



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE TÉ DE CACAO EN EL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO.**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada en
Administración de Empresas

Autora:

Espinoza Rodriguez Carmen Isabel

Tutor:

Andrés Alejandro Palacio Fierro MBA

QUITO – ECUADOR

2023

**AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Yo, Carmen Isabel Espinoza Rodríguez, declaro ser autora del Trabajo de Titulación con el nombre “Plan de negocios para la producción y comercialización de Té de Cacao en el Distrito Metropolitano de Quito”,

como requisito para optar al grado de Licenciada en Administración de Empresas y autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los días del mes de Abril de 2023, firmo conforme

Autora: Carmen Isabel Espinoza Rodríguez

Firma:



Número de Cédula: 1719035840

Dirección: Pichincha, Quito, Guamaní.

Correo Electrónico: chb_kapu@hotmail.com

Teléfono: 0998159723

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “Plan de negocios para la producción y comercialización de Té de Cacao en el Distrito Metropolitano de Quito” presentado por Carmen Isabel Espinoza Rodríguez, para optar por el Título de Licenciada en Administración de Empresas

CERTIFICO

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte de los Lectores que se designen.

Quito, 22 de Febrero del 2023



.....
Andrés Alejandro Palacio Fierro, MBA

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado(a) en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Quito, 22 de Febrero del 2023

A handwritten signature in blue ink, reading "Carmen Isabel Espinoza", written over a horizontal dotted line.

Carmen Isabel Espinoza Rodríguez
1719035840

APROBACIÓN LECTORES

El trabajo de Titulación ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE TÉ DE CACAO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO” previo a la obtención del Título de Licenciada en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 22 de Febrero del 2023



firmado electrónicamente por:
MARIA FERNANDA
BECERRA SARMIENTO

.....
María Fernanda Becerra, MBA

LECTORA



firmado electrónicamente por:
IVANNA KARINA
SANCHEZ MONTERO

.....
Ivanna Karina Sánchez, MBA

LECTORA

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado a Dios quien me dio la fuerza para seguir adelante y que el nunca me deja sola que cada momento es un aprendizaje en este viaje de vida que cuento con él cada momento.

La autora

AGRADECIMIENTO

A todas las personas quienes me han brindado una palabra de aliento un abrazo de confianza, mi familia que es el motor de mi vida y especialmente a Marcelito quien fue una de las personas que me impulso a seguir estudiando, enseñándome que el único recurso que no se recupera es el tiempo y que debemos vivir un día a la vez. A todos mis profesores de la UTI ya que me dieron los conocimientos necesarios para lograr mi objetivo.

¡Gracias por tanto!

La autora

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN	II
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	III
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	IV
APROBACIÓN LECTORES.....	V
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XIII
ÍNDICE DE FIGURAS	XVI
RESUMEN EJECUTIVO	XVIII
ABSTRACT.....	XIX
INTRODUCCIÓN	20
CAPÍTULO I.....	22
MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN	22
1.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO	22
1.2 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS DEL PRODUCTO	22
<i>Fundamentación del Producto.</i>	22
<i>Tabla de características del producto</i>	23
1.3 MERCADO	24
<i>Público objetivo de su producto</i>	24

<i>Categorización de sujetos</i>	24
<i>Estudio de Segmentación</i>	25
<i>Plan de muestreo</i>	26
<i>Instrumentos para recopilar información</i>	27
<i>Diseño y recolección de información</i>	29
<i>Análisis e Interpretación</i>	32
1.4 DEMANDA POTENCIAL.....	46
<i>Demanda Actual del producto en personas</i>	46
1.5 ANÁLISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE	47
<i>Análisis del micro ambiente</i>	47
<i>Análisis del macro ambiente</i>	47
<i>Análisis PEST.</i>	48
<i>Proyección de la oferta.</i>	49
1.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA.....	50
1.7 DISEÑO DE MARCA (BRANDING)	51
1.8 ESTRATEGIAS DE MARKETING	52
1.9 PLAN DE COMUNICACIÓN.....	55
CAPÍTULO II	56
OPERACIONES	56
2.2. OBJETIVO DEL CAPÍTULO	56
2.3. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	56

<i>Recepción de materia prima</i>	56
<i>Comprobación de la calidad de la materia prima a ser usada</i>	57
<i>Distribución y mezcla de materia prima para obtención del producto</i>	57
<i>Colocación del producto en la máquina selladora de bolsas de té</i>	57
<i>Empaquetado y sellado de producto</i>	57
<i>Almacenamiento en bodega del producto final</i>	57
<i>Normativas</i>	58
2.4. MAPA DE PROCESOS	59
<i>Flujograma de Procesos</i>	59
<i>Descripción de instalaciones, equipos y personas.</i>	60
<i>Instalaciones de la planta</i>	61
<i>Descripción de Actividades</i>	63
<i>Tecnología para aplicar</i>	64
<i>Factores que afectan las operaciones</i>	64
2.5. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	64
<i>Capacidad de Producción Futura.</i>	64
2.6. DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN.....	65
<i>Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.</i>	65
2.7. CALIDAD	66
<i>Método de Control de Calidad.</i>	66

<i>Diagrama de Ishikawa o Espina de Pescado</i>	67
CAPÍTULO III	68
ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	68
3.1. OBJETIVO DEL CAPÍTULO	68
3.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	68
<i>Visión de la Empresa</i>	68
<i>Misión de la Empresa</i>	68
<i>Objetivos y estrategias</i>	68
3.3. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.....	69
<i>Organización Interna</i>	69
3.4. <i>Descripción de puestos</i>	72
3.5. CONTROL DE GESTIÓN.....	76
<i>Indicadores de gestión</i>	76
<i>Necesidades De Personal</i>	76
3.6. NORMATIVA Y PERMISOS QUE AFECTAN LA INSTALACIÓN DEL NEGOCIO	77
<i>Seguridad e higiene ocupacional</i>	77
<i>Permisos y Normativas que afectan la instalación de la Empresa:</i>	77
CAPÍTULO IV	79
JURÍDICO LEGAL.....	79
4.1. OBJETIVOS DEL CAPÍTULO	79
4.2. DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA.....	79

<i>Superintendencia de Compañías, valores y seguros</i>	79
4.3. REGISTROS DE MARCAS	80
CAPÍTULO V	82
EVALUACIÓN FINANCIERA	82
5.1. OBJETIVO	82
5.2. PLAN DE INVERSIONES	82
<i>Capital de trabajo</i>	83
5.3. CÁLCULO DE COSTO Y GASTOS	84
<i>Mano de obra</i>	84
<i>Depreciación</i>	88
<i>Proyección de depreciación</i>	88
<i>Detalle de costos</i>	89
<i>Proyección de costos</i>	89
<i>Detalle de gastos</i>	91
<i>Proyección de gastos</i>	92
5.4. PLAN DE FINANCIAMIENTO	96
5.5. CÁLCULO DE INGRESOS	96
<i>Proyección de ingresos</i>	97
5.6. PUNTO DE EQUILIBRIO	97
5.7. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO.....	100
5.8. FLUJO DE CAJA	101

5.9. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	102
<i>Indicadores</i>	102
<i>Valor Actual Neto (VAN)</i>	102
7 BIBLIOGRAFÍA	106

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Características del producto</i>	23
Tabla 2 <i>Categorización de sujetos</i>	24
Tabla 3 <i>Dimensión Conductual</i>	25
Tabla 4 <i>Dimensión Geográfica</i>	25
Tabla 5 <i>Dimensión Demográfica</i>	26
Tabla 6 <i>Necesidades de información</i>	27
Tabla 7 <i>Necesidades de información</i>	28
Tabla 8 <i>Necesidades de información</i>	28
Tabla 9 <i>Edad de posibles consumidores</i>	32
Tabla 10 <i>Género de personas encuestadas</i>	33
Tabla 11 <i>Nivel de estudios personas encuestadas</i>	34
Tabla 12 <i>Consumo de té</i>	35
Tabla 13 <i>Sabor favorito de té</i>	36
Tabla 14 <i>Marcas de té preferidas</i>	37
Tabla 15 <i>Consumo de té</i>	38

Tabla 16 Atributos determinantes para compra de té.....	39
Tabla 17 Unidades de té por caja	40
Tabla 18 Consumo de té con aroma a cacao	41
Tabla 19 Cuánto estaría dispuesto a cancelar por la caja de té	42
Tabla 20 Lugar que adquiere cajas de té	43
Tabla 21 Grado de importancia del medio de comunicación.....	44
Tabla 22 Grado de importancia de las redes sociales.....	45
Tabla 23 Proyección de la demanda.....	46
Tabla 24 Matriz PEST.....	48
Tabla 25 Proyección de la oferta.....	49
Tabla 26 Demanda potencial insatisfecha	50
Tabla 27 <i>Requisitos físico - químicos para hierbas aromáticas</i>	58
Tabla 28 <i>Requisitos microbiológicos para hierbas aromáticas</i>	58
Tabla 29 Infraestructura de la empresa	62
Tabla 30 <i>Descripción de Equipos</i>	63
Tabla 31 Actividades.....	63
Tabla 32 Capacidad de producción futura	65
Tabla 33 Especificación de materias primas	65
Tabla 34 Gerente	72
Tabla 35 <i>Asistente Administrativo financiero</i>	73
Tabla 36 <i>Operario de Producción</i>	74
Tabla 37 <i>Vendedor/Chofer</i>	75
Tabla 38 Indicadores de gestión.....	76
Tabla 39 Necesidades de personal	76
Tabla 40 Seguridad e higiene ocupacional.....	77
Tabla 41 Permisos y normativas	77
Tabla 42 Plan de inversiones.....	82
Tabla 43 Capital de trabajo	83
Tabla 44 Mano de Obra año 0.....	85
Tabla 45 Mano de Obra años del 1 al 5	85
Tabla 46 Depreciación	88
Tabla 47 Proyección depreciación	88

Tabla 48 Detalle de costos-producción	89
Tabla 49 Proyección de costos	90
Tabla 50 Gastos	91
Tabla 51 Tabla Proyección de Gastos Administrativos	93
Tabla 52 Tabla Proyección de Gastos de Ventas	95
Tabla 53 Financiación	96
Tabla 54 Determinación precio unitario.....	96
Tabla 55 Cálculo del ingreso anual	97
Tabla 56 Proyección de ingresos.....	97
Tabla 57 Punto de equilibrio	98
Tabla 58 Estado de Resultados Proyectado	100
Tabla 59 Flujo de caja	101
Tabla 60 TMAR	102
Tabla 61 Descripción fórmula VAN	103
Tabla 62 Formulación de datos	103
Tabla 63 Calculo período recuperación	105

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Información básica	30
Figura 2 Datos generales.....	30
Figura 3 Máquina empaquetadora.....	31
Figura 4 Edad de personas encuestadas	32
Figura 5 Género de personas encuestadas.....	33
Figura 6 Nivel de estudios personas encuestadas	34
Figura 7 Consumo de té	35
Figura 8 Sabor favorito de té	36
Figura 9 Marcas de té preferidas.....	37
Figura 10 Consumo de Té.....	38
Figura 11 Atributos para comprar Té.....	39
Figura 12 Sobres o bolsitas de Té por caja	40
Figura 13 Consumo de té natural con aroma de cacao	41
Figura 14 Cuánto estaría dispuesto a cancelar por la caja de té.....	42
Figura 15 Canal de compra de té	43
Figura 16 Grado de importancia por medio de comunicación más importante ...	44
Figura 17 Redes Sociales más usadas	45
Figura 18 Proyección de la demanda	46
Figura 19 Proyección de la oferta	50
Figura 20 Demanda potencial insatisfecha	51
Figura 21 Caobel.....	51
Figura 22 Mapa de procesos	59
Figura 23 Flujograma.....	60
Figura 24 Mapa	61
Figura 25 Infraestructura de la empresa.....	62
Figura 26 Lista de verificación	66
Figura 27 Problemas	67
Figura 28 Análisis estratégico.....	69
Figura 29 Organigrama estructural	70
Figura 30 Organigrama funcional	71
Figura 31 Proceso para registro de marca.....	80

Figura 32	Punto de equilibrio.....	99
------------------	--------------------------	----

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA PRODUCCIÓN Y
COMERCIALIZACIÓN DE TÉ DE CACAO EN EL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO”.**

AUTORA: Carmen Isabel Espinoza Rodríguez

TUTOR: Andrés Alejandro Palacio Fierro MBA

RESUMEN EJECUTIVO

“Caobel” es una empresa que realiza Té de hojas de cacao brindando un excelente aroma y sabor a sus clientes. Para el presente trabajo se desarrolló una encuesta en habitantes del sector para poder saber las preferencias de los clientes, el consumo o frecuencia que realizan sus compras y si aceptarían el nuevo producto. Con este instrumento se realizó una medición a 379 personas se detectó que se necesita un local físico en el Sur de Quito. El producto fue realizado con materia prima orgánica y que puede ser adquirido a un precio accesible al público. La empresa “Caobel” tiene 4 departamentos: Departamento de Gerencia, Departamento de asistencia y administración Financiera, Departamento de Producción y el Departamento de ventas y entregas. Cada colaborador está capacitado para ejercer su trabajo de la mejor manera y brindando lo mejor para los clientes de la empresa. Para poder realizar los trámites correspondientes a permisos legales se vio la necesidad de realizar la constitución la empresa siendo una S.A.S. Además “Caobel” necesita una inversión de \$29.439,16 con esto se podrá realizar la organización de la empresa, por medio del análisis financiero obteniendo un VAN 93.396,35 un TIR 1,04836 y el período de recuperación de esta inversión se dará 2 años, 11 meses y 18 días. Por tanto, es viable el proyecto financieramente.

DESCRIPTORES: Caobel, Métodos de Investigación, Financiero

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

THEME: "BUSINESS PLAN FOR THE PRODUCTION AND MARKETING OF COCOA TEA IN THE DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO ".

AUTHOR: Carmen Isabel Espinoza Rodríguez

TUTOR: Andrés Alejandro Palacio Fierro MBA

ABSTRACT

"Caobel" is a company that makes tea from cocoa leaves, providing customers with a wonderful scent and flavor. In the present work, a survey was developed of inhabitants of the place; in order to know, the preferences of the clients, the consumption or frequency that they make their purchases, and if they accepted the new product. Using this instrument, a measurement was made of 379 people. As a result, it was detected that a physical location is needed in the South of Quito. The product was made with organic raw materials and it can be purchased at an accessible price to the public.

The company "Caobel" has 4 departments: Management Department, Financial Assistance and Administration Department, Production Department, and the Sales and Delivery Department. Each collaborator is trained to carry out their work in the best way; at the same time, they can provide the best to the company's clients.

In order to carry out the procedures corresponding to legal permissions, the need was seen to bring about the constitution of the company, being a S.A.S. In addition, "Caobel" needs an investment of \$29,439.16; with this investment, the organization of the company can be performed through financial analysis, getting a VAN 93,396.35, a TIR 1.04836, and the recovery period of this investment will be given in two years, eleven months, and eighteen days. Therefore, the project is financially viable.

KEYWORDS: Caobel, Research Methods, Financial.

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo se realizó mediante una investigación la misma que contiene todos los conocimientos adquiridos en toda la carrera de Administración de Empresas lo mismo que determina la viabilidad para la creación de la empresa “Caobel” la misma que desarrolla té con hojas y cascarilla de cacao.

El proyecto formativo se realizó mediante 5 capítulos los cuales se detallarán a continuación:

Descripción de los capítulos:

Capítulo I “Mercado y comercialización” por medio de este capítulo se estableció el mercado, el sector donde estará dirigido el proyecto y nos permita buscar todas las estrategias para que el producto sea bien visto con sus clientes brindando un aroma y sabor exclusivo.

Capítulo II “Operaciones” en el desarrollo de este capítulo los procesos de producción, materia e insumos que utiliza la organización, cual es la capacidad productiva, instalaciones maquinaria, personal y todos los recursos que se necesitan para la elaboración de Té de hojas y cascarilla de cacao “Caobel”.

Capítulo III “Organización y gestión” En este capítulo se desarrolla la estructura dentro de “Caobel” cuáles son los objetivos a corto y largo plazo, saber también los indicadores de gestión en el desarrollo de cada una de las acciones desarrolladas dentro de la organización.

Capítulo IV “Jurídico Legal” en el presente capítulo se verifico lo que se debe realizar para la constitución legal de la empresa “Caobel”, todo esto antes de iniciar sus funciones en el Distrito Metropolitano de Quito y evitar incumplir con todos los permisos de funcionamiento.

Capitulo V “Evaluación financiera” En el capítulo V se detalla los costos y gastos también los indicadores en el plan de inversión para determinar la viabilidad y rentabilidad de la empresa “Caobel”.

CAPÍTULO I.

Mercado y Comercialización

1.1 Objetivo del Capítulo

Desarrollar la sección de mercadeo de este proyecto empresarial evaluando las características del público objetivo y la aceptación de éste, con respecto al producto que se quiere comercializar.

1.2 Antecedentes investigativos del producto

Fundamentación del Producto.

En este proyecto se desea comercializar un té a base de hojas y cascarilla de cacao, como parte de la historia se considera que el cacao se encontró en la región superior del Amazonas al noreste de Sudamérica indicando este lugar como su punto de origen. También que nuestros antepasados utilizaban el cacao en sus rituales y ceremonias esto con el fin de hacer bebidas en honor a sus dioses y mitos. Además de utilizar sus semillas en el ámbito comercial.

A finales del siglo XVII y principios del siglo XX se consideró la época de la “Pepa de oro” tomando este nombre por los cambios que realiza el cacao ya que al principio es verde y cuando madura su color cambia a un tono amarillo. En 1600 la comercialización del cacao era uno de los ingresos más importantes de Guayaquil. Aproximadamente nueve barcos salían anualmente llevando cacao a México.

El cacao está dentro de los productos más importantes en la economía e historia de nuestro país junto al banano, petróleo, camarón y rosas. Los tres primeros productos se han considerado como productos primarios de exportación. Cabe destacar que nuestro país es afortunado, ya que por su gran variedad de ecosistemas se puede producir Cacao de Arriba. Este nombre se lo otorgo un chocolatero suizo que pregunto a trabajadores de una embarcación de dónde salía ese aroma y ellos contestaron” De arriba”. Nuestro país Ecuador cuenta con una producción del 63% a nivel mundial de cacao (Abad, Acuña, & Naranjo , 2022).

Podemos indicar que el cacao es una fuente de ingresos para quienes desean

trabajar con él, en este caso el proyecto se elabora con la cascarilla y hoja de cacao el mismo que brindará su aroma y sabor para quienes disfrutan de este producto. Las características principales del producto son 100% naturales, el mismo que aportará a quienes lo consuman beneficios como antioxidante, alivio de infecciones respiratorias y la satisfacción de gusto.

Tabla de características del producto

En la siguiente tabla se evidenciará las características y beneficios que se ofrece a nuestro cliente.

Tabla 1 *Características del producto*

Características	Beneficio para el cliente
Utilización de residuos de hojas y cascarilla de cacao	Sentirse ambientalmente responsable
Tiene antioxidantes	Retrasa el envejecimiento de las personas
Producto Natural	Beneficios para la salud
Sabor único de Cacao	Nuevas sensaciones en sus sentidos
Optimización de tiempos en su preparación	Fácil de utilizar
Presentación individual en sobres	Fácil de transportar
Precio promedio dentro del mercado	Accesible a varios segmentos de personas

Fuente: Análisis del Proyecto

Elaborado por: La Autora

Dentro de las características que tiene el producto son los grandes beneficios que otorga a sus clientes los mismos que van con precios accesibles con la exclusividad de saborear y degustar el sabor único e incomparable que tiene el cacao ecuatoriano. Los materiales que se utilizan para la elaboración del Té de hoja y cascarilla de cacao serán 100% naturales lo que permitirá al cliente tener una mejor digestión y beneficios para su salud.

1.3 Mercado

“El mercado es un conjunto de individuos susceptibles de adquirir un producto o servicio determinado, con los que la organización dedicada a su comercialización deberá interactuar para conseguir la consecución efectiva de un intercambio” (Martínez Valverde, 2018).

Público objetivo de su producto

En la investigación del presente proyecto se identificó que el público objetivo para el consumo de Té de hoja y cascarilla de cacao son las personas de 18 años en adelante, las mismas que, cuentan con solvencia económica y tendencia a buscar productos amigables para el medio ambiente y preferir una variedad de sabores y aromas para sus bebidas.

Categorización de sujetos

En la siguiente tabla se evidencia el comportamiento de los potenciales clientes del producto a comercializar.

Tabla 2 *Categorización de sujetos*

CATEGORÍA	SUJETO
¿Quién compra?	Jefes de hogar
¿Quién usa?	Familia
¿Quién decide?	Jefes de hogar
¿Qué influye?	Familia

Fuente: Análisis del Proyecto

Elaborado por: La Autora

Estudio de Segmentación

“La segmentación de mercado es la subdivisión de este en grupos o segmentos de igual preferencia, esto con el objetivo de buscar las estrategias precisas para poder satisfacer sus necesidades y el objetivo de la empresa” (Zamarreño Aramendia, 2020).

Tabla 3 *Dimensión Conductual*

VARIABLE	DESCRIPCION
TIPO DE NECESIDAD:	Fisiológica
TIPO DE COMPRA:	Comparación
RELACION CON LA MARCA:	No
ACTITUD FRENTE AL PRODUCTO:	Alta tendencia por el consumo de productos naturales.

Fuente: Investigación

Elaborado por: La Autora

Como se puede observar en la tabla la necesidad que tienen las personas al momento de realizar la compra es Fisiológica, también mencionar que no hay ninguna relación con la marca debido a que como jefes de hogar buscan llevar a sus hogares productos naturales y sobre todo económicos.

Tabla 4 *Dimensión Geográfica*

Dimensión Geográfica				
Variable	Descripción	No. Habitantes 2010	TCP	No. Habitantes 2022
País	Ecuador	14.483.499		18.078.198
Provincia	Pichincha	2.576.287	1,40%	3.044.035
Ciudad	Quito	2.239.191	1,40%	2.645.737
Zona	Urbana	1.607.734	1,40%	1.899.633
Parroquia	Quitumbe	288.520	1,40%	340.903
Barrio	Guamaní	68.417	1,40%	80.839

Fuente: Análisis del Proyecto (Censos, 2010)

Elaborado por: La Autora

Se elabora la tabla 4 revisando los datos del último censo 2010, para calcular aproximadamente los datos del 2022 se tomó información del Banco Mundial el crecimiento poblacional anual es de 1.40%.

Tabla 5 *Dimensión Demográfica*

Demográfica				
Variable	Descripción	No. Habitantes 2010	TCP	No. Habitantes 2022
Edad	18 a 65 años	37.652	1,40%	44.488
Nivel Socioeconómico	C+ (22,8%) y C-(49,3%)		72,10%	32.076

Fuente: (Censos, 2010)

Elaborado por: La Autora

La información de la tabla 5 se obtuvo con datos obtenidos desde la Administración Zonal Quitumbe la cual identifica por sexo y edad de los habitantes, de la misma manera en el Instituto Nacional de Estadística y Censos se realiza una división de cinco estratos socioeconómicos el 1,9% de los hogares se encuentra en estrato A, el 11,2% en nivel B, el 22,8% en nivel C+, el 49,3% en estrato C- y el 14,9% en nivel D. Para el proyecto se trabaja con los dos estratos C+ y C- siendo estos los estratos de clase media alta y clase media baja.

Plan de muestreo

La muestra es la parte representativa de la población que interesa, a partir de la cual se obtiene la información, con el propósito de obtener resultados válidos también para la población (Rivera Camino & Mencía, 2007).

Para esta investigación se utilizó la fórmula de población finita la misma que se detalla a continuación con sus respectivas abreviaciones:

$$n = \frac{z^2 * pq * N}{z^2 * pq + Ne^2}$$

n = muestra

z = nivel de confianza (95%) = 1.96

p = probabilidad de ocurrencia = 0.5

q = probabilidad de no ocurrencia

N = población universal

e = margen de error 5% = 0.05

$$n = \frac{196^2 * (0.5)(0.5) * 32.076}{196^2 * (0.5)(0.5) + 32.076 * 0.05^2}$$

$$n = \frac{30.805,79}{0,96040 + 80,19}$$

$$n = \frac{30.805,79}{81,15}$$

$$n = 379$$

Instrumentos para recopilar información

Objetivo 1: Analizar los elementos de la comercialización en el plan de negocios para ubicación del producto en el mercado.

Tabla 6 Necesidades de información

Necesidades de información	Tipos de información	Fuentes	Instrumentos
Determinar cuál es el medio más eficiente para comercializar el producto	Secundaria	Libros, artículos recientes	Biblioteca UTI- Google academic
Conocer la frecuencia del número de veces que se consume infusiones	Primaria	Consumidores	Encuesta
Conocer los medios de comunicación que son más utilizados	Primaria	Consumidores	Encuesta
Investigar cuál es la característica que más le gusta al consumidor sobre el tipo de infusiones	Primaria	Consumidores	Encuesta

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Objetivo 2: Revisar las características demográficas para establecer la demanda insatisfecha.

Tabla 7 *Necesidades de información*

Necesidades de información	Tipos de información	Fuentes	Instrumentos
Características de la segmentación del mercado para el té de hoja y cascarilla de cacao	Secundaria	Libros, artículos recientes	Biblioteca UTI- Google academic
Número de cajas de consumo de té con hojas y cascarillas de cacao en el mercado de la ciudad de Quito	Primaria	Consumidores	Encuesta
Número de unidades que venden los negocios de la competencia sobre el producto	Primaria	Consumidores	Encuesta
Realizar los cálculos matemáticos para conocer la demanda insatisfecha	Primaria	Consumidores	Encuesta

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Objetivo 3: Analizar cuál es el mejor canal para la distribución del té de hoja y cascarilla de cacao.

Tabla 8 *Necesidades de información*

Necesidades de información	Tipos de información	Fuentes	Instrumentos
Características principales en los tipos de distribución que se puede aplicar al plan de negocio	Secundaria	Libros, artículos recientes	Biblioteca UTI- Google academic
Investigar la entrega del producto y la forma de llevar al consumidor final	Primaria	Consumidores	Encuesta
Beneficios para instalar el negocio en un lugar accesible	Primaria	Consumidores	Encuesta
Estudiar las preferencias del comercio por internet para el producto	Primaria	Consumidores	Encuesta

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Diseño y recolección de información.

Desarrollo de instrumentos

Información Secundaria

- BANCOS DE DATOS DE OTRAS ORGANIZACIONES
 - ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES DE LA COMPETENCIA
 - EQUIPOS QUE MANEJA LA COMPETENCIA
-
- **Necesidad 1.-** Conocer a mi competencia
 1. Revisar cuales son los productos que ofrecen
 2. Indagar precios en el mercado de la competencia
 3. Puntos de venta, horarios de atención

 - **Necesidad 2.-** Conocer sobre la mejora de productos y servicios
 1. Trabajar en cada uno de los procesos que se va ha desarrollar para que el producto no tenga errores y mantenga una buena calidad.
 2. Establecer horarios puntuales de entrega en el producto.
 3. Comprobar que siempre se mantenga el orden, limpieza y calidad del producto.

 - **Necesidad 3.-** Revisar que clase de maquinaria se necesita para la producción

Figura 1 Información básica

Información Básica.

No. de Modelo.	DS-T-C18	Función Formando	Formando, Llenado, Seal
Tipo conducido	Eléctrico	Tipo de material	Tea Granule and Tea Powder
embalaje	Bolso	Material de empaquetado	Película
Product Name	Tea Bag Packing Machine	Model Number	Ds-T-C18
Machine Weight	500 Kg	Packing Speed	30-40bags/Min
Filling Material	OPP CPP	Inner Bag Length	50-80mm
Inner Bag Width	45-80mm	Outer Bag Length	80-120 mm
Outer Bag Width	75-95 mm	Keyword	Packaging Equipment
Control System	PLC+Touch Screen	Certification	CE
Filling Range	3-10g / Bag	Paquete de Transporte	1)Dedust & Cleaning 2) Lubricate Drive Parts 3)
Especificación	(L)1750*(W)740*(H)1950 mm	Marca Comercial	Dession Machinery
Origen	Guangdong	Código del HS	8422303090
Capacidad de Producción	100sets/Month		

Fuente: (Made-in-China, s.f.)

Elaborado por: La Autora

“Dession té multi-funcional de la máquina de embalaje adecuado para todo tipo de embalaje teabag. tales como té, infusiones a granel, la salud de la flor de té, café en polvo, polvo y otras bolsas internas y externas son envases desechables. Una máquina para múltiples propósitos. Diversos tipos de envases están disponibles bajo petición. Incluyendo la bolsita de té, cámara única bolsa de té con la etiqueta, la cámara doble bolsa de té con sobres.

Precio FOB: US \$6650/ Unidad/es”

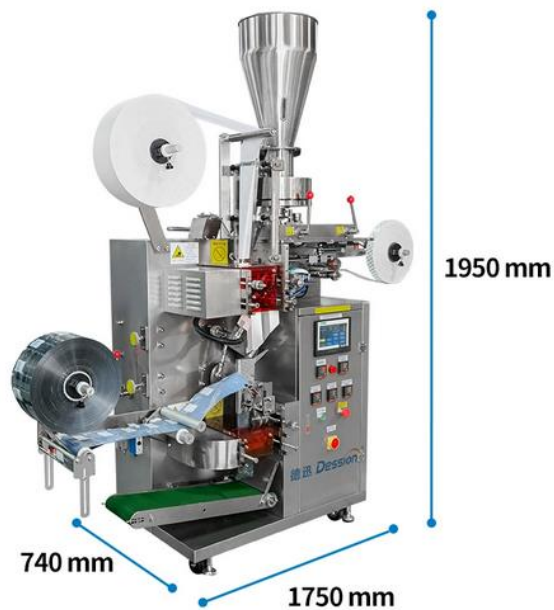
Figura 2 Datos generales

El modelo	DS-T-C18
La medición	Taza de medir el volumen
Rango de llenado	3~15 ml(g)
La velocidad de embalaje	40~60 bolsas/min.
Tamaño de la bolsa interior	L:50-70mm,w:40-80mm
Tamaño de la bolsa exterior	L:70-120mm,w:60-90mm
El tamaño de la etiqueta	L:20-24mm,w:40-55mm
Longitud de rosca	155mm
El poder	220V 50Hz, 1.9KW,
Tamaño de la máquina	750*740*1950 mm
Peso de la máquina	550kg.

Fuente: (Made-in-China, s.f.)

Elaborado por: La Autora

Figura 3 Máquina empaquetadora



Fuente: (Made-in-China, s.f.)

Elaborado por: La Autora

- **Necesidad 4.-** Saber qué materia prima se va a utilizar

A partir de las semillas o almendras de cacao se obtiene el chocolate, en su elaboración, sólo se utiliza aproximadamente el 10% de dicha semilla, por lo que se van dejando atrás potenciales materias primas, como la cáscara y la cascarilla, desperdiándose las propiedades que ellos podrían ofrecer (Zlatko Kalvatchev & Garzaro, 1998).

- **Necesidad 5.-** Investigar cuales son los mecanismos en el manejo y tratamiento de las hojas y cascarilla de cacao.

Bolsitas de té. - Las bolsas contienen de 1.6 a 1.8 gramos de entre hojas y cascarilla de cacao.

Método de conservación y almacenamiento. – El producto debe permanecer en su envoltura o bolsita se debe almacenar en un lugar limpio, seco, fresco con su debida ventilación libre de los rayos solares es decir bajo techo.

- **INFORMACION PRIMARIA**

- ENCUESTA

Se elaboró una encuesta de 14 preguntas las mismas que se aplicará a los habitantes de la Parroquia Quitumbe, barrio Guamaní del Distrito Metropolitano del Sur, esto con el fin de saber cuáles serán nuestros futuros clientes. Para la ejecución de este cuestionario se utilizó la herramienta Microsoft Forms.

Análisis e Interpretación

Una vez realizada la encuesta se procede a realizar la tabulación e interpretación de cada una de las preguntas como se desarrolla a continuación:

Pregunta 1.- ¿Cuántos años tiene?

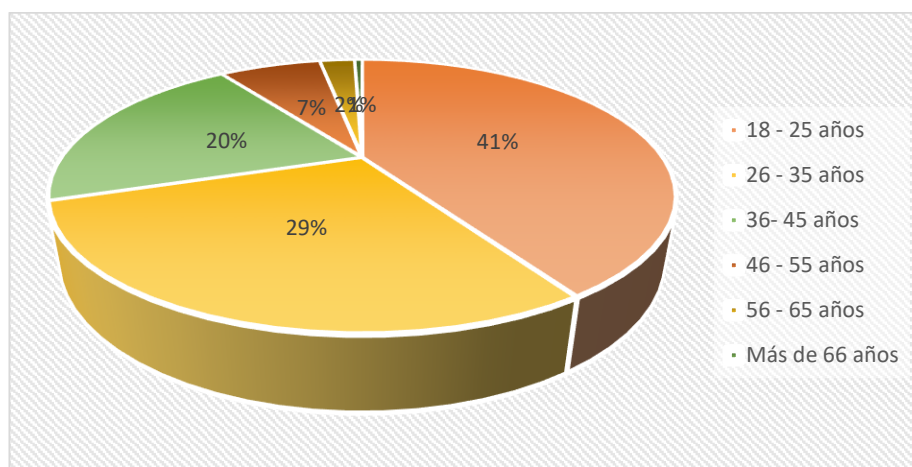
Tabla 9 *Edad de posibles consumidores*

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
18 - 25 años	155	41%
26 - 35 años	110	29%
36- 45 años	77	20%
46 - 55 años	26	7%
56 - 65 años	9	2%
Más de 66 años	2	1%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Figura 4 *Edad de personas encuestadas*



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación

De la totalidad de encuestados el 41 % corresponde a la edad de 18 a 25 años, el 29% de 26 a 35 años, el 20% tienen de 36 a 45 años, las personas de 46 a 55 años ocupan el 7%, el 2% corresponde a las personas de 56 a 65 años y por último están las personas de más de 66 años con el 1%. En conclusión, el mayor número de encuestados es tiene una edad de 18 a 25 años.

Pregunta 2.- Género

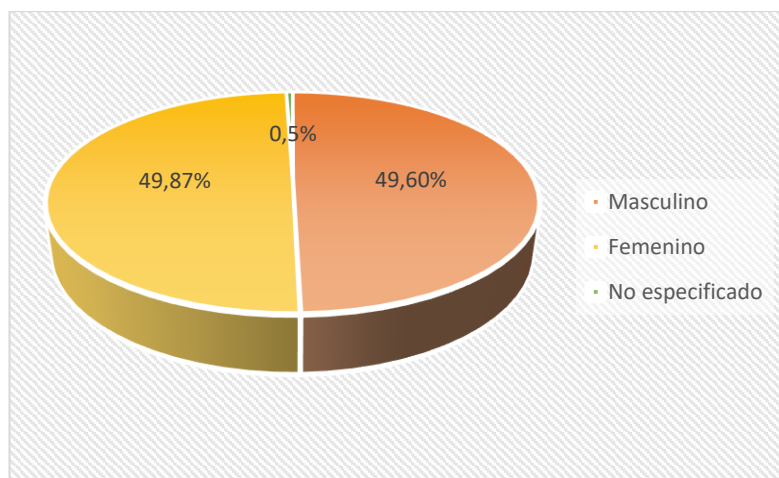
Tabla 10 Género de personas encuestadas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	188	49,6%
Femenino	189	49,9%
No especificado	2	0,5%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Figura 5 Género de personas encuestadas



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados el 49,87% es de género femenino y el 49,60 % es masculino mientras que como no especificado es el 0,5%. En conclusión, el mercado entrevistado está dividido en ambos generos tanto femenino como masculino.

Pregunta 3.- Nivel de estudios

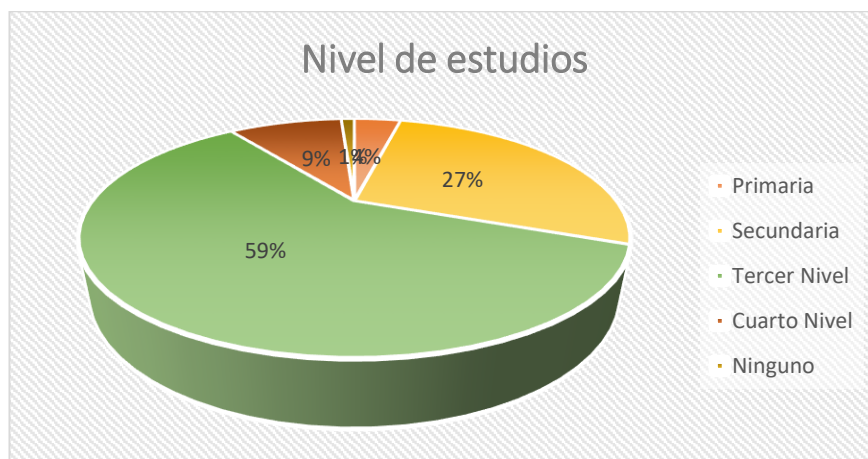
Tabla 11 Nivel de estudios personas encuestadas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	14	4%
Secundaria	103	27%
Tercer Nivel	224	59%
Cuarto Nivel	34	9%
Ninguno	4	1%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Figura 6 Nivel de estudios personas encuestadas



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados el 59% tiene un título de tercer nivel, el 27% secundaria, el 9% tiene un cuarto nivel, el 4% tiene primaria mientras que el 1% no cuenta con ningún nivel de educación. En conclusión, el mayor número de encuestados cuenta con un nivel de educación de tercer nivel.

Pregunta 4.- ¿Consume usted Té?

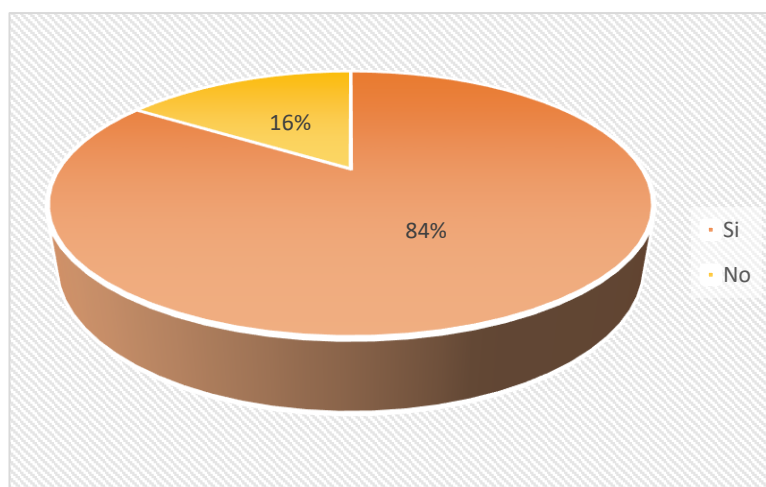
Tabla 12 Consumo de té

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	319	84%
No	60	16%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Figura 7 Consumo de té



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación

De las 379 personas encuestadas, 319 (el 84%) indican que consumen té y las 60 (16%) no lo consumen. Por esta razón a efectos de la investigación se tomará el porcentaje de las personas que consumen el té.

Pregunta 5.- ¿Cuál es su sabor de té favorito?

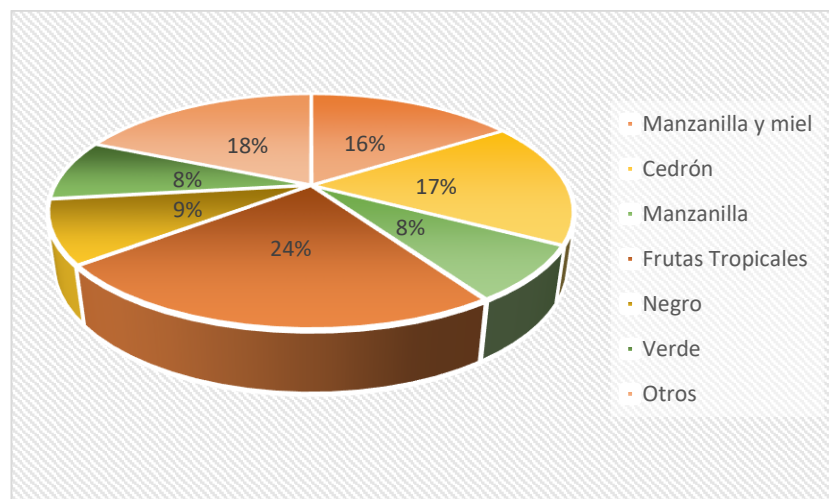
Tabla 13 Sabor favorito de té

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Manzanilla y miel	60	16%
Cedrón	65	17%
Manzanilla	29	8%
Frutas Tropicales	90	24%
Negro	33	9%
Verde	32	8%
Otros	70	18%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Figura 8 Sabor favorito de té



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados el 24% consume té de sabor a frutas tropicales, el 18% otros sabores, el 17% de sabor a cedrón, el 16% de manzanilla y miel, el 9% de té negro otro 8% de té verde, el 8% de manzanilla. En conclusión, el mayor número de encuestados consumen té de frutas tropicales.

Pregunta 6.- ¿Cuál de las siguientes marcas es la preferida?

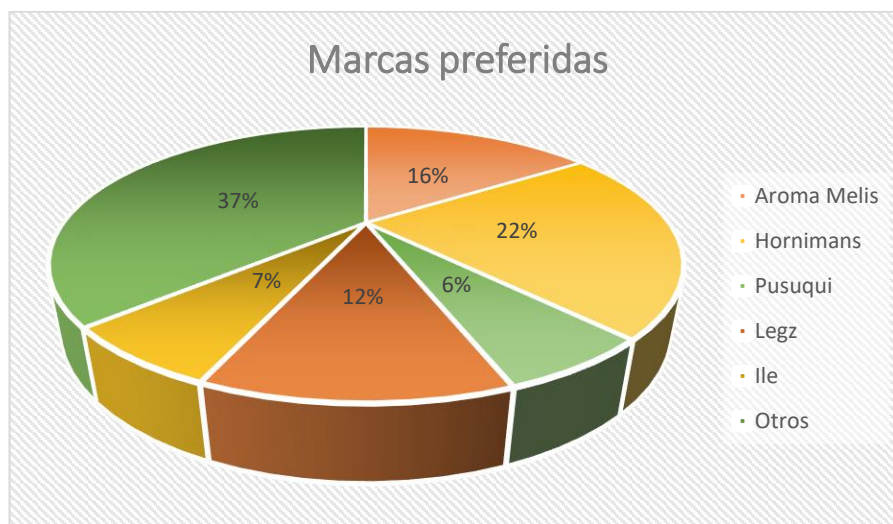
Tabla 14 Marcas de té preferidas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Aroma Melis	59	16%
Hornimans	85	22%
Pusuqui	24	6%
Legz	46	12%
Ile	26	7%
Otros	139	37%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Figura 9 Marcas de té preferidas



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados el 37% prefiere de otras marcas, 22% adquiere cajas de té de la marca Hornimans, el 16% con la marca Aroma Melis, el 12% de la marca Legz, el 7% marca Ile, 6% marca Pusuqui. En conclusión, el mayor número de encuestados consumen té de otras marcas.

Pregunta 7.- ¿Cuál es su frecuencia de consumo de sobres de Té?

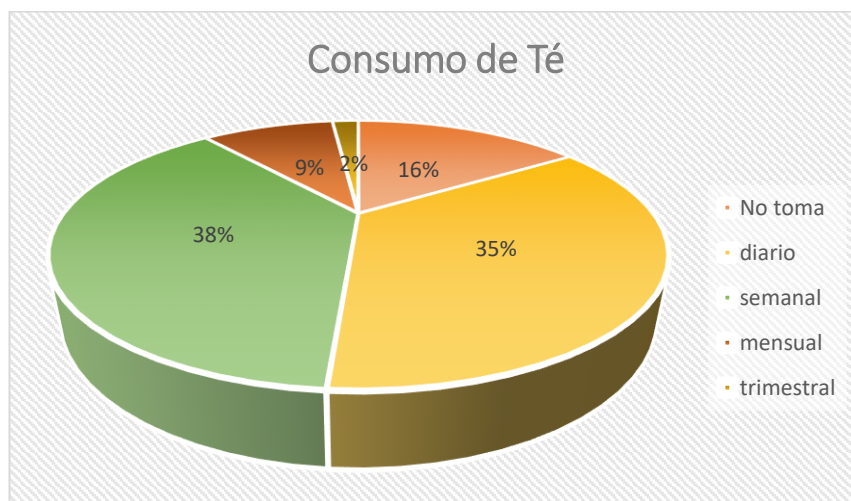
Tabla 15 Consumo de té

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
No toma	60	16%
diario	134	35%
semanal	143	38%
mensual	35	9%
trimestral	7	2%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Figura 10 Consumo de Té



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados el 38% consume semanalmente té, el 35% diario, el 16% no toma té, el 9% mensual y el 2% trimestralmente. En conclusión, el mayor número de encuestados consumen semanalmente té.

Pregunta 8.- ¿Seleccione 1 o 2 atributos que considere determinante para decidir al comprar té?

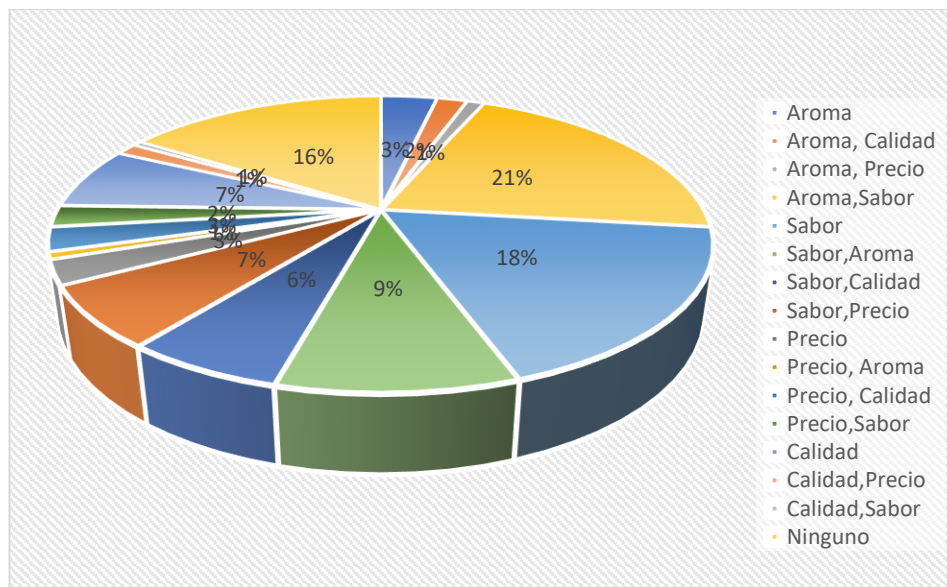
Tabla 16 Atributos determinantes para compra de té

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Aroma	13	3%
Aroma, Calidad	7	2%
Aroma, Precio	4	1%
Aroma,Sabor	78	21%
Sabor	67	18%
Sabor,Aroma	36	9%
Sabor,Calidad	24	6%
Sabor,Precio	25	7%
Precio	10	3%
Precio, Aroma	3	1%
Precio, Calidad	10	3%
Precio,Sabor	9	2%
Calidad	26	7%
Calidad,Precio	5	1%
Calidad,Sabor	2	1%
Ninguno	60	16%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Figura 11 Atributos para comprar Té



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados el 21% indica que es determinante el aroma y sabor de un té antes de su compra, el 18% el sabor, el 16% ninguno, el 9% de sabor y aroma, el 7% sabor y precio, el 7% calidad, el 6% sabor y calidad, el 3% aroma, el 3% precio, 3% el precio y calidad, el 2% tienen Aroma y calidad, 2% precio y sabor. Los otros porcentajes tienen baja determinación razón por la cual se puede evidenciar que para la compra del producto predomina el aroma y sabor.

Pregunta 9.- ¿Cuántos sobres o bolsitas de Té desearía Usted que llevara una caja de Té de Cacao?

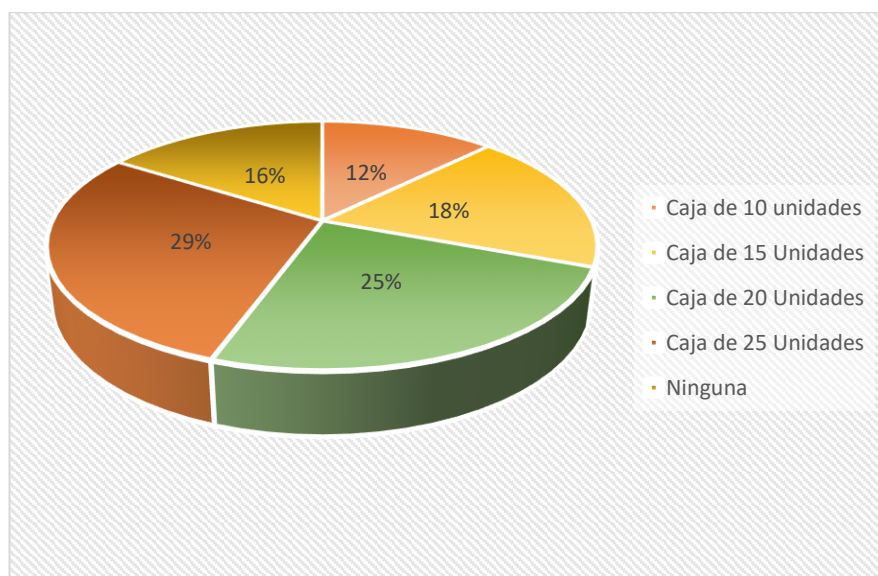
Tabla 17 Unidades de té por caja

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Caja de 10 unidades	47	12%
Caja de 15 Unidades	70	18%
Caja de 20 Unidades	93	25%
Caja de 25 Unidades	109	29%
Ninguna	60	16%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Figura 12 Sobres o bolsitas de Té por caja



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados el 29% le gustaría que tenga la caja 25 sobres, el 25% que sea de 20 sobres, el 18% que tenga 15 sobres, el 16% ninguno, mientras que el 12% tenga 10 sobres. En conclusión, a la mayoría de las personas les gustaría que el producto contenga 25 sobres.

Pregunta 10.- ¿Consumiría un té 100% natural que brinde antioxidantes para su cuerpo con aroma de Cacao?

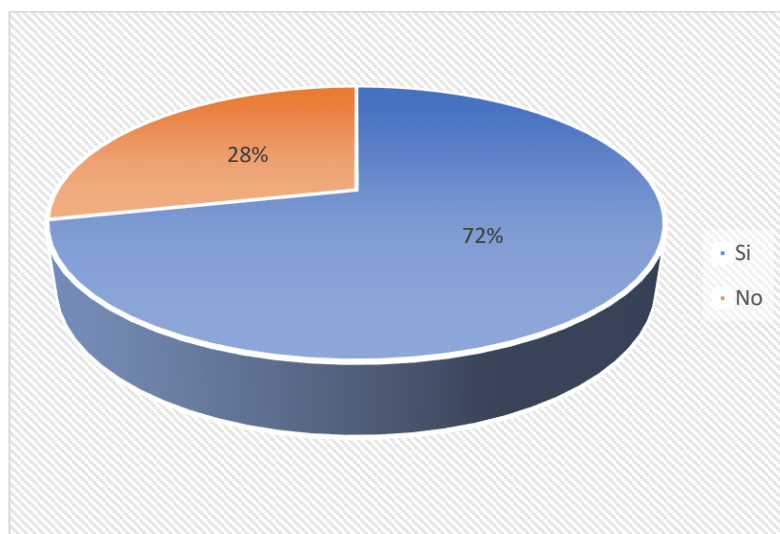
Tabla 18 Consumo de té con aroma a cacao

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Si	271	72%
No	108	28%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Figura 13 Consumo de té natural con aroma de cacao



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados el 72% le gustaría consumir el nuevo producto con aroma a cacao mientras que el 28% no lo consumiría. En conclusión, tenemos un mercado con un porcentaje alto dispuesto a comprar el producto.

Pregunta 11.- ¿Cuánto estaría dispuesto a cancelar por una caja de 20 sobres de té de Cacao?

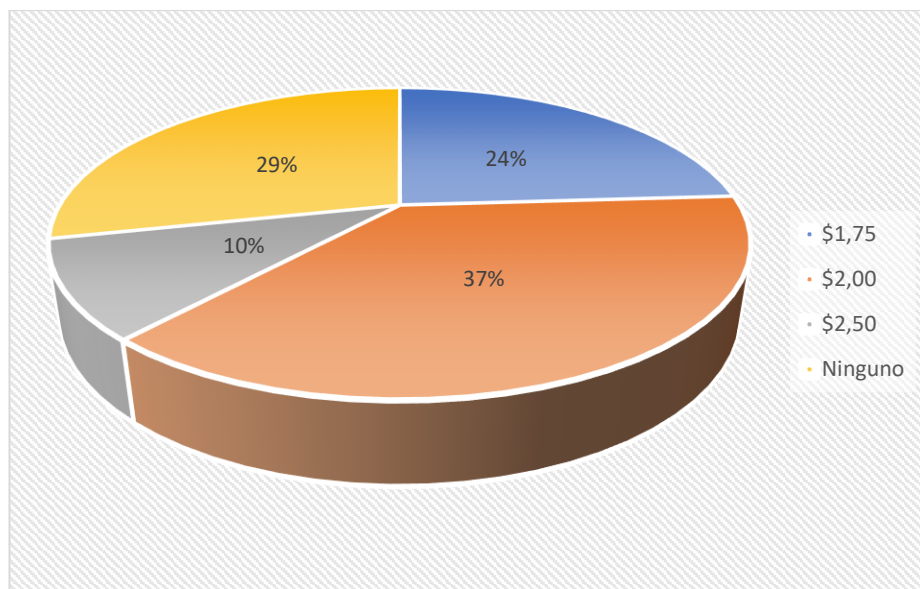
Tabla 19 *Cuánto estaría dispuesto a cancelar por la caja de té*

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
\$1,75	91	24%
\$2,00	142	37%
\$2,50	38	10%
Ninguno	108	28%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Figura 14 *Cuánto estaría dispuesto a cancelar por la caja de té*



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados el 37% indica que cancelaría \$2,00 por una caja de 20 sobres de té de cacao, el 28% ningún valor, el 24% indica que cancelaría \$1,75 y el 10% el valor de \$2,50. En conclusión, el producto está dentro de los parámetros del precio con la competencia y con lo que el cliente podría cancelar.

Pregunta 12.- ¿En qué lugar Usted adquiere con mayor frecuencia las cajas de té?

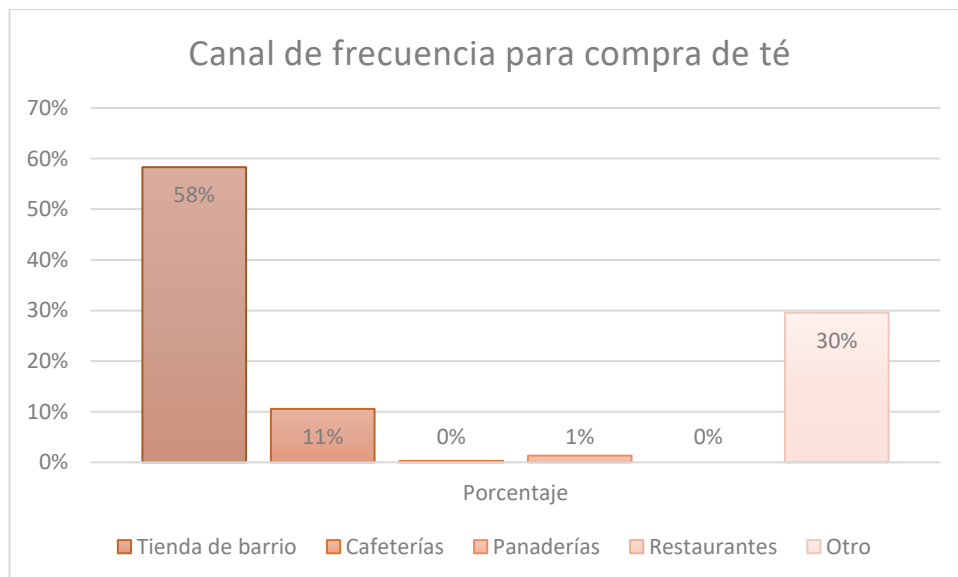
Tabla 20 Lugar que adquiere cajas de té

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Supermercado	221	58%
Tienda de barrio	40	11%
Cafeterías	1	0%
Panaderías	5	1%
Restaurantes	0	0%
Otro	112	30%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Figura 15 Canal de compra de té



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación

Del total de encuestados el 58% indica que la frecuencia de compra es en los supermercados, el 30% en otros lugares, el 11% en tiendas de barrios, el 1% en panaderías. En conclusión, las personas adquieren las cajas de té en supermercados.

Pregunta 13.- Por qué medio de comunicación le gustaría enterarse del nuevo producto de Té de cacao. Ordene según su importancia siendo 1 más importante y 4 menos importante.

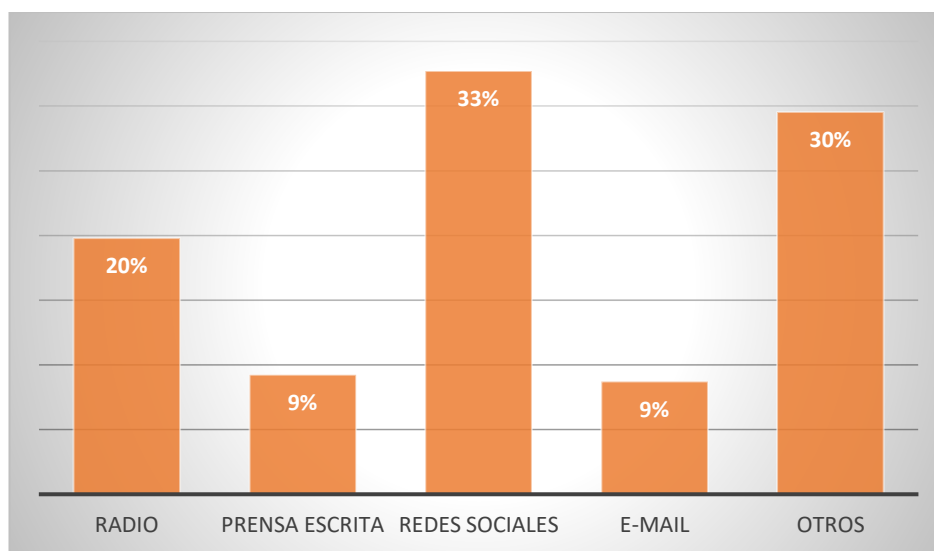
Tabla 21 Grado de importancia del medio de comunicación

Descripción	Importancia	Porcentaje
Radio	75	20%
Prensa Escrita	35	9%
Redes Sociales	124	33%
E-mail	33	9%
Otros	112	30%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Figura 16 Grado de importancia por medio de comunicación más importante



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación

Para esta pregunta se estableció el grado de importancia que se da a los medios de comunicación estableciendo como más importantes y menos importantes así tenemos:

Redes Sociales: 33% indican que es importante, Otros: 30% ninguno, 20% indica que la radio es importante, Prensa 9% indica que es importante el Email que

el 9% es importante. En conclusión, la tendencia a recibir información predomina en las redes sociales y radio.

Pregunta 13.- En orden de importancia, ¿Cuáles son las redes que más usa? siendo 1 “más usado” y 4 “menos usado”.

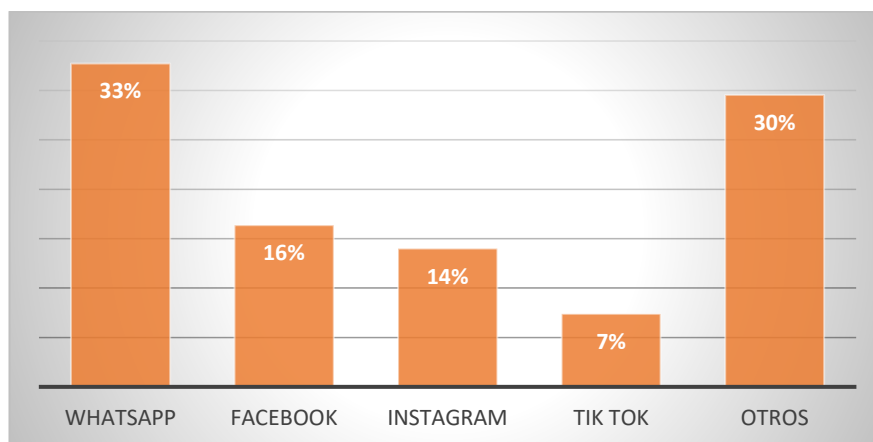
Tabla 22 Grado de importancia de las redes sociales

Descripción	Importancia	Porcentaje
WhatsApp	124	33%
Facebook	62	16%
Instagram	53	14%
Tik Tok	28	7%
Otros	112	30%
Total	379	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Figura 17 Redes Sociales más usadas



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación

En esta pregunta se estableció el grado de importancia que se da a las redes sociales estableciendo como el menos usado y más usado:

En WhatsApp el 33% de personas indica que es la red más importante, Otros: 30% ninguno, Facebook el 16%, Instagram el 14% y Tik Tok el 7%. En conclusión, la red social más usada es WhatsApp, seguida por Facebook e Instagram.

1.4 Demanda Potencial

“Es el volumen máximo de ventas en unidades físicas que tiene disponible la empresa durante un tiempo determinado” (Consulting, 2022)

Demanda Actual del producto en personas

Es la cantidad de producto o servicio que los clientes desean adquirir. Para el cálculo de la Demanda se ha tomado en referencia el número total de habitantes en la Parroquia de Quitumbe, barrio Guamaní siendo el 100% (32.076) se obtiene una muestra a ser encuestados de 379 personas.

En base a la información obtenida de la pregunta 4 el 84% (319) habitantes consumen té con una frecuencia diaria, semanal, mensual y trimestral. Considerando una demanda de anual de 238.463 cajas de té con 20 sobres cada una.

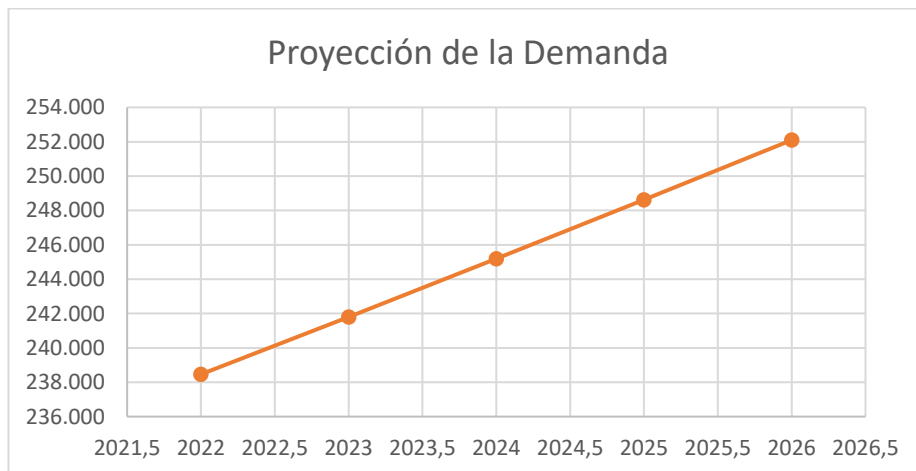
Tabla 23 Proyección de la demanda

Año	TCP	Demanda en personas	Demanda Cajas en Años	Demanda Cajas en Meses	Demanda cajas en Días
2022		26.944	238.463	19.872	662
2023	1,40%	27.321	241.801	20.150	672
2024	1,40%	27.704	245.186	20.432	681
2025	1,40%	28.091	248.619	20.718	691
2026	1,40%	28.485	252.100	21.008	700

Fuente: (Banco Mundial, s.f.)

Elaborado por: La Autora

Figura 18 Proyección de la demanda



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

1.5 Análisis del Macro y Micro Ambiente

Análisis del micro ambiente

Determinación de 5 fuerzas de mercado

Análisis del macro ambiente

“En el microambiente de la empresa se consideran todos los micro factores que afectan la estrategia, es decir la toma de decisiones incluso el rendimiento empresarial. Es de gran importancia para la empresa realizar un análisis del microambiente antes de tomar una decisión ya que esta puede llevar al éxito o al fracaso de la institución” (Sy Corvo, 2021).

Para la presente investigación se trabajará con el análisis de las 5 fuerzas de Porter, con las cuales se podrán revisar las incidencias que tienen sobre el presente proyecto.

Poder de Negociación de los clientes

Nivel: Alto

Ya que se entrega el producto en supermercados cumpliendo ciertas normativas que imponen estos establecimientos.

Poder de Negociación de los Proveedores

Nivel: alto

Los proveedores marcaran horario para poder retirar la materia prima ya que son desechos que no tiene valor para ellos.

Amenazas de competidores nuevos

Nivel: medio

Una de las mayores amenazas que se le presenta al producto es la aparición de nuevos competidores y productores de té ingresando al mercado con nuevos aromas y sabores, además de que no es costoso, pero si abarca trabajo ya que la materia prima se debe recolectar de varias haciendas productoras de la Costa Ecuatoriana.

Amenaza de productos sustitutos

Nivel: Alta

Dentro de los productos sustitutos con los que podrían nuestros futuros clientes reemplazar el té son: café, jugos procesados, gaseosas e incluso puede ser otros tipos de té. Cabe mencionar que una de las características de nuestro producto es que su elaboración es con productos naturales.

Rivalidad entre competidores

Nivel: Alta

En todo negocio existe competencia por tanto se ha realizado un estudio del mercado con la competencia revisando precios, lugares de distribución, sabores, beneficios al cliente. Según lo revisado existe una rivalidad entre competidores alta.

Análisis PEST.

En la siguiente tabla se podrá identificar los factores externos Macro que pueden influir en el desarrollo del proyecto. Es importante conocerlos ya que estos nos permitirán tomar futuras decisiones.

Tabla 24 *Matriz PEST*

Factor	Oportunidades	Amenazas
Político	Préstamos bancarios para nuevos emprendimientos con baja tasa de interés. Además, exoneración de impuestos para nuevos negocios.	Materia Prima Con (Hojas y cascarilla de cacao)
Económico	El PIB del Ecuador está en crecimiento positivo. La economía crecerá 2,8 % en este año 2022 indico el gerente Banco Central.	Posibles efectos negativos post pandemia en la economía del país. Posible rebrote

	(Primicias)	pandemia.
Social	Existe mayor consumo de té en las personas. Aumento en la preferencia en consumo de alimentos bajos en grasa y naturales	Uso excesivo de insecticidas en algunos cultivos. Cierta porcentaje de sedentarismo y consumo de comida rápida y procesada
Tecnológico	Precios bajos en maquinarias por el posible tratado de Comercio con china.	No disponer de la maquinaria para producción en pequeñas cantidades.

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Proyección de la oferta.

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que las empresas ponen a la venta a las personas con un precio determinado por cada empresa (Economipedia, 2018).

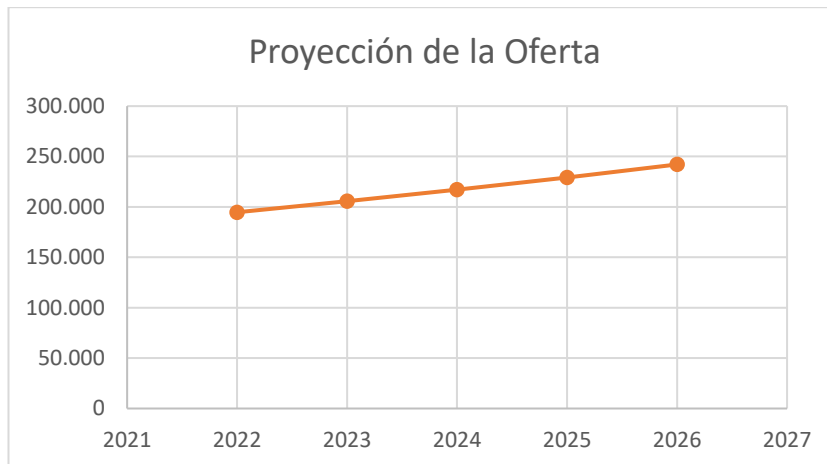
Tabla 25 *Proyección de la oferta*

Año	TCS	Oferta en Unidades	Oferta Cajas en meses	Oferta Cajas en días
2022		194.700	16225	541
2023	5,60%	205.603	17134	571
2024	5,60%	217.117	18093	603
2025	5,60%	229.276	19106	637
2026	5,60%	242.115	20176	673

Fuente: B.C.E. Banco Central del Ecuador

Elaborado por: La autora

Figura 19 *Proyección de la oferta*



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

1.6 Demanda Potencial Insatisfecha

En este apartado se puede evidenciar la oportunidad que tiene la empresa al brindar el producto, se debe realizar una comparación entre la demanda y la oferta para lo cual la demanda debe ser mayor y esto demostrará que es viable el proyecto.

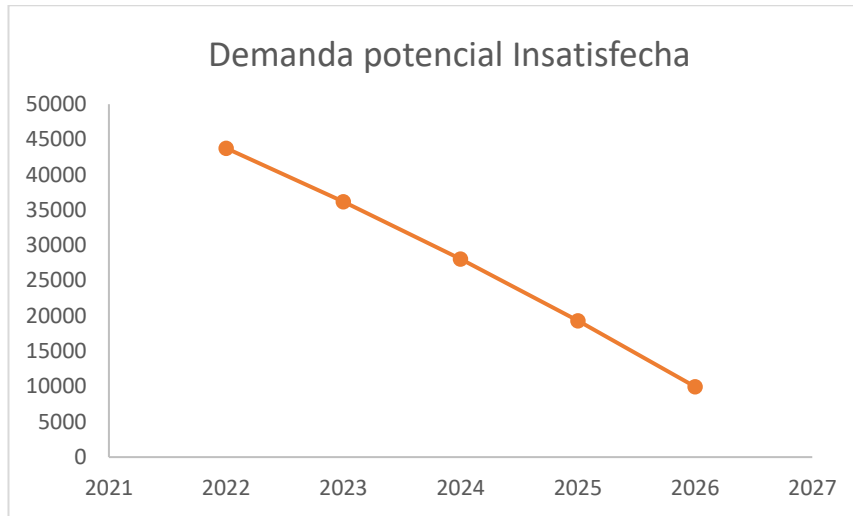
Tabla 26 *Demanda potencial insatisfecha*

Año	Demanda en Unidades	Oferta en Unidades	Demanda potencial Insatisfecha
2022	238.463	194.700	43763
2023	241.801	205.603	36198
2024	245.186	217.117	28069
2025	248.619	229.276	19343
2026	252.100	242.115	9985

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

Figura 20 Demanda potencial insatisfecha



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La autora

1.7 Diseño de marca (branding)

El producto para desarrollarse es un té de hoja y cascarilla de cacao llamado “Caobel”.

- *Logotipo*

-

Figura 21 Caobel



Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La Autora

- ***Eslogan***

“Su Aroma te dará una sensación de recuerdos”.

- ***Percepción y posicionamiento***

El producto quedará en cada uno de los sentidos del futuro cliente por su agradable aroma y sabor a cacao. Muchas personas por diferentes circunstancias se han visto en la necesidad de no consumir productos a base de cacao, pero con el té van a volver a saborear este producto.

- ***Diferenciación***

Nuestro producto está desarrollado con hojas y cascarilla de cacao naturales sin preservantes en su elaboración lo cual permite al cliente mediante su agradable aroma diferenciar nuestro té de la competencia.

1.8 Estrategias de marketing

En la siguiente información se detallará las estrategias de marketing que se podría aplicar en la empresa:

- ***Estrategias del producto***

Empaque individual. – Esto ayudará al cliente para que pueda disfrutar de su infusión en cualquier lugar donde se encuentre.

Calidad de los materiales. – La materia prima a ser usada es natural basada en hojas y cascarilla de cacao.

Marca. – Nuestro nombre hace mención del Cacao que son solo ver su nombre ya nos indica que está elaborado.

- *Estrategias del precio*

Descuentos. – Por cada 3 cajas de té obtendrá el 10% de descuento.

Bonificaciones. – Al momento de la compra se le otorgará el 5% de descuento si menciona que ha recibido información del producto por nuestras redes sociales.

Entrega. – Nuestro producto cuenta con un precio accesible a toda la población razón por la cual podrán adquirirlo en los supermercados que se encuentran alrededor de sus viviendas sin necesidad de realizar un pago excesivo en transportación. Si el cliente desea realizar algún pedido lo puede hacer realizando como un mínimo de 5 cajas para así obtenga el descuento del servicio a domicilio.

- *Estrategias de plaza*

Comercialización. – El producto se encontrará en supermercados distribuidos en el Sur de Quito como es Santa María, Gran Akí, Akí, Tía.

Ubicación. - El producto está desarrollado para las personas del sur de Quito razón por la cual se ubicará en el sector de Guamaní, Ciudad Jardín.

Digitalización. – La tecnología que se maneja hoy en día ha obligado a la empresa a crear una tienda online para facilitar al cliente en adquirir el producto.

Relacionando lo anterior se tomarán las siguientes canales de distribución:

Distribución Directa producto que llega directamente al consumidor y se utilizará ecommerce.

Distribución indirecta en la que se utilizará los grandes supermercados.

- *Estrategias de promoción*

Redes Sociales. – Para poder llegar a nuestros clientes manejaremos las siguientes redes sociales WhatsApp Business, Facebook, Instagram y Tik Tok. Además, que con nuestra base de datos se enviarán correos electrónicos

masivos a nuestros clientes.

Convenios. – Para poder estar más cerca de nuestros clientes se realizará convenios con los supermercados que se encuentran alrededor de la empresa.

Promociones. – Clientes que realicen la compra en la tienda online recibirán sobres adicionales a su compra además de descuentos según fechas establecidas.

- Por cada \$15,00 de compra podrás obtener un accesorio de un conjunto de té (4 tazas,4 platillos,4 cucharitas, 1 tetera,1 caja de madera para colocación de los sobres de té) por un tiempo de 6 meses. Si no completan los \$15,00 podrán acumular estos puntos.
- Promociones por fechas festivas o feriados ingresando un código que estará en la caja de té así obtendrá un descuento adicional para la siguiente compra, válido por 2 meses a la compra directa en la página web.
- Black Friday descuentos especiales por compras directas en nuestra página web.

En base a la pregunta 13 se ve que las personas utilizan las redes sociales para que se les brinde información de los productos razón por la cual se va a trabajar con WhatsApp Business, Marketplace de Facebook ya que se adaptan a las necesidades económicas de la empresa.

1.9 Plan de comunicación

Objetivos	Estrategias	Medio	Indicadores	Responsable	Presupuesto	Tiempo
Alcanzar un número importante de clientes	Envío de correos masivos	Correos Electrónicos	Ventas obtenidas al mes / correos enviados	Gerente	\$28,00	1 envío cada 3 meses
Creación de una página web	Página amigable y fácil de usar	Uso de internet	Ventas obtenidas al mes / Visitas a página web	Empresa Externa	\$150,00	Anual
Alcanzar una aceptación positiva por parte de los clientes	Uso de redes sociales	Facebook	Ventas obtenidas al mes / Seguidores de Facebook	Gerente	\$25,00	Mensual
		WhatsApp Bussines	Ventas obtenidas al mes / Vistas de Estados WhatsApp	Gerente		
		Instagram	Ventas obtenidas al mes / Seguidores de Instagram	Gerente		
		Tik tok	Ventas obtenidas al mes / Seguidores de Tik Tok	Gerente		
Notoriedad de la marca	Publicidad en radio	Radio Vigia	Ventas obtenidas al mes / Número de anuncios	Gerente	\$0,00	Semanal

CAPÍTULO II

Operaciones

2.2.Objetivo del Capítulo

Diseñar el proceso de la elaboración de un Té elaborado a base de hojas y cascarilla de cacao. Además de identificar los materiales, insumos, capacidad productiva, como está distribuida la instalación, el personal y todos los recursos necesarios para la preparación del producto.

2.3.Descripción del proceso

La producción de todo producto conlleva una serie de etapas para que pueda llegar al producto final brindando al consumidor calidad e higiene en lo que pueda consumir, razón por la cual para la elaboración del Té de hojas y cascarilla de cacao se ha organizado de la siguiente manera los procesos:

- Recepción de materia prima (Hojas y cascarilla de cacao)
- Comprobación de la calidad de la materia prima a ser usada
- Distribución y mezcla de materia prima para obtención del producto
- Colocación del producto en la máquina selladora de bolsas de té
- Empaquetado y sellado de producto
- Almacenamiento en bodega del producto final

Recepción de materia prima

La materia prima para la elaboración del té se la obtendrá de una finca en la región Costa de nuestro país calificada para la distribución de cacao de buena calidad, se recibirá en la planta de producción por el personal encargado. Se planificará con el proveedor el día y la hora de entrega y lugar de colocación de la materia prima este proceso tendrá como duración un tiempo estimado de 30 minutos.

Comprobación de la calidad de la materia prima a ser usada

Antes de la elaboración del producto se debe realizar una comprobación de calidad con las hojas y cascarilla de cacao para que luego se realice el proceso de transformación. Una vez revisada la materia prima y constatando que se encuentre en perfecto estado es decir fresca y limpia se procede a la colocación de un lugar limpio y seco. Este proceso dura aproximadamente 30 minutos.

Distribución y mezcla de materia prima para obtención del producto

En este proceso se realiza la dosificación en cada una de las bolsitas de té, según colocando 2 gramos en cada sobre (Catatea, 2017) .Este proceso demora 30 minutos.

Colocación del producto en la máquina selladora de bolsas de té

Poner el producto en la máquina para que empiece el sellado de las bolsas de té, este proceso tarda 30 minutos.

Empaquetado y sellado de producto

Posterior a que la máquina selladora arroje las bolsitas de té ya selladas el personal encargado deberá colocar el empaque y etiqueta. Este proceso tiene una duración de 4 horas.

Almacenamiento en bodega del producto final

Cuando ya se haya terminado el proceso anterior el personal deberá almacenar en bodega las cajas de té de hoja y cascarilla de cacao para posterior realizar la distribución y comercialización. Este proceso tarda 30 minutos.

Normativas

Según la normativa NTE INEN 2392 establece los requisitos para las hierbas aromáticas desecadas o deshidratadas procedentes de diferentes especies deben cumplir buenas prácticas de fabricación, limpieza y manejo es decir mantener sus características propias de (sabor, color y olor) también indica que pueden expendirse enteras, troceadas o molidas solas o mezcladas. (Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2017)

Tabla 27 Requisitos físico - químicos para hierbas aromáticas

Requisitos	Unidad	Máximo	Método de ensayo
Humedad	Fracción másica (%) expresada en porcentaje	12	NTE INEN-ISO 1573
Cenizas insolubles en ácido clorhídrico	Fracción másica en base seca (%) expresada en porcentaje	3,5	ISO 1577

Fuente: (Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2017)

Elaborado por: La Autora

Tabla 28 Requisitos microbiológicos para hierbas aromáticas

Requisitos	Unidad *	Caso	n	c	m	M	Método de ensayo
<i>Escherichia coli</i>	UFC/g	6 ^a	5	1	1 x 10	1 x 10 ²	NTE INEN-ISO 16649-2
<i>Salmonella</i>	UFC/25 g	10 ^b	5	0	Ausencia	-	NTE INEN-ISO 6579
<i>Bacillus cereus</i>	UFC/g	8 ^c	5	1	1 x 10 ³	1 x 10 ⁴	NTE INEN-ISO 7932
<i>Clostridium perfringens</i>	UFC/g	8 ^c	5	1	1 x 10 ²	1 x 10 ³	NTE INEN-ISO 7937

* UFC/g: Unidades formadoras de colonia.

^a Caso 6. Indicador bajo, peligro indirecto. ICMSF 8.

^b Caso 10. Peligro grave incapacitante, pero por lo general no amenaza la vida, las secuelas son raras, duración moderada. ICMSF 8.

^c Caso 8. Por lo general no amenazan la vida. Normalmente sin secuelas, normalmente de corta duración, síntomas autolimitada, puede ser una molestia severa.

donde

n es el número de muestras a analizar,

m es el límite de aceptación,

M es el límite superado el cual se rechaza,

c es el número de muestras admisibles con resultados entre m y M.

Fuente: (Servicio Ecuatoriano de Normalización, 2017)

Elaborado por: La Autora

2.4. Mapa de Procesos

Figura 22 Mapa de procesos



Fuente: Investigación de campo

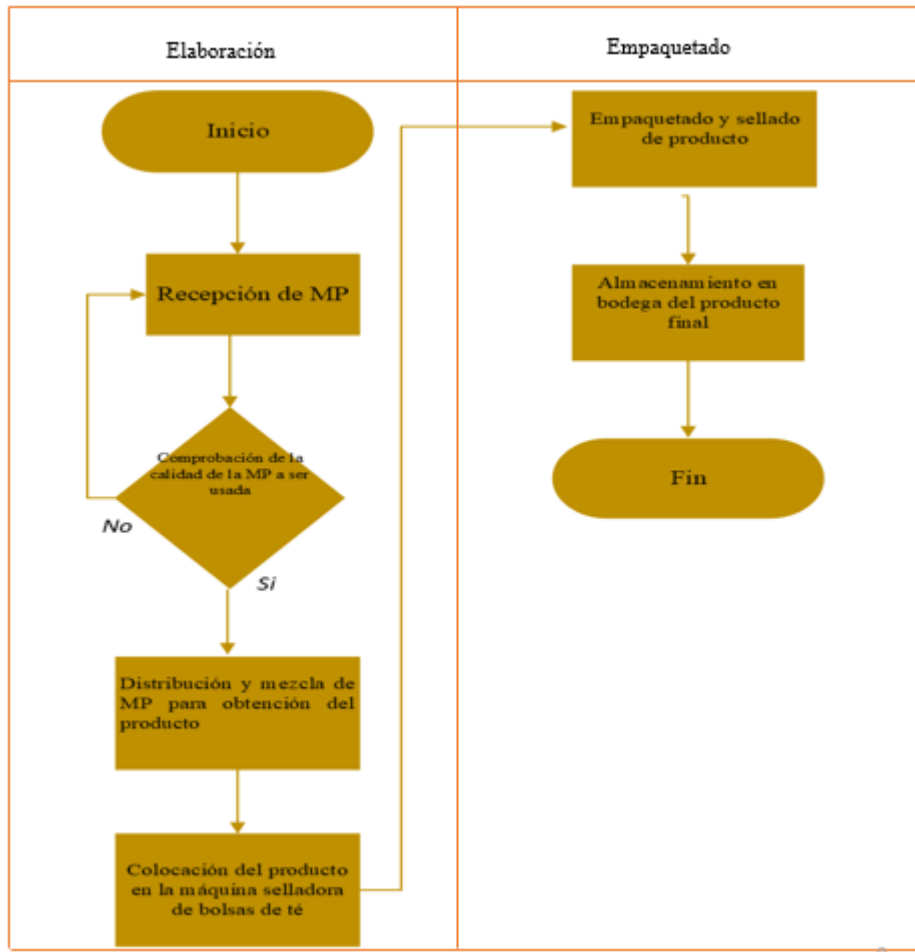
Elaborado por: La Autora

En el anterior Gráfico se puede evidenciar cuales son los procesos que va a desarrollar la institución teniendo como principales las necesidades y satisfacción del cliente. Parte con los procesos estratégicos donde se encuentra la Gerencia. Los procesos Misionales donde está la razón de ser de la empresa, los servicios y la producción del producto. Procesos de soporte donde está el departamento de Apoyo es decir la parte financiera.

Flujograma de Procesos

En este flujograma se da a conocer los procesos que se lleva a cabo para la producción del té de hoja y cascarilla de cacao se indica de manera secuencial lo que se debe cumplir además de las personas encargadas por áreas, es decir desde la recepción de la materia prima hasta terminar con el producto final.

Figura 23 Flujograma



Símbolo	Nombre	Función
	Inicio/Final	Representa el inicio o final de un proceso
	Línea de flujo	Indica el orden en la ejecución e indica la siguiente instrucción
	Proceso	Representa cualquier tipo de operación
	Decisión	Permite analizar una situación identificando si es verdadero o falso

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Descripción de instalaciones, equipos y personas.

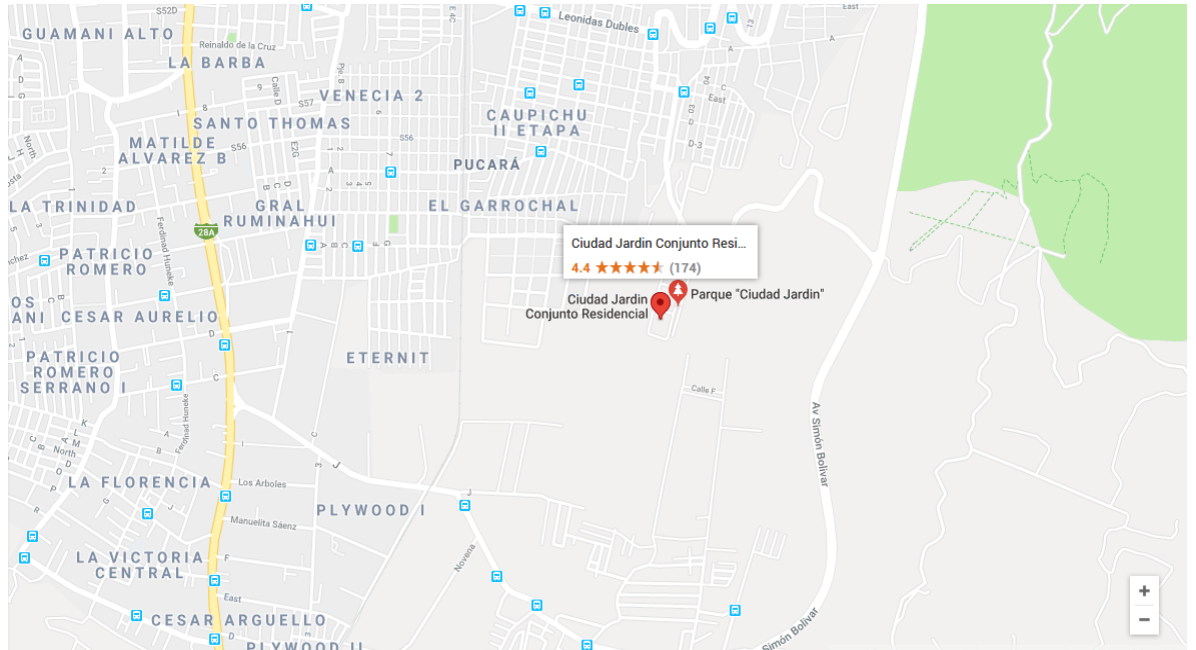
Localización de la planta para el proceso de producción

Para poder determinar la localización de la infraestructura de nuestra empresa tomamos en cuenta varios factores sobre todo lo económico ya que, al contar con

un espacio propio con varios accesos viales esto en beneficio de nuestros proveedores y clientes, servicios básicos, un espacio para bodega se optó que es la mejor.

Mediante la plataforma Google Maps obtuvimos la ubicación donde se localiza el proyecto:

Figura 24 Mapa



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

Instalaciones de la planta

Para poder desarrollar de mejor manera la elaboración del producto se ha dividido las instalaciones en 6 bloques los mismos que van a ser ocupados por el personal operativo y administrativo y así puedan desempeñar correctamente sus funciones. Se debe indicar que el diseño se lo realiza con una proyección en producción y ventas de 5 años.

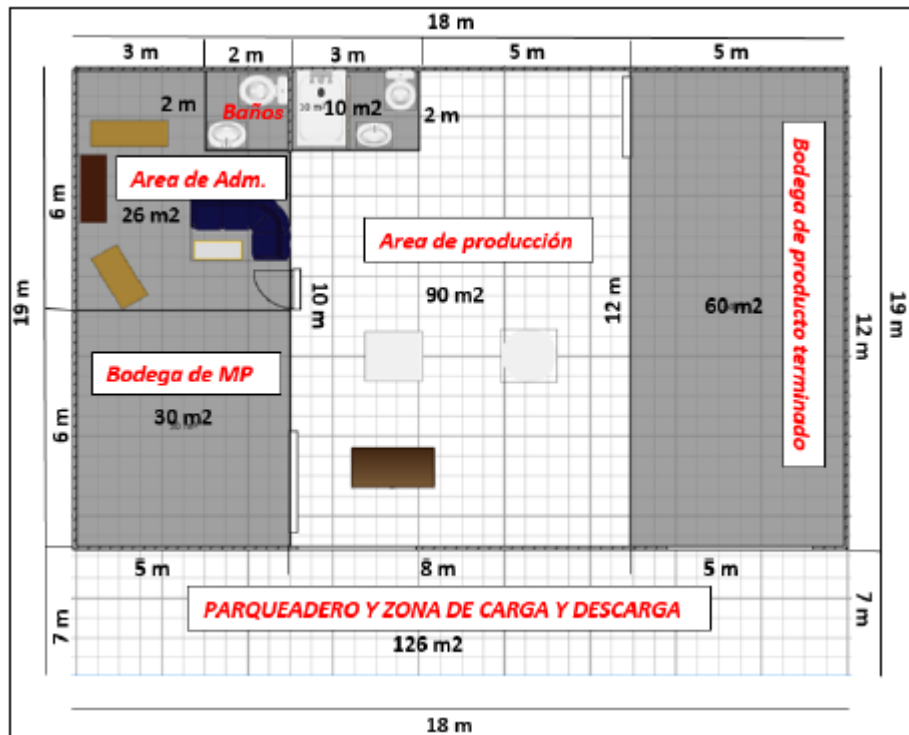
Tabla 29 Infraestructura de la empresa

Infraestructura de la Empresa	
DETALLE	METROS CUADRADOS
Área administrativa	26
Área de producción	90
Bodega de MP	30
Bodega de producto terminado	60
Baños y duchas	10
Parqueadero	126
TOTAL	342

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora


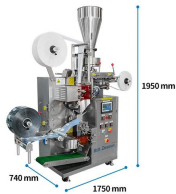
Figura 25 Infraestructura de la empresa



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Tabla 30 Descripción de Equipos

Actividad	Equipo	Características	Costo
Pesado	Balanza PR-C		
		*Balanza digital de alta calidad para uso industrial con funciones de cuenta piezas, tara y control de peso programable, acero inoxidable	\$200
Sellado de bolsas de té	Máquina selladora Dession té multifuncional		
		* Velocidad de embalaje de 40-60 bolsas por minuto	\$6.650

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Descripción de Actividades

Se detalla a continuación las actividades a desarrollar por el personal calculando así la mano de obra por el desarrollo en la elaboración del producto y demás actividades.

Tabla 31 Actividades

Actividades	Tiempo "minutos"	Nº personas	Horas-Hombre
Recepción de materia prima	30	1	0,50
Comprobación de la calidad de la materia prima a ser usada	30	1	0,5
Distribución y mezcla de materia prima para obtención del producto	30	1	0,5
Colocación del producto en la máquina selladora de bolsas de té	30	1	0,5
Funcionamiento de la máquina y supervisión del empleado	60	1	1,0
Empaquetado y sellado de producto	240	1	4
Almacenamiento en bodega del producto final	30	1	0,5
TOTAL	450		7,50

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

Para la producción diaria se requiere de 7,50 horas aproximadamente, el tiempo restante se utilizará para realizar los respectivos mantenimientos de limpieza y de equipos según el caso.

Tecnología para aplicar

Para el desarrollo del proyecto se pretende insertar nuevas variedades en sabores de té como por ejemplo sabor a café, vainilla en el primer año. De la misma manera se debería buscar proveedores de calidad para poder realizar estos proyectos de sabores diferentes. En el segundo año implementar a 1 máquina selladora de mayor capacidad de sellado.

Factores que afectan las operaciones

Dentro de los factores que pueden afectar las operaciones tendríamos a los siguientes:

Humanos que el personal no se encuentre con la capacitación o formación necesaria para poder realizar su trabajo de manera óptima y de calidad.

Climatológicos se podría enfrentar una escasez de la materia prima por afectaciones climáticas encontrándose en estas cequias, fuertes lluvias inclusive plagas que podrían afectar a la producción de los sembríos.

Sociales en nuestro país en los dos últimos años se han presentado paralizaciones lo cual podría afectar directamente a la empresa al no poder realizar la producción por falta de materia prima.

2.5. Capacidad de Producción

Capacidad de Producción Futura.

La máquina tiene un buen funcionamiento al ser nueva además dependemos directamente de esta por lo que se va a subir un 10% cada año mejorando los procesos al momento de recepción del material minimizando tiempos de producción.

Tabla 32 Capacidad de producción futura

Tiempo	Bolsas de té	Minutos	Producción diaria bolsas de té	Cajas Diarias	Cajas Mensuales	Cajas Anuales
Unidades de Té elaboradas	40	60	2400	120	2400	28800
	Tasa crecimiento bebidas	AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Proyección de producción	7,33	28.800	30.911	33.177	35.609	38.219

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

2.6. Definición de Recursos Necesarios para la Producción

Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.

A continuación, se detalla la materia prima a ser utilizada y se identifica los proveedores, también se indica la materia prima sustituta en caso de emergencia para seguir con una producción de manera normal.

Tabla 33 Especificación de materias primas

Materia Prima	Importancia	Sustitución	Proveedores
Cascarilla de cacao	Es el componente más importante para la infusión ya que es quien le da el sabor y aroma al producto	Es el componente activo del producto razón por la cual no tiene sustituto, hay que mencionar que nuestro País es productor de cacao así que es fácil conseguir la MP	*Chocolateras de Pedro Vicente * Chocolatera Paccari
Hojas cacao	Es el componente que brinda las propiedades antioxidantes del producto	De la misma manera no tendría sustituto y se puede conseguir fácilmente	*Finca Patricia Salvador * Finca Blanquita El Oro Machala

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

2.7. Calidad

Método de Control de Calidad.

Para brindar un servicio de calidad al cliente y que el producto presente los menos inconvenientes posibles se realizaran controles no solo para la Materia prima sino también al momento de empaquetar, sellar y peso de cada bolsa de té. Se va a desarrollar dos mecanismos de control los mismos que detallan a continuación:

Lista de Verificación

Este método nos ayuda a revisar:

- Número de veces que se repite un acontecimiento
- Tiempo necesario para que suceda algún acontecimiento
- Impacto del acontecimiento

Figura 26 Lista de verificación



Lista de verificación

Problema:

Reclamos por defectos presentados en cajas de té

Proceso:

Producción y empaquetamiento de té

Responsables:

Gerente y Trabajador de producción

Período

01 de Diciembre 2022 al 31 de Diciembre 2022

Total de Producción:

Tipo de Defecto	Frecuencia	Total
Selladura con desperfectos	//// //	8
Contenido Faltante en bolsas de té	////	4
Cajas de té estropeadas	////	5
Cajas de té mal selladas	//// ////	9
Total		26

Fuente: Investigación de campo

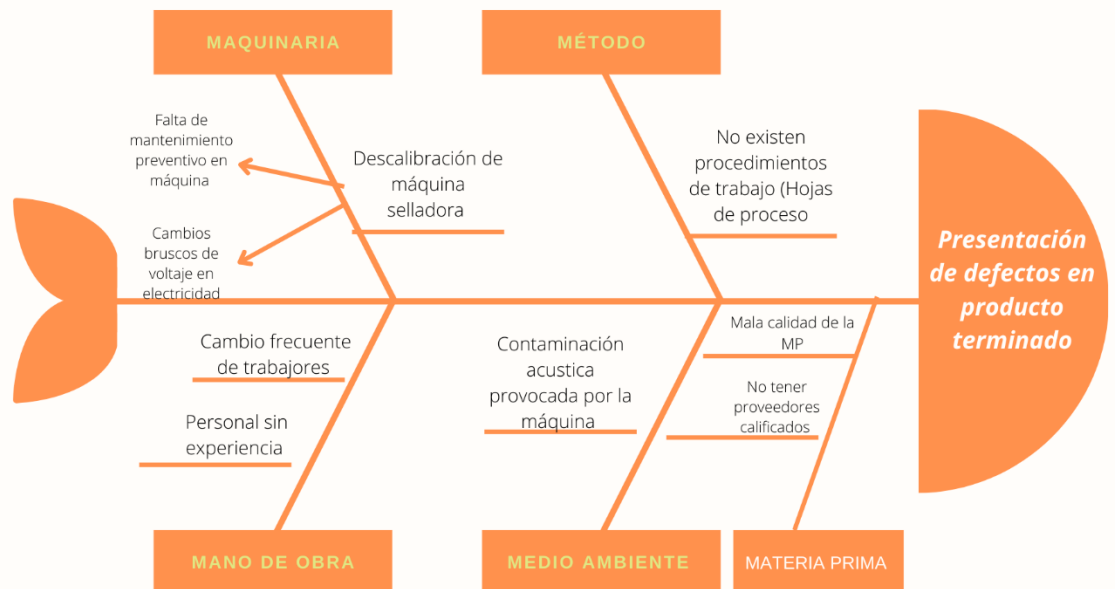
Elaborado por: La Autora

Diagrama de Ishikawa o Espina de Pescado

Este diagrama también llamado diagrama de causa- efecto nos permite revisar los procesos los muestra gráficamente entradas o inputs y las salidas outputs además de dar una retroalimentación de estos.

Figura 27 Problemas

Posibles problemas presentados para tener defectos en el producto "Caobel"



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

En el anterior gráfico se puede evidenciar los posibles problemas que se pueden presentar para que puedan dañar la calidad del producto final y también la imagen de nuestra empresa.

CAPÍTULO III

Organización y Gestión

3.1. Objetivo del capítulo

Establecer la estructura organizacional de la empresa “Caobel” la misma que nos permitirá visualizar los objetivos de corto y largo plazo en la empresa, además, se desarrollará los indicadores de gestión para poder evaluar las actividades que se realiza en la empresa.

3.2. Análisis Estratégico y Definición de Objetivos

Visión de la Empresa

“Ser reconocida en Quito como la empresa de Té de hojas y cascarilla de Cacao que más satisfaga a sus clientes con su aroma y sabor únicos para el año 2028”

Misión de la Empresa

Somos una industria dedicada a la elaboración de Té de hojas y cascarilla de Cacao, con productos naturales de alta calidad para satisfacer a todos sus degustadores con su agradable aroma y sabor.

Objetivos y estrategias

Se desarrolla la Matriz FODA en “Caobel” donde se podrán visualizar las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades que podría aprovechar la empresa y mejorar.

Figura 28 Análisis estratégico



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora

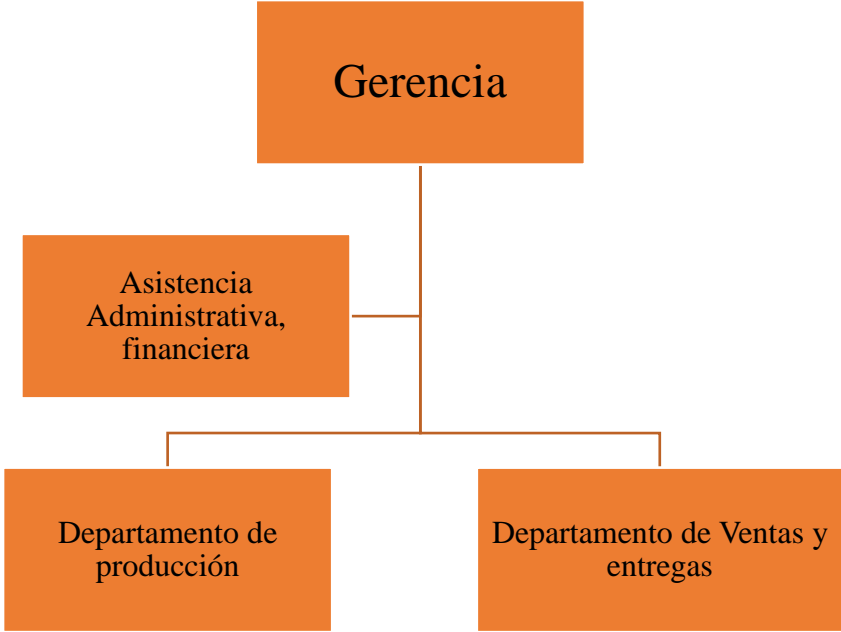
3.3. Organización Funcional de la Empresa

Organización Interna

En nuestra organización se establecerán los siguientes departamentos para lograr desarrollar la producción del té los mismos que se detallan a continuación.

TÉ DE HOJA Y CASACARILLA DE CACAO “CAOBEL”
Organigrama Estructural

Figura 29 Organigrama estructural



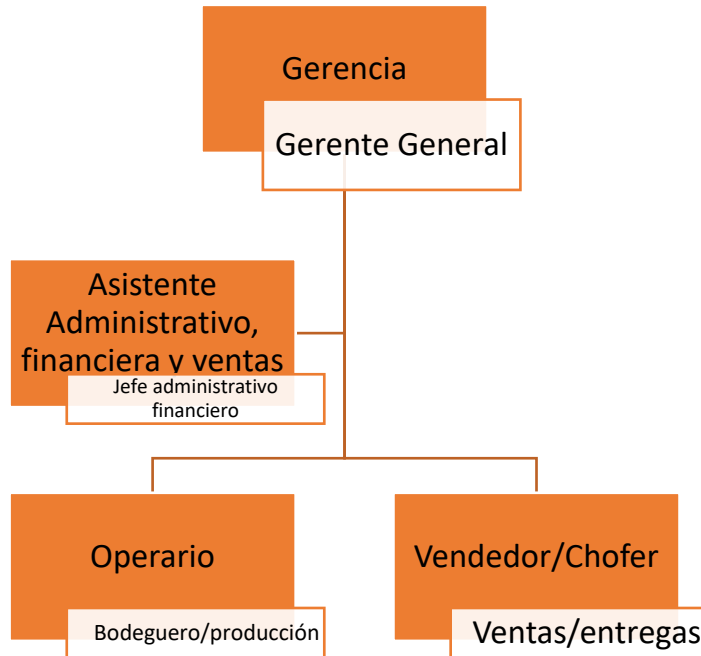
Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: La Autora

REFERENCIAS	
Relación de mando	
Relación de línea	
Relación de autoridad	

TÉ DE HOJA Y CASACARILLA DE CACAO “CAOBEL”

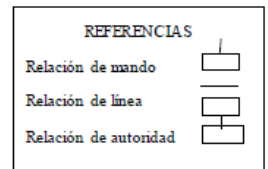
Organigrama Funcional

Figura 30 Organigrama funcional



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: La Autora



3.4. Descripción de puestos.

A continuación, se evidenciará cada una de las funciones que tienen los departamentos que tiene la empresa.

Gerente

Tabla 34 Gerente

I. Información básica	
Puesto	Gerente
Jefe inmediato superior	(No aplica) Junta de Accionista en el futuro
Supervisa	Asistente administrativo, ventas, producción
II. Naturaleza del puesto	
Persona representante legal de la empresa, líder y coordinador del personal. Encargado de velar por los intereses de la empresa, toma de decisiones de forma responsable.	
III. Funciones	
Planificación de objetivos Organizar la estructura empresarial Dirigir la empresa con decisiones pertinentes y correctas Representar a la empresa en todos los permisos de funcionamiento Capacitar al personal en diferentes ámbitos laborales Encargado de contratar al nuevo personal	
VI. Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Título de tercer nivel o Cuarto Nivel Ámbito Empresarial
Experiencia	Mínimo 2 años en administración, Contabilidad
Habilidades	Liderazgo
	Buen uso de la palabra
	Manejo de paquetes informáticos
	Manejo de personal
	Proactividad y manejo de habilidades blandas
Formación	Estudios Contables, Administrativos y/o afines

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La Autora

Asistente Administrativo financiero

Tabla 35 Asistente Administrativo financiero

I. Información básica	
Puesto	Asistente Administrativo Financiero
Jefe inmediato superior	Gerente
Supervisa	Ventas, Producción
II. Naturaleza del puesto	
Persona que brindará apoyo al gerente, deberá cumplir las funciones administrativas financieras de la empresa, entrega de informes económicos, pagos a proveedores y empleados.	
III. Funciones	
Realizar la contabilidad de la empresa Llevar agenda de proveedores Realizar roles de pago para empleados Entrega de informes contables mensuales y cierres anuales Apoyo a gerente en toma de decisiones Compra de materia prima	
VI. Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Título de tercer nivel
Experiencia	Mínimo 2 años en administración, Contabilidad
Habilidades	Liderazgo
	Manejo paquetes contables
	Manejo de paquetes informáticos
	Manejo de personal
Trabajo en equipo y bajo precisión	
Formación	Estudios Contables, Administrativos y/o afines

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La Autora

Operario de Producción

Tabla 36 Operario de Producción

I. Información básica	
Puesto	Operario 1, operario 2
Jefe inmediato superior	Gerente
Supervisa	No aplica
II. Naturaleza del puesto	
Persona encargada del área de producción que tiene la finalidad de elaborar el té de hoja de cacao, empaquetar y despachar pedidos del producto	
III. Funciones	
Elaborar el té de hojas de cacao mediante: Revisión y limpieza de la MP Deshidratación de la MP Colocación del producto en máquina selladora Revisar los sobres y etiquetarlos Empaquetar el producto final Responsable de inventarios Despachar el producto	
VI. Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Título de tercer nivel, Bachiller Contable
Experiencia	Mínimo 2 años en manejo y manipulación de alimentos
Habilidades	Conocimiento en manejo y manipulación de alimentos
	Manejo de inventarios
	Persona proactiva
	Responsabilidad
Trabajo a presión	
Formación	Estudios Contables, alimenticios

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La Autora

Vendedor/Chofer

Tabla 37 *Vendedor/Chofer*

I. Información básica	
Puesto	Vendedor /Chofer
Jefe inmediato superior	Gerente
Supervisa	No aplica
II. Naturaleza del puesto	
Persona encargada del área de venta, entrega y distribución de producción té de hoja de cacao y despachar pedidos del producto.	
III. Funciones	
Comercializar el producto en los diferentes supermercados Recabar nuevos clientes dentro y fuera de la ciudad Brindar la información necesaria en los diferentes puntos de la ciudad Entrega de manera oportuna el producto a los diferentes clientes Manejo adecuado del producto Despachar el producto	
VI. Requisitos mínimos para el puesto	
Título profesional	Título de tercer nivel, Bachiller Contable, Licencia tipo C
Experiencia	Mínimo 2 años en manejo y manipulación de alimentos, Ventas.
Habilidades	Conocimiento en manejo y manipulación de alimentos
	Manejo de inventarios
	Persona proactiva
	Responsabilidad
Trabajo a presión	
Formación	Publicidad, Ventas, Atención al cliente, Administrativos

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La Autora

3.5. Control de Gestión

Indicadores de gestión

Tabla 38 *Indicadores de gestión*

Áreas	Indicadores	Fórmula
Gerencia	Administración eficiente	Planificación estratégica / Planificación ejecutiva
	Mejoramiento de competencias en el personal	N° cursos realizados/ N° cursos planificados
Departamento Administrativo	Punto de Equilibrio	Costos fijos / Margen de contribución
	Satisfacción de clientes	Objetivos ejecutados / Objetivos programados
Producción	Registros de control de calidad	Unidades totales producidas / Unidades totales programadas
	Registros de pedidos	N° de pedidos completos/ Total de pedidos
Ventas	Satisfacción de clientes	Objetivos ejecutados / Objetivos programados
	Entrega puntual del producto	N° de clientes atendidos/ Total de clientes

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La Autora

Necesidades De Personal

Para lograr el objetivo de la producción del producto se ha establecido que por los 5 años se mantendrá con el mismo personal para lo cual se necesita del siguiente:

Tabla 39 *Necesidades de personal*

Puesto	Número de personas	Horas de Trabajo
Gerente	1	8
Asistente Financiero, administrativo	1	8
Operarios	1	8
Vendedor/chofer	1	8

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La Autora

3.6. Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio

Seguridad e higiene ocupacional

Para que en nuestra empresa se minimice el riesgo de accidentes de trabajo se establecerán las siguientes políticas y objetivos según indica:

Tabla 40 *Seguridad e higiene ocupacional*

Ministerio de Trabajo
Mejorar las condiciones de los trabajadores referentes a Seguridad y Salud en el Trabajo Desarrollar consciencia preventiva y hábitos de trabajo seguros en empleadores y trabajadores
Disminuir las lesiones y daños a la salud provocados por el trabajo
Mejorar la productividad en base a la gestión empresarial con visión preventiva

Fuente: (IESS, s.f.)

Elaborado por: La Autora

Permisos y Normativas que afectan la instalación de la Empresa:

Dentro de las normativas que se emplearán será la Normativa INEN 080:2013, que se describe a continuación:

Tabla 41 *Permisos y normativas*

Normativa INEN 080:2013 Requisitos
5.4 Requisitos Obligatorios
5.4.1 Nombre del alimento
5.4.2 Lista de ingredientes
5.4.4 Identificación del fabricante, envasador, importador o distribuidor
5.4.5 Ciudad y país de origen
5.4.6 Identificación del lote
5.4.7 Marcado de la fecha e instrucciones para la conservación

Fuente: (INEN, 2014)

Elaborado por: La autora

Requisitos para la obtención del Permiso Ambiental vía online por en el Sistema Único de Información Ambiental SUIA:

“El Sistema Único de Información Ambiental, SUIA, busca integrar toda la información ambiental en un solo lugar para generar indicadores Geográficos, Documentales, Estadísticos y Automatización de procesos institucionales.

Aplicación WEB que fue desarrollada para la gestión de trámites y proyectos encaminados al control, registro, mantenimiento y preservación del medio ambiente La implementación del sistema se realizó en febrero de 2012, con el proceso de Regularización Ambiental a través de la emisión de Fichas y Licencias Ambientales a nivel Nacional” (Ministerio del Ambiente, 2015)

CAPÍTULO IV

Jurídico Legal

4.1. Objetivos del capítulo

Identificar los requerimientos y permisos legales que necesita la empresa para desarrollar sus funciones del día a día.

4.2. Determinación de la forma jurídica

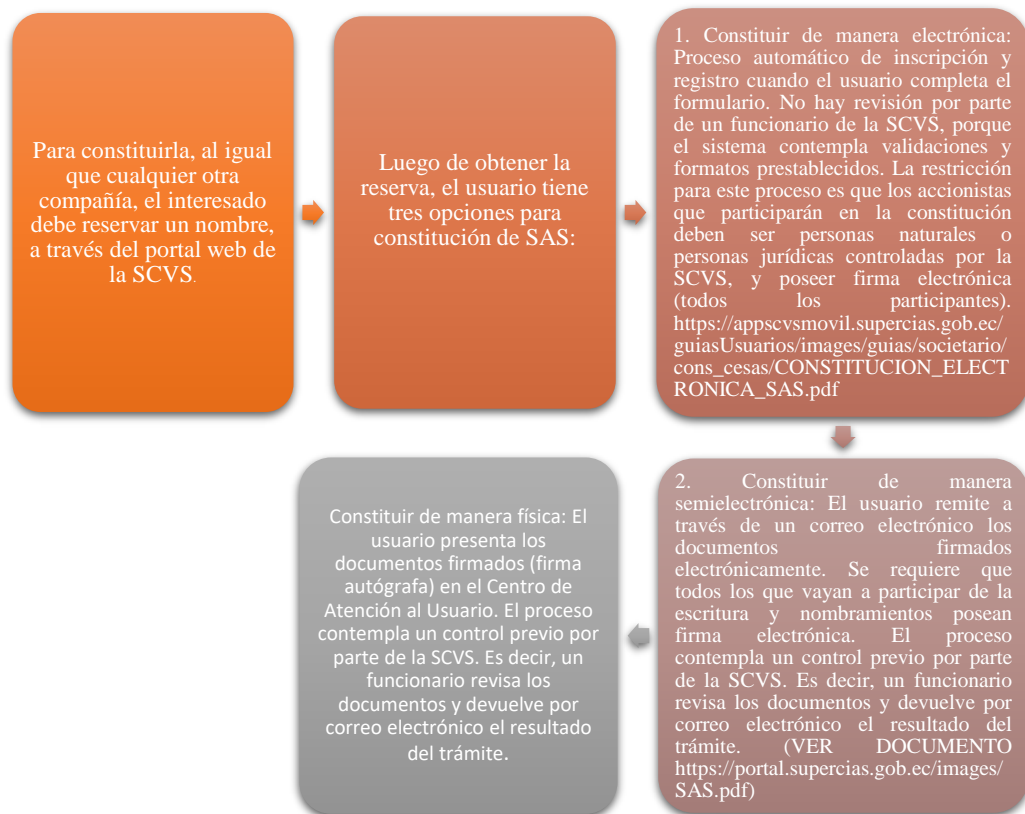
La empresa Té de hojas y cascarilla de Cacao “Caobel” será constituida como “Sociedad por Acciones Simplificadas” SAS por las ventajas que tiene la creación de estas compañías no tienen costo de creación pueden ser creadas por uno o más accionistas, no necesitan monto de capital y además están orientadas a los nuevos emprendimientos con el objetivo de brindar confianza al momento de que pidan un crédito bancario (Delgado Loor, 2019).

Razón por la cual en la parte legal de la empresa se establecería de esta manera siendo una empresa de Sociedad por Acciones Simplificadas SAS. (Andrés Palacio-Fierro, 2018)

Superintendencia de Compañías, valores y seguros

Se detalla los procesos que se debe realizar para que la empresa este constituida jurídicamente:

Figura 31 Proceso para constitución de SAS



Fuente: Guía de constitución S.A.S

Elaborado por: La Autora

4.3. Registros de marcas

En nuestro país la entidad pública que se encarga del registro de las marcas es el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) para lo cual se debe seguir el siguiente proceso:

Figura 31 Proceso para registro de marca

Proceso para registro de marca

- 1.- Ingresar en la página del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec
- 2.- Seleccione PROGRAMA/SERVICIOS
- 3.- Ingrese opción CASILLERO VIRTUAL
- 4.- llene los datos que le solicitan en el CASILLERO VIRTUAL (Si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el RUC de la empresa)
- 5.- Una vez que haya dado este procedimiento le llegara a su correo el usuario y contraseña; así como un enlace de MI CASILLERO para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero Virtual.

- 6.- Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a SOLICITUDES EN LINEA.
 - 7.- Ingrese con su usuario y contraseña
 - 8.- Ingrese a la opción PAGOS
 - 9.- Opción TRAMITES NO EN LINEA
 - 10.- Opción GENERAR COMPROBANTE
 - 11.- Se despliega una plantilla que usted tiene que llenar los datos; le solicitan que Ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (Ingrese el código 1.1.10.)
 - 12.- Ingrese los datos y Botón GENERAR COMPROBANTE
 - 13.- Imprima el comprobante
 - 14.- Y asista el BANCO DEL PACIFICO a pagar la tasa de \$16,00 o realice el pago en línea (Manual de uso)
 - 15.- Escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del IEPI, como el que le entregaron en el Banco del Pacífico después de haber pagado)
 - 16.- Envíe vía mail a la siguiente dirección foneticoquito@senadi.gob.ec, así como el NOMBRE EXACTO DE LA MARCA, que desea verificar.
 - 17.- Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.
-

Fuente: (Intelectuales, 2015)

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO V

EVALUACIÓN FINANCIERA

5.1. Objetivo

Realizar un plan de inversiones conociendo todo lo necesario para realizar el proyecto incluyendo el capital de trabajo. Además, mediante estimaciones realizar cálculos de costos y gastos para realizar una proyección de 5 años. También se calcularán los ingresos, punto de equilibrio, estados de resultados, flujo de caja y finalmente se evaluará financieramente con los indicadores VAN, TIR y Período de Recuperación.

5.2. Plan de inversiones

Un plan de inversiones es un modelo o guía para seguir. Establece cuáles son los objetivos para alcanzar con las inversiones actuales o futuras y teniendo en cuenta los importes asociados a la fase de inicio de un negocio.

A continuación, se muestra el plan de inversión:

Tabla 42 *Plan de inversiones*

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Muebles y Enseres			
Sillas Oficina	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Escritorio oficina	2	\$ 145,00	\$ 290,00
Archivador	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Total			\$ 490,00
Equipo de Cómputo			
Laptop portátil	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Impresora multifunción	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Total			\$ 1.600,00
Vehículo			
Vehículo	1	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
Total			\$ 12.000,00
Maquinaria y equipo			
Máquina selladora Dession té multifuncional	1	\$ 6.650,00	\$ 6.650,00
Balanza PR-C	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Total			\$ 6.850,00
Materia prima			
Cascarilla de cacao	33,07 lb	\$ 0,15	\$ 59,53
Hoja de cacao	33,07 lb	\$ 0,10	\$ 39,68

Total			\$	99,21
CIF			\$	7.954,95
Gasto de constitución				
Patente municipal	1	\$	25,00	\$ 25,00
Registro de marca	1	\$	200,00	\$ 200,00
Permiso Min Ambiente	1	\$	180,00	\$ 180,00
Permiso bomberos	1	\$	40,00	\$ 40,00
Total			\$	445,00
INVERSIÓN TOTAL				<u>\$ 29.439,16</u>

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Como se puede observar, para iniciar con la producción se requiere de una inversión inicial de \$29.439,16 En este valor se toma en cuenta al capital de trabajo, activos, gastos y costos.

Capital de trabajo

Son aquellos recursos económicos con los que una empresa cuenta dentro de su patrimonio con la finalidad de poder afrontar compromisos de pago a corto plazo relacionados con su actividad económica.

Tabla 43 *Capital de trabajo*

Descripción	Valor mensual	Valor trimestral
COSTOS DIRECTOS		
Materia Prima Directa I	\$ 44,96	\$ 134,88
Materia Prima Directa II	\$ 43,31	\$ 129,93
Mano de Obra Directa	\$1.121,86	\$ 3.365,58
COSTOS INDIRECTOS		
CIF	\$ 662,91	\$ 1.988,73
TOTAL COSTOS		\$ 5.619,11

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

El capital de trabajo requerido para la producción de té es de \$5.619,11.

5.3.Cálculo de costo y gastos

Mano de obra

Para la realización del té Caobel se hace necesario el uso de mano de obra, misma que se conforma por los siguientes personeros:

2 operario

Tabla 44 Mano de Obra año 0

MANO DE OBRA											
N°	Cargo	Sueldo	Aporte individual	Valor a pagar	Aporte patronal	Decimotercero/12	Décimo cuarto/12	Fondo de Reserva	Vacaciones	Total Provisiones	Costo Mano de Obra
			Sueldo*9,45%		Sueldo*11,15%	Sueldo/12	Sueldo mínimo vital/12	Sueldo básico *8,33%	Sueldo/24		
1	Personal operativo	\$425,00	\$ 40,16	\$384,84	\$ 47,39	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ -	\$ 17,71	\$ 135,93	\$ 560,93
1	Personal operativo	\$425,00	\$ 40,16	\$384,84	\$ 47,39	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ -	\$ 17,71	\$ 135,93	\$ 560,93
Total											\$ 1.121,86

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Tabla 45 Mano de Obra años del 1 al 5

MANO DE OBRA AÑO 1											
N°	Cargo	Sueldo	Aporte individual	Valor a pagar	Aporte patronal	Decimotercero/12	Décimo cuarto/12	Fondo de Reserva	Vacaciones	Total, Provisiones	Costo Mano de Obra
			Sueldo*9,45%		Sueldo*11,15%	Sueldo/12	Sueldo mínimo vital/12	Sueldo básico *8,33%	Sueldo/24		
1	Personal operativo	\$450,00	\$ 42,53	\$407,48	\$ 50,18	\$ 37,50	\$ 37,50	\$ 35,40	\$ 18,75	\$ 179,33	\$ 629,33
1	Personal operativo	\$450,00	\$ 42,53	\$407,48	\$ 50,18	\$ 37,50	\$ 35,42	\$ 35,40	\$ 18,75	\$ 177,24	\$ 627,24
Total											\$1.256,57

MANO DE OBRA AÑO 2											
N°	Cargo	Sueldo	Aporte individual	Valor a pagar	Aporte patronal	Decimotercero/12	Décimo cuarto/12	Fondo de Reserva	Vacaciones	Total Provisiones	Costo Mano de Obra
			Sueldo*9,45%		Sueldo*11,15%	Sueldo/12	Sueldo mínimo vital/12	Sueldo básico *8,33%	Sueldo/24		
1	Personal operativo	\$475,00	\$ 44,89	\$430,11	\$ 52,96	\$ 39,58	\$ 37,50	\$ 37,49	\$ 19,79	\$ 187,32	\$ 662,32
1	Personal operativo	\$475,00	\$ 44,89	\$430,11	\$ 52,96	\$ 39,58	\$ 37,50	\$ 37,49	\$ 19,79	\$ 187,32	\$ 662,32
Total											\$1.324,65
MANO DE OBRA AÑO 3											
N°	Cargo	Sueldo	Aporte individual	Valor a pagar	Aporte patronal	Decimotercero/12	Décimo cuarto/12	Fondo de Reserva	Vacaciones	Total Provisiones	Costo Mano de Obra
			Sueldo*9,45%		Sueldo*11,15%	Sueldo/12	Sueldo mínimo vital/12	Sueldo básico *8,33%	Sueldo/24		
1	Personal operativo	\$500,00	\$ 47,25	\$452,75	\$ 55,75	\$ 41,67	\$ 35,42	\$ 39,57	\$ 20,83	\$ 193,23	\$ 693,23
1	Personal operativo	\$500,00	\$ 47,25	\$452,75	\$ 55,75	\$ 41,67	\$ 35,42	\$ 39,57	\$ 20,83	\$ 193,23	\$ 693,23
Total											\$1.386,47
MANO DE OBRA AÑO 4											
N°	Cargo	Sueldo	Aporte individual	Valor a pagar	Aporte patronal	Decimotercero/12	Décimo cuarto/12	Fondo de Reserva	Vacaciones	Total Provisiones	Costo Mano de Obra

		Sueldo*9,45%		Sueldo*11,15%		Sueldo/12	Sueldo mínimo vital/12	Sueldo básico *8,33%	Sueldo/24		
1	Personal operativo	\$525,00	\$ 49,61	\$475,39	\$ 58,54	\$ 43,75	\$ 35,42	\$ 41,65	\$ 21,88	\$ 201,23	\$ 726,23
1	Personal operativo	\$525,00	\$ 49,61	\$475,39	\$ 58,54	\$ 43,75	\$ 35,42	\$ 41,65	\$ 21,88	\$ 201,23	\$ 726,23
Total											\$1.452,46
MANO DE OBRA AÑO 5											
N°	Cargo	Sueldo	Aporte individual	Valor a pagar	Aporte patronal	Decimotercero/12	Décimo cuarto/12	Fondo de Reserva	Vacaciones	Total, Provisiones	Costo Mano de Obra
			Sueldo*9,45%		Sueldo*11,15%	Sueldo/12	Sueldo mínimo vital/12	Sueldo básico *8,33%	Sueldo/24		
1	Personal operativo	\$550,00	\$ 51,98	\$498,03	\$ 61,33	\$ 45,83	\$ 35,42	\$ 43,73	\$ 22,92	\$ 209,22	\$ 761,31
1	Personal operativo	\$550,00	\$ 51,98	\$498,03	\$ 61,33	\$ 45,83	\$ 35,42	\$ 43,73	\$ 22,92	\$ 209,22	\$ 759,22
Total											\$1.520,53

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Depreciación

La depreciación nos permite establecer la vida útil de los activos fijos utilizados en el proceso de producción de té Caobel.

Tabla 46 Depreciación

Activo fijo	Costo	Vida útil (años)	Depreciación
Muebles y enseres (10años)	\$ 490,00	10	\$ 49,00
Equipo de cómputo (3años)	\$ 1.600,00	3	\$ 533,33
Maquinaria y equipo (10años)	\$ 6.850,00	10	\$ 685,00
Vehículo (5 años)	\$ 12.000,00	5	\$ 2.400,00
TOTAL			\$ 3.667,33

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Como se puede observar en la tabla anterior, se obtuvo un valor de \$ 3.667,33 correspondientes a la depreciación de los activos fijos, misma que será repartida en los diferentes períodos según el número de años en los que se deprecian los activos fijos tangibles.

Proyección de depreciación

Continuando con el proceso de depreciación se estableció una proyección de 5 años con la finalidad de fijar la pérdida de valor de dichos activos, misma que no incurre en costos mucho menos en gastos.

Tabla 47 Proyección depreciación

Activo fijo	Costo	Vida útil (años)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Muebles y enseres	\$ 490,00	10	\$ 49,00	\$ 49,00	\$ 49,00	\$ 49,00	\$ 49,00
Equipo de computo	\$ 1.600,00	3	\$ 533,33	\$ 533,33	\$ 533,34		
Maquinaria y equipo	\$ 6.850,00	10	\$ 685,00	\$ 685,00	\$ 685,00	\$ 685,00	\$ 685,00
Vehículo	\$ 12.000,00	5	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
Total			\$ 3.667,33	\$ 3.667,33	\$ 3.667,34	\$ 3.134,00	\$ 3.134,00

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Detalle de costos

Contablemente, los costos hacen referencia a las inversiones que son necesarias para poner en marcha la producción de bienes y/o servicios.

Tabla 48 *Detalle de costos-producción*

Descripción	Unid. Medida	Cant. Mensual requerida	Valor unitario	Valor mensual	Valor anual
Materia Prima Directa I	lb	33,07	\$ 0,15	\$ 44,96	\$ 539,53
Materia Prima Directa II	lb	33,07	\$ 0,10	\$ 43,31	\$ 519,68
Mano de Obra Directa				\$1.121,86	\$13.462,92
CIF				\$ 662,91	\$ 7.954,92
TOTAL, COSTOS				\$1.873,04	\$ 22.476,45

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

En la tabla anterior podemos encontrar los valores necesarios a ser invertidos en la producción del té Caobel, de los valores calculados, \$1.873,04 equivaldrían a un costo mensual mientras que los \$22.476,45 corresponderían a un costo anual.

Proyección de costos

La proyección se costos se elabora a partir de los resultados obtenidos en la tabla anteriormente citada, donde constarán todos los costos relacionados con la producción y puesta en marcha del proyecto.

Tabla 49 *Proyección de costos*

Descripción	Costo		Costos		Total		Costos		Total	
	Mensual		Fijos	Variables	año 1		Fijos	Variables	año 2	
PRODUCTO Té Caobel										
Materia prima I	\$ 59,52			\$ 61,60	\$ 558,41			\$ 63,76	\$ 577,96	
Materia prima II	\$ 39,72			\$ 41,11	\$ 537,87			\$ 42,55	\$ 556,69	
Mano de Obra	\$ 1.121,86		\$ 1.161,13		\$13.933,50	\$1.201,76			\$14.421,17	
CIF	\$ 662,91			\$ 686,11	\$ 8.233,34			\$ 710,13	\$ 8.521,51	
TOTALES			\$ 1.161,13	\$ 788,83	\$ 23.263,13	\$1.201,76		\$ 816,43	\$ 24.077,34	

Descripción	Costos		Total		Costos		Total		Costos		Total	
	Fijos	Variables	año 3		Fijos	Variables	año 4		Fijos	Variables	año 5	
PRODUCTO Té Caobel												
Materia prima I		\$65,99	\$ 598,19		\$ 68,30	\$ 619,12		\$ 70,69	\$ 640,92			
Materia prima II		\$44,04	\$ 576,18		\$ 45,58	\$ 596,34		\$ 47,17	\$ 617,22			
Mano de Obra	\$1.243,83		\$ 14.925,91	\$1.287,36		\$15.448,32	\$1.332,42		\$ 15.989,01			
CIF		\$ 734,98	\$ 8.819,76		\$ 760,70	\$ 9.128,45		\$ 787,33	\$ 9.447,95			
TOTALES	\$1.243,83	\$ 845,01	\$ 24.920,04	\$1.287,36	\$ 874,58	\$ 25.792,24	\$1.332,42	\$ 905,20	\$ 26.695,10			

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora.

Cabe recalcar para el cálculo de las proyecciones en lo que respecta a los costos se tomó en cuenta la inflación, misma que corresponde al 3,5%, último dato se lo obtuvo de la ONU e institutos de estadística y bancos centrales de cada país

Detalle de gastos

Los gastos o egresos son el uso de una cierta cantidad de dinero presupuestado, con la finalidad de obtener un bien o un servicio, por lo tanto, la salida de dinero a causa de un gasto no es recuperable.

Tabla 50 *Gastos*

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
GASTOS SUELDOS Y SALARIOS					
Gerente General			12	\$ 653,67	\$ 7.844,04
Asistente administrativo financiero			12	\$ 591,84	\$ 7.102,08
Vendedor/chofer			12	\$ 560,93	\$ 6.731,16
DEPRECIACIÓN					
Muebles y enseres			12	\$ 40,83	\$ 490,00
Equipo de computo			12	\$ 133,33	\$ 1.600,00
Maquinaria y equipo			12	\$ 570,83	\$ 6.850,00
Vehículo			12	\$ 1.250,00	\$ 15.000,00
Total Gastos Administrativos				\$ 3.801,44	\$ 45.617,28
GASTOS DE VENTAS					
Detalle	Unidad de medida	Valor Unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Marketing y Publicidad			12	\$ 453,00	\$ 5.436,00
Movilización ventas			12	\$ 80,00	\$ 960,00
Total Gastos de Venta				\$ 533,00	\$ 6.396,00

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Como se puede observar en la tabla anterior se obtuvo como resultado la cantidad de \$ 3.801,44 misma que será destinada para cubrir los gastos administrativos mensuales, mientras que los \$ 45.618,28 se destinarán para cubrir los gastos anuales, del mismo modo, en lo que respecta a los gastos de ventas, los \$ 533,00 son direccionados a cubrir los gastos mensuales y los \$ 6.396,00 serán dispuestos a cubrir los gastos anuales.

Proyección de gastos

La proyección de los gastos se elaboran a partir de los resultados obtenidos en la tabla anteriormente citada, donde constarán todos los gastos relacionados con la producción y puesta en marcha del proyecto.

Tabla 51 *Tabla Proyección de Gastos Administrativos*

GASTO ADMINISTRATIVO AÑO 1													
#	Cargo	Sueldo	Aporte individual		Valor a pagar	Aporte patronal		Decimotercero/12	Décimo cuarto/12	Fondo de Reserva	Vacaciones	Total Provisiones	Costo Mano de Obra
			Sueldo *9,45%			Sueldo*11,15%	Sueldo/12						
1	Gerente General	\$525,00	\$ 49,61		\$475,39	\$ 58,54	\$ 43,75	\$ 35,42	\$ 35,40	\$ 35,40	\$ 21,88	\$ 194,98	\$719,98
1	Asistente administrativo financiero	\$475,00	\$ 44,89		\$430,11	\$ 52,96	\$ 39,58	\$ 35,42	\$ 35,40	\$ 35,40	\$ 19,79	\$ 183,16	\$658,16
1	Vendedor/chofer	\$450,00	\$ 42,53		\$407,48	\$ 50,18	\$ 37,50	\$ 35,42	\$ 35,40	\$ 35,40	\$ 18,75	\$ 177,24	\$627,24
Total												\$2.005,38	
GASTO ADMINISTRATIVO AÑO 2													
#	Cargo	Sueldo	Aporte individual		Valor a pagar	Aporte patronal		Decimotercero/12	Décimo cuarto/12	Fondo de Reserva	Vacaciones	Total Provisiones	Costo Mano de Obra
			Sueldo *9,45%			Sueldo*11,15%	Sueldo/12						
1	Gerente General	\$550,00	\$ 51,98		\$498,03	\$ 61,33	\$ 45,83	\$ 37,50	\$ 37,49	\$ 37,49	\$ 22,92	\$205,06	\$755,06
1	Asistente administrativo financiero	\$500,00	\$ 47,25		\$452,75	\$ 55,75	\$ 41,67	\$ 37,50	\$ 37,49	\$ 37,49	\$ 20,83	\$193,24	\$ 693,24
1	Vendedor/chofe	\$475,00	\$ 44,89		\$430,11	\$ 52,96	\$ 39,58	\$ 37,50	\$ 37,49	\$ 37,49	\$ 19,79	\$187,32	\$662,32
Total												\$2.110,62	

GASTO ADMINISTRATIVO AÑO 3											
#	Cargo	Sueldo	Aporte individual	Valor a pagar	Aporte patronal	Decimotercero/12	Décimo cuarto/12	Fondo de Reserva	Vacaciones	Total Provisiones	Costo Mano de Obra
			Sueldo *9,45%		Sueldo *11,15%	Sueldo/12	Sueldo básico (\$475)/12	Sueldo*8,33%	Sueldo/24		
1	Gerente General	\$575,00	\$ 54,34	\$520,66	\$ 64,11	\$ 47,92	\$ 39,58	\$ 39,57	\$ 23,96	\$215,14	\$790,14
1	Asistente administrativo financiero	\$525,00	\$ 49,61	\$475,39	\$ 58,54	\$ 43,75	\$ 39,58	\$ 39,57	\$ 21,88	\$203,31	\$728,31
1	Vendedor/chofer	\$500,00	\$ 47,25	\$452,75	\$ 55,75	\$ 41,67	\$ 39,58	\$ 39,57	\$ 20,83	\$197,40	\$697,40
Total											\$2.215,85
GASTO ADMINISTRATIVO AÑO 4											
#	Cargo	Sueldo	Aporte individual	Valor a pagar	Aporte patronal	Decimotercero/12	Décimo cuarto/12	Fondo de Reserva	Vacaciones	Total Provisiones	Costo Mano de Obra
			Sueldo *9,45%		Sueldo *11,15%	Sueldo/12	Sueldo básico (\$500)/12	Sueldo*8,33%	Sueldo/24		
1	Gerente General	\$600,00	\$ 56,70	\$543,30	\$ 66,90	\$ 50,00	\$ 43,75	\$ 41,65	\$ 25,00	\$227,30	\$827,30
1	Asistente administrativo financiero	\$550,00	\$ 51,98	\$498,03	\$ 61,33	\$ 45,83	\$ 43,75	\$ 41,65	\$ 22,92	\$215,48	\$765,48
1	Vendedor/chofer	\$525,00	\$ 49,61	\$475,39	\$ 58,54	\$ 43,75	\$ 43,75	\$ 41,65	\$ 21,88	\$209,56	\$734,56
Total											\$2.327,34

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Tabla 52 *Tabla Proyección de Gastos de Ventas*

Descripción	Gastos de Ventas						
	Costo	Costos		Total	Costos		Total
	Mensual	Fijos	Variables	año 1	Fijos	Variables	año 2
Marketing y Publicidad	\$ 453,00		\$ 468,86	\$ 5.626,26		\$ 485,26	\$ 5.823,18
Movilización ventas	\$ 80,00		\$ 82,80	\$ 993,60		\$ 85,70	\$ 1.028,38
TOTALES	\$ 533,00		\$ 562,61	\$ 6.741,26		\$ 570,96	\$ 6.851,56

Descripción	Gastos de Ventas								
	Costos		Total	Costos		Total	Costos		Total
	Fijos	Variables	año 3	Fijos	Variables	año 4	Fijos	Variables	año 5
Marketing y Publicidad	\$ 502,25		\$ 6.026,99	\$ 519,83		\$ 6.237,94	\$ 538,02		\$ 6.456,26
Movilización ventas	\$ 88,70		\$ 1.064,37	\$ 91,80		\$ 1.101,62	\$ 95,01		\$ 1.140,18
TOTALES	\$ 590,95		\$ 7.091,36	\$ 611,63		\$ 7.339,56	\$ 633,04		\$ 7.596,44

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

5.4. Plan de financiamiento

El financiamiento destinado para el presente proyecto se lo realizará a través de recursos propios, mismos que cubren el total del plan de inversión del mismo.

A continuación, se muestra el financiamiento destinado para la realización del presente proyecto.

Tabla 53 *Financiación*

Descripción	Total	Parcial %	Total %
Recursos propios	\$ 29.439,16		100%
Efectivo	\$ 29.439,16	100%	
Total	\$ 29.439,16		100%

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

5.5. Cálculo de ingresos

Los ingresos son todas aquellas ganancias que se reciben por la venta de un bien o servicio, que generalmente se hace efectiva mediante un cobro monetario.

Con miras a cubrir gran parte del mercado insatisfecho con la puesta en marcha del presente proyecto, se ha visto la necesidad de establecer el precio unitario del producto y las cantidades proyectadas a ser vendidas de esta manera se podrán fijar cuantías para el primer año y a través de un adecuado criterio de acrecentamiento de ventas se hace posible el establecer una proyección para los años subsiguientes.

Tabla 54 *Determinación precio unitario*

DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA UNITARIO									
Productos	MP	MO	CIF	Costo Total	Unidades (cajas)	Margen de Utilidad		Ingreso mensual	Precio de Venta Unitario
				(mensual)	(mensual)	\$	%	\$	
Té Caobel	\$560,96	\$1.121,86	\$662,91	\$2.345,73	2400	\$3.774	60	\$6.120,00	\$2,55

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Tabla 55 *Cálculo del ingreso anual*

Precio de venta unitario	Unidades producidas (anuales)	Ingresos del primer año
\$ 2,55	28800	\$ 73.440,00

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Proyección de ingresos

A continuación, un detalle de la proyección de ingresos por la venta de las cajas de té a cinco años, para calcular el incremento anual se aplicó el (1,40%) porcentaje que corresponde a la tasa de crecimiento de la población de Quito mientras que el precio unitario se incrementó por la inflación del 3,5% según las Naciones Unidas, institutos estadísticos y bancos centrales de cada país.

Tabla 56 *Proyección de ingresos*

Producto	Cantidad	Precio total	Total año 1	Cantidad	Precio total	Total año 2
Té Caobel	28800	\$ 2,55	\$ 73.440,00	29261	\$ 2,64	\$ 77.263,87

Cantidad	Precio total	Total año 3	Cantidad	Precio total	Total año 4	Cantidad	Precio total	Total año 5
29729	\$ 2,65	\$78.657,10	30205	\$ 2,65	\$80.075,44	30688	\$ 2,66	\$81.519,36

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

5.6.Punto de equilibrio

El punto de equilibrio nos permite determinar el número mínimo de ventas de cajas de Té para poder operar sin tener pérdidas en la empresa.

Fórmulas para calcular el PE:

$$1.- PEu = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio de Venta Unitario} - \text{Costo variable Unitario}}$$

$$PEu = \frac{6.226,49}{2,55 - 1,53}$$

$$PEu = 6.104$$

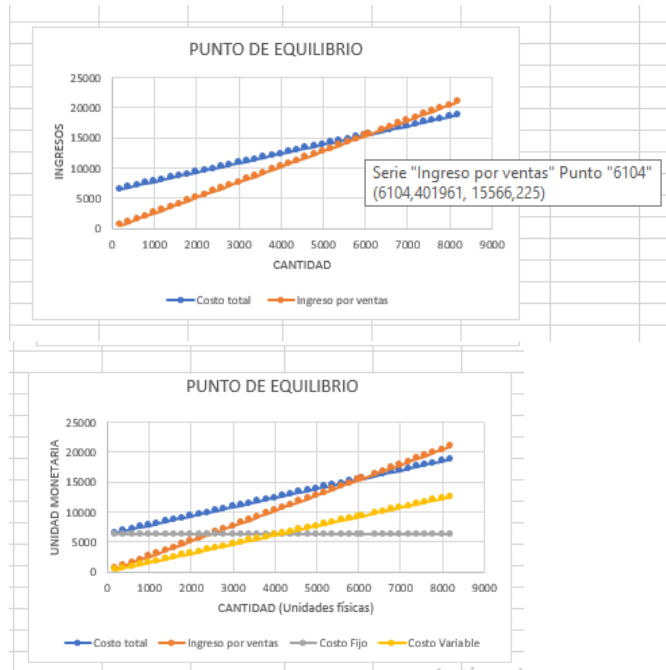
Tabla 57 Punto de equilibrio

Cantidad	Costo total	Ingreso por ventas	Costo Fijo	Costo Variable
200	6532,49	510	6226,49	306
400	6838,49	1020	6226,49	612
600	7144,49	1530	6226,49	918
800	7450,49	2040	6226,49	1224
1000	7756,49	2550	6226,49	1530
1200	8062,49	3060	6226,49	1836
1400	8368,49	3570	6226,49	2142
1600	8674,49	4080	6226,49	2448
1800	8980,49	4590	6226,49	2754
2000	9286,49	5100	6226,49	3060
2200	9592,49	5610	6226,49	3366
2400	9898,49	6120	6226,49	3672
2600	10204,49	6630	6226,49	3978
2800	10510,49	7140	6226,49	4284
3000	10816,49	7650	6226,49	4590
3200	11122,49	8160	6226,49	4896
3400	11428,49	8670	6226,49	5202
3600	11734,49	9180	6226,49	5508
3800	12040,49	9690	6226,49	5814
4000	12346,49	10200	6226,49	6120
4200	12652,49	10710	6226,49	6426
4400	12958,49	11220	6226,49	6732
4600	13264,49	11730	6226,49	7038
4800	13570,49	12240	6226,49	7344
5000	13876,49	12750	6226,49	7650
5200	14182,49	13260	6226,49	7956
5400	14488,49	13770	6226,49	8262
5600	14794,49	14280	6226,49	8568
5800	15100,49	14790	6226,49	8874
6000	15406,49	15300	6226,49	9180
6104	15566,225	15566,225	6226,49	9339,735
6400	16018,49	16320	6226,49	9792
6600	16324,49	16830	6226,49	10098
6800	16630,49	17340	6226,49	10404
7000	16936,49	17850	6226,49	10710
7200	17242,49	18360	6226,49	11016
7400	17548,49	18870	6226,49	11322
7600	17854,49	19380	6226,49	11628

7800	18160,49	19890	6226,49	11934
8000	18466,49	20400	6226,49	12240
8200	18772,49	20910	6226,49	12546

Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

Figura 32 Punto de equilibrio



Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

El punto de equilibrio se desarrolla con una producción de 6.104 cajas de té alcanzando una rentabilidad de \$6.226,49

5.7. Estado de resultados proyectado

Este instrumento permite saber si el proyecto será rentable o no a lo largo de su vida útil, identificando tanto los ingresos como los gastos.

A continuación, se muestra el detalle de este.

Tabla 58 Estado de Resultados Proyectado

Estado de resultados proyectado					
a 5 años					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Ventas	\$73.440,00	\$77.263,87	\$78.657,10	\$80.075,44	\$81.519,36
(-) Costo de Ventas	\$23.263,13	\$24.077,34	\$24.920,04	\$25.792,24	\$26.695,10
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$50.176,87	\$53.186,53	\$53.737,06	\$54.283,20	\$54.824,26
(-) Gastos de ventas	\$ 6.619,86	\$ 6.851,56	\$ 7.091,36	\$ 7.339,56	\$ 7.596,44
Marketing y Publicidad	\$ 5.626,26	\$ 5.823,18	\$ 6.026,99	\$ 6.237,94	\$ 6.456,26
Movilización ventas	\$ 993,60	\$ 1.028,38	\$ 1.064,37	\$ 1.101,62	\$ 1.140,18
(=) UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$43.557,01	\$46.334,98	\$46.645,70	\$46.943,64	\$47.227,82
(-) Gastos Administrativos	\$ 5.672,71	\$ 5.777,95	\$ 5.883,19	\$ 5.461,34	\$ 5.566,57
Gerente General	\$ 719,98	\$ 755,06	\$ 790,14	\$ 827,30	\$ 862,38
Asistente administrativo financiero	\$ 658,16	\$ 693,24	\$ 728,31	\$ 765,48	\$ 800,55
Vendedor/chofer	\$ 627,24	\$ 662,32	\$ 697,40	\$ 734,56	\$ 769,64
(-) Depreciación					
Muebles y enseres	\$ 49,00	\$ 49,00	\$ 49,00	\$ 49,00	\$ 49,00
Equipo de computo	\$ 533,33	\$ 533,33	\$ 533,34		
Maquinaria y equipo	\$ 685,00	\$ 685,00	\$ 685,00	\$ 685,00	\$ 685,00
Vehículo	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$37.884,30	\$40.557,03	\$40.762,51	\$41.482,30	\$41.661,25
(-) Gastos Financieros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Otros Gastos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) Otros Egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$37.884,30	\$40.557,03	\$40.762,51	\$41.482,30	\$41.661,25
(-) 15% Participación trabajadores	\$ 5.682,65	\$ 6.083,55	\$ 6.114,38	\$ 6.222,35	\$ 6.249,19
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$32.201,66	\$34.473,48	\$34.648,13	\$35.259,96	\$35.412,06
(-) 22% Impuesto a la Renta	\$ 7.084,36	\$ 7.584,17	\$ 7.622,59	\$ 7.757,19	\$ 7.790,65
(=) UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$25.117,29	\$26.889,31	\$27.025,54	\$27.502,77	\$27.621,41

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Como se observa en la tabla anterior, para el primer año se pretende obtener una utilidad de \$25.117,29 misma que se estima se acrecentará paulatinamente

5.8. Flujo de caja

Tabla 59 Flujo de caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A INGRESOS OPERACIONALES	\$ -	\$ 73.440,00	\$ 77.263,87	\$ 78.657,10	\$ 80.075,44	\$ 81.519,36
Ingresos por venta	\$ -	\$ 73.440,00	\$ 77.263,87	\$ 78.657,10	\$ 80.075,44	\$ 81.519,36
B EGRESOS OPERACIONALES	\$ 29.439,16	\$ 31.888,37	\$ 33.039,52	\$ 34.227,25	\$ 35.459,14	\$ 36.724,11
Costos	\$ 8.054,16	\$ 23.263,13	\$ 24.077,34	\$ 24.920,04	\$ 25.792,24	\$ 26.695,10
<u>Gastos administrativos</u>	\$ -	\$ 2.005,38	\$ 2.110,62	\$ 2.215,85	\$ 2.327,34	\$ 2.432,57
Gerente General		\$ 719,98	\$ 755,06	\$ 790,14	\$ 827,30	\$ 862,38
Asistente administrativo financiero		\$ 658,16	\$ 693,24	\$ 728,31	\$ 765,48	\$ 800,55
Vendedor/chofer		\$ 627,24	\$ 662,32	\$ 697,40	\$ 734,56	\$ 769,64
<u>Gastos de ventas</u>	\$ -	\$ 6.619,86	\$ 6.851,56	\$ 7.091,36	\$ 7.339,56	\$ 7.596,44
Marketing y Publicidad		\$ 5.626,26	\$ 5.823,18	\$ 6.026,99	\$ 6.237,94	\$ 6.456,26
Movilización ventas		\$ 993,60	\$ 1.028,38	\$ 1.064,37	\$ 1.101,62	\$ 1.140,18
Muebles y enseres	\$ 490,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Maquinaria y Equipo	\$ 6.850,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipo de Cómputo	\$ 1.600,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Vehículo	\$ 12.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de constitución	\$ 445,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
C FLUJO OPERACIONAL (A-B)	\$-29.439,16	\$ 41.551,63	\$ 44.224,35	\$ 44.429,85	\$ 44.616,30	\$ 44.795,25
D INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
E EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ -	\$ 12.767,01	\$ 13.667,72	\$ 13.736,96	\$ 13.979,54	\$ 14.039,84
Pago de participación de utilidades	\$ -	\$ 5.682,65	\$ 6.083,55	\$ 6.114,38	\$ 6.222,35	\$ 6.249,19
Pago de impuestos a la renta	\$ -	\$ 7.084,36	\$ 7.584,17	\$ 7.622,59	\$ 7.757,19	\$ 7.790,65
F FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	\$ -	\$-12.767,01	\$-13.667,72	\$-13.736,96	\$-13.979,54	\$-14.039,84
G FLUJO NETO GERERADO (C+F)	\$-29.439,16	\$ 28.784,62	\$ 30.556,63	\$ 30.692,89	\$ 30.636,76	\$ 30.755,41
H DEPRECIACIONES	\$ -	\$ 3.667,33	\$ 3.667,33	\$ 3.667,34	\$ 3.134,00	\$ 3.134,00
Muebles y enseres		\$ 49,00	\$ 49,00	\$ 49,00	\$ 49,00	\$ 49,00
Equipo de computo		\$ 533,33	\$ 533,33	\$ 533,34		
Maquinaria y equipo		\$ 685,00	\$ 685,00	\$ 685,00	\$ 685,00	\$ 685,00
Vehículo		\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00	\$ 2.400,00
I FLUJO DE CAJA (G-H)	\$-29.439,16	\$ 25.117,29	\$ 26.889,31	\$ 27.025,54	\$ 27.502,77	\$ 27.621,41

Fuente: Análisis del proyecto Elaborado por: La autora

El proyecto inicia con una inversión de \$ 29.439,16, generando liquidez que paulatinamente con el transcurso de los años se irá incrementando.

5.9.Evaluación financiera

En este apartado lo que se pretende es generar la información necesaria con el fin de establecer la capacidad financiera del proyecto y la rentabilidad del capital propio.

Indicadores

Valor Actual Neto (VAN)

Es una medida de evaluación que permite efectuar cálculos para saber si el proyecto es beneficioso arrojando, a lo largo de su vida útil, valores que lo certifiquen en términos monetarios.

TMAR

Tabla 60 *TMAR*

TMAR	=	Tasa de inflación + premio al riesgo
TMAR	=	$i + f + if$
I	=	Tasa de inflación
F	=	tasa riesgo país
		$0,0357 + 0,0854 + (0,0357*0,085)$
		$0,0357 + 0,0854 + 0,0030345$
		0,1241345
		12,41345

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

El valor correspondiente a la TMAR es de 12,41%

Como se puede observar, la TMAR obtenida es superior a la tasa de inflación, por lo tanto, al proyecto se lo considera redituable.

Fórmula del VAN:

$$VAN = \frac{f1}{(1+i)^1} + \frac{f2}{(1+i)^2} + \frac{f3}{(1+i)^3} + \frac{f4}{(1+i)^4} + \frac{f5}{(1+i)^5} - IO$$

Tabla 61 Descripción fórmula VAN

A =	Es el desembolso inicial, es decir, el dinero pagado para adquirir el bien.
Fx =	Es el flujo de caja generado en cada período (normalmente anual).
i =	tasa de descuento o coste de oportunidad

Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

Tabla 62 Formulación de datos

Formulación de datos	
f1	\$ 28.784,62
f2	\$ 30.556,63
f3	\$ 30.692,89
f4	\$ 30.636,76
f5	\$ 30.755,41
n	5 años
i	12,41% tasa interés
IO	\$ 29.439,16

Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

Cálculo del VAN.

$$\text{VAN} = \frac{\$28.784,62}{(1+0,1241)^1} + \frac{\$30.556,63}{(1+0,1241)^2} + \frac{\$30.692,89}{(1+0,1241)^3} + \frac{\$30.636,76}{(1+0,1241)^4} + \frac{\$30.755,41}{(1+0,1241)^5} - \$29.439,16$$

$$\text{VAN} = \frac{\$28.784,62}{1,1241} + \frac{\$30.556,63}{1,26360081} + \frac{\$30.692,89}{1,420413671} + \frac{\$30.636,76}{1,596687007} + \frac{\$30.755,41}{1,79483586} - \$29.439,16$$

$$\text{VAN} = \$25.606,81 + \$24.182,19 + \$21.608,41 + \$19.187,71 + \$17.135,50 - 29.439,16$$

$$\text{VAN} = \$107.720,62 - \$29.439,16$$

$$\text{VAN} = \$78.281,46$$

Fuente: Análisis del proyecto
Elaborado por: La autora

El VAN del proyecto es de \$ 78.281,46 es decir, se demostró que el proyecto tiene la posibilidad de recuperar la inversión efectuada.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto sea exactamente igual a la inversión realizada.

La TIR es del 97% y puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad.

Beneficio Costo

El Beneficio costo es un cociente que permite comparar los ingresos de un proyecto, con relación a la inversión. Se asume como regla de decisión, la aceptación del proyecto si la relación es mayor a 1.

Fórmula:

$$\frac{B}{C} = \frac{VAI}{VAC} \times -1$$

Donde:

VAI: Valor actual de los ingresos totales netos o beneficios netos

VAC: Valor actual de la inversión inicial

Inversión inicial	Ingresos	Egresos
\$ 29.439,16	\$ 73.440,00	\$ 31.888,37
	\$ 77.263,87	\$ 33.039,52
	\$ 78.657,10	\$ 34.227,25
	\$ 80.075,44	\$ 35.459,14
	\$ 81.519,36	\$ 36.724,11
Total	\$ 390.955,77	\$ 171.338,39
Suma Ingreso =	\$ 390.955,77	
Suma Egresos =	\$ 171.338,39	
Costo Inversión =	\$ 200.777,55	
C/B =	1,947208590	

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

El B/C obtenido es de 1,95; al ser este resultado > 1 queda demostrado que el proyecto llegaría a ser financieramente rentable.

Período de Recuperación

Es una medida de evaluación simple, que indica el tiempo en el que la inversión del proyecto se va a recuperar a través de las utilidades que arroje el mismo.

Fórmula:

$$Payback = a + (b - c)/d$$

Dónde:

a = Año anterior inmediato al que se recupera la inversión

b = Inversión inicial del negocio

c = Flujo de efectivo acumulado del año anterior inmediato al que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año exacto en el que se recupera la inversión.

Tabla 63 *Calculo período recuperación*

Años	Flujo efectivo	Flujo efectivo acumulado
1	\$ 28.784,62	\$ 28.784,62
2	\$ 30.556,63	\$ 59.341,25
3	\$ 30.692,89	\$ 90.034,14
4	\$ 30.636,76	\$ 120.670,90
5	\$ 30.755,41	\$ 151.426,31
a =	2	
b =	\$ 29.439,16	
c =	\$ 59.341,25	
d =	\$ 30.692,89	
Año =	1,025764765799270	
Mes =	0,3091771895912400	
Días =	20,72468431	

Fuente: Análisis del proyecto

Elaborado por: La autora

Al observar la tabla anterior, podemos notar que no existen pérdidas y que el período de recuperación será en 1 año, 0 meses y 21 días.

Referencias

7 Bibliografía

- Abad, A., Acuña, C., & Naranjo, E. (2022). Vista de El cacao en la Costa ecuatoriana: estudio de su dimensión cultural y económica. *Estudios de la Gestión Revista Internacional de Administración*, 63-66.
- Palacio-Fierro, A., Guadalupe Lanás, J., Mantilla Garcés, D., & Revelo Oña, E. (2018). Utilización de controles, auditoría administrativas y sistemas de gestión de la calidad en las PYMES. *CienciaAmérica*, 7(1). Obtenido de <http://201.159.222.118/openjournal/index.php/uti/article/view/154/145>.
- Banco Mundial, B. A. (s.f.). *Crecimiento de la población (% anual) - Ecuador*. Obtenido de <https://datos.bancomundial.org/indicador/sp.pop.grow?locations=EC>
- Catatea. (2017). *Catatea*. Obtenido de Catatea: <https://www.catatea.com/blog/cuantas-tazas-de-te-son-una-bolsa-de-te.html>
- Censos, I. N. (2010). *INEC*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Consulting, I. I. (28 de Febrero de 2022). *Mercado potencial: ¿Qué es y cómo se calcula?* Obtenido de Consulting, Infinitia Industrial: <https://www.infinitiaresearch.com/noticias/mercado-potencial-que-es-y-como-se-calcula/>
- Delgado Loor, F. (2019). *Ecuador Auditores y Asesores Gerenciales, SMS*. Obtenido de <https://smsecuador.ec/sociedad-por-acciones-simplificada-s-a-s-4-temas-claves/>
- Economipedia. (2018). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>
- IESS. (s.f.). *Ley de Seguridad Social*. Obtenido de Ley de Seguridad Social : <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwit7LCk9-L7AhUwSDABHZxdBRwQFnoECAsQAw&url=https%3A%2F%2Fwww.iess.gob.ec%2Fdocuments%2F10162%2F6643aed0-9782-4ee9-b862-58cc95b9b034&usq=AOvVaw3iuqBbnYGLz4jWHM7tINFF>
- INEN, 2. (2014). *ROTULADO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS PARA CONSUMO HUMANO. PARTE 1. REQUISITOS*. Obtenido de <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiDyNn98OL7AhVPi7AFHT-2CtgQFnoECA0QAw&url=https%3A%2F%2Fwww.controlsanitario.gob.ec%2Fwp-content%2Fuploads%2Fdownloads%2F2016%2F12%2FNTE-INEN-1334-1-Rotulado-de-Productos-Alimenticio>
- Intelectuales, S. N. (2015). *Servicio Nacional de Derechos Intelectuales*. Obtenido de Servicio Nacional de Derechos Intelectuales: <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- Made-in-China. (s.f.). *Connecting Buyers with Chinese Suppliers*. Obtenido de https://login.made-in-china.com/join/?sourceType=mlan_es
- Martínez Valverde, J. (2018). *Sistema de Información de Mercados*. España: Paraninfo SA.
- Ministerio del Ambiente, A. y. (2015). *Sistema Único de Información Ambiental (SUIA)*. Obtenido de <https://www.ambiente.gob.ec/sistema-unico-de-informacion-ambiental-suia/>
- Primicias. (s.f.). *Economía ecuatoriana crecerá solo 2,8% en 2022, en parte por el paro*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/economia/ecuador-pib-banco-central-paro/>
- Rivera Camino, J., & Mencía, D. G. (2007). *Dirección de Marketing: Fundamentos y aplicaciones*. España: ESIC.
- Servicio Ecuatoriano de Normalización, N. I. (2017). *HIERBAS AROMÁTICAS*.

REQUISITOS. Quito.

Sy Corvo, H. (8 de Abril de 2021). *lifeder* . Obtenido de

<https://www.lifeder.com/microambiente-empresa/>

Zamarreño Aramendia, G. (2020). *Marketing y ventas* . España: Elearning S.L.

Zlatko Kalvatchev, D. J., & Garzaro, F. (1998). Revista agroalimentaria. *Revista agroalimentaria*, 23-25.