034,27
CORDEL	CAJA	2873	0,01	28,73	344,76
CAJAS DE CARTÓN	CAJA	2873	0,04	114,92	1.379,03
SUBTOTAL				287,30	3.447,57
PERSONAL OPERATIVO					
JEFE DE PRODUCCIÓN	UNIDADES	1	287,44	287,44	3.449,28
OPERADORES	UNIDADES	2	281,45	562,90	6.754,80
SUBTOTAL				850,34	10.204,08
GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN					
DEPRECIACIÓN				214,33	2.571,95
ENERGÍA ELECTRICA DE PLANTA DE PRODUCCION	KILOVATIO/H ORA	600	0,07	42,00	504,00
SUBTOTAL				256,33	3.075,95
TOTAL				1.573,97	18.887,60

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

Se estima que en el primer año de operaciones los costó de producción serán lo que se muestra en la tabla 5, la cual sirve para hacer proyecciones para los siguientes años. (Ver anexos 30-32, 40, 47,50).

4.1.2. GASTOS ADMINISTRATIVOS

TABLA 6

GASTOS ADMINISTRATIVO		
DETALLE	MENSUAL	ANUAL
SUELDOS	1.463,75	17.565,00
DÉCIMO TERCERO	239,75	2.876,99
DÉCIMO CUARTO	176,00	2.112,00
APORTE PATRONAL	349,55	4.194,65
VACACIONES	119,87	1.438,50
FONDO DE RESERVA	239,75	2.876,99
CONTADOR	300,00	3.600,00
DEPRECIACIÓN	73,14	877,63
GASTOS DE UNIFORMES	30,00	360,00
ALQUILER DE LOCAL	300,00	3.600,00
SERVICIOS BÁSICOS	84,00	1.008,00
SUMINISTRO DE OFICINA	66,61	799,27
SUMINISTRO DE LIMPIEZA	66,44	797,26
MANTENIMIENTO	155,00	155,00

TOTAL	3.663,86	42.261,28
--------------	-----------------	------------------

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

Esta tabla muestra todos los gastos que incurrirán en la área administrativa costos que se encuentran en anexos 51-56,59,61-62.

4.1.3. GASTOS DE VENTAS

TABLA 7

GASTOS DE VENTAS		
DETALLE	MENSUAL	ANUAL
PUBLICIDAD	648,00	7.776,00
TOTAL		7.776,00

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

Los gastos de ventas serán los de publicidad que se realizarán por radio y televisión y afiches en l los puntos de ventas. (Ver anexos 60)

4.1.4. GASTOS FINANCIEROS

TABLA 8

CRÉDITO BANCARIO BNF				
METODO		CUOTA FIJA		12
50.936,10	50.936,10	PAGO CADA	1	MESES
TASA DE INTERES ANUAL		11,00%	PERIODOS	60
PLAZO		5	AÑOS	
PAGOS ANUALES		12		
INTERES	0,92%	PAGO PERIODICO		1.107,47

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés
Amortización anexos 70

La empresa realizará un crédito bancario en el Banco Nacional de Fomento para la compra de equipos y herramientas, y parte de ello será utilizado para capital operativo. Este tendrá una tasa de interés activa del 11% anual.

4.1.5. COSTO DEL PERSONAL

4.1.5.1. COSTOS DE PERSONAL ADMINISTRATIVO

TABLA 9

DETERMINACIÓN DE COSTOS ADMINISTRATIVOS											
DETALLE DE REMUNERACIONES											
N° DE PERSONAL	CARGO	MENSUAL NOMINAL	ANUAL NOMINAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE PATRONAL	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL ANUAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL RUBROS ANUALES
	PERSONAL ADMINISTRATIVO										
1	GERENTE	350,00	4.200,00	350,00	264,00	510,30	175	350,00	5.849,30	487,44	5.849,30
1	ASISTENTE ADMINISTRATIVO	279,72	3.356,64	279,72	264,00	407,83	139,86	279,72	4.727,77	393,98	4.727,77
1	VENDEDOR	281,47	3.377,64	281,47	264,00	410,38	140,735	281,47	4.755,70	396,31	4.755,70
2	CONSERJE	552,56	6.630,72	552,56	264,00	805,63	276,28	552,56	9.081,75	756,81	18.163,50
5	TOTAL REMUNERACIONES		17.565,00	1.463,75	1.056,00	2.134,15	731,88	1.463,75	24.414,52	2.034,54	33.496,27

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

La empresa contará con 5 personas que en el área administrativa la cual tendrá sueldos basados a la tabla sectorial según lo establecido por Ministerio de Relaciones Laborales en actividades de servicios. (MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES, 2011). (Ver anexo 94)

4.1.5.2. COSTOS DE PERSONAL OPERATIVO

TABLA 10

DETERMINACIÓN DE COSTOS OPERATIVOS											
DETALLE DE REMUNERACIONES											
N° DE PERSONAL	CARGO	MENSUAL NOMINAL	ANUAL NOMINAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE PATRONAL	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	TOTAL ANUAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL RUBROS ANUALES
	PERSONAL OPERATIVO										
1	JEFE DE PRODUCCIÓN	287,44	3.449,28	287,44	264,00	419,09	143,72	287,44	4.850,97	404,25	4.850,97
2	OPERADORES	562,90	6.754,80	562,90	264,00	820,71	281,45	562,90	9.246,76	770,56	18.493,52
3	TOTAL REMUNERACIONES		10.204,08	850,34	528,00	1.239,80	425,17	850,34	14.097,73	1.174,81	23.344,48

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

Los sueldos están basados según lo establecido por la ley en el área de industrialización del café.(MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES, 2011). (Ver anexos 93)

4.2. INVERSIÓN TOTAL INICIAL

TABLA 11

RESÚMEN INVERSIÓN TOTAL INICIAL	
INVERSIÓN FIJA	
MUEBLES Y ENSERES	1.403,58
EQUIPOS DE OFICINA	1.956,58
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.625,00
EQUIPOS Y MAQUINARIAS	13.219,52
INSTALACIONES	25.000,00
VEHÍCULO	19.190,00
CAPITAL DE TRABAJO	15.713,47
SUBTOTAL INVERSIÓN FIJA Y CAPITAL DE TRAB.	78.108,15
INVERSIÓN DIFERIDA	
GASTO DE CONSTITUCIÓN	255,08
INVERSIÓN TOTAL	78.363,23

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés
Ver costos en anexos 51-58

La inversión inicial total es todo el capital que se requiere para constituir la empresa empezar con la operaciones del negocio.

4.3. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVOS

<u>Activos Corrientes:</u>		15.713,47
Bancos	15.713,47	
<u>Activos Fijos:</u>		62.394,68
Muebles y Enseres	1.403,58	
Equipos de Oficina	1.956,58	
Equipos de Computación	1.625,00	
Equipos y Maquinarias	13.219,52	
Vehículo	19.190,00	
Edificio	25.000,00	
<u>Otros Activos:</u>		255,08
Gastos de Constitución	255,08	

TOTAL ACTIVOS **78.363,23**

PASIVOS

<u>Pasivos Corrientes:</u>		6.917,20
Obligaciones Bancarias a Corto Plazo	6.917,20	
<u>Pasivos a Largo Plazo:</u>		38.679,46
Obligaciones Bancarias a Largo Plazo	38.679,46	
TOTAL DE PASIVOS		45.596,66
PATRIMONIO		32.766,57
Capital Social	32.766,57	
TOTAL DE PASIVO+PATRIMONIO		78.363,23

El estado de situación inicial nos refleja la información financiera que dispone la empresa al iniciar el ejercicio económico.

4.4. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

4.4.1. REQUISITOS PARA CRÉDITO

Se decidió realizar un crédito en el Banco Nacional de Fomento el cual tiene una tasa de interés activa para créditos productivos de 11% y la tasa de interés pasiva de 0,50%.

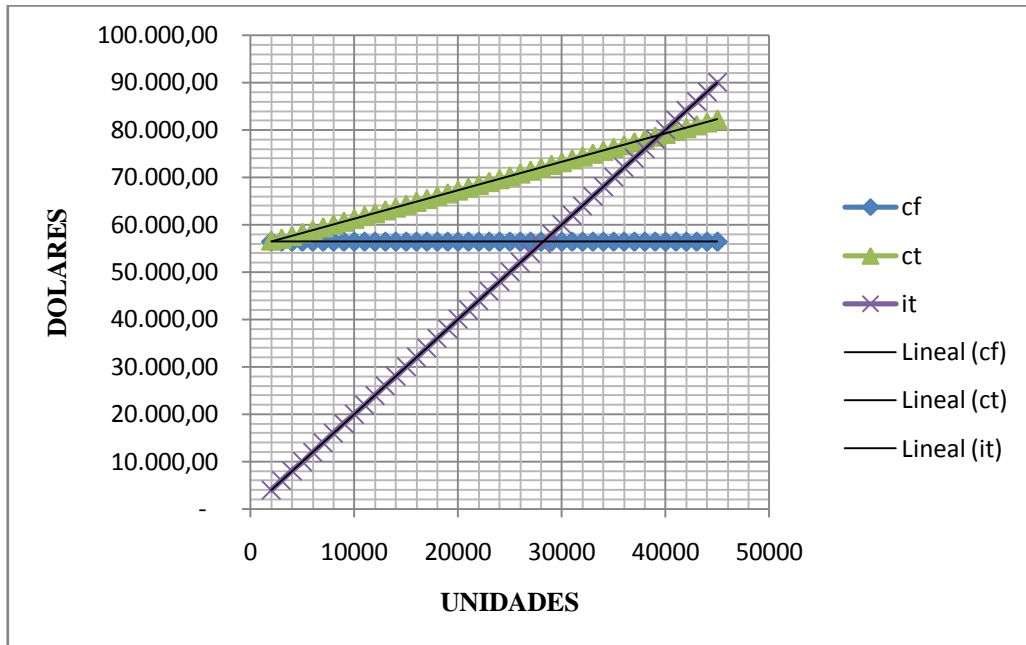
REQUISITOS PARA PERSONAS JURÍDICAS

- Solicitud de crédito y declaración de situación financiera firmada por el Representante Legal.
- Fotocopia de la Cedula de Identidad del Presidente y del Representante legal.
- Balance General y Estados de Pérdidas y Ganancias actualizados presentados en la Superintendencia de Compañías de los tres últimos años, incluye corte de año en curso, firmados por el Representante Legal y el Contador.
- Certificado de nómina de accionistas otorgado por la Superintendencia de Compañías.
- Declaración del Impuesto a la Renta presentado al SRI de los tres últimos años (según el caso).
- Fotocopia del Registro Único Contribuyente (RUC).
- Escrituras de Constitución de la Empresa.
- Informe de Auditores Externos con corte al último año, de ser el caso.
- Escrituras de aumento de capital, si lo tiene.
- Nombramiento de Presidente y Gerente General (Representante Legal).
- Acta de autorización del Directorio de la empresa para endeudamiento con el BNF, de ser pertinente.
- Certificado de cumplimiento de obligaciones patronales concedido por el IESS.
- Referencias comerciales, bancarias y de proveedores.
- Prestamos sobre los USD\$100.000 estudio de factibilidad de la actividad productiva a desarrollar con el préstamo.
- Facturas proformas de las inversiones a realizar con el préstamo.
- Copia del comprobante de pago de servicios básicos: luz, agua o teléfono, o un documento que permita la verificación del domicilio de la compañía.
- Permisos de funcionamiento y/o Medio Ambiente.
- Mantener activa una cuenta corriente o de ahorros en el BNF.

(BANCO NACIONAL DE FOMENTO)

4.5. PUNTO DE EQUILIBRIO

GRAFICO 4



Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

La empresa deberá vender en el primer año un total de **77.691,56USD** y un total de **38.846 cajas** al año para mantener sus operaciones sin obtener utilidad. (Ver anexos 73)

4.6. ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO

TABLA 12

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO										
INGRESOS DE OPERACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
VENTA POR CAJA DE CAFÉ	68.951,31	82.667,68	96.384,04	110.100,41	123.816,77	137.533,14	151.249,50	164.965,87	178.682,23	192.398,60
SUBTOTALES OPERATIVOS	68.951,31	82.667,68	96.384,04	110.100,41	123.816,77	137.533,14	151.249,50	164.965,87	178.682,23	192.398,60
COSTOS DE PRODUCCIÓN	18.887,60	19.170,91	19.458,48	20.042,23	20.643,50	21.262,80	22.113,31	22.997,85	23.917,76	24.874,47
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	50.063,72	63.496,77	76.925,57	90.058,18	103.173,28	116.270,34	129.136,19	141.968,02	154.764,47	167.524,13
GASTOS DE OPERACIÓN										
GASTOS ADMINISTRATIVOS	42.261,28	42.895,20	43.538,63	44.191,71	45.517,46	46.882,99	48.289,48	49.738,16	51.230,31	52.767,21
GASTOS DE VENTAS	7.776,00	8.009,28	8.329,65	8.662,84	9.095,98	9.550,78	10.028,32	10.529,73	11.056,22	11.609,03
GASTOS FINANCIEROS	6.372,49	5.392,74	4.274,21	2.997,25	1.539,43					
TOTAL GASTOS	56.409,78	56.297,22	56.142,49	55.851,80	56.152,87	56.433,77	58.317,79	60.267,89	62.286,53	64.376,25
UTILIDAD ANTES DEL 15%	-6.346,06	7.199,55	20.783,08	34.206,38	47.020,41	59.836,57	70.818,40	81.700,13	92.477,95	103.147,88
15% TRABAJADORES	-	1.079,93	3.117,46	5.130,96	7.053,06	8.975,49	10.622,76	12.255,02	13.871,69	15.472,18
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-	6.119,62	17.665,62	29.075,42	39.967,35	50.861,09	60.195,64	69.445,11	78.606,26	87.675,70
25% IMPUESTO A LA RENTA	-	1.529,90	4.416,40	7.268,86	9.991,84	12.715,27	15.048,91	17.361,28	19.651,56	21.918,93
UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTO	-	4.589,71	13.249,21	21.806,57	29.975,51	38.145,82	45.146,73	52.083,83	58.954,69	65.756,78
UTILIDAD NETA	-6.346,06	4.589,71	13.249,21	21.806,57	29.975,51	38.145,82	45.146,73	52.083,83	58.954,69	65.756,78

Elaborado Por: Valdez Pinargote Inés

El estado de pérdidas y ganancias se presenta los ingresos y egresos que la empresa PURO TINTO CIA.LTDA tendrá durante sus operaciones. Se realizó con la proyección de la ventas tabla (ver anexos 72) y los costó de producción se proyectó en crecimiento de un 1.5% durante los primeros 3 años, mientras que en los siguientes años un 3% y en los 4% últimos años.

4.7. BALANCE GENERAL PROYECTADO

TABLA 13

ESTADO DE SITUACIÓN GENERAL PROYECTADO										
ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
ACTIVOS CORRIENTES:	11.219,02	6.234,14	14.959,42	23.585,18	31.843,05	40.106,73	47.225,30	54.287,12	61.312,21	68.279,32
CAJA										
BANCOS	9.622,49	4.589,71	13.249,21	21.806,57	29.975,51	38.145,82	45.146,73	52.083,83	58.954,69	65.756,78
SUMINISTROS DE OFICINA	799,27	823,25	856,18	890,43	934,95	981,69	1.040,60	1.103,03	1.180,24	1.262,86
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	797,26	821,18	854,02	888,19	932,60	979,22	1.037,98	1.100,26	1.177,28	1.259,68
ACTIVOS FIJOS:	58.945,10	55.495,52	52.045,94	50.387,97	48.730,00	47.072,03	45.414,07	43.756,10	42.098,13	40.440,16
MUEBLES Y ENSERES	1.403,58	1.403,58	1.403,58	1.403,58	1.403,58	1.403,58	1.403,58	1.403,58	1.403,58	1.403,58
EQUIPOS DE OFICINA	1.956,58	1.956,58	1.956,58	1.956,58	1.956,58	1.956,58	1.956,58	1.956,58	1.956,58	1.956,58
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.625,00	1.625,00	1.625,00	1.625,00	1.625,00	1.625,00	1.625,00	1.625,00	1.625,00	1.625,00
EQUIPOS Y MAQUINARIAS	13.219,52	13.219,52	13.219,52	13.219,52	13.219,52	13.219,52	13.219,52	13.219,52	13.219,52	13.219,52
INSTALACIONES	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00	25.000,00
VEHICULÓ	19.190,00	19.190,00	19.190,00	19.190,00	19.190,00	19.190,00	19.190,00	19.190,00	19.190,00	19.190,00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	3.449,58	6.899,16	10.348,74	12.006,71	13.664,68	15.322,65	16.980,61	18.638,58	20.296,55	21.954,52
OTROS ACTIVOS:	204,06	204,06	204,06	204,06	204,06	255,08	255,08	255,08	255,08	255,08
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	255,08	255,08	255,08	255,08	255,08	255,08	255,08	255,08	255,08	255,08
AMORTIZACIÓN DE GASTOS DE CONSTITUCIÓN	51,02	51,02	51,02	51,02	51,02					
TOTAL ACTIVOS	70.368,19	61.933,72	67.209,42	74.177,21	80.777,12	87.433,85	92.894,45	98.298,30	103.665,42	108.974,56
PASIVOS	20.416,33	25.220,84	32.587,66	40.174,01	47.574,60	42.460,84	48.311,06	54.293,23	60.421,11	66.709,77
PASIVOS CORRIENTES	13.499,13	17.323,88	23.572,18	29.881,57	36.100,02	42.460,84	48.311,06	54.293,23	60.421,11	66.709,77
15% UTILIDAD TRABAJADORES POR PAGAR	-	1.079,93	3.117,46	5.130,96	7.053,06	8.975,49	10.622,76	12.255,02	13.871,69	15.472,18

IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	-	1.529,90	4.416,40	7.268,86	9.991,84	12.715,27	15.048,91	17.361,28	19.651,56	21.918,93
PROVISIONES SOCIALES	13.499,13	14.714,05	16.038,31	17.481,76	19.055,12	20.770,08	22.639,39	24.676,93	26.897,85	29.318,66
PASIVOS A LARGO PLAZO:	6.917,20	7.896,96	9.015,48	10.292,44	11.474,58	-	-	-	-	-
PRÉSTAMOS	6.917,20	7.896,96	9.015,48	10.292,44	11.474,58					
PATRIMONIO	49.951,86	36.712,88	34.621,76	34.003,20	33.202,52	44.973,01	44.583,39	44.005,07	43.244,31	42.264,79
CAPITAL SOCIAL	56.297,92	32.123,17	21.372,54	12.196,63	3.227,01	6.827,20	- 563,34	- 8.078,76	- 15.710,38	- 23.491,98
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	- 6.346,06	4.589,71	13.249,21	21.806,57	29.975,51	38.145,82	45.146,73	52.083,83	58.954,69	65.756,78
TOTAL PASIVO Y PAT.	70.368,19	61.933,72	67.209,42	74.177,21	80.777,12	87.433,85	92.894,45	98.298,30	103.665,42	108.974,56

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

En la tabla anterior se encuentra un resumen de todo lo que tiene la empresa, de lo que le deben y de lo que realmente le pertenece a su propietario. (Ver anexos 63,64,65,68,69,70,71,74)

CAPITULO V

5. ANÁLISIS FINANCIERO

5.1. CONSTRUCCIÓN DE FLUJOS CON FINANCIAMIENTO

5.2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

5.3. FLUJO DE CAJA PROYECTADO

TABLA 14

FLUJO DE CAJA PROYECTADO											
	AÑOS										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INVERSIÓN	-78.363,23										
UTILIDAD LÍQUIDA		-6.346,06	4.589,71	13.249,21	21.806,57	29.975,51	38.145,82	45.146,73	52.083,83	58.954,69	65.756,78
DEPRECIACIÓN		3.449,58	3.449,58	3.449,58	1.657,97	1.657,97	1.657,97	1.657,97	1.657,97	1.657,97	1.657,97
AMORTIZACIÓN		6.917,20	7.896,96	9.015,48	10.292,44	11.474,58					
RESCATE											12.500,00
		-9.813,68	142,34	7.683,31	13.172,10	20.158,89	39.803,78	46.804,70	53.741,80	60.612,66	79.914,74
TOTAL FLUJO DE CAJA	-78.363,23	-9.813,68	142,34	7.683,31	13.172,10	20.158,89	39.803,78	46.804,70	53.741,80	60.612,66	79.914,74
FLUJOS DE CAJA ACUMULADOS	-78.363,23	-9.813,68	-9.671,34	-1.988,03	11.184,06	31.342,96	71.146,74	117.951,44	171.693,24	232.305,90	312.220,64
SUMA DE LOS FLUJOS DE CAJA	312.220,64										
COSTO (INVERSIÓN DEL PROYECTO)	-78.363,23										
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	233.857,41										
RELACIÓN COSTO BENEFICIO (C/B)	3,98										
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR %)	19%										
PERIODO REAL DE RECUPERACIÓN AÑOS	6,15										
CPP	7%										

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

El VAN es la suma de cajas futuros descontados al costo de capital menos el desembolso de capital. (TENNENT, 2010) En el proyecto El flujo de Caja demuestra que el VAN (Valor Actual Neto) es positivo que cubre el costo de inversión del proyecto dejando un saldo positivo con una cantidad de 233.857,41USD.

La TIR se obtiene a través de la duración de un proyecto, calculada al conseguir la tasa de descuento donde la suma de los flujos de capital descontados menos el desembolso del capital es igual a cero. (TENNENT, GESTIÓN FINANCIERA, 2011). Con los flujos de caja se logra obtener una TIR (Tasa Interna de Retorno) de un 19% comparada con el costo de oportunidad de un 11% hace que el proyecto sea factible.

Se pronostica recuperar el de la inversión en un periodo de seis años y un mes resultado que se muestran en la tabla (ver anexos 75)

5.4. ANÁLISIS DE LA SENSIBILIDAD

TABLA 15

ANÁLISIS DE LA SENSIBILIDAD			
	OPTIMISTA	MÁS PROBABLE	PESIMISTA
COSTO (INVERSIÓN DEL PROYECTO)	-78363,23	-78.363,23	-78.363,23
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	444.421,07	233.857,41	120.796,79
RELACIÓN COSTO BENEFICIO (C/B)	6,67	3,98	2,54
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR %)	34%	19%	11%
PERIODO REAL DE RECUPERACIÓN AÑOS	2,23	6,15	6,25
CPP	0,07	0,07	0,07
ANÁLISIS	EN UN ESCENARIO OPTIMISTA SE ESPERA OBTENER UN 2,5% DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO Y QUE LOS COSTOS DE MANTIENEN.	ESTOS RESULTADO SON LOS QUE SE ESPERA QUE SE CUMPLA EL PROYECTO.	EN EL PEOR DE LOS CASOS PARTICIPACIÓN DEL 1,5% EN EL MERCADO CON UN PRECIO 1,25 USD CON UN CRECIMIENTO DEL 1% COSTO DE PRODUCCIÓN Y EN GASTOS ADMINISTRATIVOS SE LOGRA LLEGAR A UN TIR INDIFERENTE A LA DE TASAS ACTIVA DE UN 11%

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

Los flujos de caja se encuentran en anexos 76 y 77.

5.5. ÍNDICES FINANCIEROS

LIQUIDEZ

CAPITAL DE TRABAJO Act. Corriente - Pas. Corriente **-2.280,10**

LIQUIDEZ
$$\frac{\text{Act. Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$
 0,83

La liquidez indica que por cada dólar de endeudamiento se cuenta para cubrir las deudas con \$0,83.

PRUEBA ACIDA
$$\frac{\text{Act. Corriente - inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$$
 0,71

La prueba acida indica que la empresa por cada dólar de endeudamiento se cuenta con \$0,71 de efectivo neto para cubrir las deudas a corto plazo.

ACTIVIDAD

ROTACIÓN DE ACTIVO TOTAL
$$\frac{\text{Ventas}}{\text{Act. Total}}$$
 0,50

Este índice indica que tengo \$0,50 en ventas sobre cada activo de la empresa.

APALANCAMIENTO
$$\frac{\text{Activo Total}}{\text{Patrimonio}}$$
 1,41

El índice de apalancamiento nos indica que por cada unidad en activo se tiene \$1,41 en patrimonio.

RENTABILIDAD

MARGEN NETO EN VENTAS
$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$
 0,09

Significa que tengo \$ 0.09 Ctv. de beneficio neto por cada unidad vendida.

ENDEUDAMIENTO
$$\frac{\text{Activo total}}{\text{Pasivo total}}$$
 3,45

Por cada dólar de endeudamiento se tiene \$3,45 dólares para cubrir las deudas

RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO (ROE)
$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$
 0,13

La empresa cuenta con \$ 0.13 Ctv. de beneficio neto por cada unidad monetaria del patrimonio.

RENTABILIDAD DEL ACTIVO (ROA)
$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Act. Total}}$$
 0,09

En la Rentabilidad del Activo se mantiene \$ 0.09 Ctv. de beneficio por unidad monetaria de los activos totales.

CAPITULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

6.1.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

En la investigación de mercado se utilizó el método descriptivo, se realizaron encuestas, entrevistas, observación e investigación de campo, que sirvió para comprobar que la población de la ciudad de Esmeraldas tiene la necesidad adquirir el producto, se determinó que existe una demanda insatisfecha en el mercado, la cual se proyectó a través de la regresión línea, utilizando la tasa de crecimiento poblacional del 1,4% del cantón Esmeraldas. La empresa PURO TINTO CIA.LTDA tomará el 2% de la participación en el mercado para la proyección de la ventas dando como resultado que en el primer año venderá 34.476 cajas determinó que le producto será vendido al mercado revendedor a un precio a \$ 2 USD y llegando al cliente final a un precio de \$ 2.25 USD. Como estrategia se elaborará el café con procesos semindustriales, además utilizar materia prima, mano de obra, de la localidad para reducir costos en la producción. Se diseñarán capacitaciones para los clientes internos de la empresa. A los agricultores del sector incentivarlos para el cultivo del café. Para llegar a los clientes se utilizará marketing agresivo en los medios de comunicación, como afiches A3 en las tiendas.

6.1.2. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

En el estudio técnico se crearon los procesos y manuales también como el diagrama de flujo de producción, determinando que la empresa será una compañía de responsabilidad limitada, con el nombre de PURO TINTO CÍA .LTDA utilizando el slogan “café con aroma a tradición” con su respectivo logotipo. Se detallaron las principales actividades de los puestos de trabajo en organigrama funcional, con su organigrama estructural. También se encuentran detallados los permisos y requisitos legales de funcionamientos para la empresa.

Con los procesos creados se realizaron los requerimientos tales como materia prima, equipos y herramientas para la producción, muebles y equipos de oficina. Se

generará 8 puestos de trabajo, en el área administrativa 5 personas y producción 3, entre otras necesidades para que la empresa realice sus operaciones, con la investigación de campo se adquirieron las debidas proformas y proceder a calcular los costos. Como toda empresa necesita tener políticas y procedimientos tenemos. Políticas de producción, financieras, comercialización, personal. Procedimientos: Ordenes de Compras, Manejo de efectivo, Contratación de personal, Almacenamiento, Trabajo de operaciones.

6.1.3. ESTUDIO ECONÓMICO

El análisis económico financiero, arrojó resultados positivos, cual nos indica que la que es factible la implementación de la empresa, que a partir de un crédito bancario con el Banco Nacional de Fomento a una tasa de interés activa del 11% este crédito es el 65% de la inversión inicial, el 35% restante es el capital que los socios lo deben aportar. El Valor Actual Neto nos da un valor positivo de 233.557.41 USD. Tasa Interna de Retorno es el 19% comparada con la tasa activa es un negocio que es sostenible en el tiempo, la inversión se recuperará en un periodo de seis años y mes.

6.2. RECOMENDACIONES.

6.2.1. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- Encontrando la necesidad del producto en el mercado se considera que el producto se lo debe incursionar en el mercado.
- Si la demanda aumentara en un futuro la participación del mercado de la empresa puede incrementar, ya se cuenta con la capacidad técnica para cubrir la producción demandada, la cual se la puede hacer con la expansión de la fábrica a través de un nuevo crédito bancario
- El buscar aliados estratégicos es fundamental para la empresa, como negocios que presten servicios donde se pueda expender el producto como panaderías y cafeterías de la ciudad así ayudaran a que el producto se conocido en el mercado. Siendo la publicidad fundamental en la empresa para que el producto sea conocido en el mercado, para alcanzar las ventas proyectadas.
- Expandirse a los demás cantones de la provincia y a otras regiones del país.

6.2.2. ESTUDIO TÉCNICO E INGENIERÍA DEL PROYECTO

- Aplicar y estandarizar los procesos productivos de la empresa para obtener un producto de calidad que satisfagan las necesidades del mercado, a través de la mejora continua.
- Contactar proveedores que dispongan de insumos, con las especificaciones que se requiera en la empresa.

6.2.3. ESTUDIO ECONÓMICO

- Implementar la empresa ya que el estudio financiero demuestra que la inversión en la empresa es factible.
- Considerar otras fuentes de financiamiento, para ejecución del proyecto.

GLOSARIO

Activos: Algo que se posee o se controla, sobre lo que se tiene un futuro beneficio económico. (TENNENT, GESTION FINANCIERA, 2010)

Amortización: Cancelación de un activo intangible durante un periodo. (TENNENT J. , 2010)

Balances: Estado contable a una fecha específica que muestra la posición financiera de una compañía en términos de activo y pasivos de los fondos de los accionista PATRIMONIO NETO.

Café pasado: Se denomina así al café que se obtiene luego de filtrar agua por el café tostado en polvo.

Café: Se denomina café a la bebida que se obtiene de los frutos y semillas de la planta de café o cafeto. (WIKIPEDIA)

Canales de distribución: todos los componentes que conforman la unión entre el fabricante y el consumidor, incluyen los mayoristas, minoritas, detallistas, comerciantes. (BENGOECHEA, 1998)

Capacidad instalada: Cantidad máxima de bienes o servicios que pueden obtenerse de las plantas y equipos de una empresa por unidad de tiempo, bajo condiciones tecnológicas dadas.

Capacidad utilizada: Proporción de la capacidad instalada de una empresa que se utiliza, o también se puede definir como parte de la capacidad para producir empleada.

Capital: es un factor de producción constituido por inmuebles, maquinaria o instalaciones de cualquier género, que, en colaboración con otros factores, principalmente el trabajo y bienes intermedios, se destina a la producción de bienes de consumo. (WIKIPEDIA)

Cliente: Persona que realiza una compra una compra. (BENGOECHEA, 1998)

Consumidor Final: persona o grupo que ocupa el último lugar en la cadena de producción- distribución, siendo el que realiza el consumo. (BENGOECHEA, 1998)

Costo: Son valores pagados para cubrir actividades indispensables para generar un ingreso operativo: estos valores se recuperan con la venta de un bien o servicio. (SÁNCHEZ, 2005)

Demanda insatisfecha: Cantidad de bienes o servicios que es posible que el mercado adquiera en años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún oferente actual podrá satisfacer si permanecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

Demanda: deseo de un producto o servicio que puede dar a lugar una compra. (BENGOECHEA, 1998)

Despulpar: Despulpar el café y separar el grano en una sola operación por medio de un aparato que arrastra el café y le arranca la pulpa, depositándola a su vez en un recipiente en la misma operación. (UNDP)

Diagrama de bloque: es la representación gráfica del funcionamiento interno de un sistema, que se hace mediante bloques y sus relaciones, y que, además, definen la organización de todo el proceso interno, sus entradas y sus salidas. (WIKIPEDIA)

Diagrama de flujo: Un diagrama de flujo es una representación gráfica de un algoritmo o proceso. Se utiliza en disciplinas como la programación, la economía, los procesos industriales y la psicología cognitiva. (WIKIPEDIA)

Encuesta: Uno de los métodos de recogida de datos en la investigación de mercado. Consiste en la realización de preguntas determinadas a una parte significativa de la población.

Entrevista: Es un acto de comunicación oral que se establece entre dos o más personas (el entrevistador y el entrevistado o los entrevistados) con el fin de obtener una información o una opinión. (WIKIPEDIA)

Estrategias genéricas: Estrategias genéricas son un conjunto de estrategias competitivas que buscan obtener una ventaja competitiva para la empresa, ya sea a través del liderazgo en costos, la diferenciación o el enfoque.

Gastos: Es la utilización necesaria y efectiva de bienes o servicios por parte de la empresa, para cumplir sus actividades administrativas y productivas. (SÁNCHEZ, 2005)

Insumo: Todo lo que la organización requiere del entorno para realizar su proceso de producción. (MONTROYA, PRODUCCIÓN, 1991)

Inversión: Es todo desembolso de recursos financieros para adquirir bienes concretos durables o instrumentos de producción, denominados bienes de equipo, y que la empresa utilizará durante varios años para cumplir su objeto social.(MATOS, 2011)

Liquidez: Mide la capacidad que tiene la empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo. (SÁNCHEZ, CONTABILIDAD GENERAL, 2005)

Logotipo: Un logotipo es un elemento gráfico que identifica a una persona, empresa, institución o producto. (WIKIPEDIA)

Marketing: Proceso complejo que pretende mediante la promoción lograr vender bienes o servicios. (BENGOECHEA, 1998)

Materia prima: La materia prima es todo aquel elemento que se transforma e incorpora en un producto final. (GERENCIE.COM, 2010)

Mercado: Grupo de clientes potenciales que se identifican por tener una necesidad o deseo común y que desean y son capaces de hacer lo preciso para satisfacer esa necesidad o deseo. (BENGOECHEA, 1998)

Misión: La misión es el propósito general o razón de ser de la empresa u organización que enuncia a qué clientes sirve, qué necesidades satisface, qué tipos de productos ofrece y en general, cuáles son los límites de sus actividades. (THOMPSON, PROMONEGOCIOS, 2007)

Muestreo: En un estudio de mercado el muestreo es la selección de un grupo de o grupos de personas para el análisis de sus actitudes ante determinado producto o circunstancia. (BENGOECHEA, 1998)

Objetivos: Es una situación deseada que la empresa intenta lograr, es una imagen que la organización pretende para el futuro. (MONOGRAFIAS.COM)

Oferta: La cantidad de productos que una organización suministra para satisfacer las necesidades del mercado. (MONTTOYA, 1991)

Organización estructural: Representación gráfica de la estructura de una empresa u organización.

Organización funcional: Estructura organizacional, que aplica el principio funcional o principio de la especialización de las funciones para cada tarea.

Papel filtro termosellable: con el fin de ser filtro para las impurezas insolubles y permitir el paso a la solución a través de sus poros. (WIKIPEDIA)

Papel Polipropileno: Fundamentalmente, se utilizan en aplicaciones durables donde el material tiene que permanecer inalterable durante un largo periodo de tiempo para, al final de su vida útil. (WIKIPEDIA)

Pasivos: Obligación de un periodo de un negocio como resultado de una transacción o evento pasado. (TENNET J. , GESTIÓN FINANCIERA, 2010)

Periodo de recuperación: Tiempo que toman los recibos de efectivos de un proyecto para superar los pagos en efectivos. Normalmente se expresa en años. (TENNET J. , GESTIÓN FINANCIERA, 2010)

Procedimientos: Es un conjunto ordena de operaciones. (MONTTOYA, 1991)

Producto: El objeto o servicio que la compañía ofrece al mercado para su consumo. (BENGOECHEA, DIRECCIÓN DE MARKETING Y VENTAS, 1998)

Productos sustitutos: un bien se considera un bien sustitutivo de otro, en tanto uno de ellos puede ser consumido o usado en lugar del otro en alguno de sus posibles usos. (WIKIPEDIA)

Prueba acida: indica la cantidad de dinero con que cuenta la empresa en ese instante para cubrir sus pasivos a corto plazo. (SÁNCHEZ, CONTABILIDAD GENERAL, 2005)

Punto de equilibrio: Volumen de la actividad por el cual los ingresos totales de un producto, servicios o negocio igualan los costos totales y no obtienen ganancia ni pérdida. (TENNET J. , GESTIÓN FINANCIERA, 2010)

Regresión lineal: En estadística la regresión lineal o ajuste lineal es un método matemático que modeliza la relación entre una variable dependiente Y, las variables independientes X. (WIKIPEDIA)

Relación costo beneficio: El análisis de costo-beneficio es una técnica importante dentro del ámbito de la teoría de la decisión. Pretende determinar la conveniencia de un proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costes y beneficios derivados directa e indirectamente de dicho proyecto. (WIKIPEDIA)

Remuneración: Es el pago que recibe de forma periódica un trabajador de mano de su empleador a cambio de cierta actividad productiva. (WIKIPEDIA)

Semindustrial: Es aquella en la que si bien aún se realiza trabajo manual en algunas etapas del proceso de producción (que le dan forma al producto), se utiliza maquinaria para otras tareas específicas. (CODELCOEDUCA)

Slogan: Un lema publicitario palabra adquirida a través de su uso en lengua inglesa, se entiende como frase identificativa en un contexto comercial o político (en el caso de la propaganda). Como expresión repetitiva de una idea o de un propósito publicitario para resumirlo y representarlo en un dicho. (WIKIPEDIA)

Tasa activa: La tasa de interés activa es una variable clave en la economía ya que indica el costo de financiamiento de las empresas. (GESTIPOLIS)

Tasa de interés: La tasa de interés (o tipo de interés) es el porcentaje al que está invertido un capital en una unidad de tiempo, determinando lo que se refiere como "el precio del dinero en el mercado financiero. (WIKIPEDIA)

Tasa interna de retorno: Tasa de retorno promedio obtenida a través de la duración de un proyecto, calculada al conseguir la tasa de descuento donde la suma de los flujos de capital descontados menos el desembolso del capital es igual a cero.

Tasa pasiva: Es el porcentaje que paga una institución bancaria a quien deposita dinero mediante cualquiera de los instrumentos que para tal efecto existen. (WIKIPEDIA)

Te: El té es una bebida hecha a partir de hojas secas de la planta de té o pequeños árboles (*Camellia sinensis*) de la familia de las Theaceae(s). (Macek)

Tradición: Tradición es el conjunto de patrones culturales que una o varias generación hereda de las anteriores y, usualmente por estimarlos valiosos, trasmite a las siguientes. (WIKIPEDIA)

Valor actual neto: Suma de los flujos de caja futuros descontados al costo de capital menos el desembolso del capital.

Valor residual: Valor estimado, de última recuperación, es decir preciso en el que se podría vender el bien cuando se encuentre obsoleto o fuera de uso. (SÁNCHEZ, CONTABILIDAD GENERAL, 2005)

Ventaja competitiva: rasgo o factor que posee un producto que lo diferencia de los que son sus competencias. (BENGOECHEA, DIRECCIÓN DE MARKETING Y VENTAS, 1998)

Visión: Se refiere a lo que la empresa quiere crear, la imagen futura de la organización. (CLUB PLANETA)

BIBLIOGRAFÍA

- (9 de JUNIO de 2011). Empresa Ite C.A (ESMERALDAS). (V. P. Inés, Entrevistador)
- Baca Urbina, G. (2010). *Evaluación de Protectos*. México DF: Interamericana Editores S.A. de C.V.
- BANCO NACIONAL DE FOMENTO. (s.f.). Recuperado el AGOSTO de 2011, de www.bnf.fin.ec
- BENGOECHEA, B. P. (1998). *DIRECCIÓN DE MARKETING Y VENTAS*. MADRID, ESPAÑA: CULTURAL,SA.
- BENGOECHEA, B. P. (1998). *DIRECCIÓN DE MARKETING Y VENTAS*. MADRID, ESPAÑA: CULTURAL,SA.
- BENGOECHEA, B. P. (1998). *DIRECCIÓN DE MARKETING Y VENTAS*. MADRID, ESPAÑA: CULTURAL,SA.
- CLUB PLANETA. (s.f.). Recuperado el OCTUBRE de 2011, de http://www.trabajo.com.mx/vision_de_una_empresa.htm
- CODELCOEDUCA. (s.f.). Recuperado el OCTUBRE de 2011, de https://www.codelcoeduca.cl/minisitios/docentes/pdf/tecnologia/3_tecnologia_NB3-5B.pdf
- COFENACE-División Técnica.- Consejo Cafetalero Nacional . (2006). *Potencial de la producción cafetalera del Ecuador*. QUITO: MAG/DPDA -EVR.
- CORECAF. (2010). ESTUDIO DE MERCADO DEL CAFÉ. ECUADOR.
- EDGARDO. (s.f.). *LIFE Y STYLE*. Recuperado el 1 de AGOSTO de 2011, de LIFE Y STYLE: <http://style.shockvisual.net/?p=2359>
- EDITORIAL, L. (1999). *DICCIONARIO DE MARKETING*. MADRID, ESPAÑA: CULTURAL,S.A.
- GERENCIE.COM. (2010). Recuperado el OCTUBRE de 2011, de <http://www.gerencie.com/materia-prima.html>
- GESTIPOLIS. (s.f.). Recuperado el OCTUBRE de 2011, de <http://www.gestiopolis.com/recursos/experto/catsexp/pagans/fin/no7/tasa%20activa.htm>
- GÓMEZ, J., FRANCO, G., & ORDOÑEZ, N. (2010). *CAFETÉ*. GUAYAQUIL: REVISTA TECNOLÓGICA ESPOL.
- HERNANDEZ, R. (2006). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. IZATAPALAPA, MÉXICO D.F: MACGRAW-HILL.

- HOWARD, J. A. (1993). *EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN LA ESTRATEGIA DE MARKETING*. MADRID ESPAÑA: DIAZ DE SANTOS.
- INEC. (2001). *TOTAL DE POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 12 AÑOS Y MÁS DE EDAD Y LA OCUPADA EN LA RAMA DE ACTIVIDAD*.
- INEC. (2002). *Difusión de Resultados Definitivos del VI Censo de Población y V de Vivienda 2001 – Julio 2002*. QUITO: INEC.
- LIDER EMPRESARIAL. (MARZO de 2003). *LIDER EMPRESARIAL*. Recuperado el 1 de AGOSTO de 2011, de LIDER EMPRESARIAL: <http://www.liderempresarial.com/num99/7.php>
- Macek, M. (s.f.). *zonadiet.com*. Recuperado el OCTUBRE de 2011, de zonadiet.com: <http://www.zonadiet.com/bebidas/te.htm>
- MATOS, L. G. (2011). *ZONA ECONOMIA*. Recuperado el OCTUBRE de 2001, de <http://www.zonaeconomica.com/inversion/definicion>
- MERCADO LIBRE. (s.f.). Recuperado el AGOSTO de 2011, de http://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-9086696-molino-semi-industrial-para-todo-tipo-de-granos-_JM
- MERCADO LIBRE. (s.f.). Recuperado el AGOSTO de 2011, de http://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-9119285-despulpadora-para-fruta-250-kg-10-hp-_JM
- MERCADO LIBRE. (s.f.). Recuperado el AGOSTO de 2011, de http://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-9116776-balanza-electronicas-de-pizo-y-mesa-nuevas-garantizadas-_JM
- MERCADO LIBRE. (s.f.). Recuperado el AGOSTO de 2011, de http://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-9340526-ensasadora-automatica-para-polvos-con-tornillo-sin-fin-_JM
- MERCADO LIBRE. (s.f.). Recuperado el AGOSTO de 2011, de http://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-9146044-selladoras-vertical-con-pedal-semiautomaticas-_JM
- MINISTERIO DE RELACIONES LABORALES. (2011). *TRANSFORMACIÓN DE ALIMENTOS*. Registro Oficial No.358.
- MONOGRAFIAS.COM. (s.f.). Recuperado el OCTUBRE de 2011, de <http://www.monografias.com/trabajos15/objetivos-organizacionales/objetivos-organizacionales.shtml>
- MONTOYA, A. U. (1991). *PR4ODUCCIÓN*. BOGOTA: EDITORIAL NORMA S.A.
- MONTOYA, A. U. (1991). *PRODUCCIÓN*. BOGOTA: EDITORIAL NORMA S.A.

- QUINTANA, F. (2010). "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE MUDANZA EN EL CANTÓN ESMERALDAS, PROVINCIA DE ESMERALDAS". ESMERALDAS.
- SÁNCHEZ, P. Z. (2005). *CONTABILIDAD GENERAL* (QUINTA ed.). PUNTA SANTA FÉ: MCGRAW-HILL.
- SÁNCHEZ, P. Z. (2005). *CONTABILIDAD GENERAL* (QUINTA ed.). PUNTA SANTA FÉ: MCGRAW-HILL.
- SÁNCHEZ, P. Z. (2005). *CONTABILIDAD GENERAL* (QUINTA ed.). PUNTA SANTA FÉ: MCGRAW-HILL.
- SÁNCHEZ, P. Z. (2005). *CONTABILIDAD GENERAL* (QUINTA ed.). PUNTA SANTA FÉ: MCGRAW-HILL.
- SÁNCHEZ, P. Z. (2005). *CONTABILIDAD GENERAL* (QUINTA ed.). PUNTA SANTA FÉ: MCGRAW-HILL.
- TENNENT, J. (2010). *GESTIÓN FINANCIERA*. QUITO: EDIECUATORIAL.
- TENNENT, J. (2010). *GESTIÓN FINANCIERA*. QUITO, ECUADOR: ECUAEDITORIA.
- TENNENT, J. (2010). *GESTIÓN FINANCIERA* (PRIMERA ed.). QUITO, ECUADOR: EDIECUATORIAL.
- TENNENT, J. (2010). *GESTION FINANCIERA*. QUITO, ECUADOR.
- TENNENT, J. (2010). *GESTIÓN FINANCIERA*. QUITO, ECUADOR.
- THOMPSON, I. (ABRIL de 2006). *PROMONEGOCIOS.NET*. Recuperado el 05 de JUNIO de 2011, de PROMONEGOCIOS.NET: <http://www.promonegocios.net/mercado/tipos-de-mercado.html>
- THOMPSON, I. (2007). *PROMONEGOCIOS*. Recuperado el OCTUBRE de 2011, de <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mision-concepto.htm>
- Tools Management & Consultancy. (23 de 09 de 2003). *mailxmail.com*. Recuperado el 7 de 09 de 2011, de <http://www.mailxmail.com/curso-alcanzar-exito-como-administrativa/secretaria-direccion-general>
- UNDP. (s.f.). Recuperado el OCTUBRE de 2011, de <http://www.ideassonline.org/tecnologias/A083.Despulpadora%20manual%20de%20caf%C3%A9.Guatemala.Honduras.pdf>
- VAQUIRO, J. D. (2006). *PYMES FUTURO*. Recuperado el 1 de AGOSTO de 2011, de PYMES FUTURO: <http://www.pymesfuturo.com/Administracion.htm>
- WIKEPEDIA. (s.f.). Recuperado el OCTUBRE de 2011, de http://es.wikipedia.org/wiki/Diagrama_de_flujo

WIKIPEDIA. (s.f.). Recuperado el OCTUBRE de 2011, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Salario>

WIKIPEDIA. (s.f.). Recuperado el OCTUBRE de 2011, de http://es.wikipedia.org/wiki/Papel_de_filtro

WIKIPEDIA. (s.f.). Recuperado el OCTUBRE de 2011, de http://es.wikipedia.org/wiki/Bien_sustitutivo

WIKIPEDIA. (s.f.). Recuperado el OCTUBRE de 2011, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Caf%C3%A9>

WIKIPEDIA. (s.f.). Recuperado el OCTUBRE de 2011, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Logotipo>

WIKIPEDIA. (s.f.). Recuperado el OCTUBRE de 2011, de http://es.wikipedia.org/wiki/No_tejido

WIKIPEDIA. (s.f.). Recuperado el OCTUBRE de 2011, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Eslogan>

WIKIPEDIA. (s.f.). Recuperado el OCTUBRE de 2011, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Tradici%C3%B3n>

WIKIPEDIA. (s.f.). Recuperado el OCTUBRE de 2011, de [http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_\(econom%C3%ADa\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_(econom%C3%ADa))

WIKIPEDIA. (s.f.). Recuperado el OCTUBRE de 2011, de http://es.wikipedia.org/wiki/Diagrama_de_bloques

WIKIPEDIA. (s.f.). Recuperado el OCTUBRE de 2011, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Entrevista>

WIKIPEDIA. (s.f.). Recuperado el OCTUBRE de 2011, de http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_de_inter%C3%A9s

WIKIPEDIA. (s.f.). Recuperado el OCTUBRE de 2011, de http://es.wikipedia.org/wiki/Regresi%C3%B3n_lineal

WIKIPEDIA. (s.f.). Recuperado el OCTUBRE de 2011, de http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_de_coste-beneficio

WIKIPEDIA. (s.f.). Recuperado el OCTUBRE de 2011, de http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_de_inter%C3%A9s

ANEXOS

ANEXOS 1

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR



SEDE ESMERALDAS.

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES



Gracias por dedicar su tiempo al contestar las siguientes preguntas:

1.- ¿Ud. toma café o alguien de su familia lo consume?

Sí

No

Cuántas veces al día

Semana

2.- ¿Dónde Ud. habitualmente consume café?

Cafetería

Restaurant

Bares

Casa

Oficina

Otros

3.- ¿Ha tomado café de pasar o tostado?

Sí ¿Dónde? _____

No

4.- ¿Le gustaría que el café de pasar se comercialice en una presentación de fácil preparación como por ejemplo el té?

Sí

No

4.1. ¿Qué precio pagaría por este producto por 25 unidades?

\$ 2.00 \$ 2.50 \$3.00

5.- ¿Con qué frecuencia consumiría café de pasar? Marque una opción.

	1	2	3	4	5
Diario					
Semanal					

6.- ¿Dónde adquiere los productos de primera necesidad?

Supermercado

Mercado

MiniMarket

Tienda de abarrotes

7.- ¿Cuál cree Ud. que son los beneficios de consumir café?

Energético

Relajante

Analgésico

Me gusta

Ninguno

8.- ¿Cómo le gusta beber café?

Dulce

Semi- amargo

Amargo

9.- ¿En qué cantidad lo toma?

Taza grande

Taza Mediana

Taza pequeña

Gracias, se le desea los mejores éxitos en sus actividades diarias

PREGUNTA N° 1

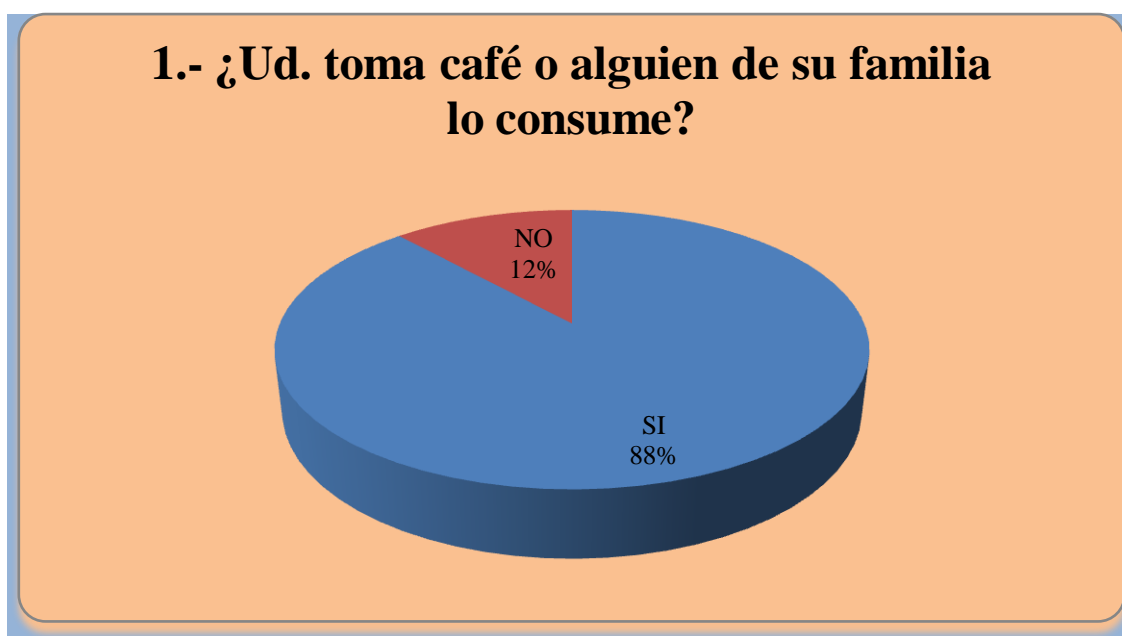
ANEXOS 2

1. ¿UD. TOMA CAFÉ O ALGUIEN DE SU FAMILIA LO CONSUME?		
VARIABLE	F	FR
SI	278	88,3 %
NO	37	11,7 %
TOTAL	315	100 %

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 3



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

Según el estudio realizado el 88% de la población de la ciudad de Esmeraldas toma café y menor proporción que viene a ser un 12% por varios motivos no lo consume de ninguna manera. Esta población la que lo hacen diariamente tiene una inclinación de consumir de una, dos hasta tres veces al día café. Mientras lo que en una menor proporción lo hacen de 2 a tres veces a la semana. Los resultados nos dan a entender que la población de la ciudad de Esmeraldas tiene una gran tendencia de consumo de café.

PREGUNTA N° 2

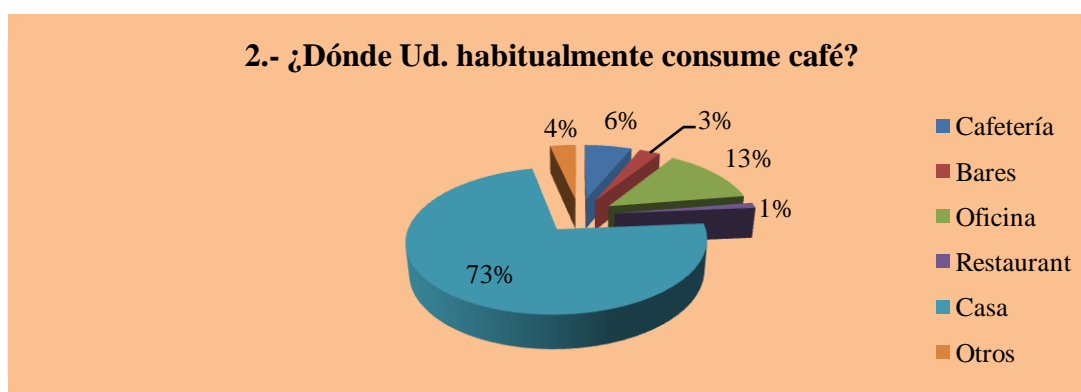
ANEXOS 4

2. ¿DÓNDE UD. HABITUALMENTE CONSUME CAFÉ?		
INDICADOR	F	FR
CAFETERÍA	20	6,2 %
BARES	9	2,8 %
OFICINA	43	13,4 %
RESTAURANT	4	1,2 %
CASA	234	72,9 %
OTROS	11	3,4 %
TOTAL	321	100 %

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 5



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

En el estudio realizado el 73% de la población ingieren el café en sus casas y un considerable porcentaje de 13% lo hacen en su lugar de trabajo u oficina tomando en cuenta que la población en estudio va desde 18 años de edad a 65 años. Y un 14% lo hacen también en varios lugares como cafeterías, bares, restaurant y otros no especificados. Indicando que el producto tiene que estar dirigido a los hogares.

PREGUNTA N° 3

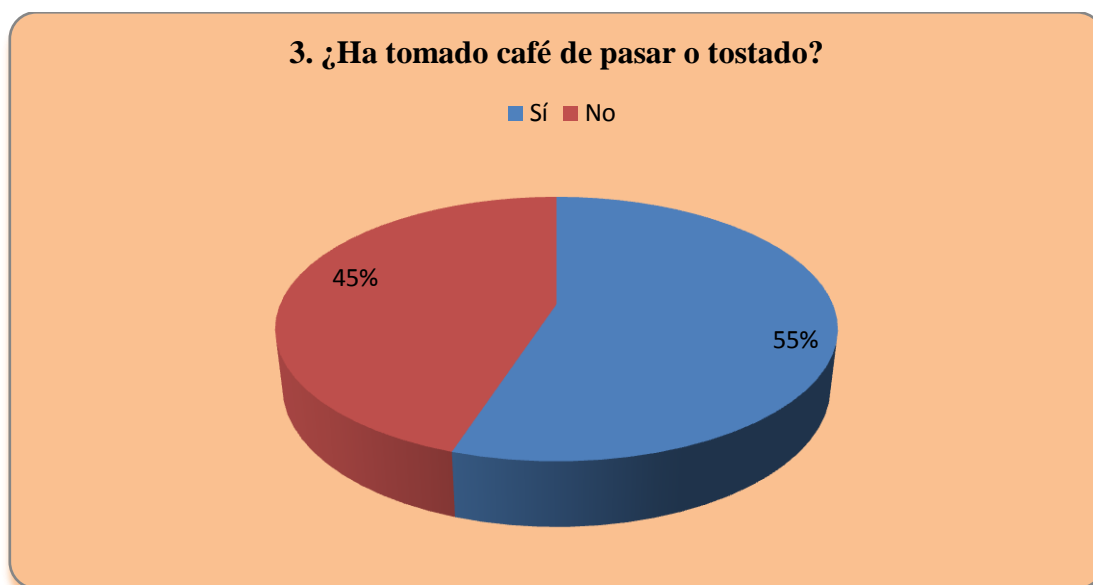
ANEXOS 6

3. ¿Ha tomado café de pasar o tostado?		
Variable	F	Fr
Sí	153	55,04 %
No	125	44,96 %
Total	278	100 %

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 7



Según el gráfico la mitad de la población con un 55% ha consumido café de pasar alguna vez en su vida, mientras que la otra mitad con 45% nunca lo probado. Las personas que si lo han consumido la han hecho en sus casas, cafeterías, restaurant, en el campo, o en algún viaje que le han dado a conocer ese tipo de café. El otro porcentaje ha escuchado y le gustaría probarlo.

PREGUNTA N° 4

ANEXOS 8

4. ¿LE GUSTARÍA QUE EL CAFÉ DE PASAR SE COMERCIALICE EN UNA PRESENTACIÓN DE FÁCIL PREPARACIÓN COMO POR EJEMPLO EL TÉ?		
VARIABLE	F	FR
SI	264	94,96 %
NO	14	5,04 %
TOTAL	278	100 %

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 9



En el estudio de mercado realizado a través de encuestas en la pregunta número 4, como resultados tenemos que el 95% de la población de la ciudad de Esmeraldas dijo si le interesa la propuesta del proyecto, mientras que un 5% de la población dice que no le gustaría que el producto se comercialice en la presentación que se propone, siendo esta una de las preguntas para la ejecución del proyecto, ya que según los resultados la idea del producto es aceptada por la población estudiada, lo cual se debe seguir con la elaboración del proyecto.

PREGUNTA N ° 4.1.

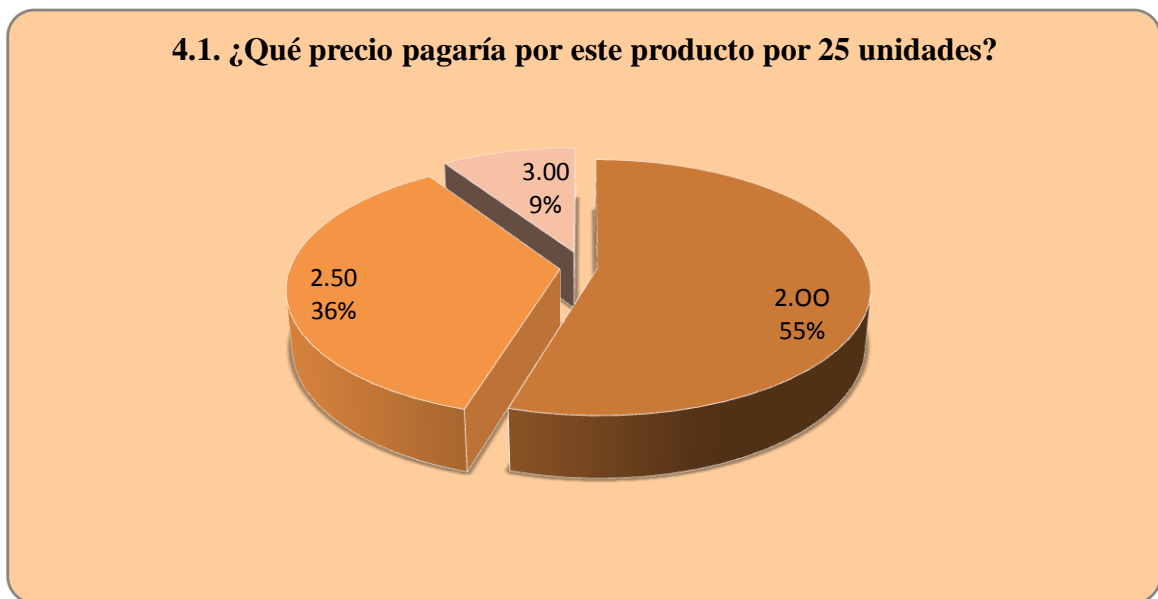
ANEXOS 10

4.1. ¿QUÉ PRECIO PAGARÍA POR ESTE PRODUCTO POR 25 UNIDADES?		
VARIABLE	F	FR
2.00	152	54,68 %
2.50	100	35,97 %
3.00	26	9,35 %
TOTAL	278	100 %

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 11



El 55% de la población está dispuesta a pagar \$2 por el producto, mientras que el 36% de la población pagaría alrededor de \$ 2.50 y un 9% \$ 3.00. Precios que pueden ser relativos a costo de producción del producto.

PREGUNTA N° 5

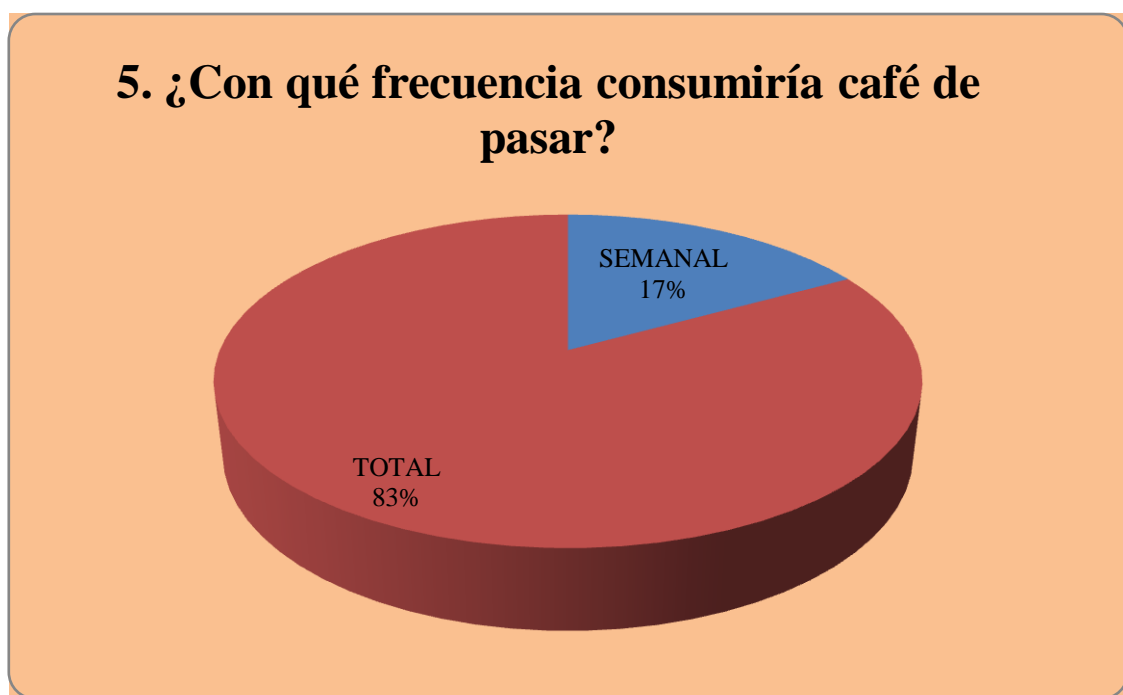
ANEXOS 12

5. ¿CON QUÉ FRECUENCIA CONSUMIRÍA CAFÉ DE PASAR?		
VARIABLE	F	FR
DIARIO	221	79 %
SEMANAL	57	21 %
TOTAL	278	100 %

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 13



El 79% de la población consumiría café diario de ese porcentaje el 50% lo hace una vez al día el 38% 2 veces al día y un 12% 3 a 4 veces por día. Estos datos nos indicarían la producción y los consumidores potenciales. Mientras que El 21% restante que lo haría semanalmente el 74% consumiría de 1,2, 3 veces a la semana y el otro 26% 4 a 5 veces a la semana.

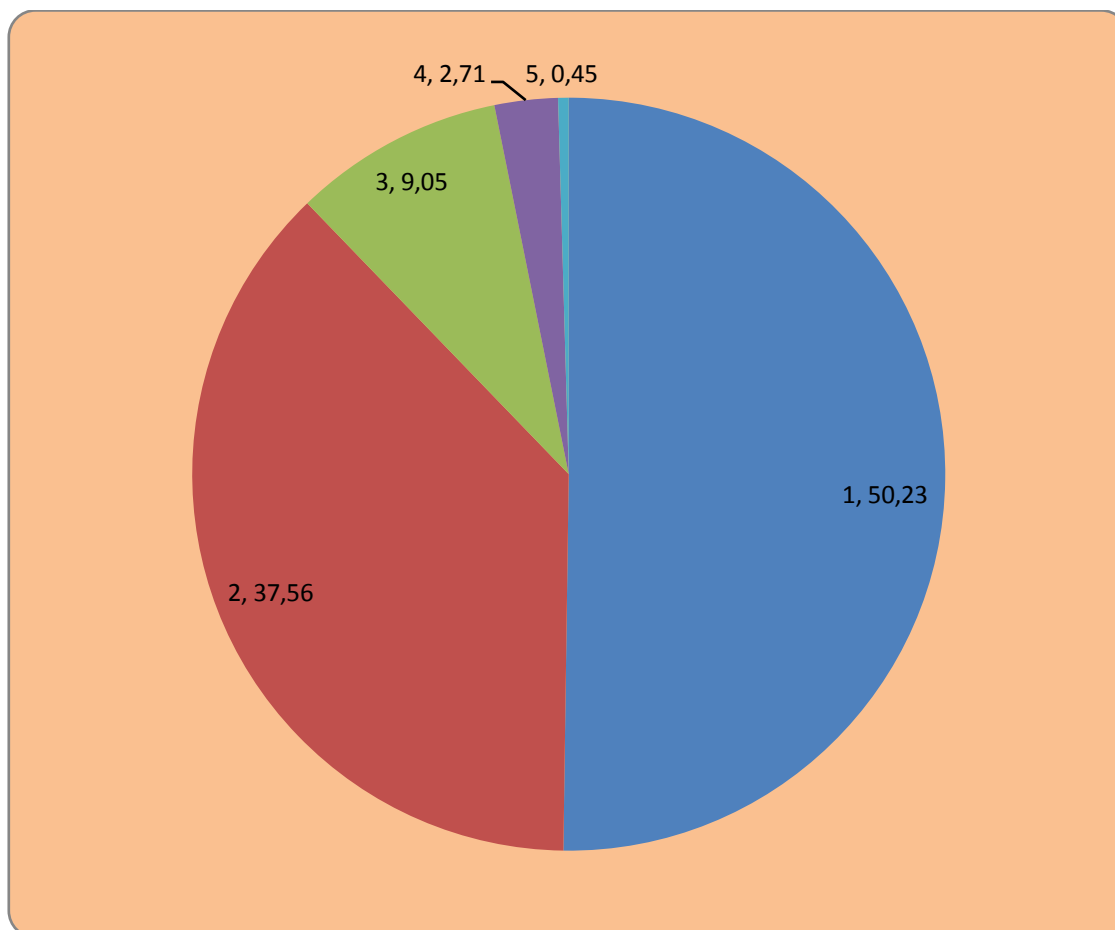
ANEXOS 14

DIARIO	F	FR
1	111	50,23 %
2	83	37,56 %
3	20	9,05 %
4	6	2,71 %
5	1	0,45 %
TOTAL	221	100 %

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 15



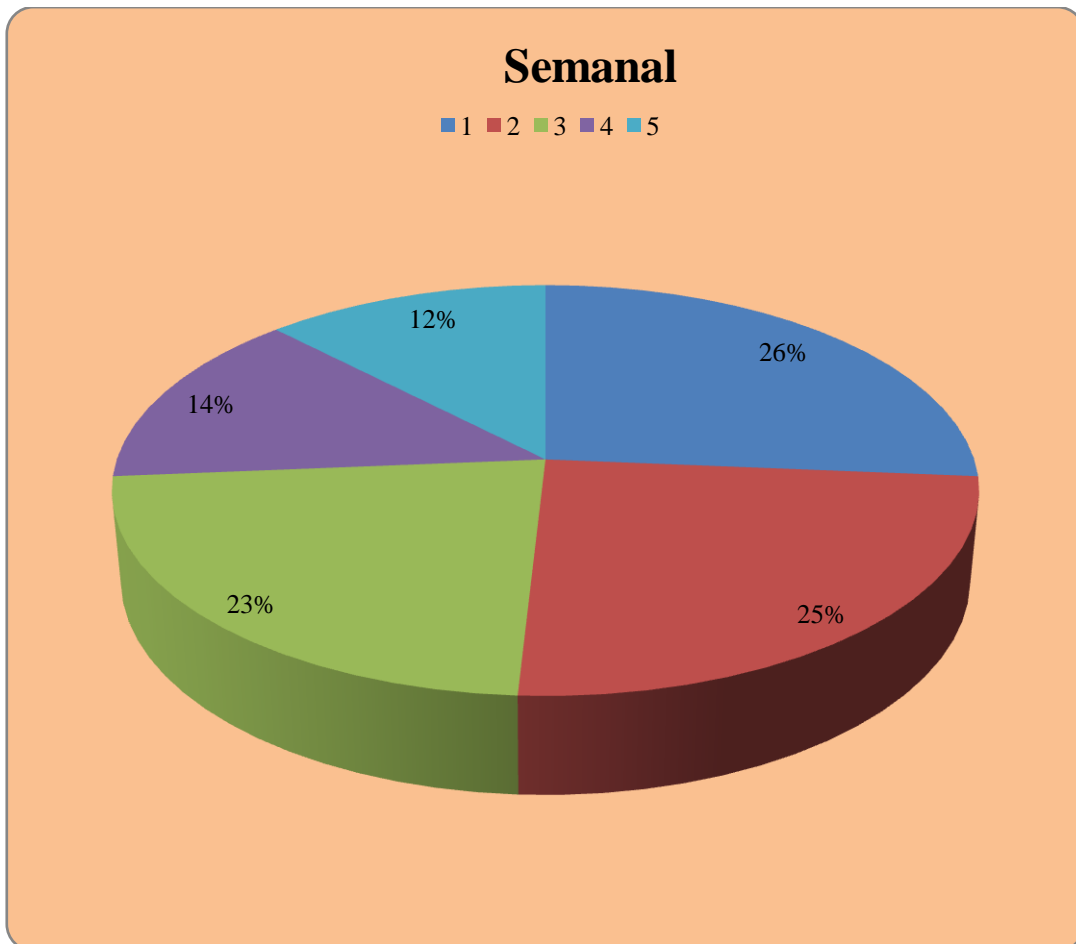
ANEXOS 16

SEMANTAL	F	FR
1	15	26,32 %
2	14	24,56 %
3	13	22,81 %
4	8	14,04 %
5	7	12,28 %
TOTAL	57	100 %

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 17



PREGUNTA N° 6

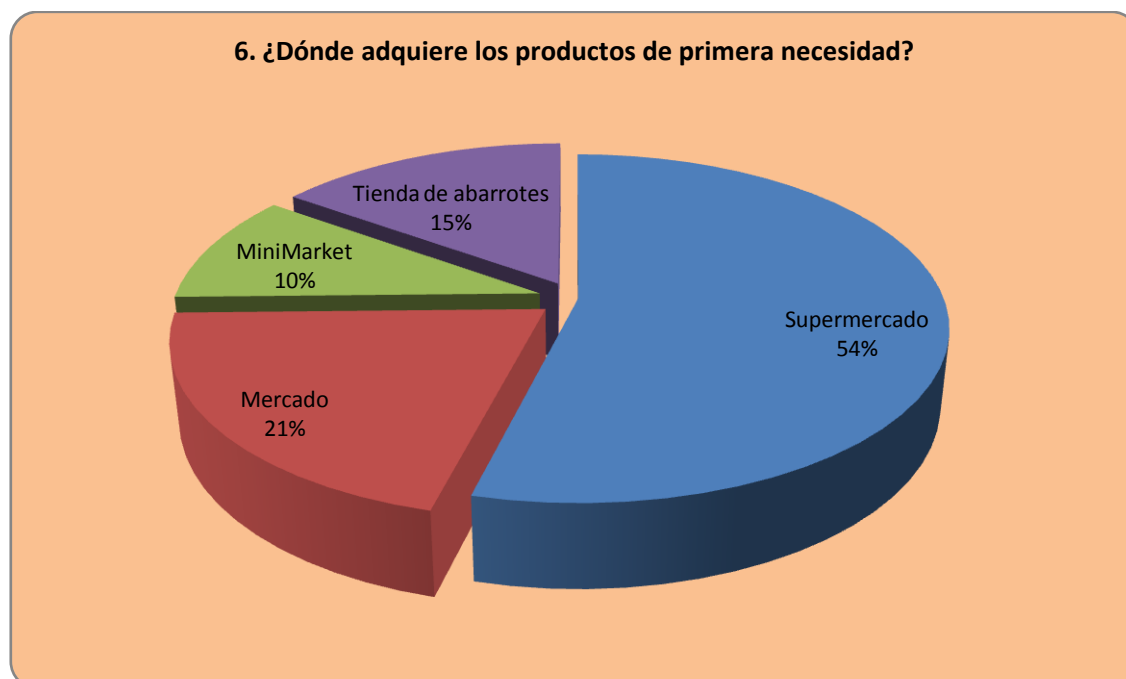
ANEXOS 18

6. ¿DÓNDE ADQUIERE LOS PRODUCTOS DE PRIMERA NECESIDAD?		
VARIABLE	F	FR
SUPERMERCADO	164	53,95 %
MERCADO	63	20,72 %
MINIMARKET	31	10,20 %
TIENDA DE ABARROTES	46	15,13 %
TOTAL	304	100 %

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 19



El 54% de la población de la ciudad de Esmeraldas realiza sus compras en los supermercados, un 21% en el mercado y un 25% en los minimarket y las tiendas de abarrote. Se debe analizar y considerar para utilizarlos como canales de distribución el más factible para la comercialización del producto

PREGUNTA N° 7

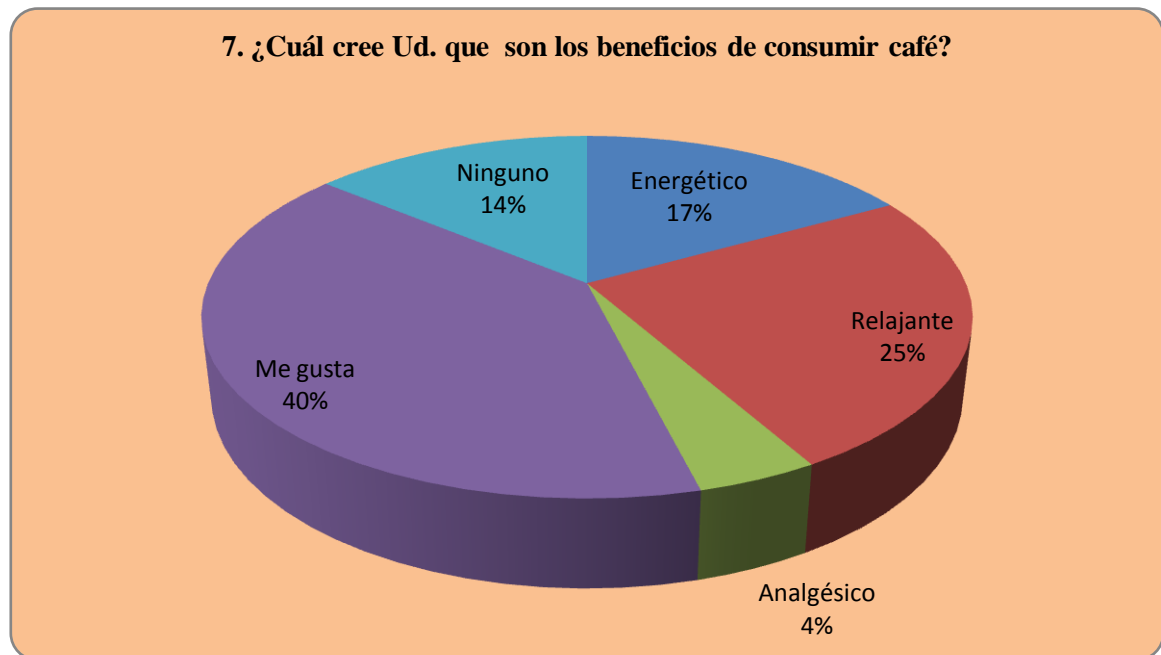
ANEXOS 20

7. ¿CUÁL CREE UD. QUE SON LOS BENEFICIOS DE CONSUMIR CAFÉ?		
VARIABLE	F	FR
ENERGÉTICO	47	16,91 %
RELAJANTE	69	24,82 %
ANALGÉSICO	12	4,32 %
ME GUSTA	111	39,93 %
NINGUNO	39	14,03 %
TOTAL	278	100 %

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 21



Analizando los gustos de la población se encontró que el 40% ingiere café porque le gusta. Otra parte con el 25% dice que es relajante, el 17% que es energético, y el 18% cree que es analgésico o simplemente no tiene ningún beneficio. Datos nos sirven para conocer cuáles son las tendencias de los consumidores.

PREGUNTA N° 8

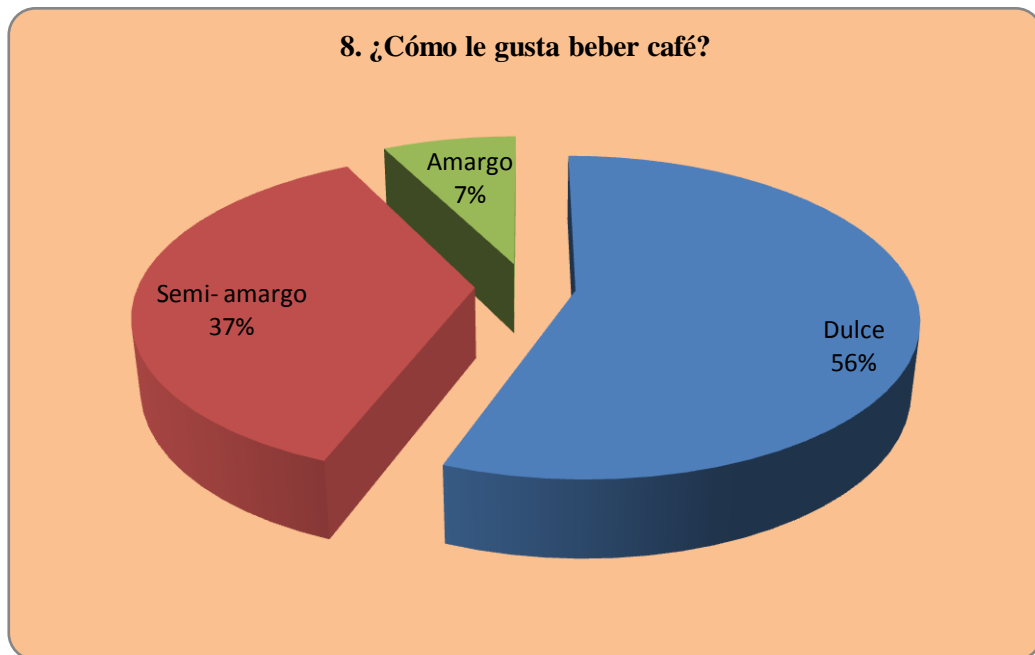
ANEXOS 22

8. ¿CÓMO LE GUSTA BEBER CAFÉ?		
VARIABLE	F	FR
DULCE	155	55,76
SEMI- AMARGO	102	36,69
AMARGO	21	7,55
TOTAL	278	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 23



Para analizar la producción se encontró que al 56 % de la población le gusta el café dulce otro 37% semi-amargo y un 7% amargo es decir la producción del café debe estar basada para cumplir los requisitos de los consumidores y enfocarse más a los que lo prefieren dulce y semi. Amargo.

PREGUNTA N° 9

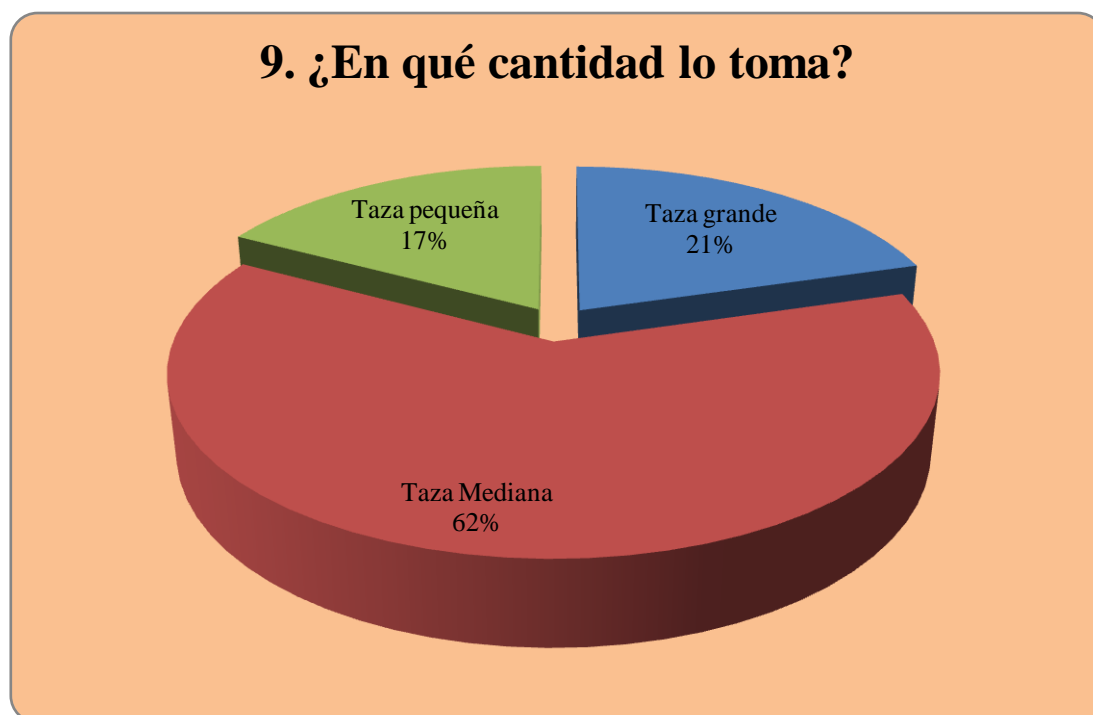
ANEXOS 24

9. ¿EN QUÉ CANTIDAD LO TOMA?		
VARIABLE	F	FR
TAZA GRANDE	57	20,50
TAZA MEDIANA	173	62,23
TAZA PEQUEÑA	48	17,27
TOTAL	278	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 25



Para la producción del café se debe considerar que el 62% de la población lo bebe en una taza mediana, el 21% en una taza grande y el 17% en una taza pequeña. Se tomaría en cuenta estos datos para lo gramos que irían en cada bolsita y las recomendaciones para obtener el sabor deseado.

ANEXOS 26

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR SEDE
ESMERALDAS**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ENTREVISTA

Nombre comercial o Razón social de la empresa:

Dirección de la empresa: _____

Horario de atención: _____

- ¿Qué cantidad ofertan en la ciudad?
- ¿Cuáles son sus canales de distribución?
- ¿Cuál es el precio del producto?
- ¿Con que estrategias de publicidad usan?
- ¿Cuál es la temporada de cosecha de café?
- ¿Qué cantidad cosechan por temporada?

OFERTA ACTUAL E HISTÓRICA.

ANEXOS 27

MESES	OFERTA ACTUAL E HISTÓRICA / CAJAS
1	24
2	24
3	24
4	24
5	24
6	24
7	24
8	24
9	24
10	24
11	24
12	24
13	24
14	24
15	24
16	24
17	24
18	24

Fuente: Entrevista

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.

ANEXOS 28

AÑOS	DEMANDA HISTÓRICA X CAJA	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA X CAJA
2001	48.408	
2002	67.771	
2003	94.879	
2004	132.830	
2005	185.963	
2006	260.348	
2007	364.487	
2008	510.281	
2009	714.394	
2010	1.000.152	
2011	1.400.212	
2012		(1.723.783)
2013		(2.066.692)
2014		(2.409.601)
2015		(2.752.510)
2016		(3.095.419)
2017		(3.438.328)
2018		(3.781.238)
2019		(4.124.147)
2020		(4.467.056)
2021		(4.809.965)

Fuente: encuestas – INEC(Instituto Nacional De Estadísticas Y Censos)

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

REGRESIÓN LINEAL

ANEXOS 29

Resumen

<i>Estadísticas de la regresión</i>	
Coefficiente de correlación múltiple	0,99540227
Coefficiente de determinación R ²	0,99082569
R ² ajustado	0,98165138
Error típico	46664,0211
Observaciones	3

ANÁLISIS DE VARIANZA

	<i>Grados de libertad</i>	<i>Suma de cuadrados</i>	<i>Promedio de los cuadrados</i>	<i>F</i>	<i>Valor crítico de F</i>
Regresión	1	2,3517E+11	2,3517E+11	108	0,06107074
Residuos	1	2177530868	2177530868		
Total	2	2,3735E+11			

	<i>Coefficientes</i>	<i>Error típico</i>	<i>Estadístico t</i>	<i>Probabilidad</i>	<i>Inferior 95%</i>	<i>Superior 95%</i>	<i>Inferior 95,0%</i>	<i>Superior 95,0%</i>
Intercepción	688209373	66322861,5	10,3766538	0,0611622 9	-154502483	153092123 0	-154502483	1530921230
Variable X 1	-342909,123	32996,4458	-10,3923048	0,0610707 4	-762168,719	76350,4723	-762168,719	76350,4723

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

REQUERIMIENTOS.

ANEXOS 30

REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA		
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD (MENSUAL)
CAFÉ	LIBRAS	520
AZÚCAR	LIBRAS	125

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 31

REQUERIMIENTO DE EMBALAJE		
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD (MENSUAL)
PAPEL FILTRO TERMOSELLABLE	CAJA	2873
PAPEL POLIPROPILENO	CAJA	2873
CORDEL	CAJA	2873
CAJAS DE CARTÓN	CAJA	2873

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 32

REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS Y MAQUINARIAS DE PRODUCCIÓN		
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD (ANUAL)
MOLINO ELÉCTRICO	UNIDADES	1
MÁQUINA DE ENVASADO Y SELLADO	UNIDADES	1
MAQUINA DESPULPADORA DE CAFÉ	UNIDADES	1
MAQUINA SELLADORA	UNIDADES	1
BALANZA	UNIDADES	1
CACEROLAS	UNIDADES	1
CUCHARONES	UNIDADES	4
BANDEJAS	UNIDADES	1
MEDIDORES	UNIDADES	3
CARRETILLAS	UNIDADES	2
PALAS	UNIDADES	2
MANDILES	UNIDADES	8
BOTAS DE CAUCHO	PARES	2
GUANTES	PARES	8

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 33

REQUERIMIENTO MUEBLES DE OFICINA		
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD
ESCRITORIOS	UNIDADES	2
SILLAS GIRATORIAS	UNIDADES	2
SILLAS	UNIDADES	4
ARCHIVADOR	UNIDADES	2

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 34

REQUERIMIENTO DE SUMINISTROS DE OFICINA		
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD
ENGRAPADORA	UNIDADES	2
PERFORADORA	UNIDADES	2
FLASH MEMORY	UNIDADES	3
CARTUCHO TINTA NEGRA	UNIDADES	1
CARTUCHO TINTA COLOR	UNIDADES	1
RESMA DE PAPEL	UNIDADES	1
FOLDERS	UNIDADES	2
BOLIGRAFO	UNIDADES	4
GRAPAS	CAJAS	1
CLIPS	CAJAS	1

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 35

REQUERIMIENTO DE SUMINISTROS DE OFICINA		
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD
ENGRAPADORA	UNIDADES	2
PERFORADORA	UNIDADES	2
FLASH MEMORY	UNIDADES	3
CARTUCHO TINTA NEGRA	UNIDADES	1
CARTUCHO TINTA COLOR	UNIDADES	1
RESMA DE PAPEL	UNIDADES	1
FOLDERS	UNIDADES	2
BOLIGRAFO	UNIDADES	4
GRAPAS	CAJAS	1
CLIPS	CAJAS	1

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 36

REQUERIMIENTO DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD
COMPUTADORA DE ESCRITORIO	UNIDADES	1
COMPUTADORA PORTÁTIL	UNIDADES	1
INSTALACIÓN DE INTERNET	UNIDADES	2

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 37

REQUERIMIENTO DE CONSTRUCCIÓN E INSTALACIÓN		
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD
PLANTA INDUSTRIAL	UNIDADES	1

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 38

REQUERIMIENTO DE ALQUILER DE LOCAL		
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD (MENSUAL)
ALQUILER DE LOCAL	UNIDADES	1

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 39

REQUERIMIENTO DE VEHÍCULO		
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD
CAMIONETA	UNIDADES	1

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 40

REQUERIMIENTO DE PERSONAL		
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD
PERSONAL ADMINISTRATIVO		
GERENTE	UNIDADES	1
ASISTENTE ADMINISTRATIVO	UNIDADES	1
VENDEDOR	UNIDADES	1
CONSERJE	UNIDADES	2
PERSONAL OPERATIVO		
JEFE DE PRODUCCIÓN	UNIDADES	1
OPERADORES	UNIDADES	2

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 41

REQUERIMIENTO DE SERVICIOS PROFESIONAL	
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
CONTADOR	1

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 42

REQUERIMIENTO DE UNIFORMES		
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD
CAMISAS	UNIDADES	24
GORRAS	DOCENAS	1

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 43

REQUERIMIENTO DE MANTENIMIENTO		
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD
MANTENIMIENTO DE VEHÍCULO	UNIDADES	2
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIAS	UNIDADES	4
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	UNIDADES	2

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 44

SUMINISTRO DE LIMPIEZA		
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD
ESCOBA	UNIDADES	2
TRAPEADOR	UNIDADES	2
TACHO DE BASURA	UNIDADES	3
TACHO DE BASURA PARA OFICINA	UNIDADES	2
DISPENSADOR DE TOALLA	UNIDADES	2
DISPENSADOR DE JABÓN	UNIDADES	2
RECOGEDOR DE BASURA	UNIDADES	3
DESINFECTANTE	GALÓN	2
DETERGENTES	FUNDA	2
FUNDA PARA BASURA	FUNDAS	2
CLORO	GALÓN	2
JABÓN LIQUIDO	GALÓN	2
AMBIENTADOR	UNIDADES	2
LIMPIA VIDRIOS	GALÓN	2

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 45

GASTOS DE CONSTITUCIÓN		
GASTOS DEL NOTARIO	UNIDADES	CANTIDAD
ELEVAR MINUTA A ESCRITURA PUBLICA	UNIDADES	1
MARGINACIÓN DE ESCRITURA	UNIDADES	1
GASTOS DEL REGISTRO MERCANTIL	UNIDADES	1
INSCRIPCIÓN DE LA COMPAÑÍA	UNIDADES	1
NOMBRAMIENTO DE GERENTE Y PRESIDENTE	UNIDADES	1
PUBLICACIÓN DEL ESTRATO	UNIDADES	1
ACOMPAÑAMIENTO TRAMITES	UNIDADES	1
OTROS	UNIDADES	1

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 46

PORCENTAJE DE DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS		
DETALLE	VIDA UTIL AÑOS	% DE DEPRECIACIÓN
VEHICULO	5	20
MUEBLES DE OFICINA	10	10
EQUIPO Y MAQUINARIA	10	10
EQUIPOS DE OFICINA	10	10
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3	33,33
GASTOS DE CONSTITUCION	5	20
EDIFICIO	20	5

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 47

REQUERIMIENTOS DE SERVICIO BASICO		
DETALLE	UNIDADES	CANTIDAD MENSUAL
ENERGÍA ELECTRICA DEL LOCAL	KILOVATIO/HORA	300
AGUA POTABLE	METROS CUBICO	18
TELEFONÍA	MINUTO	250
INTERNET	MEDEMS	2
ENERGÍA ELECTRICA DE PLANTA DE PRODUCCION	KILOVATIO/HORA	600

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 48

REQUERIMIENTO DE PUBLICIDAD		
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD MENSUAL
AFICHE A3	DOCENAS	2
PUBLICIDAD POR TELEVISIÓN	UNIDADES	1
PUBLICIDAD POR RADIO	UNIDADES	2

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 49

MODELO DE MINUTA

SEÑOR NOTARIO:

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

PRIMERA.- OTORGANTES: Comparecen a la celebración de este instrumento público, por sus propios derechos, los señores: INÉS YASMÍN VALDEZ PIANARGOTE de veintiún años de edad, soltero, portador de la cédula de ciudadanía número 080321999-7; JOSÉ GABRIEL VALDEZ PINARGOTE de diecinueve años de edad, soltero, portador de la cédula número 0803451905; Todos son ecuatorianos, comerciantes, domiciliados en la ciudad de Esmeraldas y capaces para contratar y obligarse.

SEGUNDA.- CONSTITUCIÓN: Por medio de esta escritura pública, los comparecientes tienen a bien, libre y voluntariamente, constituir la compañía de Responsabilidad Limitada PURO TINTO CIA. LTDA., que se regirá por las leyes del Ecuador y el siguiente estatuto.

TERCERA.- ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA PURO TINTO CIA. LTDA.

CAPÍTULO PRIMERO.- DE LA RAZÓN SOCIAL, DEL DOMICILIO, DEL OBJETO SOCIAL Y DEL PLAZO DE DURACIÓN.

ARTÍCULO UNO. DE LA RAZÓN SOCIAL.- La razón social de la compañía es PURO TINTO CIA. LTDA., debiendo en consecuencia, identificarse con este nombre, en todas sus operaciones, actividades, actos y contratos, y asuntos judiciales y extrajudiciales.

ARTÍCULO DOS.- DEL DOMICILIO.- El domicilio principal de la compañía es Cantón Atacames, provincia de Esmeraldas, República del Ecuador. Por resolución de la junta general de socios podrá establecer, sucursales, agencias y oficinas en cualquier lugar del país o del extranjero, conforme la Ley.

ARTÍCULO TRES.- DEL OBJETO SOCIAL.- El objeto social de la compañía es: Producir y comercializar café de pasar, con marca y empaque innovador. Para la consecución del objeto

social, la compañía podrá actuar por sí o por interpuesta persona natural o jurídica, y celebrar actos, contratos y negocios, civiles y mercantiles, permitidos por la ley.

ARTÍCULO CUATRO. DEL PLAZO DE DURACIÓN.- El plazo de duración de la compañía es de treinta años, contados a partir de la fecha de inscripción de esta escritura constitutiva en el Registro Mercantil del cantón Esmeraldas; sin embargo la junta general de socios, convocada expresamente, podrá disolverla en cualquier tiempo o prorrogar el plazo de duración, en la forma prevista en la Ley de Compañías y este estatuto.

CAPÍTULO SEGUNDO.- DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y DE LA RESERVA LEGAL.

ARTÍCULO CINCO. DEL CAPITAL SOCIAL.- El capital social de la compañía es de ochocientos dólares estadounidenses, dividido en ochocientas participaciones de un dólar cada una.

ARTÍCULO SEIS. DEL AUMENTO DE CAPITAL.- La compañía puede aumentar el capital social, por resolución de la junta general de socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social presente, en la forma prevista con la Ley. Los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportaciones, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios.

ARTÍCULO SIETE. DEL PAGO DEL AUMENTO DE CAPITAL.- El aumento de capital se lo hará con nuevas participaciones, y su pago será: en numerario, en especie, por compensación de créditos, por capitalización de reservas, y/o utilidades, por revalorización del patrimonio, y por los demás medios reconocidos por la Ley. La reducción del capital se lo hará por resolución de la Junta General de Socios, en riguroso apego a la Ley de Compañías.

ARTÍCULO OCHO. DE LOS CERTIFICADOS DE APORTACIÓN.- Los certificados de aportaciones constarán en libretines con sus respectivos talonarios, los mismos que contendrán: la denominación de la compañía, el capital suscrito y el capital pagado por el socio, número de las participaciones que por su aporte le corresponden al socio, número y valor del certificado, nombres y apellidos del socio propietario, domicilio principal de la compañía, fecha de la escritura de constitución y notaria en la que se celebró, número y fecha de inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, su carácter de no negociable, y, la firma del presidente y gerente general de la compañía. Los certificados serán registrados e inscritos en el de socios y participaciones. La compañía entregará a cada socio el correspondiente certificado de aportes, quien, para constancia de su recepción firmará el respectivo talonario. En caso de pérdida, destrucción o sustracción del certificado, el socio podrá solicitar que se le otorgue un duplicado, de lo cual se marginará una razón en el libretín correspondiente. Todas las participaciones son de igual calidad, acumulativas e indivisibles.

ARTÍCULO NUEVE. DE LA TRANSFERENCIA DE LAS PARTICIPACIONES.- Las participaciones de los socios son transferibles por acto entre vivos, y transmisibles por herencia, con las formalidades y requisitos expresamente establecidos en la Ley de Compañías. En caso de cesión de participantes, se anulará el certificado original y se extenderá uno nuevo.

ARTÍCULO DIEZ. DEL FONDO DE RESERVA.- La compañía formará un fondo de reserva hasta que éste alcance por lo menos el veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades líquidas y realizadas, para tal objeto.

ARTÍCULO ONCE. DE LA AMORTIZACIÓN.- La amortización de las partes sociales será permitida solamente en la forma y con los requisitos que señala la Ley de Compañías.

CAPÍTULO TERCERO.- DE LOS SOCIOS: DE LOS DERECHOS, DE LAS OBLIGACIONES Y DE LAS RESPONSABILIDADES.

ARTÍCULO DOCE. DE LOS DERECHOS.- Son derechos de los socios:

- a) Intervenir con voz y voto en las sesiones de junta general de socios, personalmente o por medio de representantes o mandatario, que puede ser socio o no, mediante carta poder o poder notarial, para cada sesión; el poder a quien no es socio, necesariamente será otorgado por escritura pública. Cada participación da al socio el derecho a un voto;
- b) Elegir y ser elegido para los órganos de administración, control y fiscalización;
- c) Percibir las utilidades y beneficios a prorrata de las participaciones sociales pagadas; lo mismo respecto del acervo social, de producirse la liquidación de la compañía;
- d) Limitar su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, con las excepciones de Ley;
- e) Solicitar a la junta general de socios la revocación de la designación del gerente general, por las causales que señala la Ley de Compañías;
- f) Recurrir a la Corte Superior de Justicia de Esmeraldas, impugnando los acuerdos o resoluciones de la junta general de socios, adoptados ilegalmente; y,
- g) Los demás previstos en la Ley de Compañías y en este estatuto.

ARTÍCULO TRECE. DE LAS OBLIGACIONES.- Son obligaciones de los socios:

- a) Cumplir con las actividades y deberes que le asigne la junta general de socios, el presidente o el gerente general;
- b) Ejercer las funciones encomendadas por la junta general de socios, el presidente o el gerente general.
- c) Cumplir las prestaciones accesorias y las aportaciones suplementarias, en proporción a las participaciones que tuviere en la compañía, en la fecha y forma que resuelva la junta general de socios;
- d) Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración; y,
- e) Las demás que señale la Ley de Compañías y este estatuto.

ARTÍCULO CATORCE. DE LAS RESPONSABILIDADES.- La responsabilidad de los socios por las obligaciones sociales, se limita únicamente al monto de sus aportaciones individuales en la compañía, salvo las excepciones de Ley.

CAPÍTULO CUARTO.- DEL GOBIERNO, DE LA ADMINISTRACIÓN Y DE LA REPRESENTACIÓN.

ARTÍCULO QUINCE. DEL GOBIERNO, DE LA ADMINISTRACIÓN Y DE LA RESPONSABILIDAD.- El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de socios; la administración al presidente y al gerente general, en su orden; y, la representación legal, judicial y extrajudicial al gerente general.

SECCIÓN UNO: DE LA JUNTA GENERAL DE SOCIOS.

ARTÍCULO DIECISÉIS. DE LA INTEGRACIÓN.- La junta general de socios es el órgano supremo de la compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en números suficiente para formar quórum.

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

ARTÍCULO DIECIOCHO. DE LAS JUNTAS ORDINARIAS Y DE LAS JUNTAS EXTRAORDINARIAS.- La junta general ordinaria se reunirá por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, y la junta general extraordinaria, en cualquier tiempo en que fuere convocada. El ejercicio económico es anual y concluye el treinta y uno de diciembre. En las sesiones de junta general, tanto ordinarias como extraordinarias, se tratarán únicamente los asuntos puntualizados en la convocatoria. Las resoluciones que se tomen en torno a asuntos que no constaron en la convocatoria, serán nulas.

ARTÍCULO DIECINUEVE. DE LA CONVOCATORIA.- Las juntas generales ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el presidente de la compañía, por escrito y personalmente a cada uno de los socios, con ocho días de anticipación, por lo menos, al señalado para la sesión. En la convocatoria se indicará la fecha, hora, lugar, local, objeto de la sesión y orden del día.

ARTÍCULO VEINTE. DE LA CONSTITUCIÓN.- La junta general de socios se considerará válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, cuando esté representado más de la mitad del capital social, y en segunda, se constituirá con el número de socios presentes, siempre que así se exprese en la convocatoria.

ARTÍCULO VEINTIUNO. DE LAS RESOLUCIONES.- Las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de votos del capital social presente en la sesión, con las excepciones que señala la Ley de Compañías y este estatuto. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría. Por cada participación, los socios tienen derecho a un voto.

ARTÍCULO VEINTIDÓS. DE LA OBLIGATORIEDAD DE LAS RESOLUCIONES.- Las resoluciones de la junta general de socios tomadas con arreglo a la Ley y a este estatuto y sus reglamentos, obligarán a todos los socios, haya o no concurrido a la sesión, hayan o no contribuido con su voto y estuvieren o no de acuerdo con dichas resoluciones.

ARTÍCULO VEINTITRÉS. DE LAS SESIONES Y DE SU PRESIDENTE.- Las sesiones de junta general de socios serán presididas por el presidente de la compañía, y, a su falta, por la persona designada en cada caso, de entre los socios. Actuará de secretario el gerente general o el socio que a falta de aquel elija la junta, en cada caso.

ARTÍCULO VEINTICUATRO. DE LAS ACTAS Y LOS EXPEDIENTES.- Las actas de las sesiones de junta general de socios se llevarán a máquina, en hojas foliadas, numeradas y escritas en el anverso y reverso. El presidente y secretario de la junta legalizarán el acta con sus firmas. De cada sesión de junta se formará un expediente que contendrá: la copia del acta, la copia de la convocatoria a la junta y los documentos que hubieren sido conocidos por la junta.

ARTÍCULO VEINTICINCO. DE LAS ATRIBUCIONES.- Son atribuciones de la junta general de socios:

- ✓ Resolver: el aumento o disminución del capital social, la fusión o transformación de la compañía, el cambio de nombre, la disolución anticipada y la prórroga del plazo de duración;
 - ✓ Resolver sobre las reformas al contrato constitutivo y al estatuto; para lo cual se requerirá los votos de las dos terceras partes del capital social;
 - ✓ Nombrar y remover de sus cargos al presidente, al gerente general, a los gerentes y a los empleados de la compañía;
 - ✓ Fijar la remuneración del presidente, del gerente general, de los gerentes y de los empleados;
 - ✓ Conocer y resolver sobre las cuentas, balances, inventarios e informes que presenten los administradores;
 - ✓ Resolver sobre la forma de reparto de utilidades;
 - ✓ Resolver sobre la formación de fondos de reserva especiales o extraordinarios;
 - ✓ Acordar la exclusión de socios, por las causales establecidas en la Ley;
 - ✓ Resolver cualquier asunto que no sea de la competencia privativa del presidente o del gerente general;
 - ✓ Dictar las normas conducentes a la buena marcha de la compañía;
 - ✓ Interpretar con el carácter de obligatorio, en casos de duda, el estatuto;
 - ✓ Acordar la venta o gravamen de los bienes inmuebles de la compañía;
 - ✓ Acordar los reglamentos de la compañía;
 - ✓ Aprobar el presupuesto de la compañía;
 - ✓ Resolver la creación o supresión de sucursales, agencias, representaciones y oficinas de la compañía;
 - ✓ Fijar la clase y monto de las cauciones para los empleados bajo cuya responsabilidad están los bienes y valores de la compañía;
- Fijar el monto máximo para los actos y contratos que puede celebrar el gerente general, de los que puede celebrar conjuntamente con el presidente y de los que son privativos

de la junta, sin perjuicio de lo que expresamente señala el artículo doce de la Ley de Compañías; y,

- ✓ Las demás que señale la Ley de Compañías y este estatuto.

ARTÍCULO VEINTISÉIS. DE LA OBLIGATORIEDAD DE LAS RESOLUCIONES.- Las resoluciones de la junta general de socios son obligatorias, desde el momento en que son tomadas legalmente.

SECCIÓN DOS: DEL PRESIDENTE.

ARTÍCULO VEINTISIETE. DEL NOMBRAMIENTO Y DE LA DURACIÓN EN EL CARGO.- El presidente será nombrado por la junta general de socios para un periodo de dos años, pudiendo ser reelegido indefinidamente. Puede ser socio o no.

ARTÍCULO VEINTIOCHO. DE LOS DEBERES Y DE LAS ATRIBUCIONES.- Son deberes y atribuciones del presidente:

- a) Supervisar la marcha general de la compañía y el desempeño de las funciones del gerente general; lo cual, informará a la junta general de socios;
- b) Convocar y presidir la sesiones de junta general de socios;
- c) Suscribir conjuntamente con el gerente general las actas de las sesiones de junta general;
- d) Velar por el cumplimiento de los objetivos de la compañía y por la aplicación correcta de sus políticas;
- e) Actuar en reemplazo del gerente general, en caso de ausencia temporal o definitiva de éste, justificada o injustificada, con todas las atribuciones, y conservando las propias. Durará el reemplazo, mientras dure la ausencia del titular, y, en el caso, hasta que la junta general de socios designe al sucesor y se haya inscrito su nombramiento. Asumirá el reemplazo aun si no se le hubiere encargado por escrito;
- f) Firmar el nombramiento del gerente general y conferir certificaciones sobre el mismo;
- g) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el registro mercantil; y,
- h) Los demás que le señale la Ley de Compañías, este estatuto, los reglamentos de la compañía y la junta general de socios.

SECCIÓN TRES: DEL GERENTE GENERAL

ARTÍCULO VEINTINUEVE. DEL NOMBRAMIENTO Y DE LA DURACIÓN DEL CARGO.- El gerente general será nombrado por la junta general de socios para un periodo de dos años, pudiendo ser elegido indefinidamente. Puede ser socio o no.

- a) Representar legalmente a la compañía, judicial y extrajudicialmente;

- b) Conducir la gestión, los negocios y la marcha administrativa, económica y financiera de la compañía;
- c) Vigilar el desempeño de los empleados y servidores de la compañía,
- d) Gestionar, planificar, coordinar y ejecutar las actividades de la compañía;
- e) Realizar los pagos por gastos administrativos;
- f) Realizar inversiones y adquisiciones hasta por la suma que le fije la junta general de socios, ya sea individual o conjuntamente con el presidente, sin perjuicio en lo dispuesto en el artículo doce de la Ley de Compañías;
- g) Suscribir el nombramiento del presidente y conferir copias y certificaciones sobre el mismo;
- h) Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el registro mercantil;
- i) Suscribir con el presidente, las actas de las sesiones de junta general;
- j) Llevar los libros de actas y expedientes de las sesiones de junta general;
- k) Llevar las cuentas bancarias según sus atribuciones;
- l) Presentar a la junta general de socios el informe sobre la marcha de la compañía, el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la Ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico;
- m) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la junta general de socios;
- n) Presentar a la junta general el proyecto de reformas al contrato social y al estatuto;
- o) Subrogar al presidente, en su ausencia;
- p) Ejercer y cumplir las atribuciones, deberes, obligaciones y responsabilidades señalados expresamente en la Ley de Compañías, este estatuto y reglamentos de la compañía, y los que resuelva la junta general de socios.

CAPÍTULO QUINTO.- DA LA FISCALIZACIÓN Y DEL CONTROL.

ARTÍCULO TREINTA Y UNO. DE LA ASESORÍA Y DE LA AUDITORÍA.- La junta general de socios podrá contratar, en cualquier tiempo, la asesoría contable y auditoría, con cualquiera persona natural o jurídica, especializadas en la materia. Si se trata de auditoría externa se estará a lo que dispone la Ley.

CAPÍTULO SEXTO.- DE LA DISOLUCIÓN Y DE LA LIQUIDACIÓN.

ARTÍCULO TREINTA Y DOS. DE LA DISOLUCIÓN Y DE LA LIQUIDACIÓN.- La disolución y liquidación de la compañía se regirán por las disposiciones de la Ley de Compañías, del Reglamento pertinente, y por este estatuto. No se disolverá la compañía por muerte, interdicción o quiebra de uno o más de sus socios.

CUARTA.- DECLARACIONES:

Uno. El capital con el que se constituye la compañía PURO TINTO CIA. LTDA., ha sido suscrito en su totalidad, y pagado en la siguiente forma:

- a) El señor INÉS YASMIN VALDEZ PINARGOTE suscribe cuatrocientas participaciones de un dólar estadounidense cada una, con lo que su aporte es de doscientos dólares, y paga en dinero efectivo la cantidad de cien dólares;
- b) El señor JOSÉ GABRIEL VALDEZ PINARGOTE suscribe doscientas participaciones de un dólar estadounidense cada una, con lo que su aporte es de doscientos dólares, y paga en dinero efectivo la cantidad de cien dólares;

Dos. El saldo del capital suscrito y no pagado, será cancelado a la compañía por cada socio, en dinero efectivo, en el plazo máximo de doce meses, a contarse desde la fecha de inscripción de esta escritura constitutiva en el Registro Mercantil del cantón Esmeraldas.

Tres. El pago en numerario realizado por los socios, está depositado en la cuenta de integración de capital de la compañía, abierta en el BANCO NACIONAL DE FOMENTO, cuya papeleta de depósito se agrega a esta escritura.

Cuatro. Los socios fundadores, nombran por unanimidad al señor INÉS YASMIN VALDEZ PINARGOTE gerente general de la compañía, para el periodo estatutario de dos años, y le autorizan para que realice los trámites pertinentes, en orden a obtener la aprobación e inscripción de esta escritura constitutiva en el Registro Mercantil, que posibiliten su operación en forma legal.

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

Atentamente,

El Abogado

DETERMINACIÓN DE COSTOS

ANEXOS 50

COSTOS DE EQUIPOS Y MAQUINARIAS DE PRODUCCIÓN				
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD (ANUAL)	VALOR UNITARIO	COSTO TOTAL
MOLINO ELÉCTRICO	UNIDADES	1	390,00	390,00
MÁQUINA DE ENVASADO Y SELLADO	UNIDADES	1	10.000,00	10.000,00
MAQUINA DESPULPadora DE CAFÉ	UNIDADES	1	1.250,00	1.250,00
MAQUINA SELLADORA	UNIDADES	1	1.000,00	1.000,00
BALANZA	UNIDADES	1	250,00	250,00
CACEROLAS	UNIDADES	1	30,00	30,00
CUCHARONES	UNIDADES	4	3,00	12,00
BANDEJAS	UNIDADES	1	15,00	15,00
MEDIDORES	UNIDADES	3	0,80	2,40
CARRETILLAS	UNIDADES	2	88,65	177,30
PALAS	UNIDADES	2	11,71	23,42
MANDILES	UNIDADES	8	5,00	40,00
BOTAS DE CAUCHO	PARES	2	7,42	14,84
GUANTES	PARES	8	1,82	14,56
TOTAL				13.219,52

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 51

COSTOS DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				
DETALLE	UNIDADES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
COMPUTADORA DE ESCRITORIO	UNIDADES	1	699,00	699,00
COMPUTADORA PORTÁTIL	UNIDADES	1	866,00	866,00
INSTALACIÓN DE INTERNET	UNIDADES	2	30,00	60,00
TOTAL				1.625,00

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 52

COSTOS DE MUEBLES DE OFICINA				
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD (ANUAL)	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
ESCRITORIOS	UNIDADES	2	254,46	508,92
SILLAS GIRATORIAS	UNIDADES	2	174,11	348,22
SILLAS	UNIDADES	4	42,86	171,44
ARCHIVADOR	UNIDADES	2	187,50	375,00
TOTAL				1.403,58

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 53

COSTOS EQUIPOS DE OFICINA				
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD (ANUAL)	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
SPLIT	UNIDADES	2	589,99	1.179,98
TELÉFONO FAX	UNIDADES	1	177,30	177,30
IMPRESORA	UNIDADES	2	59,00	118,00
SUMADORA	UNIDADES	2	22,66	45,32
DISPENSADOR DE AGUA	UNIDADES	2	209,99	419,98
RELOJ	UNIDADES	2	8,00	16,00
TOTAL				1.956,58

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 54

COSTOS DE SUMINISTROS DE OFICINA					
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
ENGRAPADORA	UNIDADES	2	5,00		10,00
PERFORADORA	UNIDADES	2	8,25		16,50
FLASH MEMORY	UNIDADES	3	16,75		50,25
CARTUCHO TINTA NEGRA	UNIDADES	1	18,60	18,60	223,20
CARTUCHO TINTA COLOR	UNIDADES	1	23,71	23,71	284,52
RESMA DE PAPEL	UNIDADES	1	8,35	8,35	100,20
FOLDERS	UNIDADES	2	3,10	6,20	74,40
BOLÍGRAFO	UNIDADES	4	0,34	1,36	16,32
GRAPAS	CAJAS	1	1,01	1,01	12,12
CLIPS	CAJAS	1	0,98	0,98	11,76
TOTAL				60,21	799,27

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 55

SUMINISTRO DE LIMPIEZA					
DETALLE	UNIDADES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
ESCOBA	UNIDADES	4	1,50		6,00
TRAPEADOR	UNIDADES	4	1,81		7,24
TACHO DE BASURA	UNIDADES	3	16,12		48,36
TACHO DE BASURA PARA OFICINA	UNIDADES	2	33,55		67,10
DISPENSADOR DE TOALLA	UNIDADES	2	16,57		33,14
DISPENSADOR DE JABÓN	UNIDADES	2	37,93		75,86
RECOGEDOR DE BASURA	UNIDADES	3	1,69	5,07	60,84
DESINFECTANTE	GALÓN	2	2,81	5,62	67,44
DETERGENTES	FUNDA	2	10,55	21,10	253,20
FUNDA PARA BASURA	FUNDAS	2	0,54	1,08	12,96
CLORO	GALÓN	2	2,04	4,08	48,96
JABÓN LIQUIDO	GALÓN	2	2,63	5,26	63,12
AMBIENTADOR	UNIDADES	2	0,39	0,78	9,36
LIMPIA VIDRIOS	GALÓN	2	1,82	3,64	43,68
TOTAL				46,63	797,26

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 56

REQUERIMIENTOS DE SERVICIO BASICO					
DETALLE	UNIDADES	CANTIDAD MENSUAL	COSTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
ENERGÍA ELECTRICA DEL LOCAL	KILOVATIO/HORA	300	0,07	21,00	252,00
AGUA POTABLE	METROS CUBICO	18	0,50	9,00	108,00
TELEFONÍA	MINUTO	250	0,04	10,00	120,00
INTERNET	MEDEMS	2	22,00	44,00	528,00
TOTAL				84,00	1.008,00

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 57

COSTO DE VEHÍCULO				
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
CAMIONETA	UNIDADES	1	19.190,00	19.190,00

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 58

REQUERIMIENTO DE CONSTRUCCIÓN E INSTALACIÓN			
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD	COSTO TOTAL
PLANTA INDUSTRIAL	UNIDADES	1	25.000,00

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 59

COSTOS DE UNIFORMES				
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD (ANUAL)	COSTOS	TOTAL ANUAL
CAMISAS	UNIDADES	24	10,00	240
GORRAS	DOCENAS	12	10,00	120
TOTAL				360

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 60

COSTOS DE PUBLICIDAD				
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD	COSTO	COSTO MENSUAL
AFICHE A3	DOCENAS	2	24,00	48,00
PUBLICIDAD POR TELEVISIÓN	UNIDADES	1	400,00	400,00
PUBLICIDAD POR RADIO	UNIDADES	2	100	200,00
TOTAL			524,00	648,00

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 61

COSTOS DE MANTENIMIENTO			
DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD	COSTO ANUAL
MANTENIMIENTO DE VEHÍCULO	UNIDADES	2	120,00
MANTENIMIENTO DE MAQUINARIAS	UNIDADES	4	15,00
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	UNIDADES	2	20,00
TOTAL			155,00

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 62

COSTO DE SERVICIOS PROFESIONAL				
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
CONTADOR	1	300	300	3600

Elaborado por : Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 63

INVERSIÓN FIJA			
MUEBLES Y ENSERES		P. UNITARIO	TOTAL
2	ESCRITORIOS	254,46	508,92
2	SILLAS GIRATORIAS	174,11	348,22
4	SILLAS	42,86	171,44
2	ARCHIVADOR	187,50	375,00
SUBTOTAL			1.403,58
EQUIPOS DE OFICINA		P. UNITARIO	TOTAL
2	SPLIT	589,99	1.179,98
1	TELÉFONO FAX	177,30	177,30
2	IMPRESORA	59,00	118,00
2	SUMADORA	22,66	45,32
2	DISPENSADOR DE AGUA	209,99	419,98
2	RELOJ	8,00	16,00
SUBTOTAL			1.956,58
VEHÍCULO			
1	CAMIONETA		19.190,00
SUBTOTAL			19.190,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		P. UNITARIO	TOTAL
1	COMPUTADORA DE ESCRITORIO	699,00	699,00
1	COMPUTADORA PORTÁTIL	866,00	866,00
2	INSTALACIÓN DE INTERNET	30,00	60,00
SUBTOTAL			1.625,00
EQUIPOS Y MAQUINARIAS		P. UNITARIO	TOTAL
1	MOLINO ELÉCTRICO	390,00	390,00
1	MÁQUINA DE ENVASADO Y SELLADO	10.000,00	10.000,00
1	MAQUINA DESPULPADORA DE CAFÉ	1.250,00	1.250,00
1	MAQUINA SELLADORA	1.000,00	1.000,00
1	BALANZA	250,00	250,00
1	CACEROLAS	30,00	30,00
4	CUCHARONES	3,00	12,00
1	BANDEJAS	15,00	15,00
3	MEDIDORES	0,80	2,40
2	CARRETILLAS	88,65	177,30
2	PALAS	11,71	23,42
8	MANDILES	5,00	40,00
2	BOTAS DE CAUCHO	7,42	14,84
8	GUANTES	1,82	14,56
SUBTOTAL			13.219,52
INVERSIÓN ACTIVOS			37.394,68
INVERSIÓN FIJA (INSTALACIONES)			25.000,00
TOTAL DE INVERSIÓN ACTIVOS			62.394,68

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 64

INVERSIÓN DIFERIDA			
	GASTOS DE CONSTITUCIÓN	P. UNITARIO	TOTAL
1	GASTOS DEL NOTARIO	90,00	90,00
1	GASTOS DEL REGISTRO MERCANTIL	65,40	65,40
1	PUBLICACIÓN DEL ESTRATO	43,68	43,68
1	ACOMPañAMIENTO TRAMITES	30,00	30,00
1	OTROS GASTOS	26,00	26,00
	SUBTOTAL	255,08	255,08

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 65

CAPITAL DE TRABAJO	P. UNITARIO	TOTAL
CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO	1.573,97	4.721,90
CAPITAL DE TRABAJO ADMINISTRATIVO Y VENTAS	3.663,86	10.991,57
SUBTOTAL		15.713,47

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 66

INVERSIÓN TOTAL	78.363,23
CAPITAL PROPIO	27.427,13
CAPITAL AJENO	50.936,10

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 67

CPP				
CAPITAL PROPIO	27.427,13	0,35	0,50%	0,00175
CAPITAL AJENO	50.936,10	0,65	11%	0,07150
TOTAL	78.363,23			0,07325

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 68

AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS DIFERIDOS		
GASTO DE CONSTITUCIÓN		
MONTO	VIDA ÚTIL	AMORTIZACIÓN ANUAL
255,08	5 AÑOS	51,02

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

DEPRECIACIONES

ANEXOS 69

ACTIVO FIJO	VALOR ACTUAL	% DEPRECIACIÓN	VIDA ÚTIL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	VALOR DE RESCATE
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1.625,00	33,33%	3	541,61	541,61	541,61	-	-	-	-	-	-	-	
EQUIPOS DE OFICINA	1.956,58	10%	10	195,66	195,66	195,66	195,66	195,66	195,66	195,66	195,66	195,66	195,66	
MUEBLES Y ENSERES	1.403,58	10%	10	140,36	140,36	140,36	140,36	140,36	140,36	140,36	140,36	140,36	140,36	
EQUIPOS Y MAQUINARIAS	13.219,52	10%	10	1.321,95	1.321,95	1.321,95	1.321,95	1.321,95	1.321,95	1.321,95	1.321,95	1.321,95	1.321,95	
INVERSION FIJA (INSTALACIONES)	25.000,00	5%	20	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	1.250,00	12.500,00
			DEP. ANUAL	3.449,58	3.449,58	3.449,58	1.657,97	1.657,97	1.657,97	1.657,97	1.657,97	1.657,97	1.657,97	
			DEP. MENSUAL	287,47	287,47	287,47	138,16	138,16	138,16	138,16	138,16	138,16	138,16	
			DEP. ACUMULADA	3.449,58	6.899,16	10.348,74	12.006,71	13.664,68	15.322,65	16.980,61	18.638,58	20.296,55	21.954,52	

Elaborado Por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 70

TABLA DE AMORTIZACION GRADUAL				
CRÉDITO BANCARIO BNF				
METODO		CUOTA FIJA		12
50.936,10	50.936,10	PAGO CADA	1	MESES
TASA DE INTERES ANUAL		11,00%	PERIODOS	60
PLAZO		5	AÑOS	
PAGOS ANUALES		12		
INTERES	0,92%	PAGO PERIODICO		1.107,47
PERIODO	PAGO PERIODICO	INTERESS PAGADOS	CAPITAL PAGADO	SALDO INSOLUTO
0				50.936,10
1	1.107,47	565,39	542,08	50.394,02
2	1.107,47	559,37	548,10	49.845,92
3	1.107,47	553,29	554,18	49.291,73
4	1.107,47	547,14	560,34	48.731,40
5	1.107,47	540,92	566,56	48.164,84
6	1.107,47	534,63	572,84	47.591,99
7	1.107,47	528,27	579,20	47.012,79
8	1.107,47	521,84	585,63	46.427,16
9	1.107,47	515,34	592,13	45.835,03
10	1.107,47	508,77	598,71	45.236,32
11	1.107,47	502,12	605,35	44.630,97
12	1.107,47	495,40	612,07	44.018,90
TOTAL	13.289,69	6.372,49	6.917,20	
13	1.107,47	488,61	618,86	43.400,04
14	1.107,47	481,74	625,73	42.774,30
15	1.107,47	474,79	632,68	42.141,62
16	1.107,47	467,77	639,70	41.501,92
17	1.107,47	460,67	646,80	40.855,12
18	1.107,47	453,49	653,98	40.201,13
19	1.107,47	446,23	661,24	39.539,89
20	1.107,47	438,89	668,58	38.871,31
21	1.107,47	431,47	676,00	38.195,31
22	1.107,47	423,97	683,51	37.511,80
23	1.107,47	416,38	691,09	36.820,71
24	1.107,47	408,71	698,76	36.121,94
TOTAL	13.289,69	5.392,74	7.896,96	
25	1.107,47	400,95	706,52	35.415,42
26	1.107,47	393,11	714,36	34.701,06
27	1.107,47	385,18	722,29	33.978,77

28	1.107,47	377,16	730,31	33.248,46
29	1.107,47	369,06	738,42	32.510,04
30	1.107,47	360,86	746,61	31.763,43
31	1.107,47	352,57	754,90	31.008,53
32	1.107,47	344,19	763,28	30.245,25
33	1.107,47	335,72	771,75	29.473,50
34	1.107,47	327,16	780,32	28.693,18
35	1.107,47	318,49	788,98	27.904,20
36	1.107,47	309,74	797,74	27.106,46
TOTAL	13.289,69	4.274,21	9.015,48	
37	1.107,47	300,88	806,59	26.299,87
38	1.107,47	291,93	815,55	25.484,32
39	1.107,47	282,88	824,60	24.659,73
40	1.107,47	273,72	833,75	23.825,97
41	1.107,47	264,47	843,01	22.982,97
42	1.107,47	255,11	852,36	22.130,61
43	1.107,47	245,65	861,82	21.268,78
44	1.107,47	236,08	871,39	20.397,39
45	1.107,47	226,41	881,06	19.516,33
46	1.107,47	216,63	890,84	18.625,48
47	1.107,47	206,74	900,73	17.724,75
48	1.107,47	196,74	910,73	16.814,02
TOTAL	13.289,69	2.997,25	10.292,44	
49	1.107,47	186,64	920,84	15.893,18
50	1.107,47	176,41	931,06	14.962,12
51	1.107,47	166,08	941,39	14.020,73
52	1.107,47	155,63	951,84	13.068,89
53	1.107,47	145,06	962,41	12.106,48
54	1.107,47	134,38	973,09	11.133,38
55	1.107,47	123,58	983,89	10.149,49
56	1.107,47	112,66	994,81	9.154,67
57	1.107,47	101,62	1.005,86	8.148,82
58	1.107,47	90,45	1.017,02	7.131,80
59	1.107,47	79,16	1.028,31	6.103,48
60	1.107,47	67,75	764,05	-
TOTAL	13.289,69	1.539,43	11.474,58	

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 71

**PROVISION BENEFICIO SOCIAL PERSONAL
BENEFICIOS DE LEY MENSUAL**

CANT.	CARGO	SUELDO BASICO	SUELDO ANUAL	D.T.S.	D.C.R.	F. RESER.	VACAC.	AP. PAT.	TOTAL	LIQ. A RECIB.	TOT. A PAG. POR TRABJ.	TOT. A PAG. POR TRABJ.
	PERSONAL ADMINISTRATIVO											
1	GERENTE	350,00	4.200,00	29,17	22,00	29,17	14,58	42,53	137,44	487,44	487,44	1.649,30
1	ASISTENTE DE SERVICIOS ADMINISTRATIVO	279,72	3.356,64	23,31	22,00	23,31	11,66	33,99	114,26	393,98	393,98	1.371,13
1	VENDEDOR	281,47	3.377,64	23,46	22,00	23,46	11,73	34,20	114,84	396,31	396,31	1.378,06
2	CONSERJE	552,56	6.630,72	46,05	44,00	46,05	23,02	67,14	226,25	778,81	389,41	2.715,03
5	TOTAL REMUNERACIONES ADM	1.463,75	17.565,00	121,98	110,00	121,98	60,99	177,85	592,79	2.056,54	1.667,14	7.113,52
	PERSONAL OPERATIVO											
1	JEFE DE PRODUCCION	287,44	3.449,28	23,95	22,00	23,95	11,98	34,92	116,81	404,25	404,25	1.401,69
2	OPERADORES	562,90	13.509,60	93,82	44,00	93,82	46,91	136,78	415,33	978,23	489,11	4.983,92
3	TOTAL REMUNERACIONES OPER	850,34	16.958,88	117,77	66,00	117,77	58,89	171,71	532,13	1.382,47	893,36	6.385,60
8	TOTAL REMUNERACIONES	2.314,09	34.523,88	239,75	176,00	239,75	119,87	349,55	1.124,93	3.439,02	2.560,50	13.499,13

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 72

PROYECCIÓN DE VENTAS ANUALES										
AÑOS	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
CAJAS	34.476	41.334	48.192	55.050	61.908	68.767	75.625	82.483	89.341	96.199
PRECIO POR CAJAS	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00
TOTAL VENTAS	68.951	82.668	96.384	110.100	123.817	137.533	151.250	164.966	178.682	192.399

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 73

PUNTO DE EQUILIBRIO PROYECTADO										
DETALLES	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
COSTOS FIJOS	56.409,78	56.297,22	56.142,49	55.851,80	56.152,87	56.433,77	58.317,79	60.267,89	62.286,53	64.376,25
TOTAL COSTOS FIJOS	56.409,78	56.297,22	56.142,49	55.851,80	56.152,87	56.433,77	58.317,79	60.267,89	62.286,53	64.376,25
VENTAS NETAS	68.951,31	82.667,68	96.384,04	110.100,41	123.816,77	137.533,14	151.249,50	164.965,87	178.682,23	192.398,60
COSTOS VARIABLES	18.887,60	19.170,91	19.458,48	20.042,23	20.643,50	21.262,80	22.113,31	22.997,85	23.917,76	24.874,47
TOTAL COSTOS VARIABLES	18.887,60	19.170,91	19.458,48	20.042,23	20.643,50	21.262,80	22.113,31	22.997,85	23.917,76	24.874,47
MARGEN DE CONTRIBUCION	50.063,72	63.496,77	76.925,57	90.058,18	103.173,28	116.270,34	129.136,19	141.968,02	154.764,47	167.524,13

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

$$\frac{\text{PUNTO DE EQUILIBRIO}}{\text{EN DINERO}} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\frac{\text{MARGEN DE CONTRIBUCIÓN}}{\text{PRECIO DE VENTA}}}$$

P.E. DOLARES	77.691,56	73.294,45	70.343,85	68.281,48	67.388,25	66.754,02	68.304,15	70.030,88	71.912,47	73.935,02
---------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

$$\frac{\text{PUNTO DE EQUILIBRIO}}{\text{EN UNIDADES}} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{MARGEN DE CONTRIBUCIÓN}}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO	1,1268	0,8866	0,7298	0,6202	0,5443	0,4854	0,4516	0,4245	0,4025	0,3843
VENTAS PUNTO EQUILIBRIO	38.846	36.647	35.172	34.141	33.694	33.377	34.152	35.015	35.956	36.968

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

FLUJO DE EFECTIVO

ANEXOS 74

PRESUPUESTO DE EFECTIVO										
PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
ENTRADAS										
VENTAS	68.951,31	82.667,68	96.384,04	110.100,41	123.816,77	137.533,14	151.249,50	164.965,87	178.682,23	192.398,60
INVERSIÓN INICIAL	78.363,23									
TOTAL ENTRADAS	147.314,55	82.667,68	96.384,04	110.100,41	123.816,77	137.533,14	151.249,50	164.965,87	178.682,23	192.398,60
SALIDAS										
COMPRAS DE ACTIVOS FIJOS	62.394,68									
GTOS ADMIN. VTAS. Y FINC.	56.409,78	56.297,22	56.142,49	55.851,80	56.152,87	56.433,77	58.317,79	60.267,89	62.286,53	64.376,25
COSTO DEL PRODUCTO	18.887,60	19.170,91	19.458,48	20.042,23	20.643,50	21.262,80	22.113,31	22.997,85	23.917,76	24.874,47
IMPUESTO 25%	-	1.529,90	4.416,40	7.268,86	9.991,84	12.715,27	15.048,91	17.361,28	19.651,56	21.918,93
PARTIC TRABA. 15%	-	1.079,93	3.117,46	5.130,96	7.053,06	8.975,49	10.622,76	12.255,02	13.871,69	15.472,18
TOTAL SALIDAS	137.692,05	78.077,97	83.134,83	88.293,84	93.841,26	99.387,32	106.102,78	112.882,04	119.727,54	126.641,82
FLUJO DE EFECTIVO	9.622,49	4.589,71	13.249,21	21.806,57	29.975,51	38.145,82	45.146,73	52.083,83	58.954,69	65.756,78

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 75

PERIODO DE RECUPERACIÓN		
AÑO	FLUJO NETO DE CAJA	FNC ACUMULADO
0	-78.363,23	-78.363,23
1	-9.813,68	-88.176,91
2	142,34	-88.034,57
3	7.683,31	-80.351,26
4	13.172,10	-67.179,17
5	20.158,89	-47.020,27
6	39.803,78	-7.216,49
7	46.804,70	39.588,21
8	53.741,80	93.330,01
9	60.612,66	153.942,67
10	79.914,74	233.857,41

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

$$\text{PRR} = \text{AÑO ANTERIOR A LA RECUPERACIÓN} + \frac{\text{COSTO NO RECUPERADO}}{\text{RECUPERACIÓN TOTAL}}$$

$$\text{PRR} = 6 + \frac{7.216,49}{39.803,78}$$

$$\text{PRR} = 6 + \frac{7.216,49}{46.804,70}$$

PRR= 6,15 Años

ANÁLISIS DE LA SENSIBILIDAD.

OPTIMISTA.

ANEXOS 76

FLUJO DE CAJA PROYECTADO											
	AÑOS										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
INVERSIÓN	-78.363,23										
UTILIDAD LÍQUIDA		6.943,50	17.764,87	28.610,42	39.353,82	49.708,81	60.065,16	69.252,12	78.375,27	87.432,17	96.420,30
DEPRECIACIÓN		3.449,58	3.449,58	3.449,58	1.657,97	1.657,97	1.657,97	1.657,97	1.657,97	1.657,97	1.657,97
AMORTIZACIÓN		6.917,20	7.896,96	9.015,48	10.292,44	11.474,58					
RESCATE											12.500,00
		3.475,88	13.317,50	23.044,52	30.719,35	39.892,19	61.723,13	70.910,09	80.033,24	89.090,14	110.578,27
TOTAL FLUJO DE CAJA	-78.363,23	3.475,88	13.317,50	23.044,52	30.719,35	39.892,19	61.723,13	70.910,09	80.033,24	89.090,14	110.578,27
FLUJOS DE CAJA ACUMULADOS	-78.363,23	3.475,88	16.793,38	39.837,90	70.557,25	110.449,44	172.172,57	243.082,65	323.115,89	412.206,03	522.784,30
SUMA DE LOS FLUJOS DE CAJA	522.784,30										
COSTO (INVERSIÓN DEL PROYECTO)	-78.363,23										
VALOR ACTUAL NETO (VAN)	444.421,07										
RELACIÓN COSTO BENEFICIO (C/B)	6,67										
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR %)	34%										
PERIODO REAL DE RECUPERACIÓN AÑOS	2,23										
CPP	7%										

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

PESIMISTA

ANEXOS 77

FLUJO DE CAJA PROYECTADO											
	AÑOS										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Inversión	-78.363,23										
Utilidad Líquida		-10.913,81	-3.632,27	3.797,19	11.126,06	18.492,47	25.882,72	32.125,41	38.328,14	44.489,25	50.607,00
Depreciación		3.449,58	3.449,58	3.449,58	1.657,97	1.657,97	1.657,97	1.657,97	1.657,97	1.657,97	1.657,97
Amortización		6.917,20	7.896,96	9.015,48	10.292,44	11.474,58					
Rescate											12.500,00
		-14.381,43	-8.079,65	-1.768,71	2.491,58	8.675,86	27.540,69	33.783,38	39.986,11	46.147,22	64.764,97
Total Flujo de Caja	-78.363,23	-14.381,43	-8.079,65	-1.768,71	2.491,58	8.675,86	27.540,69	33.783,38	39.986,11	46.147,22	64.764,97
Flujos de Caja Acumulados	-78.363,23	-14.381,43	-22.461,07	-24.229,78	-21.738,20	-13.062,34	14.478,35	48.261,72	88.247,84	134.395,06	199.160,02
Suma de los flujos de caja	199.160,02										
Costo (Inversión del Proyecto)	-78.363,23										
Valor Actual Neto (VAN)	120.796,79										
Relación Costo Beneficio (C/B)	2,54										
Tasa Interna de Retorno (TIR %)	11%										
Periodo Real de Recuperación Años	6,25										
CPP	7%										

Elaborado por: Valdez Pinargote Inés

ANEXOS 78



La mejor en papelería y tecnología

Av. Colón 84-81 y Av. 9 de Octubre - Mollin. Telf. (02) 2557330
QUITO - ECUADOR

Razon Social : PA-CO COMERCIAL E INDUSTRIAL S.A.
Direccion : MARISCAL AV. COLON 84-81 Y AV. 9 DE OCTUBRE
Almacén : PA-CO ESMEPLADAS
Direccion : AV. PEDRO VICENTE MALDONADO CC. MULTIPALTA 204-5
Telefono : 2957850 0
DITO

PROFORMA : 030-002-000001409
RUC : 1790040275001
CONTRIBUYENTE ESPECIAL Resol.: 5068 del 02/06/1995
Fecha : 25 DE AGOSTO DEL 2011
Fecha Entrega : DE MES: DEL
Exision Sist.: 11/08/25 18:42:14
No. Control : 17-PR-00001409
Cliente : 9999 DIES VALDEZ FERRASOTE
Direccion : 10 DE AGOSTO ENTRE COLON Y OLNEBO Mor
Telefono : 011545533 Ciudad :
RUC/Cedula : 0003219997

Página: 1 de 1

Pedido: (17-PR-0000000) Vendedor: 999-GENERAL Usuario: escalahor Autoriza: rtilleri

SC. COB. IMPRES	PRODUCTO/REFERENCIA	MARCA	CANTIDAD UNI	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL OBSER.
1	000000239912 CPU S2-5002LA + MONITOR 1731 AND DC 1.40 HEMLETT PACKARD H2 4GB 1TB 10HD		1.00 UN 2	899.00000	899.00
	PROCESADOR AND DUAL CORE 1.69HZ 4GB RAM 1TB DISCO WINDOWS 7 HOME BASIC INFORM SUPERMULTI WIRELESS LECTOR DE TARJETAS GENI FUERROS 4GB CONEXION PARA RED VGA DVI-D INCLUDE MONITOR LCD 18.5PLD HOUSE Y TECLADO USB				
2	0086111254921 PORTATIL 3MS-2267LA INT CORE I5 2.66HZ HEMLETT PACKARD 4GB 640GB 14.5PLD WXPRESSUM		1.00 UN 2	866.00000	866.00
3	486099637716 IMPRESORA HP250 MULTIFUNCION INKJET RESO CANON LICEDON 4800X1200 DPI VELOCIDAD		1.00 UN 2	59.00000	59.00
4	0790617178964 JET FLASH 8GB DATARWELER DT10052 RED 6 KINGSTON BRANDIA USB 2.0		1.00 UN 2	16.75000	16.75
5	0063803099903 CARTUCHO CAN PG-230 NEGRO PARA HP 240-25 CANON 0-260-270-490-560 MX 320-330		1.00 UN 2	18.60000	18.60
6	0063803099907 CARTUCHO CAN CL-211 COLOR PARA HP 240-25 CANON 0-260-270-490-560 MX 320-330		1.00 UN 2	23.71000	23.71
7	4975800187608 CALCULADORA 12 DIGITOS ESCRITORIO HR-67M CASIO COMBO-GR		1.00 UN 2	22.66000	22.66
8	0037988940021 FAX PAPEL BOND 8X-FE2451 TELEFONO INWLAN PANASONIC WICO		1.00 UN 2	177.30000	177.30
9	7313611462021 ESCRIBIDORA ESCRITORIO GRANDE FLAT AZUL RAPID 530 BRANFIS 24-26/6 24046202		1.00 UN 2	26.70000	26.70
10	4041485177142 PERFURADORA ESCRITORIO GRANDE 2 PERF NEG ERICH KRAUSE RA METALICA 40HDS URO 17714		1.00 UN 2	8.24700	8.25
11	7091191529707 PAPEL BOND BLANCO 0908S A4 POT3000HDS P REPORT ARA COP1ADORA		500.00 UN 2	.08670	8.35 IVA 02
12	0000000285526 ARCHIVADOR LOMO 09CM 0F3C30 CARTON PNC H REAL ESRO		1.00 UN 2	3.10000	3.10
13	0070330180277 BOLSAPAFD RUNTA FINA AZUL 1100515 BSC		1.00 UN 2	.33880	.34
14	4054218000660 BRANFIS 25/13 CARGO608M 0230 MI-TRIO		1.00 UN 2	1.00500	1.01
15	7061145900029 CLIPS PLATERO INKROSA CIRCULON ALEX		1.00 UN 2	.97560	.98

IMPRESORAS ORIGINAL ADOBE/REVITE



SUBTOTAL :	1,931.82
TARIFA 02:	8.34
TARIFA 122:	1,923.48
I V A 122:	250.82
T O T A L :	2,162.64

ANEXOS 81

TEL. 086511467
PRESENTE.-

Tenemos el agrado de cotizar la siguiente mercadería:

CODIGO	DESCRIPCION	CANT	V.U.DOL	V.TOT.DOL
490524848911	0332 6352 REPRODUCTOR DV	1	110.99	110.99
885170043602	0356 2114 TV 42" PLASMA	1	1065.99	1,065.99
	2HDMI ENTRADA SD			
8853328500507	1650 307 DISPENSAD	1	209.99	209.99
	NATURAL, CALIENTE, FRIA B			
0757638601788	1811 346 AIRE ACO	1	589.99	589.99
	12000BTU 220V SPLIT			

\$ 1952,22. TOTAL: \$ 1,976.

En los precios señalados anteriormente S COMOHOGAR S.A. es contribuyente especial el 12% de IVA. Resol. 5368 del 02-JUN Adicionalmente concederemos el 10% de de o EMPRESARIAL. SUCASA, TUDOHOGAR. Esta proforma tiene validez por el tiempo macen.

GARANTIA EXTENDIDA
ELABORADO POR RUBEN ESTUPINAN
TODOHOGAR EMERALDAS
062711033/062711069
HORA: 13:01

todo hogar
DE TODO PARA EL HOGAR

ANEXOS 82

Esmeraldas, Agosto 2011



Señores

Presente.-

De mis consideraciones

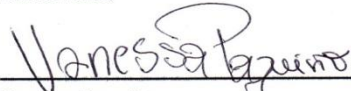
A través del presente me permito remitir a usted la siguiente información:

CONTRATO DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	
CONCEPTO	Valor/Dólares
Gastos por tramitología CORPO ESMERALDAS	200,00
Gastos del Notario	
Elevar Minuta a escritura pública	70,00
Marginación de Escrituras	20,00
Subtotal	90,00
Gastos del Registro Mercantil	
Inscripción de la Compañía	40,00
Nombramientos Gerente y Presidente	25,40
Subtotal	65,40
Publicación del Extracto	43,68
Acompañamiento trámites: Permiso funcionamiento, patente municipal, Registro IEES, Apertura Cuenta,	30,00
Otros	26,00
SUBTOTAL	455,08
Apertura de Cuenta de Integración de Capital (dicho valor sera reembolsable culminada la Constitución, dicho valor no incluye el presupuesto total)	400,00
TOTAL	855,08

El cliente tendrá que asumir por la diferencia de los rubros tanto por gastos de Notario, Registro Mercantil y publicación del extracto que están detallados en los cuadros. Cabe indicar que todo el trámite de constitución se lo realiza desde la VUE, incluye la obtención del RUC en un mes. Esta compañía se forma con mínimo de dos socios máximo quince, y tiene la facultad de realizar todo tipo de operación en el mercado.

Para cualquier información o ayuda en cuanto al tramite comuniquese
 Vanessa Pazmiño
RESPONSABLE DE LA VUE-CORPOESMERALDAS
 Dirección: Av. Bolívar y 10 de Agosto Edificio Gobierno Provincial , planta baja.
 Telefono: 062712353/062721433
 Esmeraldas - Ecuador

Atentamente,


 Vanessa Pazmiño

VENTANILLA ÚNICA EMPRESARIAL-CORPOESMERALDAS



CLIENTE

ANEXOS 83

FR-001001-0088915
16.06

FECHA : ESMER, 25-AGOSTO-2011 TELEFONO : 0 VENDEDOR : E
 CLIENTE : CONSUMIDOR FINAL CODIGO : 000777
 DIRECCION : ESMERALDAS FORMA PAGO: CREDITO
 RUC : 999999999999999999 DIAS PLAZO: 15 VENDE : 09-SEPTIEMBRE-201

1	FRESKIN X6X2000 ML	F27261	2.81	2.81
1	DETERGENTE ABS X5 KG	241000	10.55	10.55
1	FUNDA BASURA ESTANDARX100	1025	0.54	0.54
1	P.H. SCOTT INDUSTRIAL X4X200 MTS	4004	2.06	2.06
1	CLORO CONCENTRADO GALON X1	0002	2.04	2.04
1	PROTEX LIQUIDO X12X221 ML	F45663	2.63	2.63
1	AMBIENTADOR SUTTON X72X90 GR	219005	0.39	0.39

SOM: VEINTE Y TRES Con..59/100

SUBT_IVA 00Z	0.00
SUBT_IVA 12Z	21.06
IVA	2.53
TRANSPORTE	0.00
TOT.A PAGAR	23.59


REPRESENTACIONES
"ORO VERDE"
 REPORVERDE CIA. LTDA
 RUC. 0891723024001

ANEXOS 84

The screenshot shows a web browser window displaying a Mercado Libre listing. The browser's address bar shows the URL: <http://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-9086696-molino-semi-industrial-para-todo-tipo-de-granos-3M>. The page features the Mercado Libre logo, a search bar, and navigation links. The main content area displays a product listing for a "Molino Semi Industrial Para Todo Tipo De Granos". A photograph of the mill is shown on the left. To the right of the image, the product title is "Molino Semi Industrial Para Todo Tipo De Granos", followed by a price of "U\$S 390⁰⁰". Below the price, it states "Artículo nuevo", "Pichincha (Quito) (Quito)", and "1 vendido Ver calificaciones". A "Finaliza en 5d 20h (13/09/2011 11:26)" notice is present. A "Comprar" button and social media sharing options are visible. The Windows taskbar at the bottom shows the "Inicio" button and several open applications.

(MERCADO LIBRE)

ANEXOS 85

The screenshot shows a web browser window displaying a Mercado Libre listing. The browser's address bar shows the URL: <http://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-9119285-despulpadora-a-para-fruta-250-kg-h-10-hp-3M>. The page features the Mercado Libre logo, a search bar, and navigation links. The main content area displays a product listing for a "Despulpadora Para Fruta 250 Kg/h 1.0 Hp". A photograph of the machine is shown on the left. To the right of the image, the product title is "Despulpadora Para Fruta 250 Kg/h 1.0 Hp", followed by a price of "U\$S 1.250⁰⁰". Below the price, it states "Artículo nuevo", "Pichincha (Quito) (Quito)", and "1 vendido Ver calificaciones". A "Finaliza en 5d 20h (13/09/2011 11:26)" notice is present. A "Comprar" button and social media sharing options are visible. The Windows taskbar at the bottom shows the "Inicio" button and several open applications.

(MERCADO LIBRE)

ANEXOS 86

The screenshot shows a web browser window displaying a Mercado Libre listing. The browser's address bar shows the URL: <http://lo.mercadolibre.com.ec/MEC-9116776-balanza-electronicas-de-pizo-y-mesa-nuevas-garantizadas-3M>. The page features the Mercado Libre logo, a search bar, and navigation links. The main content area displays a product listing for "Balanza Electronicas De Pizo Y Mesa . Nuevas Garantizadas" with a price of U\$S 250⁰⁰. The listing includes a photograph of the scale, a "Comprar" button, and social media sharing options. The seller's reputation is also visible.

Regístrate | Ingresar | Mi Cuenta | Ayuda

mercado Libre

Ir al listado | Computación > Otros

Publicación #9116776 Denunciar

Balanza Electronicas De Pizo Y Mesa . Nuevas Garantizadas

Me gusta

U\$S 250⁰⁰

Artículo nuevo
Guayas (Duran)
1 vendido Ver calificaciones

Comprar

Hacer una pregunta

Reputación del vendedor

(MERCADO LIBRE)

ANEXOS 87

The screenshot shows a web browser window displaying a Mercado Libre listing. The browser's address bar shows the URL: <http://titulo.mercadolibre.com.ec/MEC-9340526-envasadora-automatica-para-polvos-con-tornillo-sin-fin-3M>. The page features the Mercado Libre logo, a search bar, and navigation links. The main content area displays a product listing for "Envasadora Automatica Para Polvos Con Tornillo Sin Fin" with a price of U\$S 10.000⁰⁰. The listing includes a photograph of the machine, a "Comprar" button, and social media sharing options. The seller's reputation and payment options are also visible.

Envasadora Automatica Para Polvos Con Tornillo Sin Fin - U\$S 10.000,00 en MercadoLibre - Windows Internet Explorer

titulo.mercadolibre.com.ec/MEC-9340526-envasadora-automatica-para-polvos-con-tornillo-sin-fin-3M

Secretaría de dirección general

Envasadora Automatica P...

mercado Libre

Envasadora Automatica Para Polvos Con Tornillo Sin Fin

Me gusta

U\$S 10.000⁰⁰

Artículo nuevo
Guayas (Guayaquil)

Comprar

Hacer una pregunta

Reputación del vendedor

Las ventas aún no alcanzan el mínimo para evaluar su reputación.

Medios de pago

- A convenir
- Efectivo
- Depósito Bancario

Medios de envío

- A convenir con el vendedor

(MERCADO LIBRE)

ANEXOS 88

The screenshot shows a web browser window displaying a product listing on Mercado Libre. The browser's address bar shows the URL: http://articulo.mercadolibre.com.ec/MEC-9146044-selladoras-vertical-con-pedal-semiautomaticas-_JM. The page features the Mercado Libre logo, a search bar, and navigation links. The product title is "Selladoras Vertical Con Pedal Semiautomáticas". The price is listed as "U\$S 1.000⁰⁰". The item is described as "Artículo nuevo" and is located in "Guayas (Guayaquil)". A "Comprar" button is visible, along with social media sharing options for Facebook, Twitter, and Email. A "Reputación del vendedor" section is partially visible at the bottom. The Windows taskbar at the bottom shows the Start button, taskbar icons for "Inicio", "PROYECTO DE TESIS", "Microsoft Excel - EST...", and "Selladoras Vertical Co...", and a system tray with the time "11:56".

Selladoras Vertical Con Pedal Semiautomáticas

U\$S 1.000⁰⁰

Artículo nuevo
Guayas (Guayaquil)

Comprar

Reputación del vendedor

(MERCADO LIBRE)



OFERTA PUBLICITARIA 2010

Paquete # 1

- o 4 Spots publicitarios diarios de 30" de duración + 1 spots bono rep.

Programación

Lunes a viernes

Programa	Horarios	
▪ Espejo Público	07H00	17H00 rep.
▪ Cine mar	10H30	
▪ Notimar E. Central	12H20	
▪ Cine mar	20H00	

Costo total del paquete mensual \$280,00 USD + IVA

Paquete # 2

- o 5 Spots publicitarios diarios de 30" de duración + 2 bono rep.

Programación

Lunes a viernes

Programas	Horarios	
▪ Espejo Público	07H00	17H00 rep.
▪ Cine mar	10H30	
▪ Musicales	14H00	
▪ Notimar E. Central	12H20	
▪ Notimar Estelar	19H00	23H00 rep.
▪ Cine mar	20H30	

Costo total del paquete mensual \$350,00 USD + IVA

Paquete # 3

- o 8 Spots publicitarios diarios de 30" de duración + 3 bono rep.+1 mención

Programación

Lunes a viernes

Programas	Horarios	
▪ Espejo Público	07H00	17H00 rep.
▪ Cine mar	10H30	
▪ Notimar E. Central	12H20	
▪ Musicales	14H00	
▪ Notimar Estelar	19H00	23H00 rep.
▪ Hablemos Claro	21H00	
▪ Cine mar	20H00	
▪ En los Tacones de Eva	21H30	

Costo total del paquete mensual \$400,00 USD + IVA

Esperamos su positiva respuesta para servirle en forma eficaz, profesional y con seriedad

Atentamente,

Raúl Bustos B.
DEP. ADMINISTRACION Y VENTAS
MARVISION S.A. TELEMAR

ANEXOS 90

[Autos](#) [Camionetas](#) [Accesorios](#) [Garantía](#) [Concesionarios](#) [Noticias](#) [Descargas](#) [Preguntas Frecuentes](#)

BT-50 4X2

RAUDA CABINA SIMPLE 2.2L

[Cabina Simple 4x2](#)
[Datos Generales](#)
[Características](#)
[Colores](#)
[Galería](#)
[Comparación BT50](#)
[Recubrimiento BT-Linear](#)
[Accesorios](#)
[Comercial](#)
[Cuadro de Mantenimiento](#)



Motor
Cilindraje: 2184 c.c.
Potencia: 101,20 H.P.

Transmisión
Manual: 5 velocidades + retro

Frenos
Delanteros: Discos ventilados.
Traseros: Tambores con sistema de bandas autoajustables.

Origen:
Ecuador

UNA CASTA LEGENDARIA QUE NO LE TEME A NADA NI A NADIE

→ Desde \$19.190
Incluye IVA e ICE

MINISITE BT-50

ANEXOS 91



ANEXOS 92



ANEXOS 93

A/34 de debe considerarse las siguientes disposiciones legales.

	A	B	C	D	E	F
253				SANGRADOR	0504151100250	277,60
254				JEFE DE COMERCIALIZACIÓN	0504154901251	287,44
255				JEFE DE PLANTA	0504154901252	287,44
256				JEFE DE RECURSOS HUMANOS	0504154901253	287,44
257				JEFE DE TECNOLOGÍA Y COMUNICACIÓN	0504154901254	287,44
258				JEFE DE MANTENIMIENTO	0504154901255	287,44
259				JEFE FINANCIERO	0504154901256	284,88
260				CONTADOR GENERAL	0504154901257	284,88
261				OPERADOR DE CALDERO	0504154901258	281,45
262				OPERADOR DE ENVASE	0504154901259	281,45
263				OPERADOR DE EVAPORADOR	0504154901260	281,45
264	5	TRANSFORMACIÓN DE ALIMENTOS (INCLUYE AGROINDUSTRIA)	INDUSTRIALIZACIÓN DEL CAFÉ	OPERADOR DE EXTRACCIÓN	0504154901261	281,45
265				OPERADOR DE LIOFILIZADO	0504154901262	281,45
266				OPERADOR DE SPRAY	0504154901263	281,45
267				OPERADOR DE TOSTADOR	0504154901264	281,45
268				OPERADOR DE MOLINO	0504154901265	281,45
269				AYUDANTE DE LABORATORIO	0504154901266	278,12
270				AUXILIARES DE SERVICIOS ADMINISTRATIVOS EN	0504154901267	277,89
271				AUXILIAR CONTABLE	0504154901268	277,60
272				AUXILIAR DE SISTEMAS	0504154901269	277,60
273				OBROERO DE MANTENIMIENTO	0504154901270	277,60
274				OBROERO DE EMBALAJE	0504154901271	277,60
275				JEFE DE COMERCIALIZACIÓN	0504154900272	287,44

5. TRANSFORMACIÓN 5. TRANSFORMACIÓN - TARIFAS

ANEXOS 94

Portapapeles		Fuente		Atribución		Número		CUI	
E80		fx							
	A	B	C	D	E	F			
5				GERENTE Y/O AFINES	1918200000101	264,00			
6				DECIMA CATEGORIA	1911730000001	372,72			
7				DECIMA SEGUNDA CATEGORIA	1911730000002	372,72			
8				DECIMO PRIMERA CATEGORIA	1911730000003	372,72			
9				NOVENA CATEGORIA	1911730000004	372,72			
10				OCTAVA CATEGORIA	1911730000005	312,16			
11				QUINTA CATEGORIA	1911730000006	312,16			
12				SEPTIMA CATEGORIA	1911730000007	312,16			
13				SEXTA CATEGORIA	1911730000008	312,16			
14				CUARTA CATEGORIA	1911730000009	312,16			
15				DIRECTOR DE ARTE	1911730000010	284,01			
16				EJECUTIVO DE CUENTAS	1911730000011	284,01			
17				JEFE DE MEDIOS	1911730000012	284,01			
18	19	ACTIVIDADES TIPO SERVICIOS	PROFESIONALES EN GENERAL	SEGUNDA CATEGORIA	1911730000013	284,01			
19				TERCERA CATEGORIA	1911730000014	284,01			
20				PRIMERA CATEGORIA	1911730000015	284,01			
21				CONTADOR (CON TITULO DE BACH)	1911730000016	283,85			
22				CREATIVO	1911730000017	283,85			
23				REDACTOR DE TEXTOS	1911730000018	283,85			
24				BOCETISTA Y/O ARTEFINALISTA	1911730000019	282,65			
25				FOTOGRAFO Y/O LABORATORISTA	1911730000020	282,65			
26				AGENTE COBRADOR	1911730000021	279,72			
27				ASISTENTE DE CONTABILIDAD (CON	1911730000022	279,72			
28				RECEPCIONISTA Y/O OFICINISTA	1911730000023	279,72			
29				PERSONAL DE SERVICIOS	1911730000026	274,56			
30				SECRETARIA	1911730000024	279,72			
31				DEMOSTRADOR	1911730000025	277,66			

19. SERVICIOS

Listo

Inicio | Facebook - Wind... | TESIS CAFE FIN... | MIN TRAB | Banda A