



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN  
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

**ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL**

**TEMA:**

**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ  
MOLIDO, EN EL CANTÓN CALUMA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2012**

**AUTORA:**

**YURI ANABEL RODRÍGUEZ AYALA**

**DIRECTOR:**

**ECON: RENÉ VILLACRÉS**

**PARES ACADÉMICOS:**

**DRA. HERMINIA SANAGUANO**

**ECON. JAIME VENEGAS**

**GUARANDA – ECUADOR**

**AÑO 2013**

## **II. DEDICATORIA**

Dedico este proyecto a Dios, a mis Padres y a mi Hijo. A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar; a mis Padres quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento, depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad; a mi hijo Luis Fernando por ser la persona que día a día me anima para lograr todas mis metas. Es por ellos lo que soy ahora.

Los amo con mi vida.

**Anabel Rodríguez Ayala....**

### **III. AGRADECIMIENTO**

Este proyecto es el resultado del esfuerzo conjunto de todos los que formamos el grupo de trabajo. Por esto agradezco en primer lugar a Dios por haberme dado la existencia y haberme permitido llegar al final de mi carrera por que sin él no hubiera llegado a donde he llegado, en segundo lugar a mi Director Econ. René Villacrés, Pares académicos Econ. Jaime Venegas y la Dra. Herminia Sanaguano, quienes a lo largo de este tiempo han puesto todo de sí para guiarme en el desarrollo de mi tesis, a mis padres quienes a lo largo de toda mi vida han apoyado y motivado mi formación académica, creyendo en mí en todo momento y no dudaron de mis habilidades. A mis profesores a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza y finalmente un eterno agradecimiento a la prestigiosa Universidad Estatal de Bolívar la cual abrió y abre sus puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

**Anabel Rodríguez...**

#### IV. CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

El suscrito Economista René Villacrés, en cumplimiento a lo estipulado en el Reglamento respectivo para la Titulación de Ingenieros Comerciales, certifico que una vez revisado el **PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ MOLIDO, EN EL CANTÓN CALUMA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2012**, presentado por la Egresada Yuri Anabel Rodríguez Ayala; cumplen con los parámetros y requisito para ser entregado y así continuar los procesos legales que dispone la Universidad Estatal de Bolívar.

Atentamente,

  
Econ. René Villacrés  
**DIRECTOR**



## V. AUTORÍA

1 No. 2013 - 12 - 04 - 01 - P00657/  
2 ESCRITURA PÚBLICA DE  
3 DECLARACIÓN JURAMENTADA  
4 QUE REALIZA LA SEÑORA YURI  
5 ANABELL RODRIGUEZ AYALA....  
6 CUANTIA:- indeterminada.....  
7 DI: 1 COPIA.....



8 En la ciudad de Pueblo viejo, cabecera cantonal de su  
9 mismo nombre, Provincia de Los Ríos República del  
10 Ecuador, a los diez días del mes de mayo del dos mil  
11 trece, ante mi Abogado y Notario Público Interino de este  
12 cantón, **MARIO SAÑAY ALCIVAR**, comparece por sus  
13 propios derechos en la calidad de DECLARANTE, la  
14 señora **YURI ANABELL RODRIGUEZ AYALA**,  
15 soltera, estudiante, domiciliada en el Recinto Potosí,  
16 Parroquia Ricaurte, Cantón Urdaneta, de transito por esta  
17 ciudad. Ecuatoriana, mayor de edad idónea y capaz ante la  
18 ley para obligarse y declarar, a quien de conocerla  
19 personalmente y de tenerla presente hoy día yo el Notario  
20 doy Fe:- Bien instruida de la naturaleza objetos y resultados  
21 legales que produce la presente escritura pública de  
22 DECLARACIÓN JURAMENTADA, a cuya celebración la  
23 hoy declarante procede de un modo libre y voluntaria y sin  
24 fuerzas de coacción alguna:- previo a su otorgamiento y  
25 advertida que fue sobre la pena de perjurio y sus  
26 consecuencias, la hoy declarante Jura decir la verdad y  
27 nada más que la verdad y declara bajo juramento lo  
28 siguiente: 1.- Yo, **YURI ANABELL RODRIGUEZ**

1 AYALA, manifiesto que los criterios e ideas emitidos en  
2 el presente trabajo de inversión titulado, "PROYECTO DE  
3 INVERSIÓN PARA LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ  
4 MOLIDO, EN EL CANTÓN CALUMA, PROVINCIA DE  
5 BOLÍVAR, AÑO 2012", previo a la obtención del Título de  
6 Ingeniera Comercial, es de mi exclusiva responsabilidad  
7 en calidad de Autora. Que es todo cuanto tiene que  
8 declarar en honor a la verdad y al juramento que tiene  
9 presentado doy fe.- leída que le fue la presente escritura  
10 pública de DECLARACIÓN JURAMENTADA, de manera  
11 que la oyó la entendió lo aprueba y se ratifica en todo su  
12 contenido suscribiéndolo conmigo el Notario en unidad de  
13 acto doy fe-

14  
15 

16 Yuri Anabell Rodríguez Ayala

17 C.C. 120593921-6



18  
19   
20 Ab. Mario Sañay Alcívar  
21 Notario del Cantón Puebloviejo (1)

22 Se otorgó ante mí y en fe de ello confiero este  
23 SEGUNDO TESTIMONIO, que firmo, rubrico y sello  
24 en el lugar y fecha de su celebración.

25  
26   
27 Ab. Mario Sañay Alcívar  
28 Notario del Cantón Puebloviejo (1)



## **VI. CONTENIDO**

### **ÍNDICE**

### **PÁGINAS**

|  |            |
|--|------------|
| <b>I. PORTADA</b> .....  | <b>I</b>   |
| <b>II. DEDICATORIA</b> .....   | <b>II</b>  |
| <b>III. AGRADECIMIENTO</b> .....                                     | <b>III</b> |
| <b>IV. CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR</b> .....                          | <b>III</b> |
| <b>V. AUTORÍA</b> .....  | <b>V</b>   |
| <b>VI. CONTENIDO</b> .....   | <b>VII</b> |
| <b>VII. CUADROS Y GRÁFICOS</b> .....                                 | <b>X</b>   |
| <b>VIII. ANEXOS</b> .....  | <b>XII</b> |
| <b>IX. RESUMEN EJECUTIVO</b> .....                                   | <b>XIV</b> |
| <b>X. INTRODUCCIÓN</b> .....   | <b>XV</b>  |
| <b>CAPÍTULO I</b> .....  | <b>1</b>   |
| <b>1. TEMA</b> .....   | <b>2</b>   |
| <b>2. ANTECEDENTES</b> .....   | <b>3</b>   |
| <b>3. JUSTIFICACIÓN</b> .....  | <b>9</b>   |
| <b>4. OBJETIVOS</b> .....  | <b>11</b>  |
| <b>4.1. GENERAL</b> .....  | <b>11</b>  |
| <b>4.2. ESPECÍFICOS</b> .....  | <b>11</b>  |
| <b>5. MARCO TEÓRICO</b> .....  | <b>12</b>  |
| <b>5.1. MARCO REFERENCIAL</b> .....                                  | <b>12</b>  |
| <b>5.2. MARCO GEOREFERENCIAL</b> .....                               | <b>14</b>  |
| <b>6. METODOLOGÍA</b> .....  | <b>15</b>  |
| <b>6.1. MÉTODOS</b> .....  | <b>15</b>  |
| <b>6.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN</b> .....                             | <b>16</b>  |
| <b>6.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA OBTENCIÓN DE DATOS</b> ..... | <b>16</b>  |
| <b>6.4. UNIVERSO Y MUESTRA</b> .....                                 | <b>17</b>  |

|   |    |
|---|----|
| <b>CAPÍTULO II</b> .....                                      | 20 |
| <b>2.1. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS</b> ..... | 21 |
| <b>2.2. CONCLUSIONES</b> .....                                | 39 |
| <b>CAPÍTULO III</b> .....                                     | 40 |
| <b>3.1. ESTUDIO DE MERCADO</b> .....                          | 41 |
| 3.1.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO.....                           | 41 |
| 3.1.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....                           | 41 |
| 3.1.3. LA OFERTA, ANÁLISIS Y PROYECCIONES.....                | 43 |
| 3.1.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA INSASTIFECHA Y PROYECCIONES. .. | 45 |
| 3.1.5. ANÁLISIS DE PRECIOS.....                               | 45 |
| 3.1.6. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN .....                  | 46 |
| <b>3.2. ESTUDIO TÉCNICO.</b> .....                            | 47 |
| 3.2.1. TAMAÑO DEL PROYECTO. ....                              | 47 |
| 3.2.2. LOCALIZACIÓN.....                                      | 48 |
| 3.2.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO.....                           | 49 |
| 3.2.4. DIAGRAMA DE BLOQUES .....                              | 58 |
| 3.2.5. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA. ....                        | 59 |
| <b>3.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO ORGANIZACIONAL</b> .....       | 61 |
| 3.3.1. NOMBRE DE LA EMPRESA .....                             | 61 |
| 3.3.2. GIRO DEL NEGOCIO .....                                 | 61 |
| 3.3.3. ESLOGAN .....  | 63 |
| 3.3.4. LOGOTIPO Y ETIQUETA.....                               | 63 |
| 3.3.5. ACCIONISTAS .....                                      | 64 |
| 3.3.6. CUADRO DIRECTIVO .....                                 | 64 |
| 3.3.7. REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.....     | 64 |
| 3.3.8. ORGÁNICO ESTRUCTURAL .....                             | 68 |
| 3.3.9. ORGÁNICO ESTRUCTURAL .....                             | 69 |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>3.4. ESTUDIO FINANCIERO .....</b>        | <b>73</b> |
| 3.4.1. COSTO TOTAL .....                    | 73        |
| 3.4.2. INVERSIÓN TOTAL .....                | 75        |
| 3.4.3. FINANCIAMIENTO .....                 | 78        |
| 3.4.4. ESTRUCTURA DE COSTOS .....           | 79        |
| 3.4.5. DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS .....  | 81        |
| 3.4.6. PUNTO DE EQUILIBRIO .....            | 82        |
| 3.4.7. ESTADO DE RESULTADOS .....           | 84        |
| 3.4.8. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA ..... | 85        |
| 3.4.9. FLUJO DE FONDOS DE EFECTIVO .....    | 86        |
| <b>CAPÍTULO IV .....</b>                    | <b>88</b> |
| <b>4. EVALUACIÓN FINANCIERA .....</b>       | <b>89</b> |
| <b>4.1. TASA INTERNA DE RETORNO .....</b>   | <b>91</b> |
| <b>4.2. ÍNDICES FINANCIEROS .....</b>       | <b>95</b> |
| <b>4.3. EVALUACIÓN SOCIAL .....</b>         | <b>97</b> |
| <b>4.4. EVALUACIÓN AMBIENTAL .....</b>      | <b>98</b> |

## **VII. CUADROS Y GRÁFICOS**

### **CUADROS**

| <b>ENCUESTA REALIZADA A LA POBLACIÓN</b>   | <b>PÁGINA</b> |
|--|---------------|
| No 1.- Consume usted café.   | 16            |
| No 2.- Consume usted café molido.  | 17            |
| No 3.- En qué presentación consume café molido.  | 18            |
| No 4.- Qué cantidad de café molido consume semanalmente.   | 19            |
| No 5.- Qué precio paga por el café molido que compra.  | 20            |
| No 6.-Cuál es la marca de café molido que usted consume  | 21            |
| No 7.- Dónde compra el café molido que consume habitualmente.  | 22            |
| No 8.- Cómo califica el producto que consume.  | 23            |
| No 9.- De existir una empresa local que procese café molido de<br>calidad, estaría dispuesto a adquirirlo. | 24            |

### **ENCUESTA REALIZADA A LOS COMERCIANTES**

|  |    |
|--|----|
| No 10.- Ud. vende café molido.                                       | 25 |
| No 11.- En qué presentación vende el café molido.                    | 26 |
| No 12.- Qué cantidad de café molido vende por semana y de qué manera | 27 |
| No 13.-Cuál es el precio de la funda de café molido que vende.       | 28 |
| No 14.-Cuál es el margen de ganancia (%) que tiene en la             |    |

|   |    |
|---|----|
| comercialización de café molido.  | 29 |
| No 15.- Cuál es la presentación de café molido que vende en su negocio.   | 30 |
| No 16.- Sus proveedores de café molido le entregan el producto<br>con crédito.                                    | 31 |
| No 17.- Qué marca de café molido vende usted.   | 32 |
| No 18.- Si le ofertarán una nueva marca de café molido elaborado<br>en el sector, usted lo vendería en su negocio | 33 |

## **GRÁFICOS**

| <b>ENCUESTA REALIZADA A LA POBLACIÓN</b>   | <b>PÁGINA</b> |
|--|---------------|
| No 1.- Consume usted café.   | 16            |
| No 2.- Consume usted café molido.  | 17            |
| No 3.- En qué presentación consume café molido.  | 18            |
| No 4.- Qué cantidad de café molido consume semanalmente.   | 19            |
| No 5.- Qué precio paga por el café molido que compra.  | 20            |
| No 6.- Cuál es la marca de café molido que usted consume.  | 21            |
| No 7.- Dónde compra el café molido que consume habitualmente.  | 22            |
| No 8.- Cómo califica el producto que consume.  | 23            |
| No 9.- De existir una empresa local que procese café molido<br>de calidad, estaría dispuesto a adquirirlo. | 24            |

| <b>ENCUESTA REALIZADA A LOS COMERCIANTES</b>  | <b>PÁGINA</b> |
|---|---------------|
| No 10.- Ud. vende café molido.  | 25            |
| No 11.- En qué presentación vende el café molido.   | 26            |
| No 12.- Qué cantidad de café molido vende por semana y de qué manera  | 27            |
| No 13.- Cuál es el precio de la funda de café molido que vende.   | 28            |
| No 14.- Cuál es el margen de ganancia (%) que tiene en la<br>comercialización de café molido.                     | 29            |
| No 15.- Cuál es la presentación de café molido que vende en su negocio.   | 30            |
| No 16.- Los proveedores de café le entregan el producto con crédito.  | 31            |
| No 17.- Qué marca de café molido vende usted.   | 32            |
| No 18.- Si le ofertarán una nueva marca de café molido elaborado<br>en el sector, usted lo vendería en su negocio | 33            |

## **VIII. ANEXOS**

|   |    |
|---|----|
| Anexo No 1.- Materia Prima Directa.     | 94 |
| Anexo No 2.- Mano de Obra Directa.      | 94 |
| Anexo No 3.- Movilización y Transporte. | 95 |
| Anexo No 4.- Mantenimiento.             | 95 |
| Anexo No 5.- Sueldos y Salarios.        | 96 |
| Anexo No 6.- Útiles de Aseo.            | 96 |
| Anexo No 7.- Útiles de Oficina.         | 97 |



|  |     |
|--|-----|
| Anexo No 8.- Servicios Básicos.                                      | 97  |
| Anexo No 9.- Promoción y Publicidad.                                 | 98  |
| Anexo No 10.- Terreno.   | 98  |
| Anexo No 11.- Construcciones.  | 98  |
| Anexo No 12.- Maquinaria.  | 101 |
| Anexo No 13.- Muebles y Enseres.                                     | 101 |
| Anexo No 14.- Equipos de Oficina.                                    | 102 |
| Anexo No 15.- Equipo de Computo.                                     | 102 |
| Anexo No 16.- Elaboración del Proyecto de Factibilidad.              | 103 |
| Anexo No 17.- Gastos de Organización.                                | 103 |
| Anexo No 18.- Capacitación del Personal.                             | 103 |
| Anexo No 19.- Materia Prima Directa.                                 | 104 |
| Anexo No 20.- Mano de Obra Directa.                                  | 104 |
| Anexo No 21.- Sueldos y Salarios.                                    | 105 |
| Anexo No 22.- Promoción y Publicidad.                                | 107 |
| Anexo No 23.- Formato de Encuesta a los pobladores del Cantón Caluma | 108 |
| Anexo No 24.- Formulario de Encuesta a los Comerciantes.             | 110 |
| Anexo No 25.- Formulario de la Ficha de Observación.                 | 112 |

## **IX. RESUMEN EJECUTIVO**

El café se transformó en el producto sustituto a explotar (después de la producción de cacao, añil y bálsamo) los países Centro Americanos solo pudieron ampliar la producciones del café porque los habitantes de los países industrializados empezaron a consumir café en tales cantidades que el grano se convirtió durante el siglo XIX en un producto muy popular. La demanda de la gente para tomar café significo asimismo, que el precio que se pagaba por el grano llego a tales niveles que muchos países decidieron integrarse al mercado mundial del café. Es decir que el café se convirtió en la "mayor esperanza", para los países agricultores y el gobierno del Ecuador impulso la principal fuente de "riqueza natural" a la agricultura con el fin de producir el café. No fue suficiente, por supuesto, que haya habido una demanda en el mercado mundial para que el "grano de oro" se impusiera por encima de todos los otros productos de exportación de Ecuador. Para establecer una producción cafetalera cualquier tamaño, un factor determinante es la obtención de tierras de suficiente altura y fertilidad como para permitir el crecimiento y la productividad óptimos del árbol de café. A mediados del siglo 19, El Salvador tenía muchas tierras adecuadas para el café, pero la mayor parte de estas nunca habían sido explotadas, excepto para la extracción de maderas y la caza de animales. Antes de que fueran utilizadas para el café, muchas de estas tierras altas del occidente, centro y oriente del país estaban cubiertos de bosques de distintos tipos.

## **X. INTRODUCCIÓN**

El café es el fruto del cafeta, arbusto de las regiones tropicales del género Coffea, de la familia de los rubiáceos, pese a que existen varias clases botánicas son dos, las especies que se utilizan para la preparación de esta bebida, el café tiene sus orígenes en África, cerca de las montañas donde crecía en forma silvestre, pero ciertas leyendas e historias involucran a los musulmanes y profetas que prepararon una bebida muy amarga con un delicioso aroma, que con el tiempo dio origen al café tostado.

En la ciudad de Caluma, se comercializan en los principales comercios como: Café Moro, Gran Colombiano, Si café, Pres 2 y Sabor de mi Tierra, en envases de varias presentaciones y los precios son: Una libra 1,50 dólares, mientras que el kilo 3,00 dólares.

El café es un componente básico para los habitantes de la ciudad de Caluma, además constituye la base para el proyecto de producción de café molido en la región, aprovechando la producción agrícola de este producto.

Por estas razones se plantea la elaboración de un proyecto para la producción de café molido, el mismo que permitirá utilizar la producción local de café, lo cual conlleva a mantener los precios en temporadas alta y baja, y con ello generar mejores condiciones de vida a la población productora; finalmente el proyecto permitirá generar, inversión, empleo, aprovechando todos los recursos disponibles.

# **CAPÍTULO I**

## **1. TEMA**

**PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ  
MOLIDO, EN EL CANTÓN CALUMA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO  
2012**

## 2. ANTECEDENTES

“El café es el fruto del cafeta, arbusto de las regiones tropicales del género Coffea, de la familia del rubiáceo, pese a que existen varias clases botánicas son dos, las especies que se utilizan para la preparación de esta bebida”<sup>1</sup>

“El café tiene sus orígenes en África, cerca de las montañas donde crecía en forma silvestre, pero ciertas leyendas e historias involucran a los musulmanes y profetas que prepararon una bebida muy amarga con un delicioso aroma, que con el tiempo dio origen al café tostado.

De Etiopía paso a Arabia y a la India a través de peregrinos utilizando las grandes rutas comerciales, ellos fueron los importadores del café y quienes lo aclimataron en los jardines botánicos de Ámsterdam, Paris y Londres, desde allí lo llevaron a la Guayana Holandesa, Centroamérica y a países como Brasil y Colombia de donde es considerado como uno de los mejores cafés del mundo”<sup>2</sup>.

“Es una de las bebidas más populares del mundo, se calcula que lo consumen habitualmente más de 1200 millones de personas, disfrutando su sabor y aroma; su preparación es simple, pues se calienta el agua, se vierte unas cucharas de café molido y azúcar al gusto.

Para elaborar el café molido, se parte de la pepa, la cual es tostada a 220 °C se eleva la temperatura gradualmente, expidiendo un olor agradable y exquisito aroma, pero aumentando su volumen hasta en un 100%, mientras que su peso disminuye entre el 15 y 25 %, su textura porosa modifica su estructura química, lo que da origen a la formación de proteínas y aceites esenciales como el caféol que son los responsables de su aroma y sabor

El siguiente proceso es la molienda, que se lo realiza utilizando molinos artesanales o industriales, se procede al envasado y el envío para el consumidor

El café molido tiene las siguientes propiedades y características:

---

<sup>1</sup> Nescafé, Boletín Informativo. Historia del Café en el Mundo y Ecuador. Año 2008. Pág. 5

<sup>2</sup> Op.cit. Pág. 6

### Valor nutricional por cada 100 g de Café

Energía 0 kcal 0 kJ

#### **Carbohidratos**

|                   |         |
|-------------------|---------|
| <b>Grasas</b>     | 0,02 g  |
| - Saturadas       | 0,002 g |
| - Trans           | 0 g     |
| - Monoinsaturadas | 0,015   |
| - Poliinsaturadas | 0,001   |

**Proteínas** 0,12 g

**Agua** 99,39 g

Cafeína 40 mg

Vitamina A equiv. 0 µg

- β-caroteno 0 µg

Tiamina (Vit. B1) 0.014 mg

Riboflavina (Vit. B2) 0.06 mg

Niacina (Vit. B3) 0.191 mg

Ácido pantoténico (B5) 0.254 mg

Vitamina B6 0.001 mg

Vitamina E 0.01 mg

Calcio 2 mg

Hierro 0.01 mg

Magnesio 3 mg

Manganeso 0.023 mg

Fósforo 3 mg

Potasio 49 mg

Sodio 2 mg

Zinc 0.02 mg

**Fuente:** Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias, INIAP. El Café en el Ecuador. Revista Informativa. 2007 No 12, Pág. 45

**Elaboración:** Yuri Rodríguez.

### Características Organolépticas:

|                        |   |
|------------------------|---|
| <b>Aroma</b>           | Intensidad alta, nota floral, a nuez                  |
| <b>Acidez</b>          | Baja  |
| <b>Cuerpo</b>          | Intensidad baja                                       |
| <b>Sabor</b>           | Intensidad alta de sabor a café, nota floral, a nuez  |
| <b>Perfil taza</b>     | Balanceda   |
| <b>Número defectos</b> | 51 defectos en ( 300 gramos ) 6,9 % en ( 100 gramos ) |

### POR 100 GRAMOS DE CAFÉ MOLIDO

|                      |                              |
|----------------------|------------------------------|
| <b>Humedad</b>       | 11.5 %                       |
| <b>Densidad</b>      | 690 g/l                      |
| <b>Grado tueste</b>  | DARK                         |
| <b>Color</b>         | 24 a 26 ( FOTOVOLT )         |
| <b>Tiempo tueste</b> | 12 minutos en Tostador Lilla |
| <b>Temperatura</b>   | 200 *C en Tostador Lila      |

**Fuente:** Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias, INIAP. El Café en el Ecuador. Revista Informativa. 2007 No 12, Pág. 55

**Elaboración:** Yuri Rodríguez.

En el Ecuador el café se cultiva en varias provincias, es considerado como uno de los productos tradicionales de exportación, que para el año 2010 se ha exportado 55.911.000 dólares en pepa, mientras que en forma industrializado es decir café procesado en el que se encuentra el café molido se ha exportado 74.993.000



dólares, comparando con el año 2009, su comportamiento ha tenido un crecimiento del 15,20%”<sup>3</sup>.

“El cantón Caluma forma una microrregión con los Cantones de las Provincias de Bolívar y Los Ríos; limita al norte con los Cantones Guaranda, Echeandía y Urdaneta; por el sur por los cantones: Chimbo y Montalvo; por el este por los cantones: Guaranda y Chimbo; y, por el oeste con el cantón Urdaneta”<sup>4</sup>.

“Las tierras del cantón Caluma son aptas para la agricultura, se encuentra en una zona de características topográficas irregulares y especiales, con alturas que fluctúan entre 200 a 1600 m.s.n.m, encontrándose los sectores de mayor altitud al este y los más bajos al oeste, su temperatura promedio es de 22 °C.

Ubicado en el subtrópico de la cordillera occidental de los Andes y por su posición en la Microrregión, las condiciones medioambientales y la gran riqueza natural, hacen de este lugar un escenario agradable para el cultivo del café, el mismo que se lo puede encontrar desde los 200 hasta los 1000 m.s.n.m.

Entre los diferentes cultivos, el café proporciona rentabilidad a bajos costos de producción, pero los comerciantes imponen los precios, esto incide en el ingreso económico de las familias”<sup>5</sup>.

Según la Dirección de Planificación del Gobierno Municipal del cantón Caluma, en el documento Actualización del Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal de Junio del 2005 se menciona textualmente: “ En la Zona Baja, habitan 29 comunidades que cultivan bajo los 1000 m.s.n.m y caracterizada por un clima subtropical, en donde aproximadamente 1000 hectáreas son destinadas a la producción de café y su participación en el mercado nacional es del 19,70%; cosechando aproximadamente 6000 quintales al año”<sup>6</sup>.

---

<sup>3</sup> <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>

<sup>4</sup> Gobierno Municipal del Cantón Caluma. Actualización del Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal Junio del 2005 Pág. 3

<sup>5</sup> Gobierno Municipal del Cantón Caluma. Actualización del Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal Junio del 2005 Pág.

28

<sup>6</sup> MAGAP, Informe Semestral 2009 Pág. 17

El café para ser consumido se ha empezado a procesarlo, es decir tostar, moler y envasar, esto lo hacen los agricultores en sus hogares, pero por falta de infraestructura y asistencia técnica se lo realiza en forma casera y forma parte de los productos de consumo familiar.

Sin embargo por iniciativa propia en la ciudad de Caluma existe un centro de producción artesanal de café molido, en la cual semanalmente se produce 500 libras de café nacional y se los comercializa en las tiendas mayoristas de la ciudad y en ocasiones se produce bajo pedido de las familias.

En la ciudad de Caluma, se comercializa el café molido en los principales comercios como: Café Moro, Gran Colombiano, Si café, Pres 2 y Sabor de mi Tierra, en envases de varias presentaciones y los precios son: Una libra 1,50 dólares, mientras que el kilo 3,00 dólares.

Además se desprende que:

No se aprovecha la materia prima existente en la zona para procesarlo, como café molido, por esta razón los productores lo venden en pepa verde o seco a los comerciantes en la ciudad de Caluma, quienes le dan el procesamiento necesario para lograr el producto final requerido.

Otra parte de la producción de café es transportada y comercializada en las ciudades de Guayaquil y Manta, para su posterior procesamiento, perdiéndose una gran oportunidad de darle un valor agregado en la zona.

En ciertos hogares del sector urbano quienes consumen café encuentran en los comercios el producto procesado pero de otras provincias como los que se mencionaron anteriormente (Moro, Gran colombiano, etc.), estos en ocasiones no se los puede encontrar por falta de proveedores.

El café es un componente básico para los habitantes de la ciudad de Caluma, además constituye la base para el proyecto de producción de café molido en la región, aprovechando la producción agrícola de este producto.

### **3. JUSTIFICACIÓN**

El café es un elemento imprescindible en la mesa de toda familia, se puede decir que cada vez en el Ecuador la industrialización del café ha tomando auge en los últimos años, esto lo podemos observar cuando analizamos las exportaciones y estas tienen un crecimiento del 15,20% en el año 2010 respecto al año anterior, según datos estadísticos del Banco Central del Ecuador.

En el cantón Caluma existe una producción considerable que se destina casi en su totalidad a la venta en pepa a los comerciantes o directamente en las empresas industriales de Guayaquil y Manta, perdiéndose la oportunidad de generar valor agregado; en estas circunstancias en la ciudad de Caluma se comercializan varios tipos de cafés los cuales son introducidos por otras empresas.

Por estas razones se propone un proyecto para la producción de café molido, el mismo que utilizará la materia prima, mano de obra y demás recursos locales y generará, inversión, empleo y consumo.

Su importancia radica en que este trabajo servirá de guía para la implementación de este proyecto, el cual puede ser adoptado por sectores públicos y privados del sector.

Los beneficiarios del proyecto son: directos para los accionistas, empleados, trabajadores y sus familias, entre los beneficiarios secundarios tenemos a los productores de materia prima, consumidores, transportistas y la sociedad en general.

Finalmente existen experiencias similares en otros lugares, donde se han organizado los productores, inversionistas y los comerciantes, quienes han aunado esfuerzos para materializar estas ideas, como es el caso de la Sra. Estrada en la ciudad de Caluma.

Por estas razones se plantea la elaboración de un proyecto para la producción de café molido, el mismo que permitirá utilizar la producción local de café, lo cual

conlleva a mantener los precios en temporadas alta y baja, y con ello generar mejores condiciones de vida a la población productora; finalmente el proyecto permitirá generar, inversión, empleo, aprovechando todos los recursos disponibles.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1. GENERAL**

Elaborar el proyecto de inversión, para la creación de una empresa de producción de café molido en la ciudad de Caluma, provincia Bolívar, año 2012.

### **4.2. ESPECÍFICOS**

- Determinar mediante el estudio de mercado, los demandantes y oferentes de café molido.
- Establecer los requerimientos técnicos y administrativos del proyecto.
- Elaborar el estudio financiero, para conocer, las inversiones, costos, financiamiento, ingresos del proyecto y construir el flujo de caja.
- Conocer la rentabilidad, a través de la evaluación financiera del proyecto.
- Elaborar la evaluación social y ambiental del proyecto.

## **5. MARCO TEÓRICO.**

### **5.1. MARCO REFERENCIAL.**

#### **Datos informativos:**

**Proyecto de inversión:** Para la producción de café molido, en el cantón Caluma, provincia Bolívar, año 2012.

**Jornada:** De lunes a viernes en horarios de 8:00 a 12:00 y de 13:00 a 17:00

**Régimen:** Costa

**Ubicación:** Av. La Naranja y Anarcasis Camacho

**Cantón:** Caluma

**Provincia:** Bolívar

El proyecto de inversión para la producción de café molido, se implementará en el cantón Caluma, Provincia Bolívar, contara con terreno propio con una construcción de 300 metros cuadrados ubicado en las calles Av. La Naranja y Anarcasis Camacho, cercano a los sitios de abastecimiento de materia prima y cuenta con los servicios básicos como agua, luz, alcantarillado, energía eléctrica, telecomunicaciones y logística. El proyecto tendrá como accionistas a tres miembros del núcleo familiar las mismas que ocuparan el cuadro directivo.

Para iniciar con el desarrollo del presente proyecto de inversión para la producción de café molido, en el cantón Caluma, provincia Bolívar, año 2012, empezamos con una exposición estipulada de lo que es el Cantón Caluma.

“El cantón Caluma forma una microrregión con los Cantones de las Provincias de Bolívar y Los Ríos; limita al norte con los Cantones Guaranda, Echeandía y Urdaneta; por el sur por los cantones: Chimbo y Montalvo; por el este por los cantones: Guaranda y Chimbo; y, por el oeste con el cantón Urdaneta”<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Gobierno Municipal del Cantón Caluma. Actualización del Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal Junio del 2005 Pág. 3

“Las tierras del cantón Caluma son aptas para la agricultura, se encuentra en una zona de características topográficas irregulares y especiales, con alturas que fluctúan entre 200 a 1600 m.s.n.m, encontrándose los sectores de mayor altitud al este y los más bajos al oeste, su temperatura promedio es de 22 °C.

Ubicado en el subtrópico de la cordillera occidental de los Andes y por su posición en la Microrregión, las condiciones medioambientales y la gran riqueza natural, hacen de este lugar un escenario agradable para el cultivo del café, el mismo que se lo puede encontrar desde los 200 hasta los 1000 m.s.n.m.

Entre los diferentes cultivos, el café proporciona rentabilidad a bajos costos de producción, pero los comerciantes imponen los precios, esto incide en el ingreso económico de las familias”<sup>8</sup>.

El cantón Caluma de acuerdo al Censo de Población y Vivienda del año 2010 del INEC, posee una población de 13.101 habitantes, de lo cual para mi proyecto, tomé los 6.269 habitantes del sector urbano.

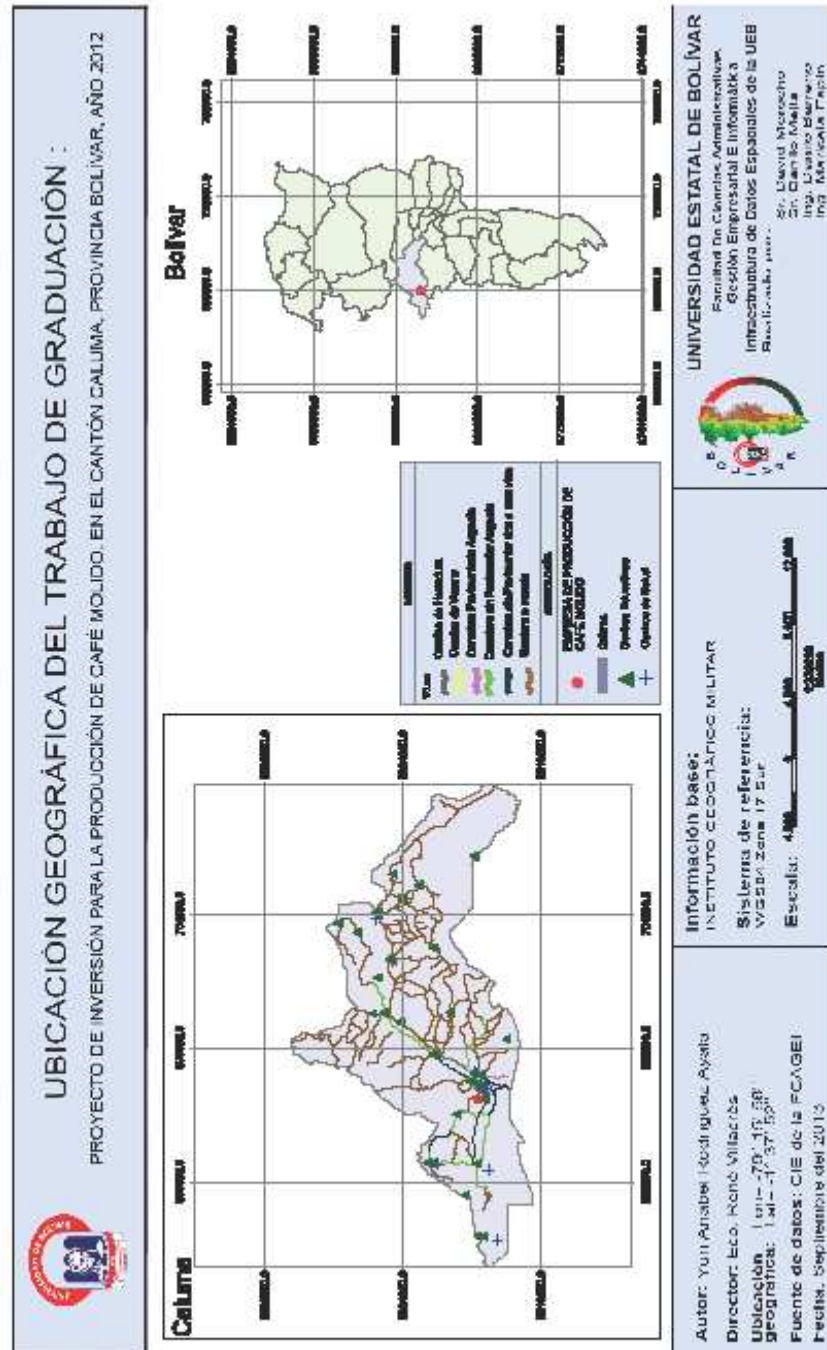
El cantón Urdaneta según el Censo del INEC cuenta con una población de 20.672 habitantes, por lo que considere para mi proyecto la población de la parroquia urbana de Ricaurte que es de 6260.

---

<sup>8</sup> Gobierno Municipal del Cantón Caluma. Actualización del Plan de Desarrollo Estratégico Cantonal Junio del 2005 Pág. 28



## 5.2. MARCO GEOREFERENCIAL.



## **6. METODOLOGÍA**

### **6.1. MÉTODOS**

Los métodos que se utilizaron son:

#### **DEDUCTIVO**

Necesario para establecer las pautas sobre el proyecto de inversión, se analizo el estudio de mercado, técnico, financiero, económico, ambiental y social que afiance la viabilidad partiendo de criterios generales para llegar a resultados particulares; así recopilamos información del consumo de café, proceso productivo, costos, etc.; y, de afirmaciones generales que fueron particularizadas.

#### **INDUCTIVO**

Por medio de este método recopilamos información particular obtenida a través de las encuestas y la llevamos a una conclusión general a fin de dimensionar el proyecto de acuerdo a las necesidades de la población sea por consumo, cantidad, precio, etc.

Se considero ciertas particularizaciones derivadas de la situación contextual de la formulación del proyecto, acentuando las pautas de la factibilidad del estudio, tales como: preferencias del consumidor y criterios de aceptabilidad de la propuesta como base para implementar el proyecto.

#### **HISTÓRICO**

Lo empleamos para la recolección de datos e información de años anteriores con respecto de los productores de café molido; y, una vez recabado la información lo analizamos para determinar su validez histórica en el estudio.

## **DESCRIPTIVO**

Se utilizó este método para tabular e interpretar los datos obtenidos en las encuestas, así como en la descripción de los productos a ofertar, precio, logotipo, slogan, etc.

### **6.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

Para el desarrollo del presente proyecto de inversión se utilizó varios tipos de investigación, así:

#### **INVESTIGACIÓN DE CAMPO**

Necesario para la estructuración de los estudios, en especial de mercado, a través de la relación directa con los posibles usuarios, en el levantamiento de la información y mediante encuestas o entrevistas que garantizaron la veracidad y efectividad de la información para el proyecto de inversión.

#### **INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA**

Para establecer el proyecto y características que denotan su factibilidad, se orientó el estudio siguiendo los pasos para determinar el estudio de mercado, técnico, organizativo, financiero, económico, social y ambiental; que permitirán establecer una secuencia lógica del proyecto de inversión.

### **6.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA OBTENCIÓN DE DATOS**

#### **ENCUESTAS**

Por medio de esta técnica obtuve información directa recabada en el lugar de los hechos y a los consumidores, lo que implicó preguntas objetivas destinadas a recolectar opiniones respecto de las preferencias, nivel de consumo, número de fundas por semana y consumo potencial para estructurar el estudio de mercado.

## **OBSERVACIÓN DIRECTA**

Para determinar las características de instalación y labores productivas que giran alrededor del café molido, visité una empresa productora de café en la ciudad de Guayaquil y Quevedo.

## **ENTREVISTA**

Esta técnica la emplee en la ciudad de Caluma para establecer criterios sobre producción, consumo, inversiones realizadas, visión empresarial, proceso productivo del producto.

Este trabajo se fundamentó en el uso de documentos e internet, que nos brindaron información relacionada con nuestro proyecto.

### **6.4. UNIVERSO Y MUESTRA.**

El cantón Caluma de acuerdo al Censo de Población y Vivienda del año 2010 del INEC, posee una población de 13.101 habitantes, de lo cual para mi proyecto, tomé los 6.269 habitantes del sector urbano y lo transforme en familias para lo cual, se divide esta cantidad para 5, que es el número de miembros de una familia, lo que me arrojó como resultado que tenemos 1.254 familias, lo cual constituye el universo para mi estudio, resaltando que se utiliza como referencia a la Parroquia Ricaurte, por ser el centro de confluencia del comercio en este Cantón.

El cantón Urdaneta según el Censo del INEC cuenta con una población de 20.672 habitantes, por lo que considere para mi proyecto la población de la parroquia urbana de Ricaurte que es de 6260 que aplicando la misma lógica anterior y dividiendo para el grupo familiar, obtuve como resultado 1.252 familias.

|              |                       |                    |
|--------------|-----------------------|--------------------|
| Caluma       | 1254 familias         | 50% participación. |
| Ricaurte     | 1252 familias         | 50% participación. |
| <b>TOTAL</b> | <b>2506 familias.</b> |                    |

En relación a las tiendas y comercios, este estudio se los realizó a las 66 tiendas (8 mayoristas y 58 minoristas) existentes en la ciudad de Caluma; y, en lo referente a la ciudad de Ricaurte fueron las 48 tiendas incluidas mayoristas y minoristas, lo que me arroja un total de 114 comercios.

La entrevista se la aplicó a la empresaria de la ciudad de Caluma Sra. Moraima Estrada.

### **TAMAÑO DE LA MUESTRA**

Para el cálculo de la muestra se utiliza la siguiente fórmula:

$$M = \frac{N}{e^2(N - 1) + 1}$$

En donde:

- M** = Tamaño de la Muestra
- N** = Población o Universo
- e** = Margen de error = 0,05

## CONSUMIDORES LOCALES

$$M = \frac{2506}{(0.05)^2 (2506 - 1) + 1}$$

$$M = \frac{2506}{0.0025 (2505) + 1}$$

$$M = \frac{2506}{6,2625 + 1}$$

$$M = \frac{2506}{7,2625}$$

$$M = 345 \text{ encuestas.}$$

## DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTAS PARA LOS CONSUMIDORES DEL CANTON CALUMA Y RICAURTE.

Consumidores del cantón Caluma 173 encuestas.

Consumidores de la Parroquia Ricaurte 172 encuestas.

## COMERCIANTES Y TIENDAS

Para los comerciantes y tiendas, por ser un universo pequeño y manejable se aplicó a la totalidad es decir, 66 encuestas en Caluma y 48 encuestas en Ricaurte.

## PROCESAMIENTO DE DATOS

El proceso de levantamiento de la información se lo realizó mediante encuestas a las familias y comerciantes del cantón a fin de establecer criterios que permitan la viabilidad del proyecto. La información fue tabulada para su respectivo análisis e interpretación de resultados con tablas y gráficos en Excel.

## **CAPÍTULO II**

## 2.1. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

### ENCUESTAS DIRIGIDAS A LOS POBLADORES DE RICAURTE Y CALUMA

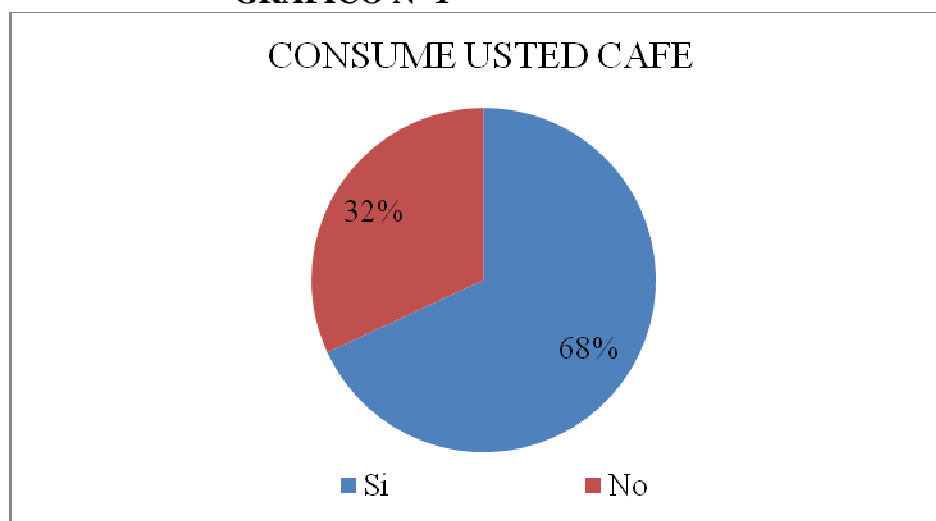
#### 1.- ¿Consume usted café?

CUADRO N° 1

| ALTERNATIVA  | NÚMERO     | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI           | 235        | 68         |
| NO           | 110        | 32         |
| <b>TOTAL</b> | <b>345</b> | <b>100</b> |

FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.  
ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

GRÁFICO N° 1



FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012  
ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

De los encuestados, tanto de la ciudad de Caluma como de Ricaurte y Catarama, las dos terceras partes consumen café, constituyéndose en un producto propio del subtrópico y que les gusta deleitar.



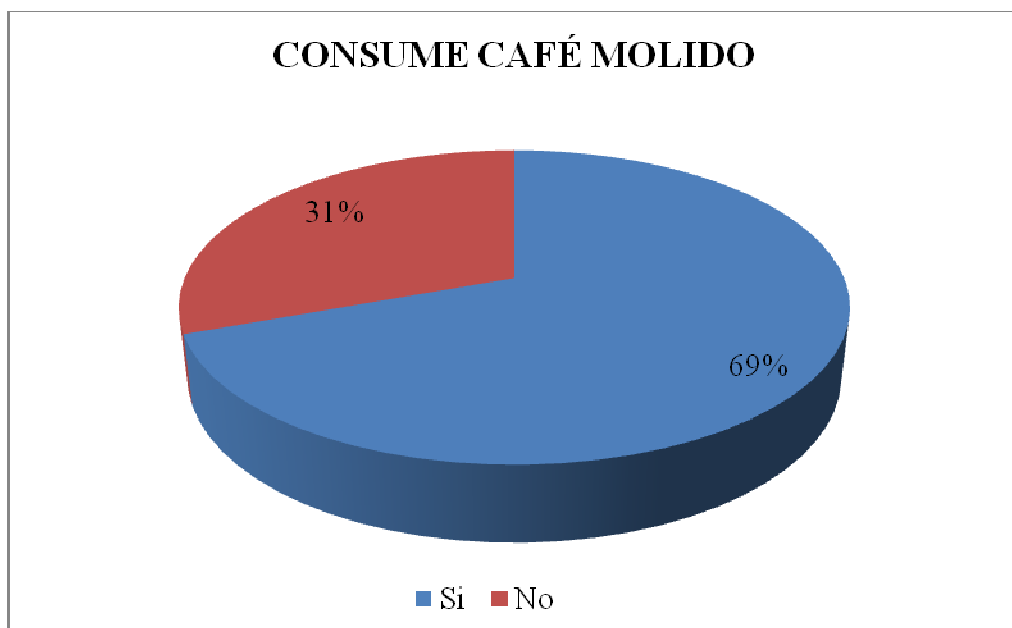
## 2.- ¿Consume usted café molido?

**CUADRO N° 2**

| ALTERNATIVA  | NÚMERO     | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| Si           | 163        | 69         |
| No           | 72         | 31         |
| <b>TOTAL</b> | <b>235</b> | <b>100</b> |

FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.  
ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

**GRÁFICO N° 2**



FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.  
ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

De acuerdo al cuadro N° 2 los encuestados que consumen café, en el mismo porcentaje consumen café molido, que se convierte en una tradición de años el tomar un café especialmente en la mañana o en la tarde.

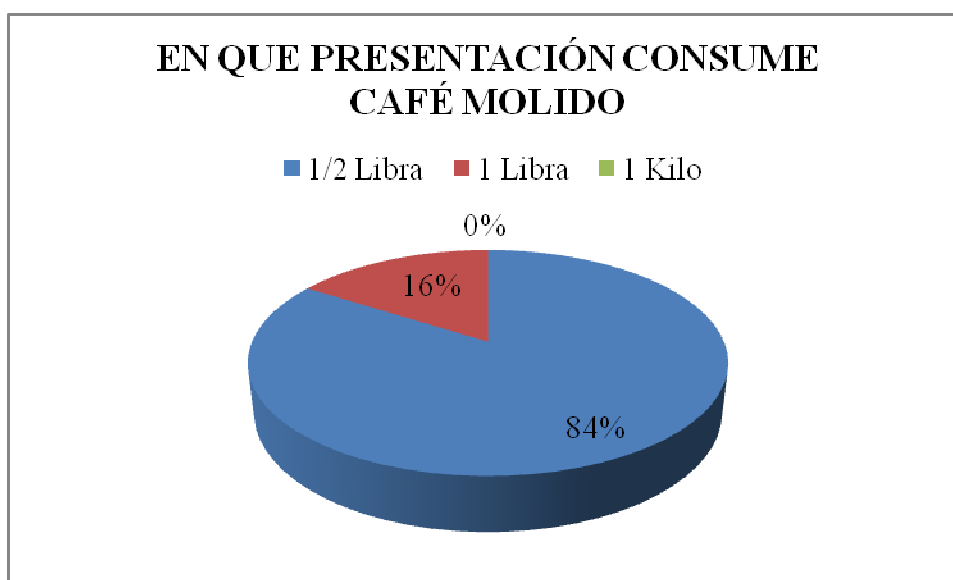
### 3.- ¿En qué presentación consume café molido?

**CUADRO N° 3**

| <b>OPCIÓN</b> | <b>NÚMERO</b> | <b>PORCENTAJE</b> |
|---------------|---------------|-------------------|
| 1/2 Libra     | 137           | 84                |
| 1 Libra       | 26            | 16                |
| 1 Kilo        | 0             | 0,0               |
| <b>TOTAL</b>  | <b>163</b>    | <b>100</b>        |

FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.  
ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

**GRÁFICO N° 3**



FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.  
ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

Según el cuadro y gráfico N° 3, del 100 % de los encuestados el 84 % consumen café molido en presentaciones de media libra y la diferencia de una libra, no consumen en kilos pues la comercialización todavía no incluye el kilo como medida, por lo que es en pequeña escala y en tiendas.

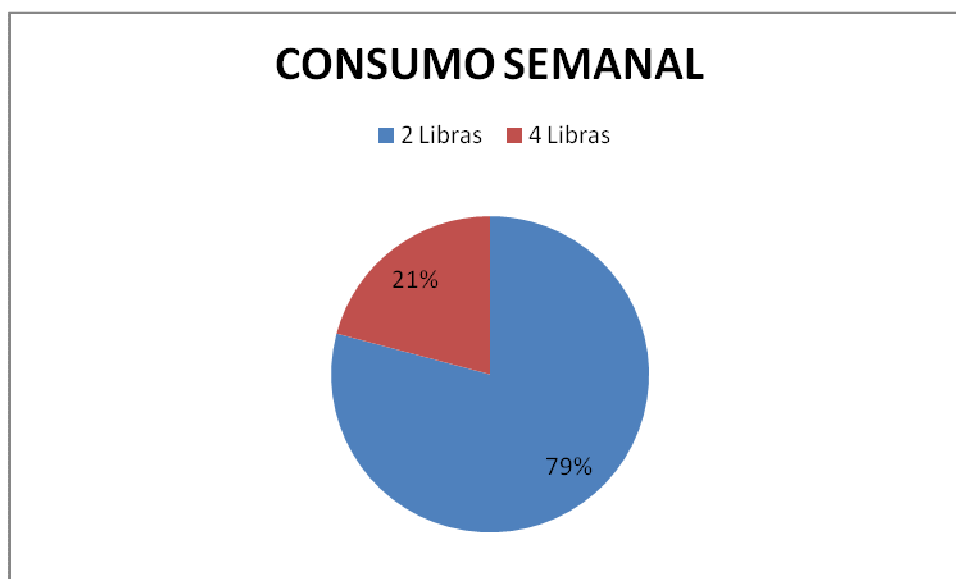
#### 4.- ¿Qué cantidad de café molido consume semanalmente?

**CUADRO N° 4**

| <b>OPCIÓN</b> | <b>NÚMERO</b> | <b>PORCENTAJE</b> |
|---------------|---------------|-------------------|
| 2 Libras      | 129           | 79,1              |
| 4 Libras      | 34            | 20,9              |
| 1 Kilo        | 0             | 0,0               |
| <b>TOTAL</b>  | <b>163</b>    | <b>100,00</b>     |

FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.  
ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

**GRÁFICO N° 4**



FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.  
ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

Respecto de la cantidad de café molido que consume semanalmente, el 79% manifiestan 2 libras y el 21% manifestó 4 libras.

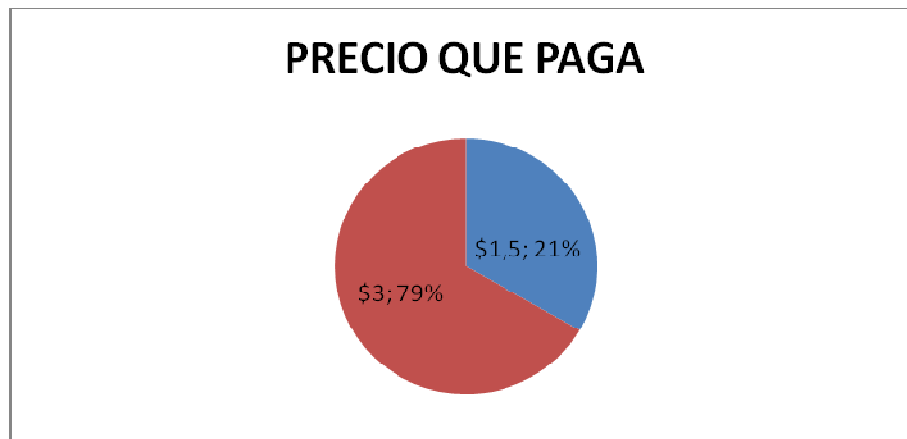
5.- ¿Qué precio paga por el café molido que compra?

CUADRO N° 5

| OPCIÓN       | PRECIO | NÚMERO     | PORCENTAJE  |
|--------------|--------|------------|-------------|
| 1/2 Libra    | 1,5    | 129        | 79          |
| 1 Libra      | 3      | 34         | 20          |
| <b>TOTAL</b> |        | <b>163</b> | <b>100,</b> |

FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.  
ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

GRÁFICO N° 5



FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.  
ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

De acuerdo al cuadro No 5, los encuestados manifestaron que pagan por la media libra de café molido un dólar con cincuenta centavos y los que consumen una libra pagan 3 dólares.

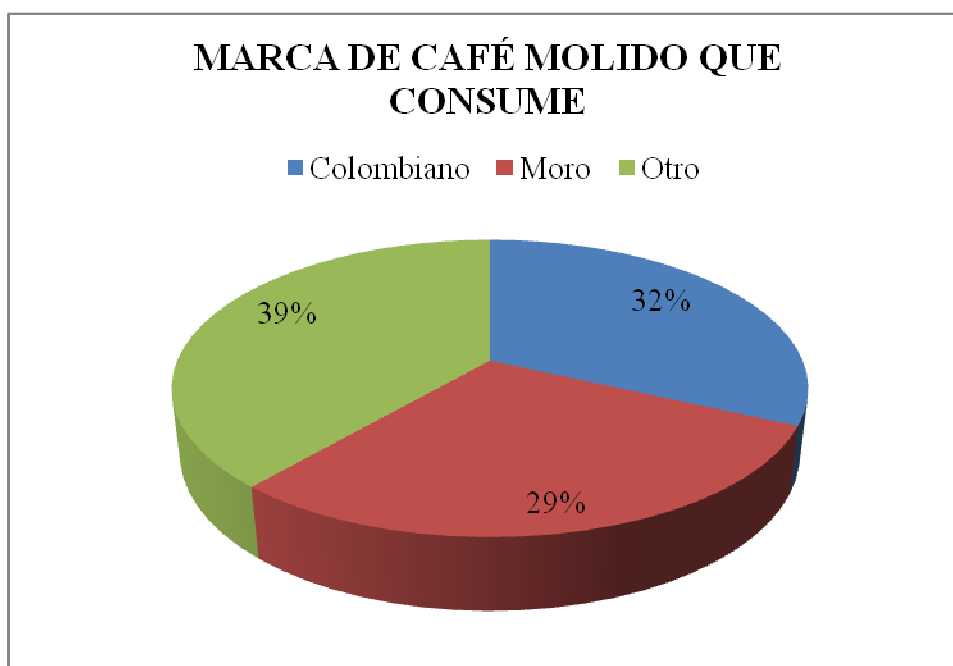
6.- ¿Cuál es la marca de café molido que usted consume?

CUADRO N° 6

| OPCIÓN       | NÚMERO     | PORCENTAJE    |
|--------------|------------|---------------|
| Colombiano   | 52         | 31            |
| Moro         | 48         | 29            |
| Otro         | 63         | 39            |
| <b>TOTAL</b> | <b>163</b> | <b>100,00</b> |

FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.  
ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

GRÁFICO N° 6



FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.  
ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

Entre las marcas de café que se consume, está el colombiano con el 32%, moro 29% y otros el elaborados artesanalmente el 39%.

7.- ¿Dónde compra el café molido que consume habitualmente?

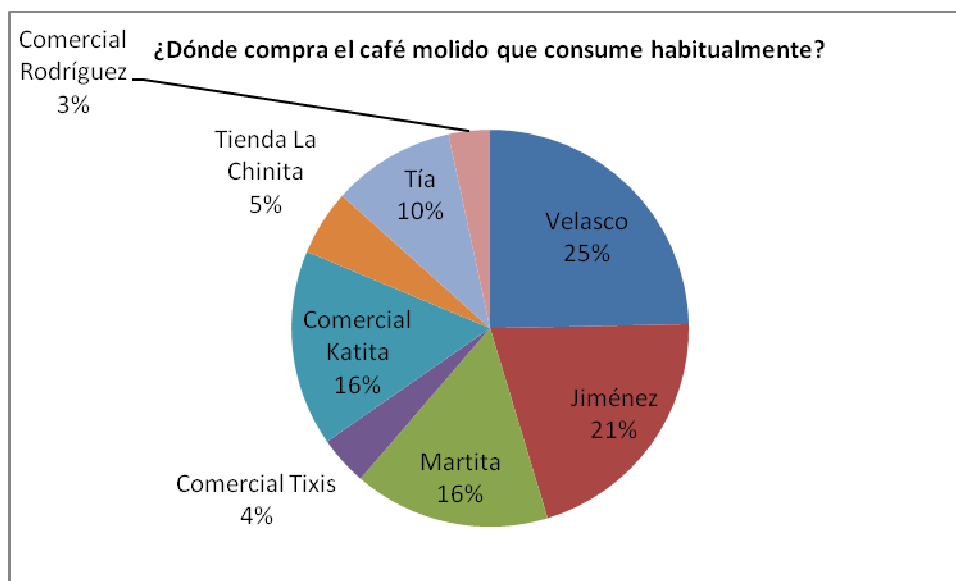
CUADRO N° 7

| OPCIÓN              | NÚMERO     | PORCENTAJE    |
|---------------------|------------|---------------|
| Velasco             | 37         | 22,7          |
| Jiménez             | 31         | 19,0          |
| Martita             | 24         | 14,7          |
| Comercial Tixis     | 6          | 3,7           |
| Comercial Katita    | 24         | 14,7          |
| Tienda La Chinita   | 8          | 4,9           |
| Tía                 | 15         | 9,2           |
| Comercial Rodríguez | 5          | 3,1           |
| Otros               | 13         | 8,0           |
| <b>TOTAL</b>        | <b>163</b> | <b>100,00</b> |

FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.

ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

GRÁFICO N° 7



FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.

ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

Los encuestados al ser consultados respecto de donde compran el café molido que consumen habitualmente están los minimarket, comerciales y tiendas y otros elaborados en forma artesanal o por ellos mismos pero en mínimas cantidades.

## 8.- ¿Cómo califica el producto que consume?

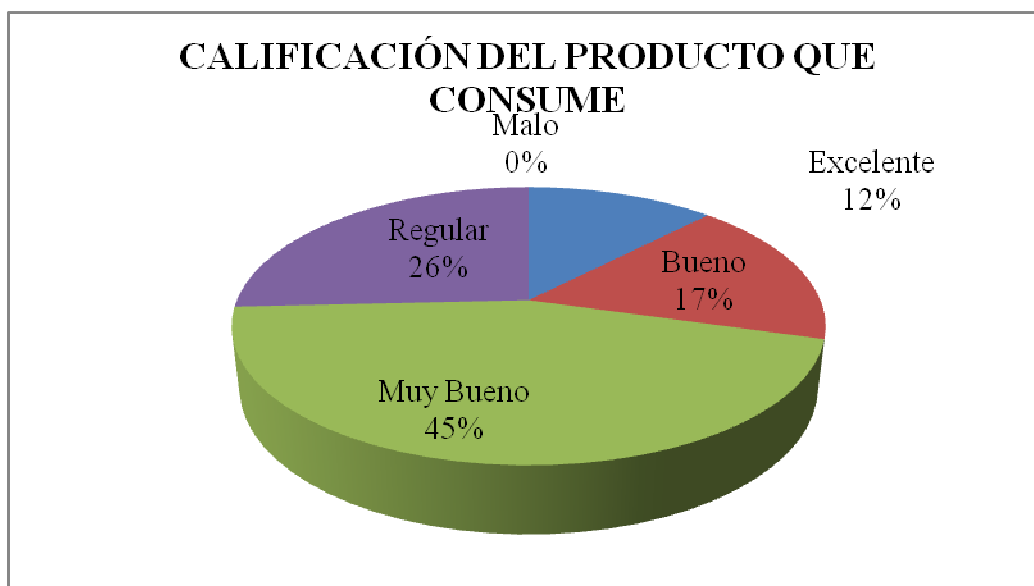
**CUADRO N° 8**

| <b>OPCIÓN</b> | <b>NÚMERO</b> | <b>PORCENTAJE</b> |
|---------------|---------------|-------------------|
| Excelente     | 20            | 12,3              |
| Bueno         | 28            | 17,2              |
| Muy Bueno     | 73            | 44,8              |
| Regular       | 42            | 25,8              |
| <b>TOTAL</b>  | <b>163</b>    | <b>100,00</b>     |

FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.

ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

**GRÁFICO N° 8**



FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.

ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

Los encuestados califican al producto que consumen de Excelente, bueno y muy bueno con un porcentaje de participación que supera el 75%, en tanto que para el 25% lo consideran de regular.

9.- ¿De existir una empresa local que procese café molido de calidad, estaría dispuesto a adquirirlo?

**CUADRO N° 9**

| <b>OPCIÓN</b> | <b>NÚMERO</b> | <b>PORCENTAJE</b> |
|---------------|---------------|-------------------|
| Si            | 158           | 96,9              |
| No            | 5             | 3,1               |
| <b>TOTAL</b>  | <b>163</b>    | <b>100,00</b>     |

FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.  
ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

**GRÁFICO N° 9**



FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.  
ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

Los encuestados al referirse a la pregunta sobre si existiera una empresa local que procese café molido de calidad y si estarían dispuestos a adquirirlo, tan solo 5 manifestaron que no, correspondiendo este número al 3,1% y la gran diferencia manifestó que si estarían dispuestos a adquirir el producto que procese esta empresa.



## ENCUESTA DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES

### 1.- ¿Usted vende café molido?

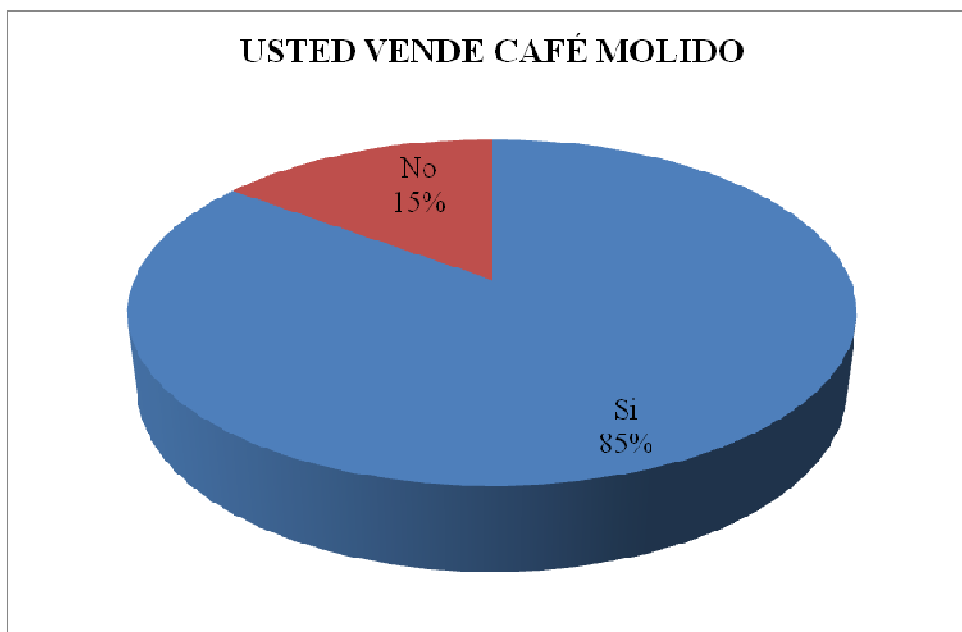
CUADRO N° 1

| OPCIÓN       | NÚMERO     | PORCENTAJE    |
|--------------|------------|---------------|
| Si           | 98         | 85,1          |
| No           | 16         | 14,9          |
| <b>TOTAL</b> | <b>114</b> | <b>100,00</b> |

FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.

ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

GRÁFICO N° 1



FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.

ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

De los 114 comerciantes distribuidos en las ciudades de Caluma, Ricaurte y Catarama a los que se encuestó, 97 manifestaron que si venden café correspondiendo al 85 %, en tanto que la diferencia manifestó que no

2.- ¿En qué presentación vende el café molido?

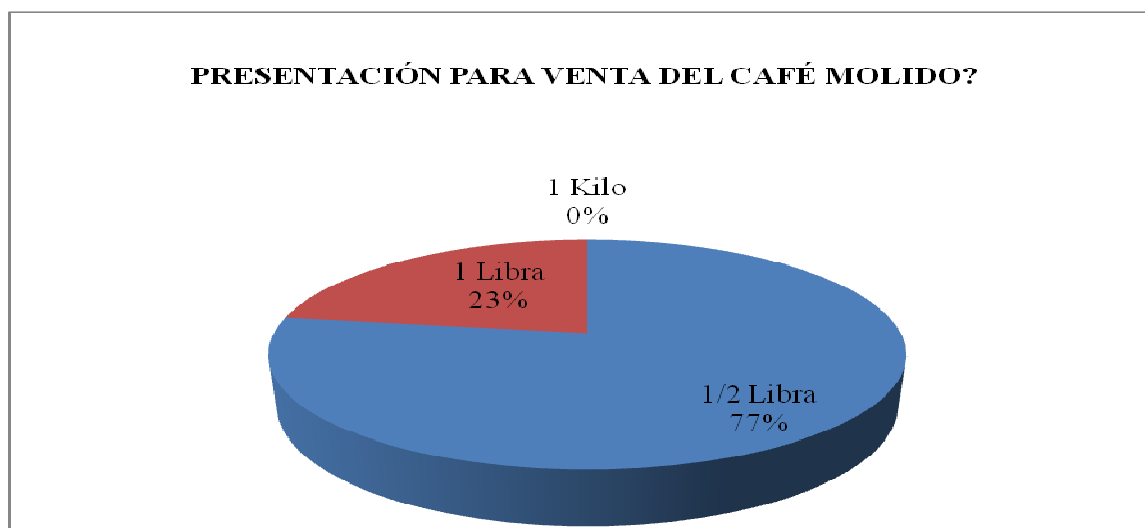
CUADRO N° 2

| OPCIÓN       | NÚMERO    | PORCENTAJE    |
|--------------|-----------|---------------|
| 1/2 Libra    | 76        | 77,3          |
| 1 Libra      | 22        | 22,7          |
| 1 Kilo       | 0         | 0,0           |
| <b>TOTAL</b> | <b>98</b> | <b>100,00</b> |

FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.

ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

GRÁFICO N° 2



FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.

ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

Los encuestados nos demuestran que los comerciantes venden café molido en presentaciones de media libra y una libra, por lo que los usuarios prefieren, adquieren y consumen el café en estas presentaciones.

**3.- ¿Qué cantidad de café molido vende semanalmente y de qué manera?**

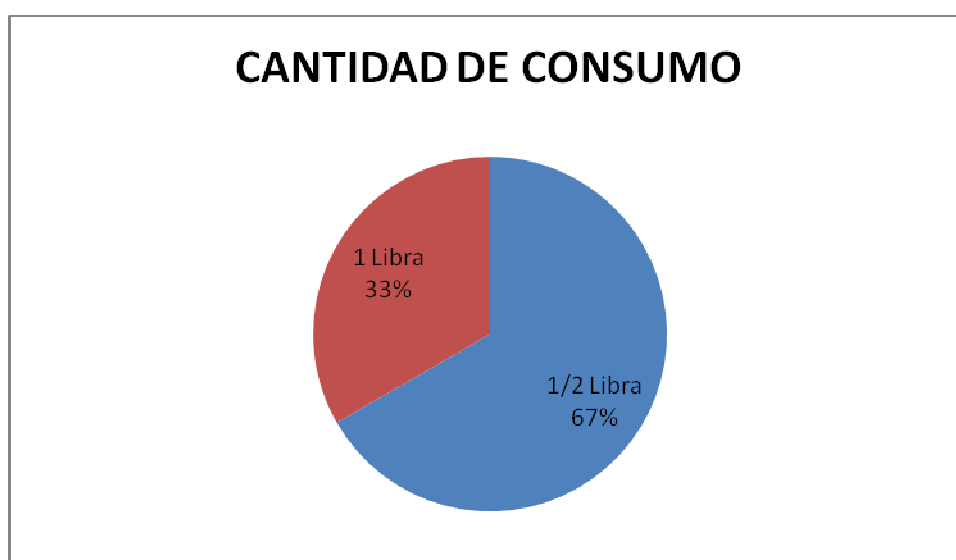
**CUADRO N° 3**

| <b>OPCIÓN</b> | <b>NÚMERO</b> | <b>CANTIDAD</b> | <b>PORCENTAJE</b> |
|---------------|---------------|-----------------|-------------------|
| 1/2 Libra     | 200           | 76              | 77,3              |
| 1 Libra       | 100           | 22              | 22,7              |
| <b>TOTAL</b>  |               | <b>98</b>       | <b>100,00</b>     |

FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.

ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

**GRÁFICO N° 3**



FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.

ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

Del total de los encuestados que venden café molido semanalmente, el 77,3 % vende en presentaciones de media libra una cantidad de 200 unidades y el 22,7 % vende en presentación de una libra, una cantidad 100 unidades por semana.

4.- ¿Cuál es el precio de la funda de café molido que vende?

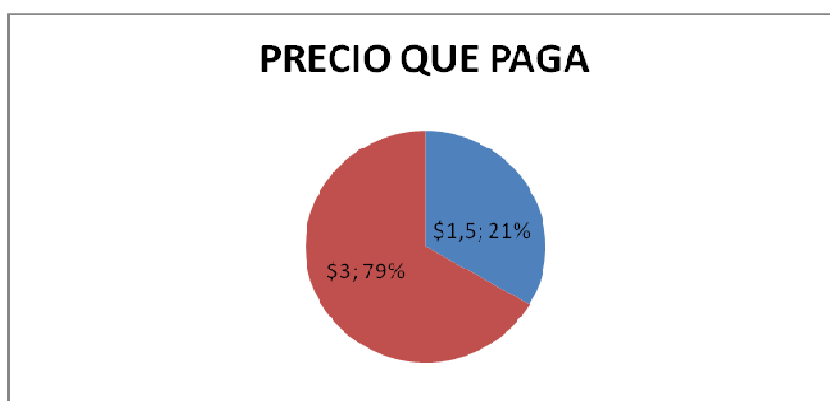
CUADRO N° 4

| OPCIÓN       | PRECIO | NÚMERO    | PORCENTAJE    |
|--------------|--------|-----------|---------------|
| 1/2 Libra    | 1,5    | 75        | 77,3          |
| 1 Libra      | 3      | 22        | 22,7          |
| <b>TOTAL</b> |        | <b>97</b> | <b>100,00</b> |

FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.

ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

GRÁFICO N° 4



FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.

ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

El precio de la funda de café molido al que vende es el siguiente: La media libra esta a un dólar con cincuenta centavos y la de libra a 3 dólares, estos datos guardan relación directa con las preguntas y respuestas anteriores en sus mismos porcentajes.

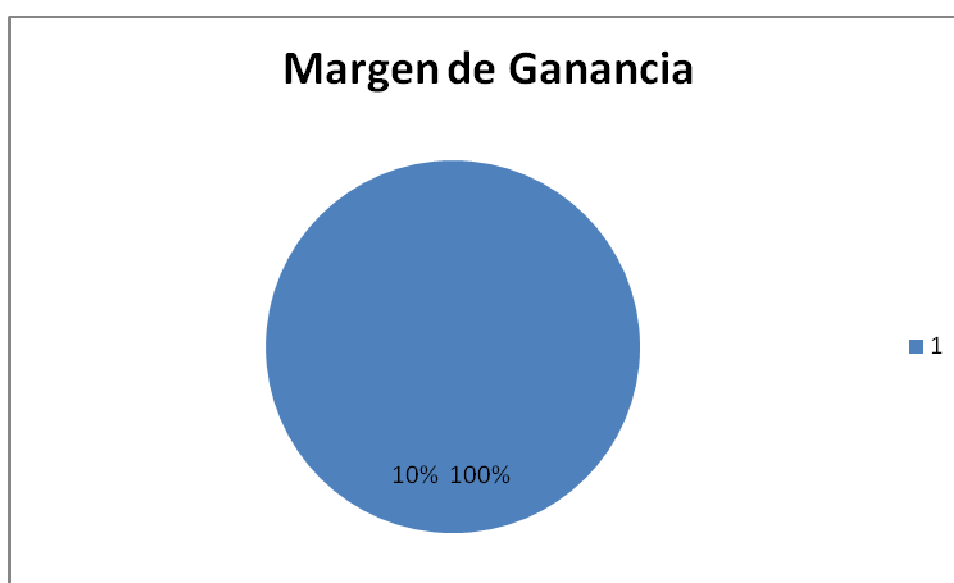
5.- ¿Cuál es el margen de ganancia (%) que tiene en la comercialización de café molido?

**CUADRO N° 5**

| <b>OPCIÓN</b>      | <b>VALOR</b> | <b>NÚMERO</b> | <b>PORCENTAJE</b> |
|--------------------|--------------|---------------|-------------------|
| Margen de Ganancia | 10%          | 97            | 100,0             |
| <b>TOTAL</b>       |              | <b>97</b>     | <b>100,00</b>     |

FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.  
ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

**GRÁFICO N° 5**



FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.  
ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

Todos los comerciantes manifestaron que el margen de ganancia que perciben por la venta del café molido esta en el 10%.

6.- ¿Cuál es la presentación de café molido que más vende en su negocio?

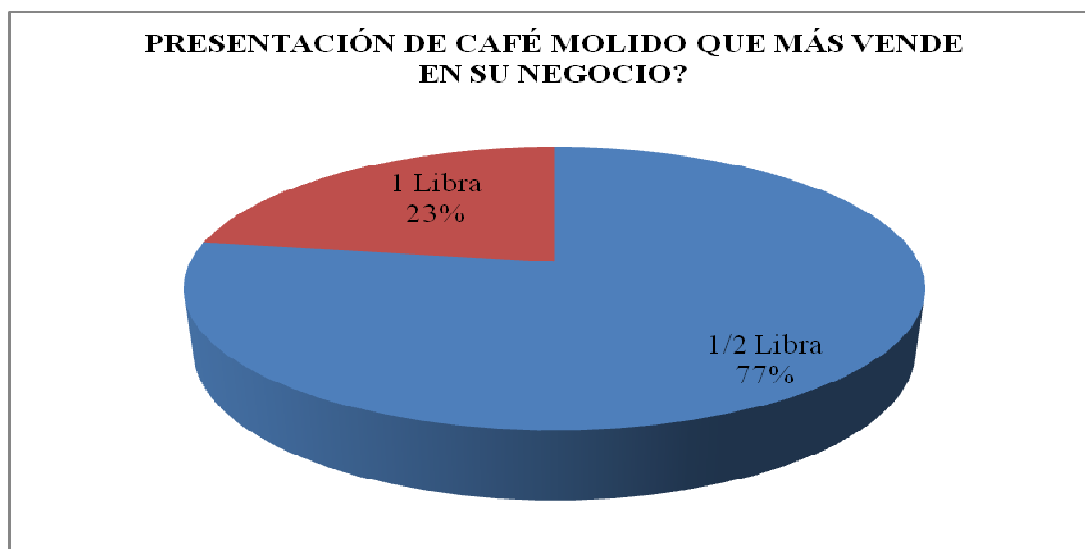
CUADRO N° 6

| OPCIÓN       | NÚMERO    | PORCENTAJE    |
|--------------|-----------|---------------|
| 1/2 Libra    | 75        | 77,3          |
| 1 Libra      | 22        | 22,7          |
| <b>TOTAL</b> | <b>97</b> | <b>100,00</b> |

FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.

ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

GRÁFICO N° 6



FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.

ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

Al consultarles a los comerciantes respecto de cuál es la presentación de café molido que más vende en su negocio, manifestaron que los de media libra con el 77 % y de una libra son 22 con el 23 %; estas presentaciones son a su vez las que les proporcionan los proveedores de café.

7.- ¿Sus proveedores de café molido le entregan el producto con crédito?

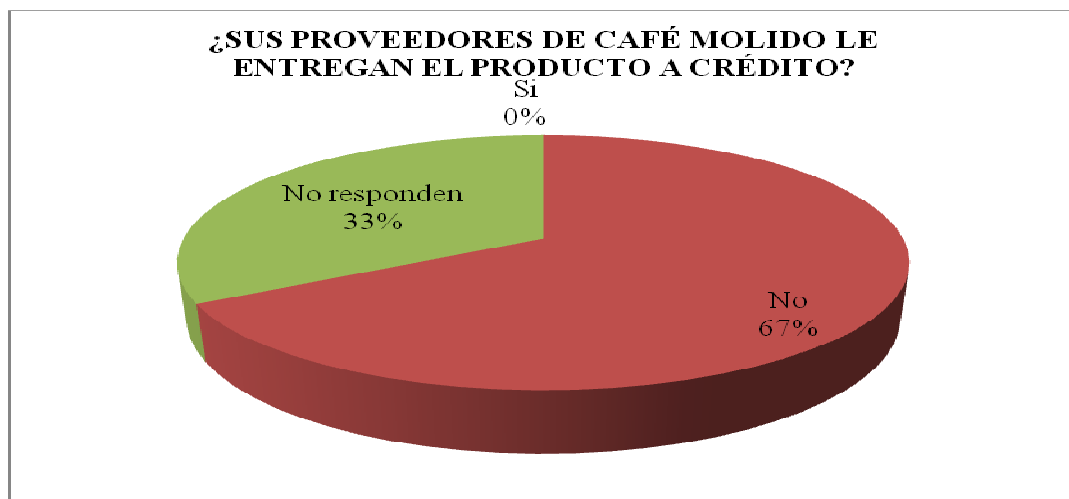
CUADRO N° 7

| OPCIÓN       | NÚMERO    | PORCENTAJE    |
|--------------|-----------|---------------|
| Si           | 0         | 0,0           |
| No           | 65        | 67            |
| No responden | 32        | 33            |
| <b>TOTAL</b> | <b>97</b> | <b>100,00</b> |

FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.

ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

GRÁFICO N° 7



FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.

ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

Al consultarles a los comerciantes respecto de si los proveedores de café les entregan el producto a crédito, este mecanismo no les ofertan y otro porcentaje de los comerciantes no responde la pregunta.

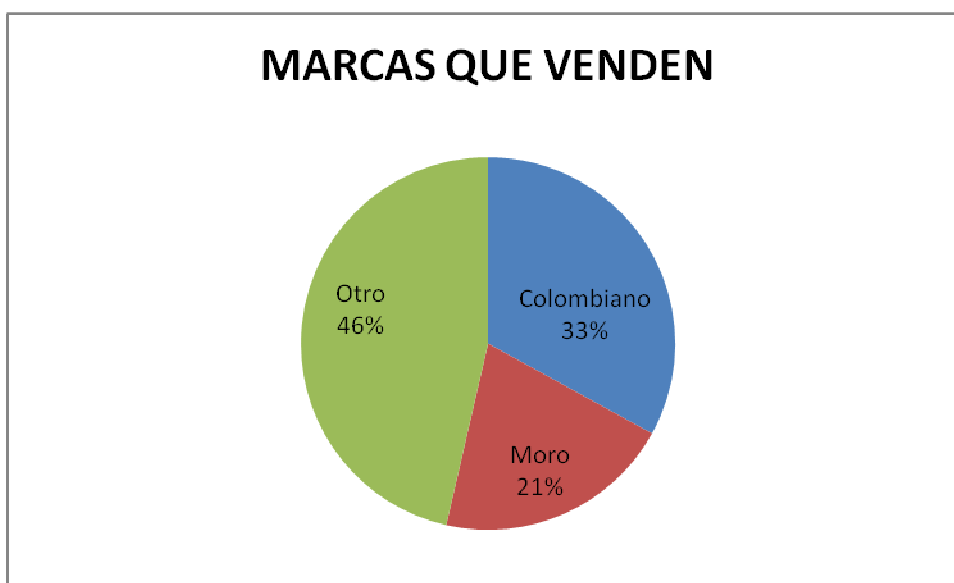
## 8.- ¿Qué marca de café molido vende usted?

CUADRO N° 8

| OPCIÓN       | NÚMERO    | PORCENTAJE    |
|--------------|-----------|---------------|
| Colombiano   | 32        | 33,0          |
| Moro         | 20        | 20,6          |
| Otro         | 45        | 46,4          |
| <b>TOTAL</b> | <b>97</b> | <b>100,00</b> |

FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.  
ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

GRÁFICO N° 8



FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.  
ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

Los comerciantes venden café molido y entre las marcas están colombiano, Moro y otros que son los artesanales, determinando que una de las marcas tiene gran acogida a nivel nacional como lo es el gran colombiano; sin embargo los artesanales representan en el sector un importante aporte, pues hacen uso de la materia prima del sector.



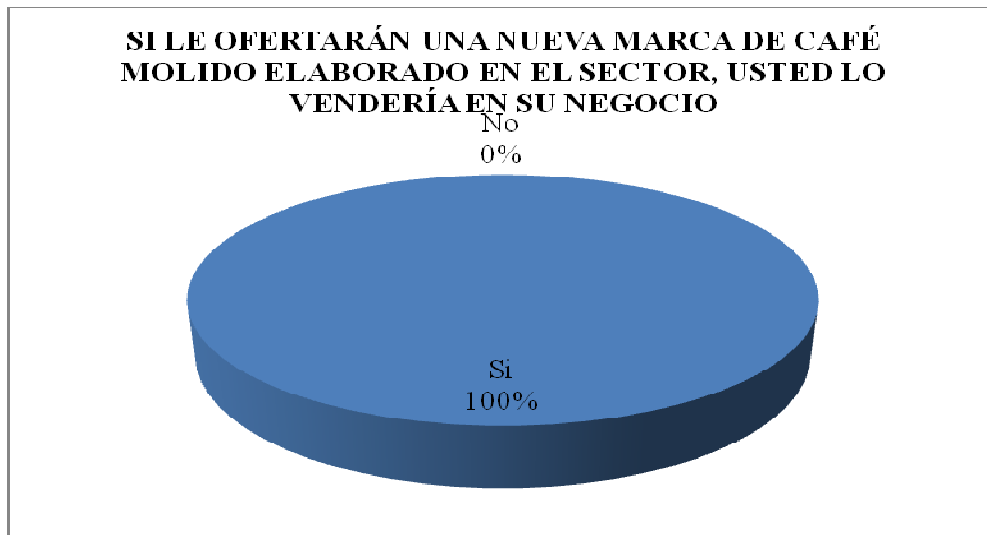
9.- ¿Si le ofertarán una nueva marca de café molido elaborado en el sector, usted lo vendería en su negocio?

CUADRO N° 9

| OPCIÓN       | NÚMERO     | PORCENTAJE    |
|--------------|------------|---------------|
| Si           | 114        | 100,0         |
| No           | 0          | 0,0           |
| <b>TOTAL</b> | <b>114</b> | <b>100,00</b> |

FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.  
ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

GRÁFICO N° 9



FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.  
ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

Los comerciantes al ser preguntados si les ofertaran una nueva marca de café molido y que sea elaborado en el sector, y si lo comercializarían en su negocio, el 100% manifestó que si; incluso los que no venden café; esto como un mecanismo de apoyar el desarrollo y que utilicen la materia prima del sector.

## 2.2. CONCLUSIONES

- Los encuestados consumen café molido, que lo adquieren en presentaciones de media y una libra; pagando por ello un precio de 1,5 dólares por la media libra y de 3 dólares por la libra.
- Del café molido, la marca que más consumen es Colombiano, Moro y otros producidos de manera artesanal, cuyo referente está en la fábrica de Caluma, de propiedad de la Sra. Morayma Estrada.
- Los usuarios que prefieren café molido acuden a las tiendas, comercios y minimarket a adquirir este producto, así como también se encuentra en almacenes Tía de Ricaurte pero este expende el Colombiano y Moro; productos que tienen una gran acogida; pero de existir una empresa local que expenda este producto, lo adquirirían.
- De igual manera los comerciantes expenden y venden café molido y los datos coinciden con los de los compradores tanto en presentación, precio, marca y apoyo que podrían dar a una empresa que se instale en el sector, que produzca y comercialice café propio de la zona.
- En referencia a las cantidades que venden semanalmente, este difiere de la media libra a la libra de café, molido y el porcentaje de utilidad que perciben es del 10 %.
- Todo lo anterior demuestra la gran disposición que existe por parte de los usuarios como de los comerciantes en apoyar este proyecto, debido a que es una forma de incentivar la realización de actividades artesanales como medio de desarrollo productivo, así como demuestra la falta de este tipo de empresas en el sector.

## **CAPÍTULO III**

### **3.1. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO.**

El Café es un alimento consumido frecuentemente como bebida que se obtiene por infusión de agua caliente a partir de los frutos y semillas del cafeto (*Coffea*), que contiene una sustancia estimulante llamada cafeína y suele tomarse como desayuno o en la sobremesa después de las comidas y es una de las bebidas sin alcohol más socializadoras en muchos países.

El proyecto contempla el procesamiento y molido de café arábigo fino y aromático tostado en estado natural y molido.

Presentación: El café molido se envasa en fundas plásticas, con un peso de media y de una libra.

En la funda esta el Logotipo, Código de barras, Cuadro nutricional, Peso, Información de la fábrica, Registro Sanitario, Fecha de fabricación y expiración, Precio de Venta al Público.

#### **3.1.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

De las encuestas realizadas tanto a la población local de Caluma y Ricaurte, se pudo apreciar que los encuestados si consumen y por otro lado los comerciantes de estas ciudades si comercializan café y los venden en presentaciones de media y una libra, en las siguientes marcas: Colombiano, Moro y el café fabricado en forma tradicional, que se lo hace en la Ciudad de Caluma.

**Demanda Actual.-** La demanda constituye la cantidad de Café que los consumidores y los comerciantes están comprando durante un año, por lo que con la investigación de campo realizado y una vez tabuladas las encuestas, la Demanda Actual se la obtiene de la siguiente forma:

Al preguntar a los consumidores, qué cantidad de café consume Ud. semanalmente los mismos respondieron de la siguiente manera:

### CUADRO N° 1

#### DEMANDA DE POBLADORES

| Alternativa  | N persona  | %          | N° personas universo | consumo Semanal Lbs. | Consumo anual Lbs. |
|--------------|------------|------------|----------------------|----------------------|--------------------|
| 2 Libras     | 129        | 79         | 1346                 | 2692                 | 139984             |
| 4 Libras     | 34         | 21         | 358                  | 1432                 | 74464              |
| <b>TOTAL</b> | <b>163</b> | <b>100</b> | <b>1704</b>          | <b>4.124,00</b>      | <b>214.448,00</b>  |

FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.

ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

El consumo anual de café molido de la población de Caluma y Ricaurte alcanza a 214.448 libras, que transformados a quintales asciende a 2.144 qq.

Mientras que al preguntar a los comerciantes, qué cantidad de café compra y vende Ud. semanalmente los mismos respondieron de la siguiente manera:

### CUADRO N° 2

#### DEMANDA DE COMERCIANTES

| OPCIÓN       | NÚMERO | CANTIDAD  | PORCENTAJE | Compra-venta semanal Lbs. | Compra-venta anual Lbs. |
|--------------|--------|-----------|------------|---------------------------|-------------------------|
| 1/2 Libra    | 200    | 76        | 77,5       | 7600                      | 395200                  |
| 1 Libra      | 100    | 22        | 22,5       | 2200                      | 114400                  |
| <b>TOTAL</b> |        | <b>98</b> | <b>100</b> | <b>9800</b>               | <b>509600</b>           |

FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.

ELABORADO POR: Yuri Rodríguez.

La compra venta de anual de café molido de los comerciantes de Caluma y Ricaurte alcanza a 509.600 libras, que transformados a quintales asciende a 5.096 qq.

Es decir la demanda total asciende a 7.240 quintales al año.

**Proyección de la Demanda.-** Para establecer la demanda futura se aplica la fórmula estadística del monto con un crecimiento del 1,9% anual, tasa de crecimiento poblacional usada según el INEC al año 2010 y que se relaciona directamente con el aumento de la demanda, como se especifica a continuación:

$$DF = DA (1+i)^n$$

|      |   |
|------|---|
| DF = | Demanda Futura                                  |
| DA = | Demanda Actual                                  |
| 1 =  | Constante                                       |
| i =  | Tasa de crecimiento poblacional 1,9%<br>= 0,019 |
| n =  | # de años                                       |

FUENTE: Investigación de campo 08-02-2012.

ELABORACIÓN: Yuri Rodríguez.

En el siguiente cuadro se proyecta la Demanda, así:

**CUADRO N° 3**  
**PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

| <b>AÑOS</b> | <b>POBLADORES</b> | <b>COMERCIANTES</b> | <b>TOTAL</b> |
|-------------|-------------------|---------------------|--------------|
| 2.012       | 2144              | 5096                | 7240,0       |
| 2.013       | 2186,9            | 5197,9              | 7384,8       |
| 2.014       | 2230,6            | 5301,9              | 7532,5       |
| 2.015       | 2275,2            | 5407,9              | 7683,1       |
| 2.016       | 2320,7            | 5516,1              | 7836,8       |
| 2.017       | 2367,1            | 5626,4              | 7993,5       |

FUENTE: Investigación de campo y cuadros anteriores 08-02-12.

ELABORACIÓN: Yuri Rodríguez.

### **3.1.3. LA OFERTA, ANÁLISIS Y PROYECCIONES**

Con respecto de la oferta de café molido en la ciudad de Caluma y Ricaurte, los oferentes son empresas nacionales y tan solo una productora artesanal (Morayma Estrada) que produce y expende en su propia vivienda y entrega a los centros de expendio o comerciantes bajo pedido.

**CUADRO N° 4**  
**OFERTA ACTUAL**

| <b>AÑO</b>         | <b>CANTIDAD EN QQ.</b> |
|--------------------|------------------------|
| 2012               | 260                    |
| <b>TOTAL ANUAL</b> | 260                    |

FUENTE: Investigación de campo y cuadros anteriores

ELABORACIÓN: Yuri Rodríguez.

Bajo la misma referencia establecida para la demanda futura, la oferta crece en la medida que crece la población, por lo que la oferta debe satisfacer las necesidades del consumidor; la fórmula de cálculo es:

$$OF = OA (1+i)^n$$

|      |                                     |
|------|-------------------------------------|
| OF = | Oferta Futura                       |
| OA = | Oferta Actual                       |
| 1 =  | Constante                           |
| i =  | % de crecimiento poblacional (1,9%) |
| n =  | # de años                           |

FUENTE: Investigación de campo y cuadros anteriores 08- 02-12.

ELABORACIÓN: Yuri Rodríguez.

**CUADRO N° 5**  
**PROYECCIÓN DE LA OFERTA**

| <b>AÑOS</b> | <b>OFERTA EN qq</b> |
|-------------|---------------------|
| 2.012       | 260                 |
| 2.013       | 265,20              |
| 2.014       | 270,50              |
| 2.015       | 275,91              |
| 2.016       | 281,43              |
| 2017        | 287,06              |

FUENTE: Investigación de campo y cuadros anteriores 08- 02-12.

ELABORACIÓN: Yuri Rodríguez.

### 3.1.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA INSASTIFECHA Y PROYECCIONES.

**Demanda Insatisfecha Actual.-** Al comparar la demanda actual con la oferta actual, se establece una diferencia que se constituye en la demanda no atendida o demanda insatisfecha resultante de lo siguiente:

**CUADRO N° 6**  
**DEMANDA INSATISFECHA Y PROYECCIÓN**

| Años | Demanda Insatisfecha Futura |               |                      |
|------|-----------------------------|---------------|----------------------|
|      | Demanda Futura              | Oferta Futura | Demanda Insatisfecha |
| 2012 | 7240                        | 260,0         | 7.500                |
| 2013 | 7384,8                      | 265,2         | 7.650                |
| 2014 | 7532,50                     | 270,5         | 7.803                |
| 2015 | 7683,15                     | 275,9         | 7.959                |
| 2016 | 7836,81                     | 281,4         | 8.118                |
| 2017 | 7993,55                     | 287,1         | 8.281                |

FUENTE: Investigación de campo y cuadros anteriores 08- 02-12.

ELABORACIÓN: Yuri Rodríguez.

### 3.1.5. ANÁLISIS DE PRECIOS

La encuesta realizada nos determina que los precios a los que se compran o venden la media libra y la libra de café molido en los comercios, minimarket y tiendas es de:

**CUADRO N° 7**  
**ANÁLISIS DE PRECIOS**

| OPCIÓN    | PRECIO DE MERCADO | PRECIO PROPUESTO |
|-----------|-------------------|------------------|
| 1/2 Libra | 1,5               | 1,5              |
| 1 Libra   | 3,0               | 3,0              |

FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.

ELABORACIÓN: Yuri Rodríguez.

Los mismos resultados de la encuesta nos permite apreciar que el margen de ganancia que obtienen los comerciantes de café molido es del 10 %, por lo que



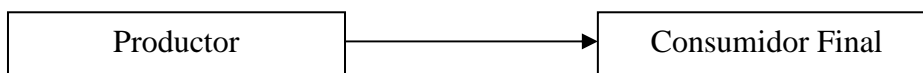
para definir el precio, este estaría entre el 1,5 para la media libra y de 3 dólares para la libra; por lo que estos serían los precios referenciales para el estudio.

### **3.1.6. ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN**

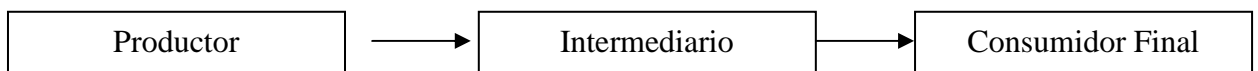
Para la entrega del producto en fundas de polietileno de media libra y de una libra al consumidor final o en las tiendas, minimarket o comercios, se establece una forma de comercialización directa; es decir, en la planta industrial o en locales, por lo tanto la cadena de comercialización queda de la siguiente manera:

#### **CADENA DE COMERCIALIZACIÓN**

##### **PRIMER CANAL**



##### **SEGUNDO CANAL**



FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.

ELABORACIÓN: Yuri Rodríguez.

#### **3.1.6.1. ESTRATÉGIAS DE VENTA.**

Entre las estrategias de venta que se utilizará serán:

#### **3.1.6.2. PUBLICIDAD.**

La publicidad se la hará por medio de radio para dar a conocer el lugar donde se encuentra la planta industrial para que adquieran el producto o para promocionar las presentaciones y la existencia de la empresa, pancartas y hojas volantes.

## **3.2. ESTUDIO TÉCNICO.**

### **3.2.1. TAMAÑO DEL PROYECTO.**

El tamaño del proyecto comprende definir la capacidad de producción real y efectiva que va a tener la planta, se basa en el mercado, la capacidad de inversión entre los principales factores.

De acuerdo al mercado y la Demanda Insatisfecha, se plantea que el proyecto de inversión debe cubrir hasta el 60% de esta demanda y para este caso el proyecto cubre el 14%, es decir producirá 1050 qq al año y cada año incrementará un 5%, hasta los cinco años posteriores al inicio de las operaciones; por lo que la puesta en marcha del proyecto, contará con una construcción civil en 300 m2 de un terreno de propiedad de la promotora del proyecto, en la que se instalará la maquinaria para la producción y la distribución del espacio físico que estará acorde para la elaboración del café molido.

**CUADRO N° 1**  
**PLAN DE PRODUCCIÓN Y PROYECCIÓN**

| <b>AÑOS</b> | <b>OFERTA</b> |
|-------------|---------------|
| 2.013       | 1050          |
| 2.014       | 1103          |
| 2.015       | 1125          |
| 2.016       | 1147          |
| 2017        | 1170          |

FUENTE: Investigación de Campo 08- 02-2012.  
ELABORACIÓN: Yuri Rodríguez.

La capacidad de producción para el año 2013 será de 1.050 qq anuales, al mes serán 87,5 qq y 20, 5 qq cada semana.

### 3.2.2. LOCALIZACIÓN.

La promotora del presente proyecto para emprender en el proyecto de café molido, posee un lote de terreno localizado a 500 metros del parque central en la vía Caluma Ricaurte con las siguientes dimensiones:

Largo: 30 metros

Ancho: 10 metros

Para la determinación del local consideraremos que A es la alternativa actual en la que posee el terreno y B es en la zona norte

| Factores Claves          | Peso        | SECTOR A          |                        | SECTOR B          |                        |
|--------------------------|-------------|-------------------|------------------------|-------------------|------------------------|
|                          |             | Zona Calificación | Calificación Ponderada | Zona Calificación | Calificación Ponderada |
| Propiedad del Terreno.   | 0,20        | 10                | 2,00                   | 3                 | 0,60                   |
| Materia Prima.           | 0,15        | 5                 | 0,75                   | 4                 | 0,60                   |
| Servicios Básicos.       | 0,15        | 5                 | 0,75                   | 4                 | 0,60                   |
| Vías de Acceso.          | 0,15        | 7                 | 1,05                   | 5                 | 0,75                   |
| Mano de Obra.            | 0,15        | 5                 | 0,75                   | 3                 | 0,45                   |
| Mano de Obra Calificada. | 0,10        | 4                 | 0,40                   | 3                 | 0,30                   |
| Distancia Mercado.       | 0,10        | 6                 | 0,60                   | 4                 | 0,40                   |
| <b>TOTAL</b>             | <b>1,00</b> |                   | <b>6,30</b>            |                   | <b>3,70</b>            |

ELABORACIÓN: Yuri Rodríguez.

Mediante este análisis se llegó a la conclusión de que el Sector A es el escogido para el funcionamiento de la Planta Industrial y el emprendimiento de la Empresa Voluntad de Dios Cía. Ltda., el que estará ubicado en las calles Av. La Naranja y Anarcasis Camacho; y, es considerado sitio estratégico debido a que está en la vía y confluye el sector comercial y laboral de la ciudad.

### **3.2.2.1. MACRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.**

País: Ecuador

Provincia: Bolívar

Cantón: Caluma

Parroquia: Central

### **3.2.2.2. MICRO LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO.**

El proyecto se implementará en el sector céntrico del Cantón Caluma, en un área de 300 metros cuadrados, ubicado entre las calles Av. La Naranja y Anarcasis Camacho, cercano a los sitios de abastecimiento de materias primas y que cuenta con servicios básicos.

Agua

Alcantarillado

Energía Eléctrica

Telecomunicaciones: Teléfono, Fax

Logística

### **3.2.3. INGENIERÍA DEL PROYECTO.**

El proyecto pondrá a disposición de su clientela dos presentaciones de café molido, cuyo método de secado de la materia es: método seco para lo que cumplirá con el siguiente proceso productivo:

#### **PROCESAMIENTO**

Esta etapa consiste en abrir los frutos y limpiarlos para obtener los granos de café, como así también incluye el secado de estos. El modo en que se realicen estas operaciones también va a influir en el sabor final del café. Existen dos métodos

para procesar las cerezas de café recolectadas: el método seco y el método húmedo.

**Método seco:** las cerezas de café se colocan en superficies destinadas al secado y se las expone al sol durante varios días, hasta que se deshidratan. Una vez que las cerezas están secas se las muele y de esta manera se les quita la capa externa, la pulpa interior y la piel de los núcleos. En este momento los trabajadores separan manualmente los granos buenos de los deteriorados (si bien en algunas ocasiones la clasificación de los granos está mecanizada). Por último, hay que descascarillar los granos ya secos, es decir, quitarles la piel plateada que llevan adherida. Así, del café coque (grano seco que aún conserva la piel) se obtiene el grano limpio o verde. Este método suele emplearse para las cerezas de cafeto robusta y de cafeto arábigo de Brasil y Etiopía.

**Tueste:**

Los granos verdes o limpios se venden a distintas partes del mundo y, una vez que están en el lugar de destino, se tuestan. Esta es una fase clave para obtener finalmente un **café** exquisito. El proceso de tueste es el que le brinda a los granos de **café** su color característico y el aroma que todos amamos. El objetivo de tostar los granos es hacerlos perder su humedad y liberar los aceites distintivos que dan el sabor y el aroma al café. Con el calor, estas sustancias aceitosas se hacen presentes en la superficie del grano. Pueden disolverse en agua y de ellas depende la calidad de la bebida.

Para realizar el tueste se someten los granos a una fuente de calor, lo que produce que estos cambien de color, pasando del verde al amarillo y luego al marrón en todas sus gamas. Además, al tostar café los granos se agrietan en el medio, adquiriendo su forma característica. Existen diversas formas de tueste, según las temperaturas a que se exponen los granos y el tiempo de exposición.

El sabor del café está directamente relacionado con esta etapa del proceso y existe una conexión estrecha entre el color de los granos y el gusto de la bebida. Cuanto más tiempo se tuestan los granos o a más temperatura, más oscuros quedan. Y cuanto más oscuros son los granos el sabor será cada vez más fuerte y agri dulce.

Cuando los granos se vuelven casi negros, el café adquiere un sabor a quemado. Los granos más oscuros tienen menos cafeína que los más claros y, además, tienen menor acidez. Cabe señalar que la acidez es una característica positiva al hablar de **café**, porque es la sensación de sequedad que este produce en la lengua, sensación característica de esta bebida (acidez, en este caso, no es sinónimo de agrio).

Los niveles o grados de tueste son varios y se pueden identificar por el color de los granos: rubio, canela, marrón claro, marrón, marrón oscuro, marrón muy oscuro, marrón casi negro. Generalmente los cafés más claros (es decir, poco tostados) tienen un sabor agrio y se emplean para mezclas en cafés comerciales. El **café** color marrón medio, típico café norteamericano, tiene mucho sabor, sequedad y variantes de acuerdo con el origen de los granos. El café casi marrón oscuro, propio del espresso de Italia del norte, tiene menos acidez y en él aparece el sabor agridulce. Los granos color marrón oscuro, muy empleado en Francia y típico del espresso norteamericano, tienen por sobre todo un sabor agridulce, casi no hay acidez y no se perciben los rasgos del café verde. Los granos de color marrón oscuro fuerte se caracterizan por tener una superficie brillante, casi nada de acidez y un sabor agridulce a la vez que quemado. Por último, el café casi negro, favorito en Francia, España e Italia, tiene un sabor quemado dominante, con toques dulces muy suaves.

Por otra parte, además del tueste convencional hay una variante, llamada torrefacción, que consiste en tostar los granos de café junto con un 15% de azúcar. De esta manera se obtienen granos de mucho brillo, debido al caramelo creado, y un café fuerte y exquisito. El café torrado es muy popular en España. Cabe agregar que muchas veces son los encargados de tostar los granos de café quienes también realizan las mezclas de granos, según orígenes, precios y sabores.

### **3.2.3.1. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO**

Previa planificación de actividades el Jefe de Producción o administrador procederá a adquirir la materia prima en el mercado local, para posteriormente iniciar el proceso de elaboración del café molido, para lo que se receptorá la materia prima en el área correspondiente; debiendo realizar actividades como:

#### **CLASIFICACIÓN**

Una vez que el café se ha secado y pasa a ser café verde, se clasifica a mano lo cual implicó la contratación de mano de obra calificada que permitió lograr una correcta clasificación de los granos, todo esto se realizó para quitar las impurezas y los granos malos o deformes. Además, el café también es clasificado por tamaño.

#### **PULIDO**

Algunos granos de café se pulen para quitar la piel, esto se hace para mejorar el aspecto de los granos de café verde y para eliminar los desperdicios.

#### **ALMACENAMIENTO**

El café verde es bastante estable si se almacena de forma correcta, es recomendable guardarse en contenedores que transpiren a menudo algún tipo de saco de fibra y lo mantengan seco y limpio.

Para lograr un sabor, parte del café se envejecía en grandes almacenes al aire libre durante seis o más meses, aunque todavía se debate, se cree que ciertos tipos de café verde mejoran con los años; especialmente aquellos valorados por su baja acidez. Varios de los productores de estos cafés venden granos de café que han sido envejecidos unos 3 años y algunos llegan incluso a 8 años. Sin embargo, la mayor parte de los expertos en café están de acuerdo en que el punto más alto de sabor y frescura del café se logra un año después de la cosecha, ya que los granos

de café envejecidos en exceso pierden gran parte de su contenido en aceites esenciales.

## **TEMPERATURA DE TUESTE**

La temperatura de tueste depende del tipo de máquina de tostar, del tiempo de tueste y de la intensidad del color final requerido.

En una primera fase se seca la humedad del café y es la fase que influye menos en el gusto final. En una segunda fase se origina la expansión de las celdillas del grano de café y empieza la creación de los gases. La tercera fase debe ser más lenta pues es la que confiere básicamente el gusto final al producto.

## **TIEMPO DE TUESTE**

Oscila entre un minuto y un máximo de 25 o hasta 30 minutos, siendo utilizado para nuestro proyecto el siguiente sistema:

**Sistema lento.-** De 15 y hasta 20 minutos, es muy apreciado por los tostadores artesanos. Se consigue así un grano con un color oscuro y uniforme, bonito, con una óptima presencia para ser vendido al detalle y en grano.

## **MEZCLA**

Previo al proceso de molido se procede a la mezcla en forma proporcional de los ingredientes que son: Café 80%, Haba 10% y soya el 10%.

## **MOLIDO**

A continuación los granos se muelen, pero con el tueste, los granos duplican su tamaño, al principio de la aplicación del calor, el color de los granos verdes pasa a amarillo, luego a marrón canela. Es en ese momento cuando el grano pierde su



humedad, pues la temperatura en el interior alcanza alrededor de 200 °C en que salen los aceites de los granos. En general, cuanto más aceite hay, más sabor tiene el café.

Durante el tueste, los granos se agrietan de una forma similar a la de las palomitas de maíz que explotan bajo calor. Hay dos momentos de «explosión» que se utilizan como indicadores del nivel de tueste alcanzado.

El grado de espesor de la molienda tiene un impacto importante en el proceso de elaboración de la bebida y es crítico en la consistencia del grado de fineza del café con el método de elaboración para extraer un sabor óptimo de los granos tostados. Los métodos de la elaboración del café que exponen la molienda de café a agua calentada durante mucho tiempo necesita que las partículas tengan un mayor grosor, en cambio, se utilizan métodos más rápidos.

Los granos que se muelen demasiado para un determinado método de elaboración expondrán demasiada área superficial al agua caliente y producirán un gusto amargo y áspero. En el otro extremo, si se muele poco y se dejan partículas excesivamente gruesas, se producirá un café débil, acuoso y falta de sabor.

El índice de deterioro aumenta cuando el café está molido, como resultado de la mayor área superficial expuesta al oxígeno. Con el aumento del café como bebida gourmet es muy popular moler los granos en casa justo antes de elaborar la bebida y hay disponibles muchos aparatos electrodomésticos que permiten realizar este proceso.

Hay varios métodos para moler el café:

**Molienda:** basada en dos elementos giratorios que machacan o que «rasgan» el grano con menos riesgo de quemarse. Las cuchillas pueden tener forma redonda o cónica; los últimos son más silenciosos y se atascan menos. Las cuchillas «muelen» el café a un tamaño razonablemente constante, lo que produce una extracción más uniforme cuando se elabora la bebida. Los expertos en café consideran que el molinillo es el único método aceptable de moler el café.

Los molinos con cuchillas cónicas preservan la mayor parte del aroma y produce una molienda con partículas muy finas y constantes. El diseño intrincado de las cuchillas de acero permite que una alta reducción del engranaje para reducir la velocidad de molienda. Cuanto más lenta es la velocidad, menos calor se transmite al café molido, preservando así la máxima cantidad de aroma.

Debido a la amplia gama de cuchillas, estos molinos son ideales para toda clase de aparatos de café: espress, goteo, percoladores, prensa francesa. Los mejores molinillos cónicos pueden moler extraordinariamente bien el café para la preparación del café turco. La velocidad a la que muele se sitúa generalmente por debajo de las 500 rpm.

Los molinos con cuchillas en forma de disco giran a una velocidad normalmente mayor que la de las cónicas y como resultado tienden a transferir algo más de calor al café y representan la manera más económica de conseguir una molienda constante en una amplia gama de aplicaciones. Son ideales para el uso doméstico.

**Picado:** La mayoría de molinos modernos realmente pican el grano en pedazos (y algunos bebedores de café utilizan simplemente una licuadora casera para realizar el proceso). Aunque gozan de una vida mucho más larga antes de que se desgasten las cuchillas, los resultados son peores, produciendo una molienda poco homogénea y darán lugar a una extracción inconsistente y a un producto degradado en la taza.

Las picadoras de cuchilla hacen los granos pedazos con una cuchilla girando a muy alta velocidad (de 20.000 a 30.000 rpm), este café molido tiene partículas grandes y pequeñas y está más caliente que el café molido en molino. Las picadoras de cuchilla crean «polvo de café» que puede estorbar encima de los tamices de las máquinas de espress y en las prensas francesas. Este tipo de picadoras son adecuadas solamente (en teoría) para máquinas de café por goteo, aunque incluso aquí el producto es inferior.

También pueden hacer un gran trabajo moliendo especias y hierbas, no se recomiendan para el uso con máquinas de expresó con bomba.

**Machacado:** El café es producido por infusión con una molienda de una fineza casi impalpable, en ausencia de un molinillo con una calidad suficiente, la única forma fiable de alcanzarlo es golpear los granos en un mortero.

## **ENVASADO**

En contacto con el aire se deterioran las características organolépticas del café. Su máximo enemigo es el oxígeno causante de oxidaciones en las sustancias grasas, origen de olores rancios. Otro problema importante es la humedad que favorece aún más la degradación oxidativa.

Hoy en día el proceso de envasado en la industria cafetera está totalmente automatizado. Utilizamos sistemas de envasado que nos permiten conservar el café casi inalterado hasta períodos de años en distintos envases adaptados a las exigencias del mercado, de entre ellos:

Envasado en atmósfera con material complejo y válvula unidireccional: al material complejo que conforma el envase le podemos colocar una válvula unidireccional que permite el paso de gases desde el interior al exterior del paquete pero no al sentido contrario. El café del interior del envase irá desgasificando, pero el oxígeno y el vapor de agua no podrán renovarse al no poder atravesar la válvula. Todo ello contribuye a alargar la vida del café allí envasado.

**A vacío:** se extrae el aire del interior del envase, de modo que se elimina la presencia de oxígeno y vapor de agua que implican problemas de oxidación y humidificación.

Envasado presurizado: se elimina el aire del interior del envase, y se sustituye por un gas inerte (nitrógeno) que se introduce a presión, con lo que se consigue que la diferencia de presiones entre el interior del envase y el interior de la estructura del grano disminuya, lo que da lugar a una reducción del ritmo de desgasificación. Decimos por ello que la presurización tiene un efecto de “reposado” del café que mejora su calidad. Este método es utilizado para cafés de alta gama.

## **ETIQUETADO**

### **Marcado en el envase**

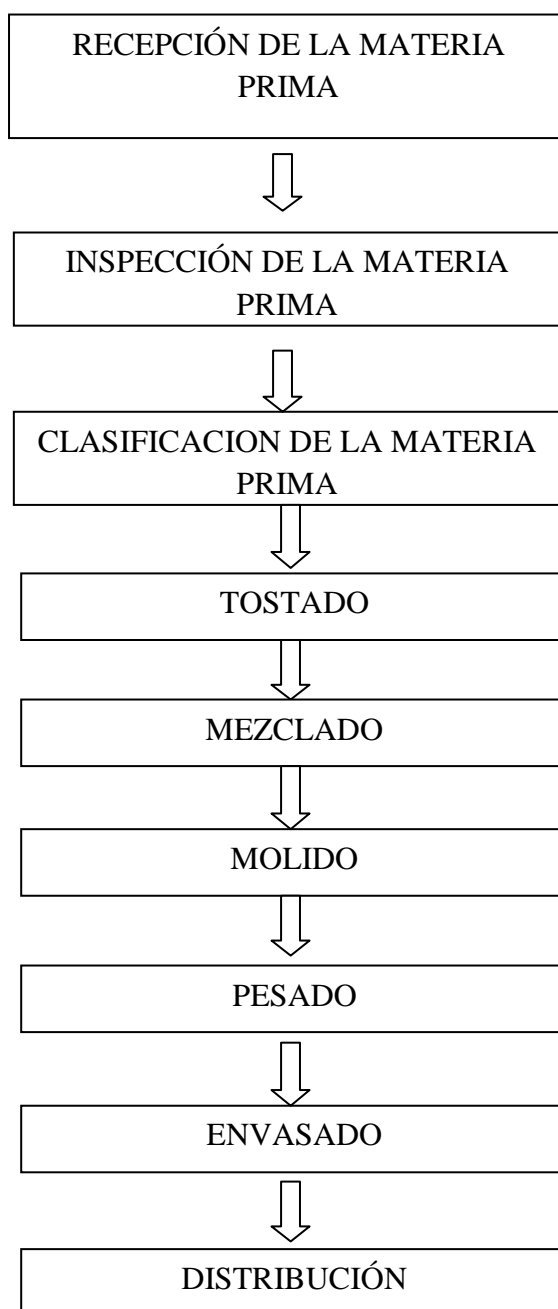
Cada envase del producto debe llevar una etiqueta o impresión permanente, visible e indeleble con los siguientes datos:

- Denominación del producto conforme a la clasificación de esta norma, incluyendo el porcentaje de azúcar caramelizado y el tipo que corresponda.
- Nombre comercial o marca comercial registrada pudiendo aparecer el símbolo del fabricante.
- Número de lote o clave de la fecha de fabricación (opcional).
- El "Contenido Neto" de acuerdo con las disposiciones de la Secretaría de Comercio.
- La leyenda "HECHO EN \_\_\_\_\_".
- Nombre o razón social del fabricante o titular del registro y domicilio en donde se elabora el producto.
- Texto de las siglas Reg. S.S.A. No. \_\_\_\_\_ "A" debiendo figurar en el espacio el número de registro correspondiente.
- Otros datos que exija el reglamento respectivo o disposiciones de la Secretaría de Salud.

## CONSERVACIÓN Y ALMACENAJE

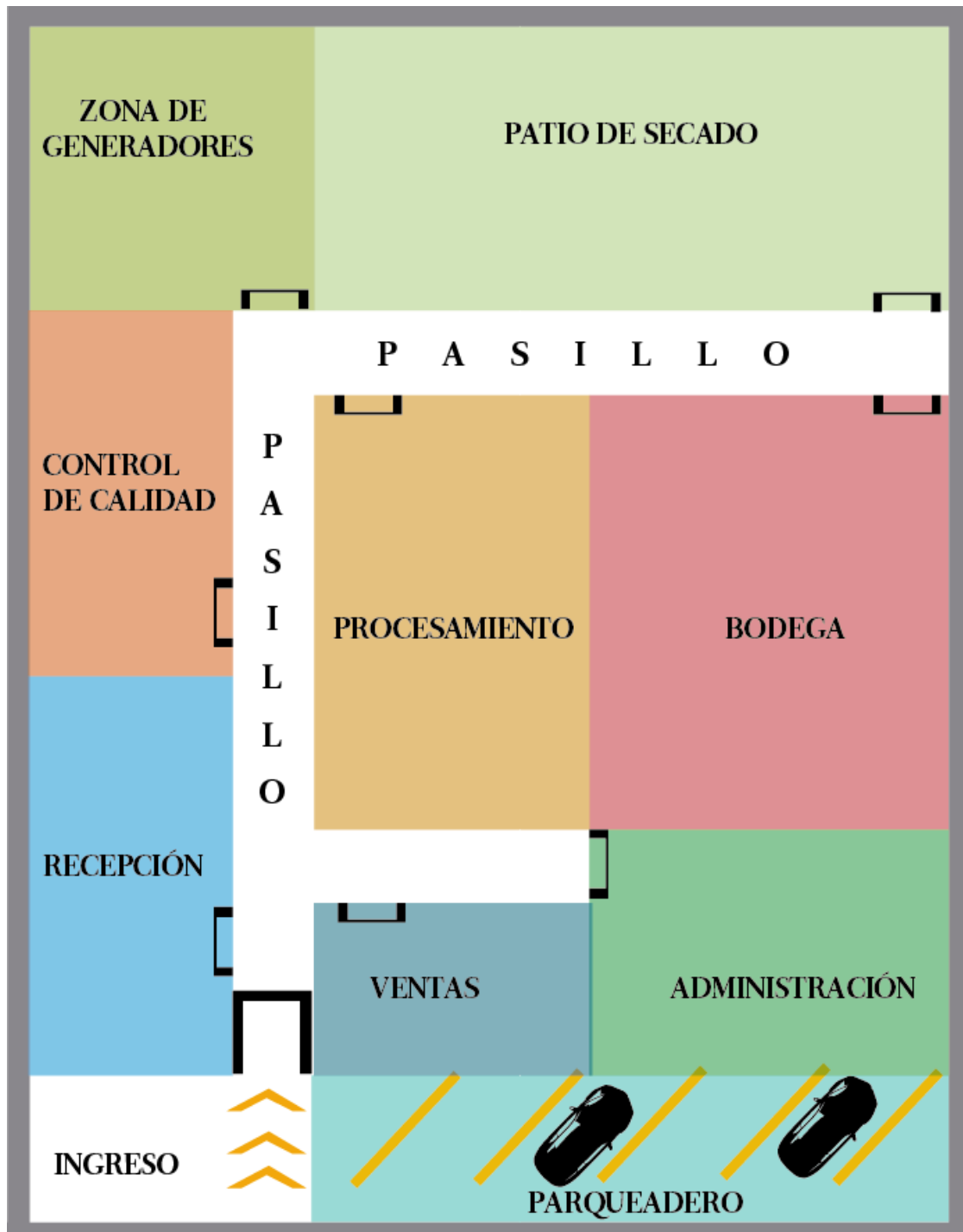
El café debe ser guardado en un lugar seco, oscuro, fresco y sellado al vacío (sin oxígeno).

### 3.2.4. DIAGRAMA DE BLOQUES



### 3.2.5. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.

El área de distribución de la Planta Industrial es de 150 m<sup>2</sup> que permite adecuar las expectativas de los consumidores y el ordenamiento de los Departamento o Secciones.



### **3.2.5.1. REQUERIMIENTOS**

Para ejecutar el proyecto necesitamos de personal altamente calificado para alcanzar los objetivos, el personal estará comprendido en las siguientes áreas:

**ADMINISTRACIÓN**

**PRODUCCIÓN**

**MANTENIMIENTO**

**COMERCIALIZACIÓN**

### **REQUERIMIENTOS DE MAQUINARIA**

**TOSTADORA:** Descarga Frontal

Tostador por quemador atmosférico

Enfriado automático en zaranda redonda

70 Kg. Ciclo 25 minutos

Precio: 2.500 Dólares

### **MOLINO**

Diámetro de piedra: 12" – 300 mm

Poleas: 9 ½ x 3 ½

Altura Total: 58" – 1480 mm

Anchura Total: 25" – 640 mm

Longitud Total: 35 ½ – 900 mm

Fuerza en CV: 3-5

Revolución Minuto: 650 – 700

Capacidad aprox. por hora: 200 – 300 Kg

Peso Neto: 123 Kg

Peso Bruto: 165 Kg

Precio: 4.500 Dólares

## **ENVASADORA O SELLADORA AL VACIO**

Envasadora inoxidable con bomba de doble cuerpo en seco

Barra de sellado de 45 cm

Dimensiones: 47x26x13 cm

Peso: 20 Kg

Voltaje: 220 v

Potencia: 500 w

Caudal: 261xmin

Presión vacío: 70 cm/hg (0,9 bar)

Costo: 350 Dólares

### **3.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO ORGANIZACIONAL**

#### **3.3.1. NOMBRE DE LA EMPRESA**

EMPRESA PRODUCTORA DE CAFÉ MOLIDO “VOLUNTAD DE DIOS” LTDA.

#### **3.3.2. GIRO DEL NEGOCIO**

La empresa productora de café molido “Voluntad de Dios Ltda.”, brindará a la población de las ciudades de Caluma, Ricaurte y Catarama café molido en presentaciones de media y una libra.

La actividad esencial de este negocio es la oferta de café molido en la región para lo cual se cuenta con los recursos materiales, económicos y humanos.



**MISIÓN:**

“Brindar a los consumidores de la región subtropical, café molido 100 % natural, elaborado con las más altas normas de calidad y que satisfaga el gusto de los consumidores”.

**VISIÓN:**

“Ser una empresa altamente reconocida en el mercado del Cantón Caluma, Ricaurte y región, ofreciendo un producto de excelente calidad que responda a las necesidades y expectativas del consumidor”.

**OBJETIVO**

Satisfacer a los clientes y consumidores con un producto de alta calidad.

### 3.3.3. ESLOGAN

“EL PLACER DEL AMANECER”

### 3.3.4. LOGOTIPO Y ETIQUETA

EMPRESA PRODUCTORA DE CAFE MOLIDO VOLUNTAD DE DIOS LTDA.



**INFORMACION NUTRICIONAL**  
Porcion un envase (250 g)  
Numero de porciones 1

|                           |                         |
|---------------------------|-------------------------|
| Cantidad de porcion       | Calorias de la grasa 30 |
| Calorias 120              |                         |
| %valor diario*            |                         |
| Grasa saturada 1g         |                         |
| Cafeina 2 g               |                         |
| Sodio 60 mg               |                         |
| Carbohidratos totales 18g |                         |
| Fibra dietaria 0g         |                         |
| Azucares 15g              |                         |
| Proteina 4g               |                         |

Calorias por gramo  
Grasa 9 \* Carbohidrato 4 \* Proteina 4

**MODO DE PREPARACION**

EN AGUA  
MEZCLA UNA CUCHARADITA DE TU CAFE MOLIDO EN UNA TAZA CON AGUA CALIENTE Y AGREGA AZUCAR A TU GUSTO.

EN LECHE  
MEZCLA UNA CUCHARADITA DE TU CAFE MOLIDO EN UNA TAZA CON LECHE CALIENTE Y AGREGA AZUCAR A TU GUSTO.

REG. SAN. 8095-INHG-B-4-04-08  
REG. MARCA 1662 ECUADOR  
ELABORADO EN ECUADOR POR  
CAFE VOLUNTAD DE DIOS

**SERVICIO AL CONSUMIDOR**  
TELF : 0988941315  
CALUMA ECUADOR



*Placer del amanecer* PVP. \$150

100% Café arábigo fino aromático

### 3.3.5. ACCIONISTAS

Los accionistas de la empresa productora de café molido “Voluntad de Dios Ltda., son del siguiente núcleo familiar:

| No | NOMBRES DE LOS SOCIOS | C.IDENTIDAD | APORTE DE CAPITAL |
|----|-----------------------|-------------|-------------------|
| 1  | Rodríguez Anabel      | 1205939216  | 15.000,00         |
| 2  | Rodríguez Martha Yexi | 1203132368  | 15.000,00         |
| 3  | Rodríguez Mónica      | 1201136496  | 21.277,16         |
|    | <b>TOTAL</b>          |             | <b>51.277,16</b>  |

ELABORACIÓN: Yuri Rodríguez.

### 3.3.6. CUADRO DIRECTIVO

El cuadro directivo es la descripción de los accionistas en los cargos directivos de la empresa, así:

| No | NOMBRE DEL SOCIO      | FUNCIÓN    |
|----|-----------------------|------------|
| 1  | Rodríguez Anabel      | Presidente |
| 2  | Rodríguez Martha Yexi | Gerente    |
| 3  | Rodríguez Mónica.     | Tesorero   |

ELABORACIÓN: Yuri Rodríguez.

### 3.3.7. REQUISITOS PARA LA CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA<sup>99</sup>

Al constituir una Compañía Limitada los requisitos para su constitución son:

Contar con mínimo tres socios mayores de edad y capaces de contraer obligaciones

<sup>99</sup> Ley de Compañías, Suplemento Informativo 2011. Pág 15

Establecer 3 reuniones y en ellas conocer y aprobar el Estatuto de Constitución de la Compañía.

Nombrar un Presidente y Secretario que será a su vez el Gerente de la Compañía.

Contratar un Abogado para que sea el responsable de elevar a escritura pública el estatuto y presentar en la Notaría.

Abrir una Cuenta de Integración en un banco de localidad con el 50 % del capital a iniciar o que conste en la Escritura de Constitución y como se pagará el otro 50%.

Presentar en 3 ejemplares la Escritura de Constitución en la Intendencia de Compañías en la ciudad de Guayaquil por parte del Abogado.

En el caso de no existir ningún impedimento y sea aprobado, publicar un extracto de aprobación de la Compañía en un periódico local.

Llevar la publicación y marginar en la Notaría.

Ir al Registro Mercantil para registrar la Compañía y los Nombramiento del Gerente y Presidente.

Nombrar al Contador que será el encargado de llevar la Contabilidad, el Ruc en el SRI y en el Seguro Social.

Los aportes se contabilizarán y se emitirán participaciones, debiendo señalar el valor de cada una de ellas, por ejemplo de 1, 5, 10 o más dólares cada una de participaciones:

### **Requisitos Legales**

Los requisitos legales para el funcionamiento de la empresa son los siguientes:

### **Registro Único de Contribuyentes- RUC**

El RUC, es el punto de partida para el proceso de administración tributaria y constituye el número de identificación de las sociedades que serán sujetos de obligaciones tributarias, quienes tienen obligaciones iniciales con el Servicio de Rentas Internas.

El RUC es el documento que le califica para efectuar transacciones comerciales en forma legal, por lo que los contribuyentes deben obtener el RUC dentro de los treinta días hábiles siguientes a su inicio de actividades.

**Requisitos:**

Formulario suscrito por el representante legal.

Copia de la escritura de Constitución legal de la empresa.

Nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.

Copia de cedula de identidad y certificado de votación del representante legal.

Original y copia de la planilla de servicio básico de agua, luz o teléfono.

En caso de extranjeros, copia y original del pasaporte.

**Aspectos Tributarios.**<sup>10</sup>

El pago del impuesto a la Renta se lo realiza anualmente y tiene vigencia desde el 1ro. de enero al 31 diciembre, las obligaciones tributarias varían según el tipo de contribuyente y de acuerdo a las características de su actividad económica.

Las obligaciones con el SRI son las siguientes:

- Presentar la declaración del IVA como agente de retención si la actividad lo amerita, ésta declaración se presentará mensualmente de las operaciones grabadas por dicho impuesto, la base imponible es el 12%.
- Declaración del Impuesto a la Renta Sociedades.
- Declaración del Impuesto a la Renta Empleados.
  
- Realizar retenciones en la fuente por concepto de impuesto a la renta y presentar las correspondientes declaraciones y pago retenido.

**Patente Municipal**

Para la obtención de la patente municipal se requiere:

---

<sup>10</sup>[www.sri.gov.ec/sri/portal/main.do?code=163](http://www.sri.gov.ec/sri/portal/main.do?code=163)

Original y copia del Registro Único de Contribuyentes (RUC).

Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del propietario o representante legal.

Formulario de declaración del impuesto de patentes (Se compra en la tesorería a la que corresponda el establecimiento).

Formulario para categorización

Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.

Clave catastral.

### **Permiso de Funcionamiento por parte del Cuerpo de Bomberos**

Los requisitos para la obtención del Permiso de Funcionamiento por parte del Cuerpo de Bomberos son:

Original y copia de la cedula de identidad y papeleta de votación

Copia del RUC.

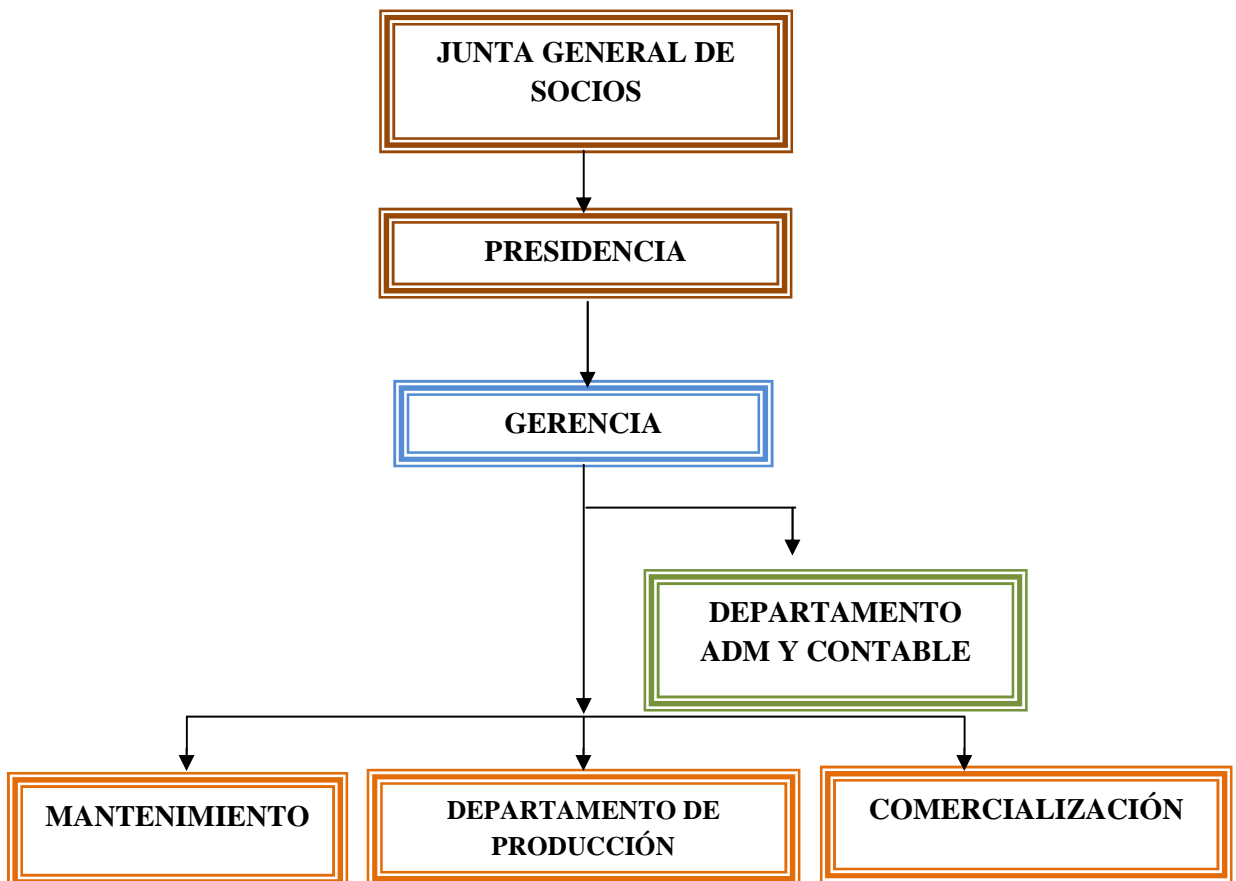
Formulario de declaración del Impuesto de patentes (Este formulario se lo compra en la tesorería del CB).

Informe favorable de inspección.

Copia de la Patente Municipal.

### 3.3.8. ORGÁNICO ESTRUCTURAL

La organización de la empresa será de tipo vertical en que se encuentran los 4 niveles jerárquicos de la empresa y son:



### **3.3.9. ORGÁNICO ESTRUCTURAL**

#### **NIVEL DIRECTIVO:**

- Legislará sobre las políticas que deberán seguir en la Empresa, sus funciones serán:
- Normar los procedimientos,
- Redactar los reglamentos internos,
- El Nivel Directivo lo conforma la:
- Junta General de Socios
- El Presidente

#### **JUNTA GENERAL DE SOCIOS**

- Está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano máximo de gobierno y dirección de la Empresa, ordinariamente se reunirá cada mes previa convocatoria del señor Presidente o por iniciativa de los socios.

#### **FUNCIONES**

- Resolver asuntos relativos a todos los negocios que sean de acuerdo a la competencia de Ley y el Estatuto.
- Nombrar, remover por causa legal a los funcionarios, fijar remuneraciones y sueldos.
- Conocer sobre las cuentas bancarias, informes, documentos que le fueren presentados y dictar las resoluciones correspondientes.
- Resolver sobre el reparto de los beneficios sociales.
- Facultar al Gerente General para que suscriba actos y contratos.
- Nombrar al Gerente General
- Elaborar y políticas comerciales de la empresa.
- Fiscalizar el cumplimiento de los planes de inversión.



## **NIVEL EJECUTIVO**

### **GERENTE**

Será el representante legal, sus funciones administrativas serán: planificar, organizar, dirigir planes y programas; transmitir a los órganos operativos y auxiliares para su ejecución.

### **PERFIL DEL PUESTO**

Título Terminal: Ingeniero Comercial

Edad: 26 a 30 años

Experiencia: 3 años

**OBJETIVO:** Supervisar, planificar, coordinar, controlar, dirigir y ejecutar las actividades empresariales de la empresa.

### **FUNCIONES**

- Presentar el Plan Operativo y ejecutarlo si es aprobado por la Junta General de Socios.
- Dirigir, controlar y evaluar las actividades técnicas, administrativas, financieras y judiciales.
- Implementar mecanismos de control interno, calidad y competitividad
- Instituir un sistema de selección técnica y capacitación del personal
- Preparar y presentar anualmente o cuando lo requieran, los informe de actividades administrativas, económicas y financieras de la empresa.
- Elaborar informes para los socios
- Supervisar la correcta utilización de los recursos en la empresa
- Controlar los depósitos y reembolsos
- Supervisar la elaboración de la producción

## **NIVEL AUXILIAR**

- Ayuda a los otros niveles en la prestación de servicios con oportunidad y eficiencia; las actividades del nivel auxiliar tiene que ver con administración, contabilidad, finanzas, etc.

## **DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO - CONTABLE**

- Llevar el registro del personal que labora en la empresa
- Preparar el Plan de Capacitación
- Llevar la contabilidad de la empresa.
- Manejar todo el sistema contable y sus estados financieros
- Contratar capacitadores de diversos temas, de acuerdo a las necesidades de la empresa y de los clientes.

## **CONTABILIDAD:**

- Llevar los libros contables al día y conforme a la ley.
- Emitir a la gerencia todos los resultados financieros que se obtengan.
- Presentar el Balance General de cada mes.

## **NIVEL OPERATIVO**

Son los responsables directos de ejecutar las actividades básicas de la empresa, es decir cumplirán las órdenes emanadas por los órganos directivo y administrativo.

## **DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN**

Cumplirá con las siguientes actividades.

- Diseñar y operar de manera acertada el proceso productivo establecido en la empresa.

- Identificar los agentes internos y externos (entorno, patógenos, ambientales, desechos e infraestructura) para preservar el equilibrio productivo necesario para alcanzar el éxito empresarial.
- Acordar con el Gerente General las propuestas de aprobación, en cuanto, a las adquisiciones requeridas, como al contexto general del departamento de producción.
- Determinar decisiones adecuadas para el buen funcionamiento del departamento.
- Elaborar el presupuesto general del departamento de producción.
- Presentar informe mensual de labores.
- Llevar de forma ordenada las entradas y salidas de las adquisiciones efectuadas (materia prima, materiales y equipos).
- Manejar las tarjetas kárdex y consolidar el inventario de producción.
- Mantener la planta industrial de forma aseada, así como, responsabilizarse de la producción, manejo y desechos originados.
- Coordinar con el Gerente de Producción la elaboración del informe departamental.

## **DEPARTAMENTO DE MERCADEO**

- Verificar las actividades de la empresa para su buen funcionamiento
- Diseñar programas para promocionar el producto en el mercado
- Realizar estudios del mercado con el fin de garantizar un producto y servicio de calidad al cliente y de esta expandir el mercado.
- Diseñar la presentación de los productos de forma creativa e impactante para el cliente.
- Escoger los medios publicitarios adecuados en función de alcanzar niveles de ventas satisfactorios.
- Mantener el punto de venta en criterio de un merchandising innovador, creativo y llamativo al cliente.
- Coordinar con su asistente la recaudación y detalles de las ventas realizadas.
- Elaborar el presupuesto general del departamento de ventas.

- Presentar el informe mensual de labores.
- Mantenerse en el punto de venta en horarios y días establecidos por la empresa.
- Recaudar y llevar un registro diario de las ventas realizadas, por producto.
- Mantener el punto de venta de forma aseada, todos los días.
- Salvaguardar las recaudaciones efectuadas por las ventas.
- Presentar un inventario diario de los productos vendidos.

## **DEPARTAMENTO DE MANTENIMIENTO**

- Velar por el estado de la Maquinaria y Equipos
- Adecuar la maquinaria y Equipo al Producto y Proceso Productivo
- Dar un mantenimiento eficaz a toda la maquinaria de la empresa
- Brindar un eficiente trabajo y coordinar con producción el trabajo de la maquinaria
- Supervisar el trabajo de la maquinaria
- Solicitar los repuestos con anticipación al Departamento Financiero

## **3.4. ESTUDIO FINANCIERO**

### **3.4.1. COSTO TOTAL**

Constituyen todos los costos que se requieren dentro del proyecto durante un año, es decir los costos de Producción, Administración, Ventas y Financiero.

### **COSTO DE PRODUCCIÓN**

Constituyen todas las inversiones que se apagan por lo que se realiza en el galpón de producción, siendo los rubros de materia prima, insumos mano de obra directa, servicios básicos, etc.

## **COSTOS DE ADMINISTRACIÓN**

Son todas las erogaciones de dinero que se realizan para la administración del proyecto, tales como: sueldos y salarios, útiles de aseo, papelería, y otros.

## **COSTOS DE VENTA**

Son los costos que se incurren en el proceso de venta del producto y son: Sueldos y salarios a los vendedores, comisiones, transporte, publicidad, etc.

## **COSTOS FINANCIEROS.**

Los costos financieros son los recursos que se pagan por los intereses del préstamo que se obtiene para el financiamiento del proyecto.

El costo total anual asciende a 119762,68 dólares, de los cuales los Costos de producción ascienden a 99015,56 dólares; Costo de administración a 8532,12 dólares, Costo de ventas a 8615 dólares; y los Costos financieros a 3600 dólares.

**CUADRO N° 1**  
**COSTO TOTAL**  
(Expresado en dólares)

|          | <b>COSTO TOTAL</b>              |                   |                 |                  |
|----------|---------------------------------|-------------------|-----------------|------------------|
|          | <b>CONCEPTO</b>                 | <b>REFERENCIA</b> | <b>PARCIAL</b>  | <b>TOTAL</b>     |
| <b>1</b> | <b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>      |                   |                 | <b>99015,56</b>  |
|          | <b>COSTOS DIRECTOS</b>          |                   |                 |                  |
|          | Materia Prima                   | Anexo No 1        | 81.900,00       |                  |
|          | Mano de Obra Directa            | Anexo No 2        | 8.364,98        |                  |
|          | <b>COSTOS INDIRECTOS</b>        |                   |                 |                  |
|          | Depreciación                    | Cuadro No 3       | 7.250,58        |                  |
|          | Transporte                      | Anexo No 3        | 240,00          |                  |
|          | Mantenimiento                   | Anexo No 4        | 300,00          |                  |
|          | Amortización                    | Cuadro No 4       | 360,00          |                  |
|          | Energía eléctrica               |                   | 600,00          |                  |
| <b>2</b> | <b>COSTOS DE ADMINISTRACIÓN</b> |                   |                 | <b>8532,12</b>   |
|          | Sueldos                         | Anexo No 5        | 8.004,84        |                  |
|          | Útiles de Aseo                  | Anexo No 6        | 78,12           |                  |
|          | Papelería                       | Anexo No 7        | 89,16           |                  |
|          | Servicios Básicos               | Anexo No 8        | 360,00          |                  |
| <b>3</b> | <b>COSTOS DE VENTA</b>          |                   |                 | <b>8615,00</b>   |
|          | Promoción y Publicidad          | Anexo No 9        | 8.615,00        |                  |
| <b>4</b> | <b>COSTO FINANCIERO</b>         |                   |                 |                  |
|          | Intereses                       | Cuadro No 6       | 3.600,00        | <b>3600,00</b>   |
|          | <b>COSTO TOTAL</b>              |                   | <b>62897,52</b> | <b>119762,68</b> |

ELABORACIÓN: Yuri Rodríguez.

### 3.4.2. INVERSIÓN TOTAL

La inversión constituye los recursos que se requieren para la implementación del proyecto, se divide en Inversión Fija, Intangible y Capital de trabajo.

#### INVERSIÓN FIJA.

Son los activos fijos que se requieren para la implementación del proyecto y asciende a 69.991 dólares.

## INVERSIÓN INTANGIBLE

Está constituida por todas aquellas inversiones que se realizan antes de iniciar las operaciones de la empresa, en este caso son: elaboración del proyecto, gastos de organización, capacitación del personal, cuyo valor asciende a 1800 dólares.

## CAPITAL DE TRABAJO

Es el dinero en efectivo que la empresa debe contar para trabajar durante un ciclo productivo, que se ha considerado que debe ser de un mes y asciende a 9486,16 dólares.

**CUADRO N° 2**  
**INVERSIÓN TOTAL**  
**(Expresado en dólares)**

|          | <b>INVERSIÓN TOTAL</b>                |                   |                |                 |
|----------|---------------------------------------|-------------------|----------------|-----------------|
|          | <b>RUBROS</b>                         | <b>REFERENCIA</b> | <b>PARCIAL</b> | <b>TOTAL</b>    |
| <b>1</b> | <b>INVERSIÓN FIJA</b>                 |                   |                | <b>69991,00</b> |
|          | Terreno                               | Anexo No 10       | 25000,00       |                 |
|          | Construcción                          | Anexo No 11       | 33471,00       |                 |
|          | Maquinaria                            | Anexo No 12       | 7350,00        |                 |
|          | Muebles y Enseres                     | Anexo No 13       | 2350,00        |                 |
|          | Equipo de Oficina                     | Anexo No 14       | 920,00         |                 |
|          | Equipo de Computo                     | Anexo No 15       | 900,00         |                 |
| <b>2</b> | <b>INVERSIÓN INTANGIBLES</b>          |                   |                | <b>1800,00</b>  |
|          | Elaboración Proyecto<br>Factibilidad  | Anexo No 16       | 1200,00        |                 |
|          | Gastos de Organización                | Anexo No 17       | 200,00         |                 |
|          | Capacitación del Personal             | Anexo No 18       | 400,00         |                 |
| <b>3</b> | <b>CAPITAL DE TRABAJO</b>             |                   |                | <b>9486,16</b>  |
|          | Materia Prima                         | Anexo No 19       | 7640,00        |                 |
|          | Mano de Obra                          | Anexo No 20       | 697,08         |                 |
|          | Gastos de Fabricación                 | Anexo No 25       | 251,52         |                 |
|          | Gastos Administrativos y<br>Generales | Anexo No 26       | 757,06         |                 |
|          | Gastos de Venta                       | Anexo No 27       | 140,5          |                 |
|          | <b>INVERSIÓN TOTAL</b>                |                   |                | <b>81277,16</b> |

ELABORACIÓN: Yuri Rodríguez.

## LA DEPRECIACIÓN.

Dentro del proyecto se ha considerado la depreciación de los activos fijos; tomando en cuenta la vida útil de cada uno de ellos, pues tiene un desgaste por el uso de los mismos en el proceso productivo.

Para su cálculo se utiliza el método de la depreciación en línea recta durante los cinco años, los cuales se proyectan los costos y los ingresos para la correspondiente evaluación.

**CUADRO N° 3**  
**DEPRECIACIÓN**  
(Expresada en dólares)

| <b>RUBROS</b>     | <b>VALOR INICIAL</b> | <b>VIDA ÚTIL</b> | <b>1</b>       | <b>2</b>       | <b>3</b>       | <b>4</b>       | <b>5</b>       | <b>VALOR RESIDUAL</b> |
|-------------------|----------------------|------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------------|
| Construcción      | 33471,00             | 20               | 6024,78        | 6024,78        | 6024,78        | 6024,78        | 6024,78        | 3347,1                |
| Maquinaria        | 7350,00              | 10               | 661,5          | 661,5          | 661,5          | 661,5          | 661,5          | 4042,5                |
| Muebles y Enseres | 2350,00              | 10               | 211,5          | 211,5          | 211,5          | 211,5          | 211,5          | 1292,5                |
| Equipo de Oficina | 920,00               | 10               | 82,8           | 82,8           | 82,8           | 82,8           | 82,8           | 506                   |
| Equipo de Computo | 900,00               | 3                | 270            | 270            | 270            |                |                | 90                    |
| <b>TOTAL</b>      | <b>44991,00</b>      |                  | <b>7250,58</b> | <b>7250,58</b> | <b>7250,58</b> | <b>6980,58</b> | <b>6980,58</b> | <b>9278,1</b>         |

ELABORACIÓN: Yuri Rodríguez.

## AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES

Es la reducción de los gastos diferidos para la vida de evaluación del proyecto es decir los cinco años.

**CUADRO N° 4**  
**AMORTIZACIONES DE INTANGIBLES**  
(Expresado en dólares)

| <b>RUBROS</b>                     | <b>VALOR INICIAL</b> | <b>%</b> | <b>1</b>   | <b>2</b>   | <b>3</b>   | <b>4</b>   | <b>5</b>   |
|-----------------------------------|----------------------|----------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Elaboración Proyecto Factibilidad | 1200,00              | 20       | 240        | 240        | 240        | 240        | 240        |
| Gastos de Organización            | 200,00               | 20       | 40         | 40         | 40         | 40         | 40         |
| Capacitación del Personal         | 400,00               | 20       | 80         | 80         | 80         | 80         | 80         |
| <b>TOTAL</b>                      | <b>1800,00</b>       |          | <b>360</b> | <b>360</b> | <b>360</b> | <b>360</b> | <b>360</b> |

ELABORACIÓN: Yuri Rodríguez



### 3.4.3. FINANCIAMIENTO

El financiamiento para este proyecto se lo va a realizar con capital propio por parte de los socios y crédito bancario que se detalla a continuación:

**CUADRO N° 5**  
**ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO**  
**(Expresado en dólares)**

| <b>FUENTES</b> | <b>INVERSIÓN<br/>FIJA<br/>E<br/>INTANGIBLE</b> | <b>CAPITAL DE<br/>TRABAJO</b> | <b>%</b>   | <b>TOTAL</b>    | <b>%</b>   |
|----------------|--|-------------------------------|------------|-----------------|------------|
| Aporte Propio  | 41791,0  | 9486,16                       | 100        | 51277,2         | 63         |
| Préstamo       | 30000,0  | 0                             | 0          | 30000,0         | 37         |
| <b>TOTAL</b>   | <b>71791,0</b>                                 | <b>9486,16</b>                | <b>100</b> | <b>81277,16</b> | <b>100</b> |

ELABORACIÓN: Yuri Rodríguez.

De acuerdo al Cuadro de Financiamiento, la Inversión en Activos Fijos y Capital de Trabajo totalizan 81.277,16 dólares, de los cuales los socios aportarán con recursos propios 51.277,2 dólares que corresponden al 63 % del total y la diferencia esto es de US\$ 31.000 dólares que corresponden al 37 % del total y serán obtenidos a través de un crédito en una de las instituciones financieras de la localidad y línea de crédito preferencial.

#### **CONDICIONES DEL PRÉSTAMO**

DEUDA: 30000,00

TASA DE INTERES: 12%

PLAZO: 5 AÑOS

#### **CUOTA FIJA, PAGOS ANUALES**

**CUADRO N° 6**  
**TABLA DE AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA**  
**(Expresado en dólares)**

| <b>AÑOS</b>  | <b>DEUDA</b> | <b>INTERESE<br/>S</b> | <b>AMORTIZACIÓ<br/>N</b> | <b>CUOTA<br/>FIJA</b> |
|--------------|--------------|-----------------------|--------------------------|-----------------------|
| 1            | 30000,00     | 3600,00               | 4722,29                  | 8322,29               |
| 2            | 25277,71     | 3033,33               | 5288,96                  | 8322,29               |
| 3            | 19988,75     | 2398,65               | 5923,64                  | 8322,29               |
| 4            | 14065,10     | 1687,81               | 6634,48                  | 8322,29               |
| 5            | 7430,63      | 891,68                | 7430,61                  | 8322,29               |
| <b>TOTAL</b> |              | <b>11611,46</b>       | <b>29999,99</b>          | <b>41611,45</b>       |

ELABORACIÓN: Yuri Rodríguez.

Empleando la fórmula para el cálculo de interés por cuotas fijas y de acuerdo a la tasa de interés que cobran actualmente los bancos, el financiamiento está calculado a 5 años, con lo que las cuotas anuales son fijas correspondiendo al Pago Total que resulta de la suma del Capital más el Interés cuyas cuotas totalizan en los 5 años 41.611,45 dólares.

#### **3.4.4. ESTRUCTURA DE COSTOS**

Para determinar la estructura de costos se clasifican los diferentes rubros en costos fijos y costos variables.

Costos fijos son aquellos rubros que permanecen constantes ante cualquier variación del volumen de producción.

Los costos variables por su parte son aquellos que varían ante cualquier variación del volumen de producción.

**CUADRO N° 7**  
**ESTRUCTURA DE COSTOS**  
**(Expresado en dólares)**

|          | <b>COSTO TOTAL</b>              |                  |                  |
|----------|---------------------------------|------------------|------------------|
|          | <b>CONCEPTO</b>                 | <b>FIJO</b>      | <b>VARIABLE</b>  |
| <b>1</b> | <b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>      |                  |                  |
|          | <b>COSTOS DIRECTOS</b>          |                  |                  |
|          | Materia Prima                   |                  | 81.900,00        |
|          | Mano de Obra Directa            |                  | 8.364,98         |
|          | <b>COSTOS INDIRECTOS</b>        |                  |                  |
|          | Depreciación                    | 7.250,58         |                  |
|          | Transporte                      |                  | 240,00           |
|          | Mantenimiento                   | 300,00           |                  |
|          | Amortización                    | 360,00           |                  |
|          | Energía eléctrica               |                  | 600,00           |
| <b>2</b> | <b>COSTOS DE ADMINISTRACIÓN</b> |                  |                  |
|          | Sueldos                         | 8.004,84         |                  |
|          | Útiles de Aseo                  |                  | 78,12            |
|          | Papelería                       |                  | 89,16            |
|          | Servicios Básicos               |                  | 360              |
| <b>3</b> | <b>COSTOS DE VENTA</b>          |                  |                  |
|          | Promoción y Publicidad          | 8.615,00         |                  |
| <b>4</b> | <b>COSTO FINANCIERO</b>         |                  |                  |
|          | Intereses                       | 3.600,00         |                  |
|          | <b>COSTO TOTAL</b>              | <b>28.130,42</b> | <b>91.632,26</b> |

ELABORACIÓN: Yuri Rodríguez.

El Costo Total del Proyecto está conformado por los Costos Fijos, que permanecen constantes a cualquier volumen de producción y lo integran la mano de obra directa, depreciación de activos fijos de la empresa, sueldos, gastos de venta y financieros, que asciende a 28.130,42 dólares.

Los Costos Variables que se incurren durante el proceso de producción varían de acuerdo al volumen, así tenemos: materia prima, servicios básicos, útiles de oficina, etc., cuyo valor asciende a 91.632,26, dólares

En el cuadro anterior se detalla la estructura de Costos Fijos y Variables del Proyecto comprendidos para un año.

### 3.4.5. DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS

Para obtener los ingresos debemos considerar el tiempo que utilizará la Empresa con sus Departamentos y personal calificado así como su capacidad instalada, laborando los 20 días al mes y a un precio de venta unitario, como se detalla a continuación:

**CUADRO N° 8  
INGRESOS TOTALES  
(Expresado en dólares)**

| <b>PRODUCTO</b>   | <b>CANTIDAD EN UNIDADES</b> | <b>PRECIO UNITARIO</b> | <b>INGRESO</b> |
|-------------------|-----------------------------|------------------------|----------------|
| Fundas de ½ libra | 105.000                     | 1,20                   | 126.000        |
| Fundas de 1 libra | 52.500                      | 2,40                   | 126.000        |
| <b>TOTAL</b>      | <b>157.500</b>              |                        | <b>252.000</b> |

ELABORACIÓN: Yuri Rodríguez.

En el año 2012 se van a producir 105.000 unidades de ½ libra y 52.500 de una libra de café molido y se venderán a un precio unitario al minorista de 1,20 y 2,40 dólares respectivamente por unidad, produciendo un ingreso total de 252.000 dólares anuales.

El precio de venta unitario considera la comisión que se le dará a los comerciantes o el margen de utilidad del 20%, para que se venda al público a un PVP de 1,50 dólares de ½ libra y de 3 dólares la libra.

### 3.4.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

El Punto de Equilibrio Económico, es el punto en donde se cruzan las curvas de costo total y los ingresos totales, es decir se cubren los costos con los ingresos, para obtener un equilibrio en donde la empresa no pierde ni gana.

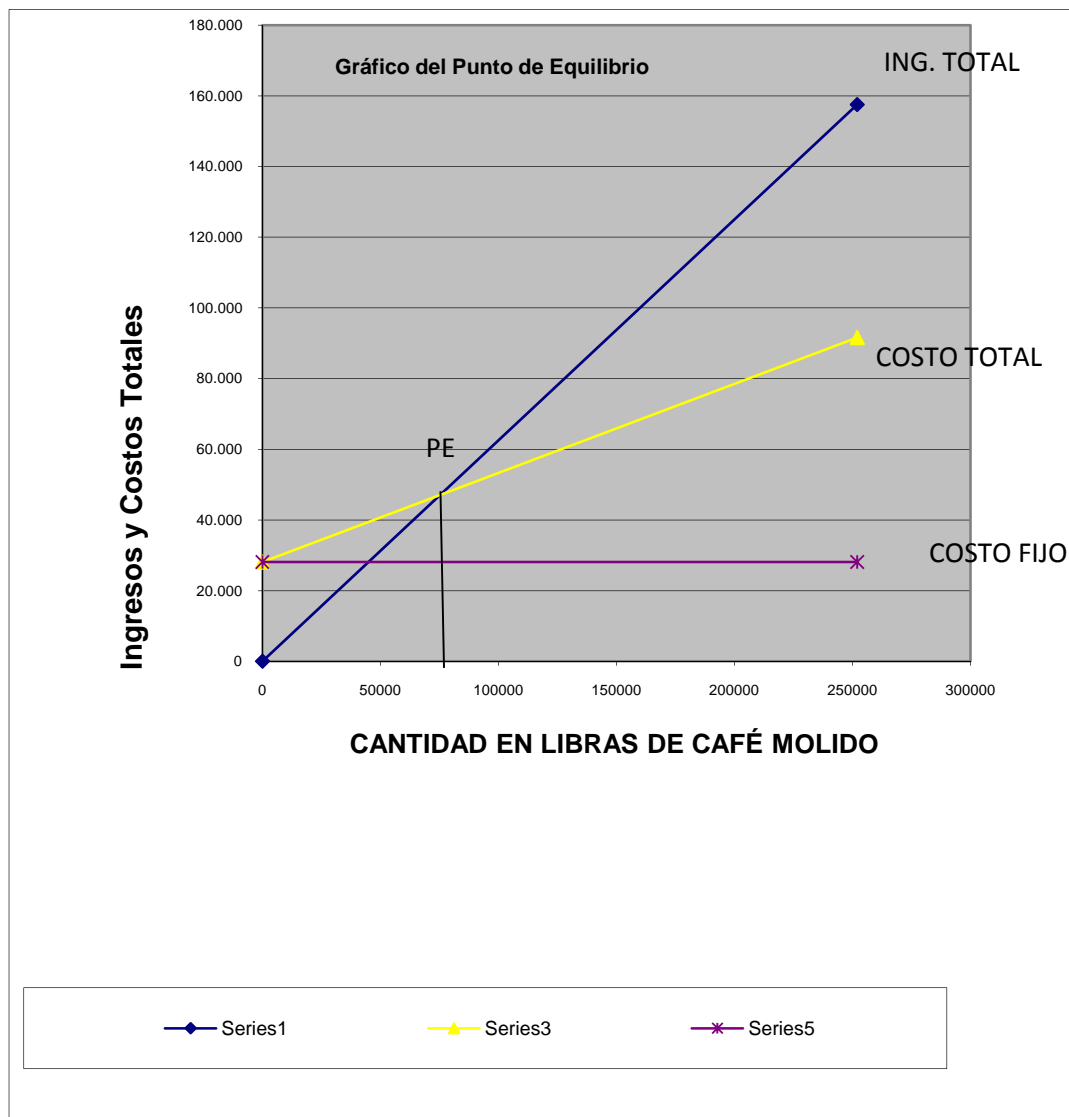
Para el cálculo voy a utilizar la siguiente fórmula:

$$\text{PUNTO DE EQUILIBRIO} = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{INGRESOS TOTALES}}}$$

$$\text{PE} = \frac{28.130,42}{1 - \frac{91.632,26}{252.000}}$$

$$\text{PE} = 44.203,82 \text{ DÓLARES}$$

Para determinar el punto de equilibrio se ha estudiado las relaciones entre los costos fijos, costos variables y los ingresos, de acuerdo al cálculo, para superar todos los costos se deben vender al menos 44.203,82 dólares lo que quiere decir con este rubro no ganamos ni perdemos.



### CANTIDADES DE PRODUCTOS (LIBRAS DE CAFÉ)

Para tener concordancia con el cálculo numérico del Punto de Equilibrio, en el gráfico anterior se demuestra que el Ingreso Total es de 252.000 dólares, el Costo Fijo es de 28.130,42, el Costo Total es de 91.632,26 y la cantidad en unidades en el año 2012 es de 157.500 el Punto de equilibrio coincide en 44.203,82 dólares.

### 3.4.7. ESTADO DE RESULTADOS.

El Estado de Pérdidas y Ganancias, se estructura en base de los Ingresos, a los cuales se resta todos los costos de producción donde se incluye la materia prima, mano de obra y de fabricación, para seguidamente anotar los gastos administrativos, de venta, financieros y los impuestos que por Ley se deben cancelar a los trabajadores y al Estado.

El Estado de Resultados para el Primer Año, se anota a continuación, así:

**CUADRO N° 9**  
**EMPRESA VOLUNTAD DE DIOS LTDA**  
**ESTADO DE RESULTADOS**  
**Del 1 de enero al 31 de diciembre del 2012**

(Expresado en dólares)

| CONCEPTO                            | Parcial  | Total            |
|-------------------------------------|----------|------------------|
| INGRESOS                            |          | 252000,00        |
| COSTOS                              |          | 119762,68        |
| Costo de Producción                 | 99015,56 |                  |
| Costos Administrativos              | 8532,12  |                  |
| Costos de Ventas                    | 8615,00  |                  |
| Costos Financieros                  | 3600,00  |                  |
| UTILIDAD EN OPERACIÓN               |          | 132237,32        |
| Participación (15%)<br>Trabajadores |          | 19835,59         |
| Utilidad antes de Impuesto          |          | 112401,72        |
| Impuesto a la Renta (24%)           |          | 26.976.41        |
| <b>UTILIDAD NETA</b>                |          | <b>85.425,31</b> |

ELABORACIÓN: Yuri Rodríguez.

Cancelando todos los gastos e impuestos se obtendrá una utilidad Neta de \$85.425,31 dólares.

Se aplica el Impuesto a la Renta contemplando la Reforma del Código de Producción.

### 3.4.8. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

**CUADRO N° 10**  
**EMPRESA VOLUNTAD DE DIOS LTDA**  
**ESTADO DE SITUACIÓN FINAL**  
**Al 31 de diciembre del año 2012**  
**(Expresado en dólares)**

| <b>ACTIVOS</b>           |          |                  | <b>PASIVOS</b>          |                  |
|--------------------------|----------|------------------|-------------------------|------------------|
| <b>Activos Corriente</b> |          | 99746,92         | <b>Pasivo Corriente</b> |                  |
| Caja                     | 4000,00  |                  | Cuentas x Pagar         | 823,10           |
| Bancos                   | 84246,92 |                  |                         |                  |
| Cuentas Cobrar x         | 5000,00  |                  | Pasivo Largo Plazo      |                  |
| Documentos Cobrar x      | 6500,00  |                  | Préstamo                | 25277,71         |
| Inventarios              |          |                  | Total Pasivo            | 26100,81         |
| <b>Activos Fijos</b>     |          | 62740,42         | <b>PATRIMONIO</b>       |                  |
| Terreno                  | 25000,00 |                  |                         |                  |
| Construcciones           | 33471,00 |                  |                         |                  |
| Maquinaria               | 7350,00  |                  | Capital                 | 51277,2          |
| Muebles y Enseres        | 2350,00  |                  | Utilidad Ejercicio      | 86549,33         |
| Equipo de Oficina        | 920,00   |                  |                         |                  |
| Equipo de Computo        | 900,00   |                  |                         |                  |
| Depreciación             | -7250,58 |                  |                         |                  |
| Otros Activos            |          | 1440,00          |                         |                  |
| Preparación proyecto     | 1200,00  |                  |                         |                  |
| Gastos de constitución   | 200,00   |                  |                         |                  |
| Capacitación personal    | 400,00   |                  |                         |                  |
| Amortización             | -360,00  |                  |                         |                  |
| <b>TOTAL</b>             |          | <b>163927,34</b> | <b>TOTAL</b>            | <b>163927,34</b> |

ELABORACIÓN: Yuri Rodríguez.

El Balance General o Estado de Situación Financiera al Primer Año, nos demuestra la situación económica financiera en que se encontrará la Empresa al 31 de diciembre del 2012, luego de un año de funcionamiento.



### 3.4.9. FLUJO DE FONDOS DE EFECTIVO

El flujo de fondos está proyectado para cinco años, en él se detalla la Inversión Inicial y la proyección de acuerdo al incremento en la producción y venta del producto para cada año. Este se detalla a continuación.

**CUADRO N° 11**  
**FLUJO DE FONDOS DE EFECTIVO PROYECTADO**  
**(Expresado en dólares)**

| <b>RUBROS/AÑOS</b>                  | <b>0</b>  | <b>1</b>  | <b>2</b>  | <b>3</b>  | <b>4</b>  | <b>5</b>  |
|-------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Ingresos                            |           | 252000,00 | 264600    | 277830    | 291721,5  | 306307,57 |
| Valor residual                      |           |           |           |           |           | 9278,10   |
| Costos                              |           | 119762,68 | 125750,81 | 132038,35 | 138640,27 | 145572,29 |
| <b>UTILIDAD EN OPERACIÓN</b>        |           | 132237,32 | 138849,19 | 145791,65 | 153081,23 | 170013,39 |
| Participación (15%)<br>Trabajadores |           | 19835,598 | 20827,37  | 21868,74  | 22962,18  | 25502,00  |
| Utilidad antes de Participación     |           | 112401,72 | 118021,81 | 123922,90 | 130119,04 | 144511,38 |
| Impuesto a la Renta                 |           | 28100,43  | 27145,02  | 27263,04  | 28626,19  | 31792,50  |
| <b>UTILIDAD NETA</b>                |           | 85425,31  | 90876,79  | 96659,86  | 101492,86 | 112718,87 |
| Depreciación                        |           | 7250,58   | 7250,58   | 7250,58   | 6980,58   | 6980,58   |
| Amortización                        |           | 360,00    | 360,00    | 360,00    | 360,00    | 360,00    |
| Inversión Fija                      | -69991    |           |           |           |           |           |
| Intangible                          | -1800     |           |           |           |           |           |
| Capital de trabajo                  | -9486,16  |           |           |           |           |           |
| Recuperación del capital de trabajo |           |           |           |           |           | 9486,16   |
| Amortización del crédito            |           | 4722,29   | 5288,96   | 5923,64   | 6634,48   | 7430,61   |
| Flujo de fondos de efectivo         | -81277,16 | 88313,60  | 96198,41  | 98346,80  | 102198,96 | 122911,13 |

ELABORACIÓN: Yuri Rodríguez.

El flujo de fondos es importante para la evaluación de proyectos, estimándose para 5 años la vida útil del proyecto; de allí que con una inversión al año cero (0) de US\$ 81.277,16 dólares, distribuido en Inversiones Fijas Tangibles, Intangibles, Capital de Trabajo e Imprevistos; el Flujo Neto de Caja al Año 1 es de US\$. 88.313,60 dólares.

## **CAPÍTULO IV**

## **4. EVALUACIÓN FINANCIERA**

Para realizar la evaluación financiera vamos a utilizar los métodos que toman el valor del dinero en el tiempo y aquellos que no lo hacen:

### **MÉTODO QUE TOMA EN CUENTA EL VALOR DEL DINERO EN EL TIEMPO.**

#### **1. TASA DE RENDIMIENTO MÍNIMA ACEPTABLE**

Para la evaluación se considera una tasa de rendimiento económica mínima aceptable TREMA de un 14 %, es decir luego de analizar las oportunidades de inversión se decide invertir en el proyecto siempre que este nos arroje al menos esta tasa de rendimiento.

La TREMA se constituye en la tasa de descuento.

#### **2. VALOR ACTUAL NETO. VAN**

El Valor Actual Neto mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

El valor actual neto no es otra cosa que el flujo neto de fondos en el periodo de evaluación medido en dinero de hoy.

Es el equivalente en dólares actuales de todos los flujos de fondos futuros del proyecto.

Valor actual neto es la sumatoria de los valores actualizados, a una tasa de descuento adecuada para el inversionista.

Con este método se descuentan todos los flujos de fondos futuros para encontrar su valor actual.

## Fórmula

VAN = - Inversión inicial + Sumatoria FNE Actualizados

$$\begin{aligned}
 \text{VAN} &= - \mathbf{I_0} + \frac{\mathbf{FNE\ 1}}{(1+i)^1} + \frac{\mathbf{FNE\ 2}}{(1+i)^2} + \frac{\mathbf{FNE3}}{(1+i)^3} + \frac{\mathbf{FNE4}}{(1+i)^4} + \frac{\mathbf{FNE5}}{(1+i)^5} \\
 \text{VAN} &= -81277,16 + \frac{88313,6}{(1+0,14)^1} + \frac{96198,41}{(1+0,14)^2} + \frac{98346,8}{(1+0,14)^3} + \frac{102198,96}{(1+0,14)^4} + \frac{122911,13}{(1+0,14)^5} \\
 \text{VAN} &= -81277,16 + \frac{88313,6}{(1,14)^1} + \frac{96198,41}{(1,14)^2} + \frac{98346,8}{(1,14)^3} + \frac{102198,96}{(1,14)^4} + \frac{122911,13}{(1,14)^5} \\
 \text{VAN} &= -81277,16 + \frac{88313,6}{1,14} + \frac{96198,41}{1,2996} + \frac{98346,8}{1,481544} + \frac{102198,96}{1,68896016} + \frac{122911,13}{1,92541458}
 \end{aligned}$$

$$\text{VAN} = -81277.16 + 77468.07 + 74021.55 + 66381.29 + 60509.99 + 63836.19$$

$$\text{VAN} = 260.939,93 \text{ DÓLARES}$$

La respuesta significa que una vez que el proyecto ha entregado el 14% de utilidad, el mismo arroja un valor adicional de 260.939,93 dólares, esto representa que el proyecto es más rentable de lo que esperamos, por lo tanto se puede optar por invertir.

#### **4.1. TASA INTERNA DE RETORNO**

Para el cálculo de la TIR, obtenemos un VAN negativo a fin de aplicar la fórmula, para, lo cual elevamos la Tasa de descuento hasta el 113 % y se obtienen lo siguiente.

Cuando el resultado es CERO significa que se satisface los requerimientos mínimos del inversionista.

A la TIR se la conoce como la tasa de rendimiento total del proyecto y es aquella tasa que le hace al valor del VAN igual a cero.

#### **Fórmula**

$$\text{TIR} = \text{R1} + (\text{R2} - \text{R1}) \frac{\text{VAN 1}}{\text{VAN 1} - \text{VAN 2}}$$

**r1** = Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN 1

**r2** = Tasa de descuento utilizada para calcular el VAN2.

**VAN 1** = Valor positivo

**VAN 2** = Valor negativo

## VALOR ACTUAL NETO NEGATIVO

$$\text{VAN} = -I_0 + \frac{\text{FNE 1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE 2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE 3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE 4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE 5}}{(1+i)^5}$$

$$\text{VAN} = -81277,16 + \frac{88313,6}{(1+1,13)^1} + \frac{96198,41}{(1+1,13)^2} + \frac{98346,8}{(1+1,13)^3} + \frac{102198,96}{(1+1,13)^4} + \frac{122911,13}{(1+1,13)^5}$$

$$\text{VAN} = -81277,16 + \frac{88313,6}{(2,13)^1} + \frac{96198,41}{(2,13)^2} + \frac{98346,8}{(2,13)^3} + \frac{102198,96}{(2,13)^4} + \frac{122911,13}{(2,13)^5}$$

$$\text{VAN} = -81277,16 + \frac{88313,6}{2,13} + \frac{96198,41}{4,5369} + \frac{98346,8}{9,663597} + \frac{102198,96}{20,58346161} + \frac{122911,13}{43,8427732293}$$

$$\frac{88313,6}{1,14} + \frac{96198,41}{1,2996} + \frac{98346,8}{1,4815} + \frac{102198,96}{1,6889} + \frac{122911,13}{1,9254}$$

$$\text{VAN} = -81277,16 + 41461,78 + 21203,56 + 10177,04 + 4965,10 + 2803,45$$

$$\text{VAN} = -666,23$$

### VALOR ACTUAL CERCANO A CERO POSITIVO

|  | FNE 1 | FNE 2 | FNE3 | FNE4 | FNE5 |
|--|-------|-------|------|------|------|
|--|-------|-------|------|------|------|

$$VAN = - I_0 + \frac{\quad}{(1+i)^1} + \frac{\quad}{(1+i)^2} + \frac{\quad}{(1+i)^3} + \frac{\quad}{(1+i)^4} + \frac{\quad}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -81277,16 + \frac{88313,6}{(1+1,12)^1} + \frac{96198,41}{(1+1,12)^2} + \frac{98346,8}{(1+1,12)^3} + \frac{102198,96}{(1+1,12)^4} + \frac{122911,13}{(1+1,12)^5}$$

$$VAN = -81277,16 + \frac{88313,6}{(2,12)^1} + \frac{96198,41}{(2,12)^2} + \frac{98346,8}{(2,12)^3} + \frac{102198,96}{(2,12)^4} + \frac{122911,13}{(2,12)^5}$$

$$VAN = -81277,16 + \frac{88313,6}{2,12} + \frac{96198,41}{4,4944} + \frac{98346,8}{9,528128} + \frac{102198,96}{20,19963136} + \frac{122911,13}{42,8232184832}$$

$$VAN = -81277,16 + 41657,36 + 21404,06 + 10321,73 + 5059,45 + 2870,20$$

VAN = 35.64 DÓLARES



Aplicando la formula se obtiene el siguiente resultado:

$$\text{TIR} = 112 + (113 - 112) \frac{35.64}{35.64 + 666.23}$$

$$\text{TIR} = 112 + 1^* \frac{35.64}{701.87}$$

$$\text{TIR} = 112 + 0.05077863422$$

$$\text{TIR} = 112.05\%$$

La tasa de rendimiento total del proyecto es del 112.05% superior a la Terna del 14% que inicialmente solicitamos que nos rinda el proyecto.

### **PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN**

Mide en cuanto tiempo se recupera la inversión o en cuanto tiempo se recupera la inversión más el costo del capital involucrado.

Es el número de períodos necesarios para recuperar la inversión inicial.

$$\text{PRI} = \frac{\text{Inversión neta}}{\text{Utilidad promedio anual}}$$

$$\text{PRI} = \frac{81277,16}{96862,43}$$

$$\text{PRI} = 0,84$$

Se necesitan para recuperar la inversión el tiempo de 0 Años, 10 meses, 2 días.

### **RELACIÓN BENEFICIO / COSTO**

Este método define que la rentabilidad se calcula dividiendo los beneficios actualizados para los egresos actualizados.

Es el indicador que señala que utilidad que tendremos tomando en cuenta el costo más la inversión total.

$$\text{RB/C} = \frac{\text{Beneficios o ingresos actualizados}}{\text{Costos actualizados} + \text{Inversión}}$$

943.990,43

$$\text{RB/C} = \frac{943.990,43}{448.630,13 + 81.277,16}$$

$$\text{RB/C} = 1,78$$

Esto significa que por cada dólar de costos más inversión se obtiene 1,78 dólares de beneficios.

Es decir que por cada dólar invertido en los costos, recibimos US\$ 1,78 de Ingresos Actualizados.

## **4.2. ÍNDICES FINANCIEROS**

Las razones financiera que con más frecuencia se usan en esta categoría son:

|                     |                  |          |      |
|---------------------|------------------|----------|------|
| Indicé de Solvencia | Activo Corriente | 99746,92 |      |
|                     | Pasivo Corriente | 26100.81 | 3,82 |

Este indicador muestra que el negocio por cada dólar (1) que adeuda a corto plazo, se dispone de 3 dólares con 82 centavos en los activos corrientes, por lo que muy bien se pueden pagar las deudas.

|                       |        |           |      |
|-----------------------|--------|-----------|------|
| Relación Activo Total | Ventas | 252000    |      |
|                       | Activo | 163927,34 | 1,54 |

Esta razón indica que cada dólar que está invertido en el Activo Total, ha generado 1 dólar con 54 centavos en Ventas.

|               |              |          |      |
|---------------|--------------|----------|------|
| Endeudamiento | Deuda Total  | 26100,81 |      |
|               | Activo Total | 163927,4 | 0,16 |

Se observa que por cada dólar invertido en los activos, está financiado con 16 centavos de Deuda.

|                |              |           |      |
|----------------|--------------|-----------|------|
| Apalancamiento | Activo Total | 163827,4  |      |
|                | Patrimonio   | 137826,53 | 1,19 |

Significa que por cada dólar invertido en la cuenta del Patrimonio ha generado 1 dólar con 19 centavos en Activos.

|                       |               |          |      |
|-----------------------|---------------|----------|------|
| Margen Neto en Ventas | Utilidad Neta | 86549,33 |      |
|                       | Ventas        | 252000   | 0,34 |

Por cada dólar invertido en Ventas, se obtiene un 34 por ciento de Utilidad.

|                            |               |           |      |
|----------------------------|---------------|-----------|------|
| Rentabilidad de Patrimonio | Utilidad Neta | 86549,33  |      |
|                            | Patrimonio    | 127836,53 | 0,67 |

Esto significa que por cada dólar invertido en el Patrimonio, se ha generado 67 centavos de dólar de Utilidad.

|                         |               |          |      |
|-------------------------|---------------|----------|------|
| Rentabilidad del Activo | Utilidad Neta | 86549,33 |      |
|                         | Activo        | 163927,4 | 0,53 |

Se demuestra que por cada dólar invertido en los Activos, han generado 53 centavos de Utilidad.

#### **4.3. EVALUACIÓN SOCIAL**

La implementación del proyecto de inversión para la producción de café molido, en el cantón Caluma, provincia Bolívar, año 2011, generará un impacto social en los pobladores locales que consumirán este producto y que a su vez requerirá de mano de obra local directa e indirecta.

El aspecto social del proyecto se mide por los Sueldos y Remuneraciones que pagará, estimándose que el primer año se cancelarán 16.369,82 dólares que representan el 18,70 % en relación a los Ingresos del primer año. En lo referente a Impuestos se pagarán por la Participación Trabajadores e Impuesto a la Renta 9.300,30 dólares que representa en relación a los Ingresos el 10,5 %

La implementación del proyecto de inversión para la producción de café molido, en el cantón Caluma, provincia Bolívar, año 2012 va a incidir en el medio, pues generará un desarrollo social y será más dinámico al sector comercial, por lo que la competencia y el mercado se volverán más competitivos. La elaboración de café molido influirá en el medio pues los demandantes no saldrán a otras ciudades a adquirir café y más bien se generará una corriente de visitantes de la región quienes se desplazaran atraídos por la buena gastronomía lo que permitirá la recirculación de capitales en el medio.

La ejecución del proyecto y la conformación de la empresa legalmente influirán en el cantón pues se constituirá en un ejemplo para futuras inversiones.

#### **4.4. EVALUACIÓN AMBIENTAL**

El proyecto utilizará como materia prima, productos naturales y otros procesados, por lo que es necesario clasificar los desechos.

Desde los orígenes de la civilización occidental, la disyunción del ser y el ente que opera el pensamiento metafísico preparó el camino para la objetivación del mundo. La economía afirma el sentido del mundo en la producción; la naturaleza es cosificada, desnaturalizada de su complejidad ecológica y convertida en materia prima de un proceso económico; los recursos naturales se vuelven simples objetos para la explotación del capital. (Leff, 2005)

La crisis ambiental es la crisis de nuestro tiempo. No es una catástrofe ecológica resultante de la evolución de la naturaleza, sino producida por el pensamiento con el que hemos construido y destruido nuestro mundo. Esta crisis civilizatoria se nos presenta como un límite en lo real que significa y reorienta el curso de la historia: límite del crecimiento económico y poblacional; límite de los desequilibrios ecológicos y de las capacidades de sustentación de la vida; límite de la pobreza y la desigualdad social.

A medida que las sociedades se desarrollan, aumenta su densidad poblacional, tienen tecnologías más complejas y por supuesto demandan mayor cantidad de recursos, lo que las lleva a afrontar una serie de limitaciones en el acceso a esos recursos, obligándolos a tomar medidas de control y protección de los mismos. Es en este momento cuando surge interés por la recuperación de la energía y el concepto de reciclaje de materia como mecanismos para conservar el ecosistema.

Sin embargo, la velocidad de desarrollo de la industria ha sido mucho mayor que la capacidad de recuperación de los recursos. Por esto se ha hecho necesario pasar de remediar los problemas ambientales a prevenirlos; de la disposición de los desechos a evitarlos y reducirlos y del uso creciente de recursos a su conservación. (Boada, 2002). Algunos de los impactos ambientales que se produce en el cultivo y procesamiento del café: Pujol, (1997) son:

- Deforestación.
- Pérdida de biodiversidad.
- Contaminación agroquímica.
- Erosión del suelo.

Toda actividad que el ser humano realiza tanto en la producción como en el consumo, provoca un impacto ambiental, en este caso la empresa que se conforme ocasionará un impacto ambiental con sus actividades de producción, por los desechos generados que se extraigan del café luego de tostarlo, sin embargo está previsto un manejo adecuado, pues la cáscara obtenida se proporcionará a los agricultores para que sea utilizada como abono en sus cultivos.

## **CONCLUSIONES**

Al realizar las encuestas, la mayoría de los encuestados manifestaron que es necesario implementar empresas o microempresas que den un valor agregado a los productos naturales.

El análisis financiero del proyecto, nos demuestra con sus resultados económicos y financieros que la inversión está debidamente garantizada y la rentabilidad es satisfactoria.

El proyecto es factible, pues en la actualidad no existen microempresas ni empresa que aprovechen el café en el cantón y sector para producir y comercializar café molido.

## **RECOMENDACIÓN.**

El proyecto aportará socialmente a la ciudad, brindando café molido en dos presentaciones y que sean del gusto y paladar exigente de los consumidores, contando para ello con una buena infraestructura que se plantea en el estudio técnico.



## **BIBLIOGRAFÍA**

1. BACA URBINA Gabriel, Evaluación de Proyectos Editorial Mac Graw Hill, Tercera Edición. 2007
2. BONELL, Ramón. Manual de Empresas, Mercados y Finanzas. Edit. Limusa, España. 2009
3. Corporación Financiera Nacional (CFN) Instructivo para Proyectos 2007. Gerencia Regional
4. Ministerio de Industrias y Competitividad Instructivo para Proyectos. Gerencia Comercial 2008
5. H. Gobierno de la Provincia Bolívar. Plan Estratégico de Desarrollo de la Provincia Bolívar 2004 – 2024
6. SAPAG CHAIN Nassir-SAPAG CHAIN Reinaldo “Preparación y evaluación de proyectos” Quinta Edición México 2008.
7. GUTIERREZ M, Abraham; Curso de Métodos de Investigación y Elaboración de Tesis

## **ENLACES**

8. <http://www.educacion.gov.ec/CNIE/> AMIE - Población y Vivienda. Obtenido el 15 de Agosto de 2010
9. <http://plan.senplades.gov.ec/inicio/PNBV> - Plan Nacional del Buen Vivir 2009-2013. Obtenido el 20 de octubre de 2010.

## **COSTOS DE PRODUCCIÓN ANUAL**

### **ANEXO N° 1**

#### **MATERIA PRIMA DIRECTA**

| <b>CONCEPTO</b>    | <b>V.UNIT</b> | <b>CANTIDAD</b> | <b>VALOR TOTAL</b> |
|--------------------|---------------|-----------------|--------------------|
| Café nacional      | 90            | 850             | 76.500,00          |
| Soya               | 20            | 100             | 2.000,00           |
| Haba               | 20            | 100             | 2.000,00           |
| Azúcar             | 35            | 40              | 1.400,00           |
| <b>TOTAL ANUAL</b> |               | 1090            | 81.900,00          |

### **ANEXO N° 2**

#### **MANO DE OBRA DIRECTA**

| <b>No</b> | <b>CARGO</b>                    | <b>SUELDO</b> | <b>APORTE IESS</b> | <b>DECIMO 3ro</b> | <b>DECIMO 4to</b> | <b>FONDOS RESERVA</b> | <b>VACACIONES</b> | <b>TOTAL MES</b> | <b>TOTAL ANUAL</b> |
|-----------|---------------------------------|---------------|--------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|-------------------|------------------|--------------------|
| 1         | Jefe de Producción Medio Tiempo | 200           | 21,70              | 16,67             | 20,00             | 16,67                 | 8,33              | 283,37           |                    |
| 1         | Ayudante                        | 292           | 31,68              | 24,33             | 29,2              | 24,33                 | 12,17             | 413,72           |                    |
|           | <b>SUBTOTAL</b>                 | 492           | 53,38              | 41,00             | 49,20             | 41,00                 | 20,50             | 697,08           |                    |
|           | <b>TOTAL</b>                    |               |                    |                   |                   |                       |                   | 697,08           | 8364,98            |

**ANEXO N° 3**

**MOVILIZACIÓN Y TRANSPORTE**

| <b>DENOMINACIÓN</b>                                 | <b>DÍAS</b>     | <b>PRECIO</b>  | <b>VALOR MENSUAL</b> |
|---|-----------------|----------------|----------------------|
|   | <b>PROMEDIO</b> | <b>POR DÍA</b> |                      |
| Alquiler de Camioneta para Compras de Materia Prima | 4               | 5              | 20                   |
| <b>TOTAL ANUAL</b>                                  |                 |                | 240                  |

**ANEXO N° 4**

**MANTENIMIENTO**

| <b>DENOMINACIÓN</b> | <b>DÍAS</b>     | <b>PRECIO</b>  | <b>VALOR MENSUAL</b> |
|---------------------|-----------------|----------------|----------------------|
|                     | <b>PROMEDIO</b> | <b>POR DÍA</b> |                      |
| Combustible         | 1               | 10             | 10,00                |
| Reparac. Maq. Equip | 1               | 15             | 15,00                |
| <b>SUBTOTAL</b>     |                 |                | 25,00                |
| <b>TOTAL ANUAL</b>  |                 |                | 300,00               |

**ANEXO N° 5**

**SUELDOS Y SALARIOS**

| <b>No</b> | <b>CARGO</b>          | <b>SUELDO BÁSICO UNIFICADO</b> | <b>APORTE IESS</b> | <b>DECIMO 3RO</b> | <b>DECIMO 4TO</b> | <b>FONDOS DE RESERVA</b> | <b>VACACIONES</b> | <b>BENEFICIOS SALARIAL</b> | <b>TOTAL A PAGAR</b> |
|-----------|-----------------------|--------------------------------|--------------------|-------------------|-------------------|--------------------------|-------------------|----------------------------|----------------------|
| 1         | Gerente               | 300                            | 32,55              | 25                | 30                | 25                       | 12,5              | 60                         | 485,05               |
| 1         | Contador Medio Tiempo | 120                            | 13,02              | 10,00             | 12                | 10,00                    | 5,00              | 12                         | 182,02               |
|           | SUB TOTAL             |                                | 45,57              | 35,00             | 42,0              | 35,00                    | 17,50             |                            | 667,07               |
|           | TOTAL AÑO             |                                |                    |                   |                   |                          |                   |                            | 8.004,84             |

**ANEXO N° 6**

**ÚTILES DE ASEO**

| <b>CONCEPTO</b> | <b>NÚMERO</b> | <b>V/UNITARIO</b> | <b>V/TOTAL</b> |
|-----------------|---------------|-------------------|----------------|
| Jabón           | 1             | 0,70              | 0,70           |
| Papel Higiénico | 2             | 0,28              | 0,56           |
| Baldes          | 1             | 1                 | 1              |
| Trapeadores     | 1             | 1                 | 1              |
| Escobas         | 1             | 1,25              | 1,25           |
| Ambientales     | 1             | 2                 | 2              |
| TOTAL MES       |               |                   | 6,51           |
| TOTAL ANUAL     |               |                   | 78,12          |

**ANEXO N° 7****ÚTILES DE OFICINA**

| <b>CONCEPTO</b>    | <b>NÚMERO</b> | <b>V/UNITARIO</b> | <b>V/TOTAL</b> |
|--------------------|---------------|-------------------|----------------|
| Hojas              | 1             | 4,50              | 4,50           |
| Lápices            | 2             | 0,17              | 0,34           |
| Lapiceros          | 1             | 0,22              | 0,22           |
| Borradores         | 1             | 0,08              | 0,08           |
| Carpetas           | 2             | 0,10              | 0,20           |
| Sobres manila      | 2             | 0,02              | 0,04           |
| Cintas             | 1             | 1                 | 1              |
| Goma               | 1             | 0,6               | 0,6            |
| Tijeras            | 1             | 0,45              | 0,45           |
| <b>TOTAL MES</b>   |               |                   | <b>7,43</b>    |
| <b>TOTAL ANUAL</b> |               |                   | <b>89,16</b>   |

**ANEXO N° 8****SERVICIOS BÁSICOS**

| <b>DETALLE</b>     | <b>VALOR MES</b> | <b>COSTO ANUAL</b> |
|--------------------|------------------|--------------------|
| Teléfono           | 10               | 120                |
| Energía Eléctrica  | 20               | 240                |
| <b>SUBTOTAL</b>    | <b>30</b>        |                    |
| <b>TOTAL ANUAL</b> |                  | <b>360</b>         |

**COSTOS DE VENTA ANUAL**

**ANEXO N° 9**

**PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**

| <b>DETALLE</b>        | <b>NÚMERO</b> | <b>DÍAS</b> | <b>VALOR</b> | <b>V/ MES</b> | <b>V/ AÑO</b> |
|-----------------------|---------------|-------------|--------------|---------------|---------------|
| Fundas de Polietileno | 157500        |             | 0,05         | 110,5         | 7875          |
| Radio                 | 1             | 20          | 2            | 40            | 480           |
| Gigantografía         | 10            |             | 20           | 8             | 200           |
| Impresiones           | 100           |             | 0,05         | 5             | 60            |
| <b>SUBTOTAL</b>       |               |             |              | 140,5         |               |
| <b>TOTAL ANUAL</b>    |               |             |              |               | 8615          |

**INVERSIÓN TOTAL**

**ANEXO N° 10**

**TERRENO**

| <b>CONCEPTO</b> | <b>COSTO UNIT</b> | <b>m2</b> | <b>VALOR TOTAL</b> |
|-----------------|-------------------|-----------|--------------------|
| Terreno         | 50                | 500,00    | 25000              |

**ANEXO N° 11  
CONSTRUCCIONES**

| <b>No</b> | <b>DESCRIPCIÓN</b>  | <b>UNIDAD</b> | <b>CANTIDAD</b> | <b>PRECIO UNITARIO</b> | <b>VALOR TOTAL</b> |
|-----------|---------------------|---------------|-----------------|------------------------|--------------------|
| 1         | Cemento             | Unidad        | 1500            | 7,6                    | 11400              |
| 2         | Lastre              | Unidad        | 10              | 80                     | 800                |
| 3         | Piedra Bola         | Unidad        | 4               | 50                     | 200                |
| 4         | Tablas              | Unidad        | 300             | 2                      | 600                |
| 5         | Hierro 1/8          | Unidad        | 20              | 32                     | 640                |
| 6         | Hierro 10'          | Unidad        | 30              | 45                     | 1350               |
| 7         | Varillas 12         | Unidad        | 20              | 52                     | 1040               |
| 8         | Cerámica            | Unidad        | 50              | 12                     | 600                |
| 9         | Cañas               | Unidad        | 510             | 1,5                    | 765                |
| 10        | Ladrillos           | Unidad        | 2000            | 0,15                   | 300                |
| 11        | Dura techo          | Unidad        | 20              | 35,00                  | 700                |
| 12        | Malla               | Unidad        | 12              | 45                     | 540                |
| 13        | Alambre Negro       | Unidad        | 1               | 35                     | 35                 |
| 14        | Alambre Dulce       | Unidad        | 100             | 0,8                    | 80                 |
| 15        | Clavos 2 1/2'       | Unidad        | 2               | 40                     | 80                 |
| 16        | Clavos 3'           | Unidad        | 1               | 40                     | 40                 |
| 17        | Cable               | Unidad        | 300             | 0,8                    | 240                |
| 18        | Focos               | Unidad        | 25              | 1                      | 25                 |
| 19        | Boquillas           | Unidad        | 25              | 0,5                    | 12,5               |
| 20        | Tomacorrientes      | Unidad        | 15              | 2                      | 30                 |
| 21        | Interruptores       | Unidad        | 20              | 2                      | 40                 |
| 22        | Tubos PVC de 4'     | Unidad        | 30              | 3                      | 90                 |
| 23        | Estacas             | Unidad        | 400             | 0,14                   | 56                 |
| 24        | Listones            | Unidad        | 10              | 1                      | 10                 |
| 25        | Satinización        | Unidad        | 1               | 500,00                 | 500                |
| 26        | Grampas             | Unidad        | 25              | 1,50                   | 37,5               |
| 27        | Mano de Obra        | Unidad        | 800             | 8                      | 6400               |
| 28        | Bloques             | Unidad        | 2000            | 0,3                    | 600                |
| 29        | Puertas             | Unidad        | 8               | 100                    | 800                |
| 30        | Ventanas            | Unidad        | 8               | 120                    | 960                |
| 31        | Fundido de Tendales | Unidad        | 150             | 30                     | 4500               |
|           | <b>TOTAL</b>        |               |                 |                        | <b>33.471,00</b>   |

**ANEXO N° 12****MAQUINARIA**

| <b>No</b> | <b>DESCRIPCIÓN</b>  | <b>UNIDAD</b> | <b>CANTIDAD</b> | <b>PRECIO UNITARIO</b> | <b>VALOR TOTAL</b> |
|-----------|---------------------|---------------|-----------------|------------------------|--------------------|
| 1         | Tostadora           | Unidad        | 1               | 2500                   | 2500               |
| 2         | Molino              | Unidad        | 1               | 4500                   | 4500               |
| 3         | Envasadora al vacío | Unidad        | 1               | 350                    | 350                |
|           | <b>TOTAL</b>        |               |                 |                        | <b>7.350,00</b>    |

**ANEXO N° 13****MUEBLES Y ENCERES**

| <b>No</b> | <b>DESCRIPCIÓN</b> | <b>UNIDAD</b> | <b>CANTIDAD</b> | <b>PRECIO UNITARIO</b> | <b>VALOR TOTAL</b> |
|-----------|--------------------|---------------|-----------------|------------------------|--------------------|
| 1         | Mesas              | Unidad        | 5               | 160                    | 800,00             |
| 2         | Sillas             | Unidad        | 5               | 20                     | 100,00             |
| 3         | Escritorios        | Unidad        | 2               | 200                    | 400,00             |
| 4         | Archivadores       | Unidad        | 2               | 300                    | 600,00             |
| 5         | Sillas Giratorias  | Unidad        | 2               | 150                    | 300,00             |
| 6         | Tanques de gas     | Unidad        | 3               | 50                     | 150,00             |
|           | <b>TOTAL</b>       |               |                 |                        | <b>2.350,00</b>    |



**ANEXO N° 14**

**EQUIPO DE OFICINA**

| <b>No</b> | <b>DESCRIPCIÓN</b> | <b>UNIDAD</b> | <b>CANTIDAD</b> | <b>PRECIO UNITARIO</b> | <b>VALOR TOTAL</b> |
|-----------|--------------------|---------------|-----------------|------------------------|--------------------|
| 1         | Caja Registradora  | Unidades      | 1               | 600                    | 600                |
| 2         | Sumadora           | Unidades      | 1               | 30                     | 30                 |
| 3         | Teléfono           | Unidades      | 1               | 120                    | 120                |
| 4         | Reloj              | Unidad        | 2               | 10                     | 20                 |
| 5         | Ventiladores       | Unidad        | 2               | 40                     | 80                 |
| 6         | Dispensador        | Unidad        | 2               | 35                     | 70                 |
|           | <b>TOTAL</b>       |               |                 |                        | <b>920,00</b>      |

**ANEXO N° 15**

**EQUÍPO DE CÓMPUTO**

| <b>No</b> | <b>DESCRIPCIÓN</b> | <b>UNIDAD</b> | <b>CANTIDAD</b> | <b>PRECIO UNITARIO</b> | <b>VALOR TOTAL</b> |
|-----------|--------------------|---------------|-----------------|------------------------|--------------------|
| 1         | Computadora        | Unidad        | 1               | 900                    | 900                |
|           | <b>TOTAL</b>       |               |                 |                        | <b>900,00</b>      |

**ANEXO N° 16****ELABORACIÓN DEL PROYECTO DE FACTIBILIDAD**

| <b>CANTIDAD</b> | <b>CONCEPTO/ESTUDIO</b> | <b>V.UNIT.</b> | <b>V/TOTAL</b> |
|-----------------|-------------------------|----------------|----------------|
| 1               | Mercado                 | 300            | 300            |
| 2               | Técnico                 | 300            | 300            |
| 3               | Económico               | 300            | 300            |
| 4               | Financiero              | 300            | 300            |
| <b>TOTAL</b>    |                         |                | <b>1200</b>    |

**ANEXO N° 17****GASTOS DE ORGANIZACIÓN**

| <b>CANT.</b> | <b>CONCEPTO</b>  | <b>V.UNIT.</b> | <b>V/TOTAL</b> |
|--------------|------------------|----------------|----------------|
| 1            | Permisos Legales | 200            | 200            |
|              | <b>TOTAL</b>     |                | <b>200</b>     |

**ANEXO N° 18****CAPACITACIÓN DEL PERSONAL**

| <b>CANT.</b> | <b>CONCEPTO</b>        | <b>V.UNIT.</b> | <b>V/TOTAL</b> |
|--------------|------------------------|----------------|----------------|
| 2            | Cursos de Organización | 300            | 600            |
|              | <b>TOTAL</b>           |                | <b>600</b>     |

**CAPITAL DE TRABAJO PARA UN MES**

**ANEXO N° 19****MATERIA PRIMA DIRECTA**

| <b>CONCEPTO</b> | <b>V.UNIT</b> | <b>CANTIDAD</b> | <b>VALOR<br/>TOTAL</b> |
|-----------------|---------------|-----------------|------------------------|
| Café nacional   | 90            | 80              | 7.200,00               |
| Soya            | 20            | 8               | 160,00                 |
| Haba            | 20            | 8               | 160,00                 |
| Azúcar          | 40            | 3               | 120,00                 |
| <b>TOTAL</b>    |               |                 | <b>7.640,00</b>        |

**ANEXO N° 20****MANO DE OBRA DIRECTA**

| <b>No</b> | <b>CARGO</b>                             | <b>SUELDO</b> | <b>APORTE<br/>IESS</b> | <b>10<br/>3ro</b> | <b>10<br/>4to</b> | <b>FONDOS<br/>RESERVA</b> | <b>VACACIONES</b> | <b>TOTAL<br/>MES</b> |
|-----------|--|---------------|------------------------|-------------------|-------------------|---------------------------|-------------------|----------------------|
| 1         | Jefe de<br>Producción<br>Medio<br>Tiempo | 200,00        | 21,70                  | 16,67             | 20,00             | 16,67                     | 8,33              | 283,37               |
| 1         | Ayudante                                 | 292,00        | 31,68                  | 24,33             | 29,20             | 24,33                     | 12,17             | 413,72               |
|           | <b>SUBTOTAL</b>                          | <b>492,00</b> | <b>53,38</b>           | <b>41,00</b>      | <b>49,20</b>      | <b>41,00</b>              | <b>20,50</b>      | <b>697,08</b>        |
|           | <b>TOTAL</b>                             |               |                        |                   |                   |                           |                   | <b>697,08</b>        |

### MOVILIZACIÓN Y TRANSPORTE

| DENOMINACIÓN  | DÍAS     | PRECIO  | VALOR MENSUAL |
|---|----------|---------|---------------|
|   | PROMEDIO | POR DÍA |               |
| Alquiler de Camioneta para Compras de Materia Prima | 4        | 5       | 20            |

### MANTENIMIENTO

| DENOMINACIÓN        | DÍAS     | PRECIO  | VALOR MENSUAL |
|---------------------|----------|---------|---------------|
|                     | PROMEDIO | POR DÍA |               |
| Combustible         | 1        | 10,00   | 10,00         |
| Reparac. Maq. Equip | 1        | 15,00   | 15,00         |
| SUBTOTAL            |          |         | 25,00         |

### ANEXO N° 21

#### SUELDOS Y SALARIOS

| No | CARGO                 | SUELDO BASICO UNIFICADO | APORTE IESS | DECIMO | DECIMO | FONDOS RESERVA | VACACIONES | BENEFICIOS SALARIAL | TOTAL A PAGAR |
|----|-----------------------|-------------------------|-------------|--------|--------|----------------|------------|---------------------|---------------|
| 1  | Gerente               | 300,00                  | 32,55       | 25,00  | 30,00  | 25,00          | 12,50      | 60,00               | 485,05        |
| 1  | Contador Medio Tiempo | 120,00                  | 13,02       | 10,00  | 12,00  | 10,00          | 5,00       | 12,00               | 182,02        |
|    | SUBTOTAL              |                         | 45,57       | 35,00  | 42,00  | 35,00          | 17,50      |                     | 667,07        |

### ÚTILES DE ASEO

| CONCEPTO        | NÚMERO | V/UNITARIO | V/TOTAL |
|-----------------|--------|------------|---------|
| Jabón           | 1      | 0,7        | 0,7     |
| Papel Higiénico | 2      | 0,28       | 0,56    |
| Baldes          | 1      | 1          | 1       |
| Trapeadores     | 1      | 1          | 1       |
| Escobas         | 1      | 1,25       | 1,25    |
| Ambientales     | 1      | 2          | 2       |
| TOTAL MES       |        |            | 6,51    |

### ÚTILES DE OFICINA

| CONCEPTO      | NÚMERO | V/UNITARIO | V/TOTAL |
|---------------|--------|------------|---------|
| Hojas         | 1      | 4,5        | 4,5     |
| Lápices       | 2      | 0,17       | 0,34    |
| Lapiceros     | 1      | 0,22       | 0,22    |
| Borradores    | 1      | 0,08       | 0,08    |
| Carpetas      | 2      | 0,1        | 0,2     |
| Sobres manila | 2      | 0,02       | 0,04    |
| Cintas        | 1      | 1          | 1       |
| Goma          | 1      | 0,6        | 0,6     |
| Tijeras       | 1      | 0,45       | 0,45    |
| TOTAL MES     |        |            | 7,43    |

## SERVICIOS BÁSICOS

| <b>DETALLE</b>    | <b>VALOR MES</b> |
|-------------------|------------------|
| Teléfono          | 10               |
| Energía Eléctrica | 20               |
| <b>SUBTOTAL</b>   | <b>30</b>        |

## ANEXO N° 22

### PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

| <b>DETALLE</b>        | <b>NÚMERO</b> | <b>DÍAS</b> | <b>VALOR DIARIO</b> | <b>V/ MES</b> |
|-----------------------|---------------|-------------|---------------------|---------------|
| Fundas de Polietileno | 22100         |             | 0,005               | 110,5         |
| Radio                 | 2             | 10          | 1                   | 20            |
| Gigantografía         |               | 1           | 8                   | 8             |
| Impresiones           | 100           |             | 0,02                | 2             |
| <b>SUBTOTAL</b>       |               |             |                     | <b>140,5</b>  |

ANEXO N° 23

UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN  
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

ENCUESTAS APLICADAS A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN CALUMA

Estimado Sr(a):

Mucho agradeceré marque con una x la respuesta correcta, pues sus respuestas nos permitirán recabar información que servirá de soporte a la investigación que estamos realizando.

Objetivo. Determinar las preferencias de la población respecto del consumo del café molido.

1.- ¿Consume usted café?

SI----- NO-----

2.- ¿Consume usted café molido?

SI----- NO-----

3.- ¿En qué presentación consume café molido?

1/2 Libra -----

1 Libra -----

1 Kilo -----

4.- ¿Qué cantidad de café molido consume semanalmente?

1/2 Libra -----

1 Libra -----

1 Kilo -----

5.- ¿Qué precio paga por el café molido que compra?

1/2 Libra -----

1 Libra -----

6.- ¿Cuál es la marca de café molido que usted consume?

-----

7.- ¿Dónde compra el café molido que consume habitualmente?

-----

8.- ¿Cómo califica el producto que consume?

Excelente

Bueno

Muy Bueno

Regular

9.- ¿De existir una empresa local que procese café molido de calidad, estaría dispuesto a adquirirlo?

SI-----

NO-----

Gracias por su Colaboración



**ANEXO N° 24**

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN  
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

**ENCUESTAS APLICADAS A LOS COMERCIANTES**

Estimado Sr(a):

Mucho agradeceré marque con una x la respuesta correcta, pues sus respuestas nos permitirán recabar información que servirá de soporte a la investigación que estamos realizando.

Objetivo. Determinar las preferencias de la población respecto del consumo del café molido

1.- ¿Ud. vende café molido?

SI----- NO-----

2.- ¿En qué presentación vende el café molido?

1/2 Libra -----

1 Libra -----

1 Kilo -----

3.- ¿Qué cantidad de café molido vende semanalmente y de qué manera?

1/2 Libra -----

1 Libra -----

4.- ¿Cuál es el precio de la funda de café molido que vende?

1/2 Libra -----

1 Libra -----

5.- ¿Cuál es el margen de ganancia (%) que tiene en la comercialización de café molido?

-----

6.- ¿Cuál es la presentación de café molido que más vende en su negocio?

1/2 Libra -----

1 Libra -----

7.- ¿Sus proveedores de café molido le entregan el producto con crédito?

SI----- NO-----

8.- ¿Qué marca de café molido vende Ud.?

-----

9.- ¿Si le ofertarán una nueva marca de café molido elaborado en el sector, usted lo vendería en su negocio?

SI----- NO-----

Gracias por su Colaboración

**ANEXO N° 25**

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN  
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

**ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

**Formulario de la Ficha de Observación Directa**

Objetivo: Levantar información para la elaboración del proyecto

Fecha:.....

| <b>ASPECTOS A OBSERVARSE</b>               | <b>MUY BUENO</b> | <b>BUENO</b> | <b>REGULAR</b> |
|--|------------------|--------------|----------------|
| Espacios y amplitud de las instalaciones   |                  |              |                |
| Aseo del local                             |                  |              |                |
| Presentación de los productos              |                  |              |                |
| Ubicación del mobiliario                   |                  |              |                |
| Apariencia y vestimenta del Recurso humano |                  |              |                |
| Ubicación del local                        |                  |              |                |
| Productos que ofertan                      |                  |              |                |
| Tecnología implementada en la producción   |                  |              |                |
| Servicio de atención personalizado         |                  |              |                |

Responsable:.....

Nombre de archivo: PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA PRODUCCIÓN DE CAFÉ  
MOLIDO, EN EL CANTÓN CALUMA, PROVINCIA BOLÍVAR, AÑO 2012 - copia (2).doc  
Directorio: C:\Documents and Settings\jburgos\Mis documentos  
Plantilla: C:\Documents and Settings\jburgos\Datos de  
programa\Microsoft\Plantillas\Normal.dotm  
Título:  
Asunto:  
Autor: cristopher  
Palabras clave:  
Comentarios:  
Fecha de creación: 23/09/2013 17:46:00  
Cambio número: 17  
Guardado el: 25/09/2013 16:49:00  
Guardado por: ANABEL  
Tiempo de edición: 46 minutos  
Impreso el: 25/09/2013 17:18:00  
Última impresión completa  
Número de páginas: 135  
Número de palabras: 19,874 (aprox.)  
Número de caracteres: 109,313 (aprox.)