



**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 INGENIEROS COMERCIALES**

**TEMA:**

“PROYECTO DE INVERSIÓN DE UNA EMPRESA DE PROCESAMIENTO DE CEBOLLA LARGA (*Allium fistulosum*), DESHIDRATADA EN EL CANTÓN CAYAMBE, PROVINCIA DE PICHINCHA 2015”

**AUTORES:**

LEONARDO LISIMACO CHICAIZA CHICAIZA  
MANUEL SANTIAGO SÁNCHEZ MONTEROS

**DIRECTOR:**

ING. JAVIER GARCÍA LÓPEZ.

**PARES ACADÉMICOS:**

ING. ELSA CHÁVEZ G.  
DRA. ODERAY MERINO P. MSC.

**GUARANDA-ECUADOR**

2015

## **II. DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo primeramente a Dios, por haberme dado la vida y guiar mí camino hacia la consecución de mis metas y objetivos.

A mis queridos padres, por estar a mi lado en todo momento acompañándome e impulsándome a cosechar mis éxitos personales y profesionales.

A mis hermanos, por su ayuda e interés constante en este proyecto, siempre dispuestos a colaborar para alcanzar esta meta tan anhelada.

### **Santiago Sánchez**

El siguiente trabajo se lo dedico a mi familia, a mis padres y en especial a mi hijo, que gracias a su apoyo, y consistencia fue posible lograr una de mis propósitos más importantes de mi vida, el culminar profesionalmente.

La sabiduría y el pasar de los días, me hizo valorar en que tan importantes es alcanzar las metas cuando se las propone.

Un agradecimiento especial a Dios, que gracias a luz de la vida, nos da la pauta para culminar uno de nuestros anhelados sueños de triunfo, perseverancia y esfuerzo para lograr un futuro lleno de esperanza para el triunfo.

### **Leonardo Chicaiza**

### **III. AGRADECIMIENTO**

Un agradecimiento sincero y especial a nuestra familia, por el apoyo incondicional y constante para la culminación de este proyecto que servirá de guía para la investigación y formación de futuros profesionales.

Nuestro profundo agradecimiento a la Universidad Estatal de Bolívar, en especial a la Facultad de Ciencias Administrativas Gestión Empresarial e Informática, por otorgarnos la posibilidad de obtener los títulos de Ingenieros Comerciales, para aportar con eficiencia y responsabilidad en la vida académica y laboral.

Nuestro sincero agradecimiento a nuestro Director y Tutor de tesis: Ing. Javier García López, a nuestros pares académicos Ing. Elsa Chávez G. y Dra. Oderay Merino P. Msc.; y a la Lcda. Silvana Arteaga Secretaria de Vicedecanato de la Facultad, por habernos brindado sus conocimientos, motivación, y su persistencia, para poder culminar este trabajo final.

**Leonardo Ch.**

**Santiago S.**

#### IV. CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

CERTIFICO:

Que el trabajo de graduación titulado “PROYECTO DE INVERSIÓN DE UNA EMPRESA DE PROCESAMIENTO DE CEBOLLA LARGA (*Allium fistulosum*), DESHIDRATADA EN EL CANTÓN CAYAMBE PROVINCIA DE PICHINCHA AÑO 2015”, de la autoría de los señores CHICAIZA CHICAIZA LEONARDO LISIMACO y SÁNCHEZ MONTEROS MANUEL SANTIAGO, previo a la obtención del título de Ingenieros Comerciales, ha sido dirigido y asesorado por mi persona, bajo los lineamientos dispuestos por la Facultad, por lo que se encuentra listo para su defensa.

Guaranda, Julio del 2015



Ing. Javier García L.

DIRECTOR



## V. AUTORÍA NOTARIADA

El presente trabajo de graduación titulado: "PROYECTO DE INVERSIÓN DE UNA EMPRESA DE PROCESAMIENTO DE CEBOLLA LARGA (*Allium fistulosum*), DESHIDRATADA EN EL CANTÓN CAYAMBE PROVINCIA DE PICHINCHA AÑO 2015", es de la autoría y creación de los señores CHICAIZA CHICAIZA LEONARDO LISIMACO portador de la CI. 1712743036 y SÁNCHEZ MONTEROS MANUEL SANTIAGO portador de la CI. 1714915814.

Leonardo Chicaiza.

CI. 1712743036

Santiago Sánchez.

CI. 1714915814



Factura: 001-003-000001457

20151702000D01924

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20151702000D01924

Ante mí, NOTARIO(A) GERARDO GIOVANNI FREIRE TORRES de la NOTARÍA PRIMERA , comparece(n) LEONARDO LISIMACO CHICAIZA CHICAIZA CASADO(A), mayor de edad, domiciliado(a) en CAYAMBE, portador(a) de CÉDULA 1712743036, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE, MANUÉL SANTIAGO SANCHEZ MONTEROS SOLTERO(A), mayor de edad, domiciliado(a) en CAYAMBE, portador(a) de CÉDULA 1714915814, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE, quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede AUTORIA DE TESIS, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. - Se archiva copia. CAYAMBE, a 5 DE AGOSTO DEL 2015.

LEONARDO LISIMACO CHICAIZA CHICAIZA

CÉDULA: 1712743036



MANUEL SANTIAGO SANCHEZ MONTEROS

CÉDULA: 1714915814



NOTARIO(A) GERARDO GIOVANNI FREIRE TORRES

NOTARÍA PRIMERA DEL CANTON CAYAMBE

## **VI. TABLA DE CONTENIDO**

<b>II. DEDICATORIA .....</b>	<b>II</b>
<b>III. AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>III</b>
<b>IV. CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR.....</b>	<b>IV</b>
<b>V. AUTORÍA NOTARIADA.....</b>	<b>V</b>
<b>VI. TABLA DE CONTENIDO.....</b>	<b>VI</b>
<b>VII. ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>X</b>
<b>VIII. ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>XVI</b>
<b>IX. RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>XVIII</b>
<b>X. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>XX</b>
<b>1 CAPITULO I .....</b>	<b>1</b>
1.1 TEMA.....	2
1.2 ANTECEDENTES .....	3
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	5
1.4 OBJETIVOS.....	6
1.4.1 General .....	6
1.4.2 Específicos.....	6
1.5 METODOLOGÍA .....	7
1.5.1 Métodos .....	7
1.5.2 Tipos de Investigación.....	8
1.5.3 Técnicas e instrumentos de Investigación .....	9

1.5.4	Procesamiento de Datos .....	23
<b>2</b>	<b>CAPITULO II.....</b>	<b>24</b>
2.1	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	25
2.2	CONCLUSIONES DE LAS ENCUESTAS .....	37
2.3	RECOMENDACIONES:.....	38
<b>3</b>	<b>CAPITULO III .....</b>	<b>39</b>
3.1	ESTUDIO DE MERCADO .....	40
3.1.1	Definición del Producto.....	40
3.1.2	Análisis de la demanda y Proyección.....	47
3.1.3	Análisis de la oferta y proyecciones.....	53
3.1.4	Demanda insatisfecha y proyecciones.....	56
3.1.5	Estrategias de Mercadeo.....	57
3.2	ESTUDIO TÉCNICO .....	67
3.2.1	Tamaño.....	67
3.2.2	Localización .....	68
3.2.3	Ingeniería del proyecto .....	72
3.2.4	Distribución de la Planta .....	75
3.1.2	Requerimientos de Maquinaria y equipos de producción .....	77
3.2.5	Requerimiento de equipos de computación.....	77
3.2.6	Equipos de oficina.....	78
3.1.3	Muebles y enseres .....	78

3.3	ESTUDIO ADMINISTRATIVO, LEGAL, ORGANIZACIONAL .....	79
3.3.1	Nombre y Constitución de la Empresa .....	79
3.3.2	Accionistas .....	90
3.3.3	Slogan .....	90
3.3.4	Giro.....	91
3.3.5	Estructura Orgánica de la Empresa .....	94
3.4	ESTUDIO FINANCIERO.....	106
3.4.1	Costos .....	106
3.4.2	Presupuesto Inversiones .....	114
3.4.3	Financiamiento .....	118
3.4.4	Depreciación Activos Fijos .....	119
3.1.4	Estructura de Costos Operacionales y No Operacionales .....	119
3.4.5	Presupuesto de Ingresos Anuales .....	121
3.4.6	Punto de Equilibrio.....	122
3.4.7	Estado de Costos de Producción y Ventas .....	125
3.4.8	Estado de Resultados .....	126
3.4.9	Balance General Proyectado.....	128
3.4.10	Estado de Flujo de Efectivo.....	129
<b>4</b>	<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>131</b>
4.1	EVALUACIÓN FINANCIERA. ....	132
4.1.1	Tasa de Descuento/ Costo promedio ponderado de capital.....	132

4.1.2	Valor Actual Neto .....	134
4.1.3	Tasa Interna de Retorno .....	136
4.1.4	Relación Beneficio Costo .....	138
4.1.5	Período de Recuperación de la Inversión (Pay Back) .....	140
4.1.6	Índices Financiero .....	142
4.2	EVALUACIÓN SOCIAL .....	146
4.3	EVALUACIÓN AMBIENTAL .....	147
4.3.1	Matriz para Medir Impactos Positivos e Impactos Negativos.....	147
<b>5</b>	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>150</b>
<b>6</b>	<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>151</b>
<b>7</b>	<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>152</b>
<b>8</b>	<b>ANEXOS .....</b>	<b>154</b>

## VII. ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Proyección del Censo 2010.....	11
Tabla 2: Consumo de cebolla.....	12
Tabla 3: Satisfacción consumo de cebolla. ....	13
Tabla 4: Alternativas por el consumo de cebolla. ....	14
Tabla 5: Cantidad de personas satisfechas que cambiarían el producto tradicional. .....	15
Tabla 6: Cantidad de personas insatisfechas que cambiarían .....	16
Tabla 7: Cantidad de personas que comprarían el producto sin conocerlo.....	17
Tabla 8: Frecuencia de Consumo de cebolla.....	18
Tabla 9: Número de personas por Familia. ....	19
Tabla 10: Tamaño de la muestra. ....	22
Tabla 11: Género de las personas encuestadas .....	25
Tabla 12: Residencia personas encuestadas .....	26
Tabla 13: Edad de las personas encuestadas .....	27
Tabla 14: Ingresos mensuales .....	28
Tabla 15: Utilización de la cebolla larga.....	29
Tabla 16: Lugar donde adquieren cebolla larga. ....	30
Tabla 17: Consumo de cebolla semanal.....	31
Tabla 18: Frecuencia de adquisición.....	32
Tabla 19: Consumo cebolla larga deshidratada. ....	33

Tabla 20: Razones de compra cebolla deshidratada. ....	34
Tabla 21: Precio que el encuestado estaría dispuesto a pagar por el producto. ....	35
Tabla 22: Medios de promoción del producto. ....	36
Tabla 23: Composición nutricional de la cebolla larga.....	41
Tabla 24: Variable Demográfica.....	48
Tabla 25: Variable Psicográfica. ....	48
Tabla 26: Variable Conductual .....	49
Tabla 27: Consumo Per-Cápita Cebolla deshidratada .....	49
Tabla 28: Demanda (Datos Obtenidos de la Encuesta Piloto). ....	50
Tabla 29: Demanda Actual.....	50
Tabla 30: Demanda Histórica.....	51
Tabla 31: Cálculo de la demanda. ....	52
Tabla 32: Demanda Proyectada. ....	53
Tabla 33: Oferta (Datos Obtenidos de Mercado Objetivo).....	54
Tabla 34: Oferta Actual.....	54
Tabla 35: Oferta Histórica.....	54
Tabla 36: Cálculo de valores de la ecuación de la recta de regresión para proyectar la oferta.....	55
Tabla 37: Oferta Proyectada.....	56
Tabla 38: Demanda insatisfecha. ....	56
Tabla 39: Demanda que captará el proyecto. ....	57

Tabla 40: Capacidad productiva en unidades.....	68
Tabla 41: Micro localización .....	71
Tabla 42: Procesamiento .....	73
Tabla 43: Comercialización .....	74
Tabla 44: Distribución.....	74
Tabla 45: Área de parqueadero .....	76
Tabla 46: Maquinaria y equipos de producción.....	77
Tabla 47: Equipos de computación .....	78
Tabla 48: Equipos de oficina .....	78
Tabla 49: Muebles y enseres .....	78
Tabla 50: Gastos de constitución .....	90
Tabla 51: Accionistas .....	90
Tabla 52: Materia Prima Directa.....	106
Tabla 53: Presupuesto Anual de Materia Prima.....	107
Tabla 54: Materiales Indirectos.....	107
Tabla 55: Presupuesto de materiales indirectos por funda de 1 kg.....	108
Tabla 56: Presupuesto anual de materiales Indirectos .....	108
Tabla 57: Resumen sueldos y salarios .....	108
Tabla 58: Servicios básicos.....	109
Tabla 59: Suministros de aseo .....	109
Tabla 60: Equipos de seguridad Industrial.....	110

Tabla 61: Reparación y mantenimiento Maquinaria.....	110
Tabla 62: Seguro propiedad planta y equipo.....	110
Tabla 63: Mantenimiento y reparación planta .....	111
Tabla 64: Equipos contra incendios .....	111
Tabla 65: Arriendo planta .....	111
Tabla 66: Teléfono e Internet.....	112
Tabla 67: Gastos de constitución .....	112
Tabla 68: Suministros de oficina .....	113
Tabla 69: Transporte para ventas .....	113
Tabla 70: Publicidad .....	114
Tabla 71: Inversión Activos Fijos .....	115
Tabla 72: Capital de Trabajo.....	116
Tabla 73: Resumen Capital de Trabajo.....	117
Tabla 74: Inversión Inicial del Proyecto .....	117
Tabla 75: Financiamiento.....	118
Tabla 76: Resumen amortización de crédito.....	118
Tabla 77: Cuadro de depreciaciones .....	119
Tabla 78: Estructura de Costos Operacionales y No Operacionales.....	120
Tabla 79: Costo Unitario del Producto.....	121
Tabla 80: Total Ingresos Anuales .....	121
Tabla 81: Precio de venta unitario promedio .....	123

Tabla 82: Punto de Equilibrio .....	123
Tabla 83: Cantidad y valor monetario de equilibrio .....	124
Tabla 84: Estado de Costos de Producción y Ventas .....	125
Tabla 85: Estado de Pérdidas y Ganancias .....	127
Tabla 86: Balance General Proyectado .....	128
Tabla 87: Flujo de Caja Proyectado sin Financiamiento .....	129
Tabla 88: Flujo de Caja Proyectado con Financiamiento .....	130
Tabla 89: Costo Capital Promedio Ponderado WACC con financiamiento .....	132
Tabla 90: Costo Promedio Ponderado WACC sin financiamiento .....	133
Tabla 91: Valor Actual Neto sin Financiamiento .....	135
Tabla 92: Valor Actual Neto con Financiamiento .....	136
Tabla 93: Tasa Interna de Retorno sin Financiamiento .....	137
Tabla 94: Tasa Interna de Retorno con Financiamiento .....	138
Tabla 95: Cálculo de la Relación Beneficio – Costo .....	139
Tabla 96: Relación Beneficio – Costo .....	140
Tabla 97: Período real de recuperación o Payback Descontado .....	141
Tabla 98: Recuperación de la Inversión.....	141
Tabla 99: Índice de Liquidez.....	142
Tabla 100: Índice de Prueba Ácida .....	142
Tabla 101: Índice Rotación del Activo Total.....	143
Tabla 102: Índice de Solidez o Endeudamiento.....	143

Tabla 103: Índice Pasivo/Patrimonio .....	143
Tabla 104: Índice de Apalancamiento.....	144
Tabla 105: Rentabilidad .....	145
Tabla 106: ROA (Returns On Assets) Retorno sobre los activos .....	145
Tabla 107: ROE (Return On Equity) Retorno sobre el Capital Propio.....	145
Tabla 108: Matriz de Leopold.....	147

## VIII. ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Cantidad de personas que consumen cebolla.....	12
Figura 2. Porcentaje de clientes satisfechos con el consumo de cebolla. ....	13
Figura 3. Alternativas de consumo de cebolla en porcentaje.....	14
Figura 4. Cantidad de personas satisfechas.....	15
Figura 5. Porcentaje de personas insatisfechas. ....	16
Figura 6. Porcentajes de posibles compradores .....	17
Figura 7. Porcentaje de consumo de cebolla semanal.....	18
Figura 8. Porcentajes de personas que conforman la familia.....	19
Figura 9. Porcentajes de género encuestado .....	25
Figura 10. Porcentaje de residencia de personas encuestadas.....	26
Figura 11. Porcentaje de Personas encuestas entre diferentes rangos de edad .....	27
Figura 12. Porcentajes de ingresos de personas encuestadas entre diferentes rangos .....	28
Figura 13. Porcentaje de utilización de la cebolla.....	29
Figura 14. Porcentajes de adquisición de la cebolla en los consumidores.....	30
Figura 15. Porcentaje de consumo de cebolla semanal.....	31
Figura 16. Porcentaje de Frecuencia de adquisición de cebolla atada .....	32
Figura 17. Porcentaje de consumo de cebolla hidratada .....	33
Figura 18. Porcentaje de consumo de cebolla hidratada .....	34
Figura 19. Porcentaje de lo que los compradores disponen a pagar por el producto .....	35

Figura 20. Porcentaje para utilizar medios de publicidad para el producto .....	36
Figura 21. Estructura de la cebolla.....	43
Figura 22. Cebolla deshidratada.....	46
Figura 23. Empaque de la cebolla .....	47
Figura 24. Canal de distribución .....	59
Figura 25.Página web.....	60
Figura 26.Página de Facebook .....	61
Figura 27.Página de Twitter.....	62
Figura 28.Perifoneo.....	63
Figura 29.Modelo de afiche .....	65
Figura 30. Macro localización .....	69
Figura 31. Micro localización .....	70
Figura 32 Plaza.....	71
Figura 33 Políticas organización.....	72
Figura 34. Distribución .....	75
Figura 35 Marca .....	91
Figura 36.Logo.....	91
Figura 37. Organigrama Estructural.....	94
Figura 38. Organigrama funcional .....	95
Figura 39.Punto de Equilibrio .....	124

## **IX. RESUMEN EJECUTIVO**

El consumo de alimentos naturales y orgánicos ha desarrollado un fuerte mercado en los últimos tiempos acompañados de una necesidad de obtener estos productos de forma fácil y cómoda que permitan optimizar tiempo, este es un recurso si así lo podemos llamar que en la sociedad actual exige mucho de él, por ello las amas de casa y quienes realizan actividades culinarias se ven abocados a utilizar productos que les permitan efectividad en la preparación de alimentos.

La presente propuesta trata de la creación de una planta procesadora de alimentos deshidratados tradicionales de la zona de Cayambe, en este caso se ha tomado como producto insignia a la cebolla larga misma que en la zona es considerada como el oro verde de los productores y el consumo de la misma en la zona de influencia es común. Este proyecto tiene como finalidad ofertar el producto (cebolla deshidrata por kilos) en el cantón Cayambe comenzando por la cabecera cantonal y su centro urbano, en la actualidad no existe en el mercado este tipo de productos.

Para realizar este proyecto se tomó en cuenta la población urbana de la ciudad de Cayambe, y posteriormente se aplicó o transformó en familias, para obtener el mercado objetivo, levantando una encuesta piloto que refleje la preferencia y apego al producto mediante esta metodología para luego obtenido el mercado objetivo proceder a realizar una encuesta general que permitió determinar con mayor precisión diferentes variables necesarias para el desarrollo de la propuesta.

Al determinar la oferta se levantó mediante un análisis Delphi a los productores de cebolla larga de la zona de Cangahua, misma que permitió realizar algunas aproximaciones valiosas, sobre todo enfocado que este producto no tiene competencia directa, es decir no existen en el sector empresas que realizan el mismo producto.

Seguidamente se realizó una propuesta técnica que permita determinar la ubicación más idónea y capacidad instalada así como la ingeniería del proyecto y el ámbito administrativo legal que esta va a tener.

Culminando este proyecto luego de determinar las inversiones y financiamiento así como los estados proforma se procedió a evaluar mediante mecanismos financieros, ambientales y sociales para determinar la viabilidad del mismo en el horizonte del tiempo planteado que fue de 5 años.

Los valores obtenidos en la evaluación financiera que son de suma importancia por ser un proyecto privado demostraron que cumple las normativas exigidas, así:

- Valor actual neto ( VAN) = \$ 189.653,6
- Tasa interna de retorno ( TIR)= 150 %
- Período de recuperación de la inversión= 9 meses y 10 días
- Relación beneficio/ costo = \$1.10 el Kilo.

Permitiendo con esta información obtener una viabilidad adecuada del proyecto.

## **X. INTRODUCCIÓN**

El presente proyecto de inversión se ha realizado para buscar el desarrollo de emprendimientos y crecimiento de indicadores socio-económicos de la zona de influencia de este proyecto que es la ciudad de Cayambe.

Para lograr la propuesta se procedió mediante la metodología de investigación científica, un proceso que representa realizar diferentes tipos de estudios que propone un estudio ex-ante de los proyectos que garantice la ejecución y puesta en marcha a futuro del mismo; así estudios de factibilidad como el de mercado, técnico, administrativo, legal, financiero, resaltan y contemplan un resultado viable desde el punto de vista de evaluación financiera, social y ambiental.

La metodología aplicada es la exploratoria, descriptiva y como métodos el inductivo y deductivo, tomando en cuenta que la investigación de campo es la que realiza el estudio que profundiza y ofrece datos más reales y representativos, obtenidos mediante encuestas Delphi y observación directa.

El estudio de mercado arroja datos relevantes sobre el mercado objetivo así como la demanda y oferta para luego esta proyectarse y obtener una demanda insatisfecha que servirá para determinar el tamaño óptimo del proyecto.

El estudio técnico presenta la localización y tamaño más adecuado de la procesadora de cebolla deshidratada, así como su cadena de valor y procesos principales.

En la última parte se procedió a evaluar los costos, ingresos, los beneficios y el presupuesto de inversión, formulando el estudio financiero mismo que es un insumo importante para la evaluación financiera, así mismo parámetros que permitan generar una evaluación ambiental y social, culminando con conclusiones y recomendaciones que permitan dar una idea clara a los inversionistas del proyecto si es factible y viable respectivamente.

## **CAPITULO I**

## **1.1 TEMA**

PROYECTO DE INVERSIÓN DE UNA EMPRESA DE PROCESAMIENTO DE CEBOLLA LARGA (*Allium fistulosum*), DESHIDRATADA EN EL CANTÓN CAYAMBE PROVINCIA DE PICHINCHA AÑO 2015

## 1.2 ANTECEDENTES

Cayambe es uno de los ocho cantones de la provincia de Pichincha. Se ubica al noreste de ella y cuenta con una superficie de 1182 Km<sup>2</sup>. Está conformado por ocho parroquias, tres urbanas y cinco rurales. Cayambe es a su vez la cabecera cantonal. Su nombre se deriva del ancestral pueblo de los Cayambis. (Gobierno Autónomo Descentralizado Intercultural y Pluricultural del Municipio de Cayambe GADIP Cayambe, 2015)

El cantón Cayambe, fundado el 23 de julio de 1883, con el tiempo se ha compuesto por una población del lugar, y otras que han migrado y se han incorporado con el pasar del tiempo mismas que han tenido una adaptación a la parte cultural y culinaria pero en sí manteniendo un desconocimiento casi total con respecto a una forma adecuada de alimentación y la forma como puede obtener productos sanos y propios de la zona , tal es el caso del consumo directo de la cebolla larga, causando serias dificultades con la producción y consumo de esta hortaliza, la misma que en la mayor parte es consumida en mercados fuera de la zona de influencia.

Por otro lado la falta de organización por parte de los productores de cebolla larga misma que en la zona sur del cantón y parte de la zona norte es un producto muy desarrollado tanto para el consumo interno como para su comercialización, realizando el comercio del producto en forma individual, desmejorando el fortalecimiento del gremio, existiendo posiblemente precios diferentes tanto en el lugar de la cosecha.

Se ha detectado por los acontecimientos explicados anteriormente la poca facilidad de generar un cambio en la forma de acopiar, procesar y comercializar la cebolla larga misma que hasta por la perspectiva de los clientes han puesto como dificultad y pérdida de tiempo en el proceso de entrega-recepción, el picado de la cebolla larga produce un ardor extraño en los ojos provocando un lagrimeo involuntario y fastidioso.

La parroquia de Cangahua, perteneciente al cantón Cayambe se caracteriza por ser netamente agrícola y ganadera, brindando trabajo a los pobladores de esta zona,

su actividad principal, la cebolla larga en atado. En la parte alta de la parroquia de Cangahua, existe una gran producción de cebolla larga y en la parte baja los habitantes se dedican a la ganadería y al comercio. (Gobierno Autónomo Descentralizado Intercultural y Pluricultural del Municipio de Cayambe GADIP Cayambe, 2015)

Cabe señalar que existe un desconocimiento de los beneficios nutricionales y medicinales del producto por parte de los consumidores así como el trabajo organizado y asociativo que pueden obtener los productores para diversificar su producción y mejorar su mercado, se conoce que en el cantón Cayambe, no existe de una planta que se dedique a la deshidratación, en especial de cebolla larga.

### 1.3 JUSTIFICACIÓN

A través del tiempo se ha constatado que las múltiples enfermedades que aquejan en el Cantón Cayambe, la provincia en general, y por qué no decirlo en el mundo entero se ha comprobado que provienen de un desequilibrio alimenticio, en vista de esta particularidad se ha tomado como medio de prevención el consumo de frutas, verduras bajo un proceso de deshidratación, el mismo que beneficia incalculablemente a los consumidores, debido a que, en el caso de la cebolla larga deshidratada, posee propiedades curativas, en personas que padecen: de anginas de pecho, asma, y cáncer, puesto que se ha convertido en un gran potenciado antioxidante, conservando y regenerando las células, entre otros beneficios conserva el sabor y propiedades nutricionales, muchos consumidores, han sido beneficiados, especialmente en personas que han sufrido por largo tiempo dolor de oído, malestar estomacal e inclusive bajar el colesterol malo, con agrado ingieren las personas que han sufrido por largos años la enfermedad conocida como la gota, reduce las proporciones especialmente en las articulaciones de los huesos, conservando de esta manera el normal funcionamiento de los riñones, los mismos que son fundamentales para gozar de una salud adecuada. Esta materia prima de calidad permitirá a futuro crear una empresa deshidratadora de cebolla larga para su comercialización. (Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria CORPEISA, 2004)

Este proyecto ejecutado técnicamente es beneficioso para la salud de los consumidores al no utilizar productos y fertilizantes químicos, el cultivo de cebolla es eminentemente orgánico que no causará problemas de salud a corto, mediano o largo plazo, permitiendo al consumidor tener a su alcance un producto no contaminado de productos Fitoquímicos.

## **1.4 OBJETIVOS**

### **1.4.1 General**

Desarrollar un proyecto de inversión para la implementación de una empresa de procesamiento de cebolla larga (*Allium fistulosum*), deshidratada en el cantón Cayambe provincia de Pichincha año 2015.

### **1.4.2 Específicos**

- Determinar el mercado objetivo y demanda insatisfecha para la comercialización de cebolla deshidratada en el cantón Cayambe, mediante un estudio de mercado tomando en cuenta gustos y preferencias de los consumidores.
- Identificar el tamaño, localización, ingeniería del proyecto necesario para la producción de cebolla deshidratada, mediante un estudio técnico capaz de cubrir toda la demanda insatisfecha obtenida.
- Desarrollar políticas de cuidado ambiental en la ejecución del proyecto, para evitar daños ambientales y su mitigación adecuada.
- Determinar la inversión financiera necesaria para que el proyecto inicie sus actividades y genere rentabilidad a lo largo del tiempo para sus inversionistas.

## **1.5 METODOLOGÍA**

En el presente proyecto se desarrolló partiendo de la investigación exploratoria y descriptiva, para el posterior análisis, sistematización y comprensión de los datos recolectados, referente al consumo de cebolla larga deshidratada y su aceptación en el mercado.

### **1.5.1 Métodos**

#### ***1.5.1.1 Investigación Exploratoria***

Se acudió a este tipo de investigación, con el fin de llevar a cabo una investigación más real, que nos permita conocer los factores relevantes al problema de investigación al cual nos enfrentamos, gracias a la gran flexibilidad que ofrece este tipo de investigación dentro de su metodología.

Es por esto que en base a la investigación exploratoria, en el presente proyecto se pudo recoger e identificar, datos sobre antecedentes generales respecto al problema de investigación, que gracias a este tipo de investigación se pudo conocer y examinar los temas y problemas poco estudiados y antes no abordados, llegando a aumentar el grado de confiabilidad durante el desarrollo del estudio.

#### ***1.5.1.2 Investigación Descriptiva***

La metodología de la investigación descriptiva, fue considerada con la finalidad de que los datos recolectados en el presente proyecto de factibilidad, contribuyan eficazmente al conocimiento de la temática en estudio, los datos encontrados, están sujetos al análisis expresado tanto en términos cualitativos y cuantitativos; es así como se pudo obtener una gran cantidad de muestras representativas sujetos al análisis cuantitativo. Los hallazgos en el presente proyecto, se consideran concluyentes en su naturaleza y por ello se utilizan como datos de entrada para la toma de decisiones, basados en la determinación, evaluación y selección de la mejor propuesta para obtener un proyecto viable y sostenible

## **1.5.2 Tipos de Investigación**

### ***1.5.2.1 Primaria***

Mediante esta fuente de investigación, se pudo obtener información referente al mercado y sus requerimientos sociales, económicos, gustos entre otros; el mismo que nos proporcionará la información básica, de primera mano, para ir recabando información en base a entrevistas y encuestas.

Entre las fuentes de información primaria se encuentran:

- Observación.
- Consulta con expertos. (Delphi)
- Proyectos y estudios de empresas dedicadas a la producción y comercialización de cebolla larga o similar.
- Productores y Proveedores.

### ***1.5.2.2 Secundaria***

Se refiere a las industrias e instituciones, las cuales aportarán con datos actualizados a través de publicaciones sobre el tema de investigación en el presente proyecto; siendo la característica fundamental de la investigación, el descubrimiento de principios generales.

Entre las fuentes de información secundaria se encuentran:

- Radio y Televisión.
- Prensa Escrita.
- Artículos científicos.
- Páginas de Internet relacionadas a procesos de elaboración del producto, competencia y tendencias del mercado.
- Folletos informativos de Organismos del área.

### ***1.5.2.3 Terciaria***

Considerando a la información obtenida a base de investigaciones hechas por terceras personas; las mismas que se encuentran recopiladas en informes, publicaciones, tesis, y otros, a las cuales se recurrirá como guía para el desarrollo de la presente investigación.

## **1.5.3 Técnicas e instrumentos de Investigación**

### ***1.5.3.1 Observación***

Considerando a que la observación constituye un elemento fundamental, en el cual se apoya el investigador durante todo el proceso investigativo, y gracias a que en gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación, es esencial poner en práctica esta valiosa técnica; la cual servirá de gran ayuda para la recolección de la información, en lo que se refiere a la cebolla larga, así como también la competencia referente a la misma si existiera dentro del plus que se quiere ofrecerle, los precios que estos imponen; así como también los gustos y preferencias que demanda el cliente, entre otras; apoyando de esta manera para incrementar el mejor conocimiento del mercado objetivo, el cual se hace necesario e imprescindible para continuar con el desarrollo de este.

### ***1.5.3.2 Encuestas***

Esta técnica de investigación, ayuda a obtener datos que son de relevante interés e importancia, para el desarrollo del presente proyecto; en lo que respecta a los datos obtenidos referente a las opiniones y actitudes demostradas por parte de varios consumidores del producto, los mismos que vendrán a ser los potenciales clientes. Estas encuestas estarán dirigidas a los potenciales consumidores, empleando un cuestionario, el cual permitirá contar con un método ordenado y estructurado para la posterior recopilación de datos; de esta manera poder

determinar sus gustos, preferencias, atributos que buscan en el producto, y consecuentemente poder definir el precio del producto.

### ***1.5.3.3 Entrevistas***

Se recurrió a esta técnica de investigación, la misma que consiste en un diálogo entre dos personas: el entrevistador "investigador" y el entrevistado; con el fin de obtener datos e información más detallada por parte de éste; el cual tiene alguna relación con el problema de investigación. Por lo tanto, se realizarán entrevistas a empresarios enrolados en el sector de producción y comercialización de cebolla deshidratada, especialistas en agroindustria y tratamiento de alimentos, entre otros.

#### 1.5.3.4 Universo y Muestra

El cantón Cayambe, posee una población total al año 2010 de 85.795 habitantes(INEC, 2010), de los cuales viven en las áreas: urbana 39.028, y en la rural 46.767 habitantes entre hombres y mujeres (Censo 2010, resultados definitivos); se tomará para fines investigativos solo la zona urbana del Cantón Cayambe, de esta manera si dividimos para 5 miembros que conforman el hogar, se dispondría de 7.806 hogares; sin embargo, no todos gustan de la cebolla larga, por lo que consideraremos realizar una encuesta piloto tomando en cuenta la teoría de límite central y sobre todo porque el producto que se va ofrecer es un producto que no existe obteniendo el mercado objetivo mismo que se desarrollará en el estudio de mercado segmentando adecuadamente.

Se considera como dato adicional la proyección de la población hasta el 2015(Tabla 1) como año base tomado una tasa de crecimiento del 2,10%.(SNI, 2014)

**Tabla 1: Proyección del Censo 2010.**

AÑO	POBLACIÓN	POBLACIÓN URBANA	FAMILIAS	TASA DE CRECIMIENTO
2010	85795	39028	7806	2,10%
2011	88840	40413	8083	2,10%
2012	90709	41263	8253	2,10%
2013	92587	42118	8424	2,10%
2014	94470	42974	8595	2,10%
2015	96356	43832	8766	2,10%

**Fuente:** Estudio Financiero.  
**Elaborado por:** (SNI, 2014)

**1.5.3.5 Encuesta piloto para la creación de una empresa procesadora de cebolla larga deshidratada.**

Marque con una X la respuesta correcta

1.- ¿Consume Cebolla Larga?

SI ( ) NO ( )

Si su respuesta fue “NO” diga porque \_\_\_\_\_

**Tabla 2: Consumo de cebolla**

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Si	29	97%
No	1	3%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio Financiero.

**Elaborado por:** Los autores, 2015.



**Figura 1. Cantidad de personas que consumen cebolla.**

**Fuente:** Encuesta piloto para la creación de una empresa procesadora de cebolla larga.

Considerando la tabla 2, figura 1, el resultado de esta pregunta evidencia que al grupo de entrevistados el 97% tiene a la cebolla como parte de su dieta diaria y un 3% no la tiene, permitiendo tener una apertura adecuada a este proyecto.

2.- Si consume cebolla Larga está satisfecho con ella.

SI ( ) NO ( )

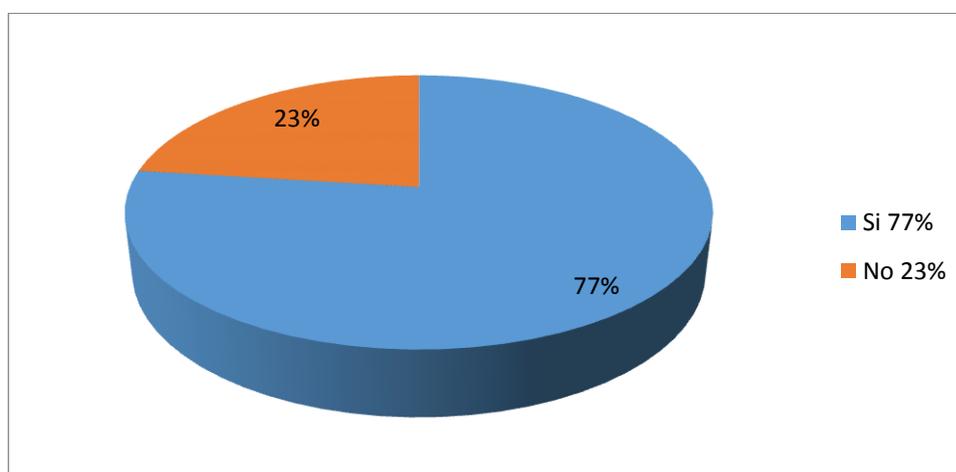
Porque \_\_\_\_\_

**Tabla 3: Satisfacción consumo de cebolla.**

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Si	23	77%
No	7	23%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio Financiero.

**Elaborado por:** Los autores, 2015



**Figura 2. Porcentaje de clientes satisfechos con el consumo de cebolla.**

**Fuente:** Encuesta piloto para la creación de una empresa procesadora de cebolla larga.

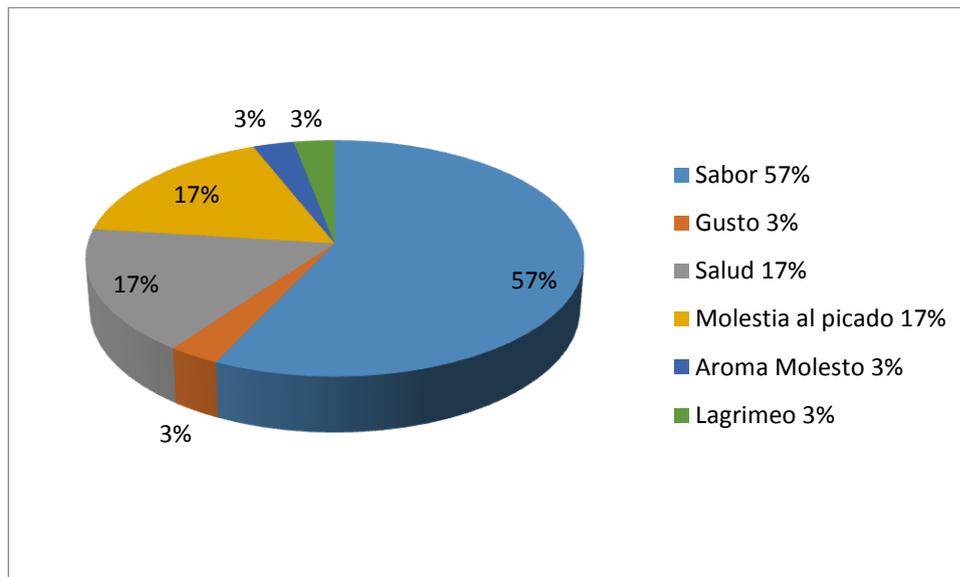
Respecto a la tabla 3, figura 2, siguiendo con la metodología se realiza una pregunta que permita medir el grado de satisfacción de los consumidores de cebolla obteniendo datos importantes como que el 77% está satisfecho de la cebolla larga que consume y un 23% no está satisfecho.

**Tabla 4: Alternativas por el consumo de cebolla.**

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Sabor	17	57%
Gusto	1	3%
Salud	5	17%
Molestia al picado	5	17%
Aroma Molesto	1	3%
Lagrimo	1	3%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Estudio Financiero.**

**Elaborado por: Los autores, 2015**



**Figura 3. Alternativas de consumo de cebolla en porcentaje.**

**Fuente:** Encuesta piloto para la creación de una empresa procesadora de cebolla.

Los datos de la tabla 4, figura 3, se considera como parte de la pregunta dos y se desglosa algunas variables que se consideran como adecuadas para poder determinar el por qué la satisfacción del producto y por qué no obteniendo que la mayoría consumo por sabor (57%) y salud 17% como variables de consumo y las de no consumo la molestia de picado es una de la más alta (17%) repartiendo en menos del 4% el resto de variables como gusto, lagrimo entre otros.

3.- Si está satisfecho ¿se cambiaría por un mejor producto? Que no se dañe, que no tenga mucho picor. (CEBOLLA LARGA DESHIDRATADA).

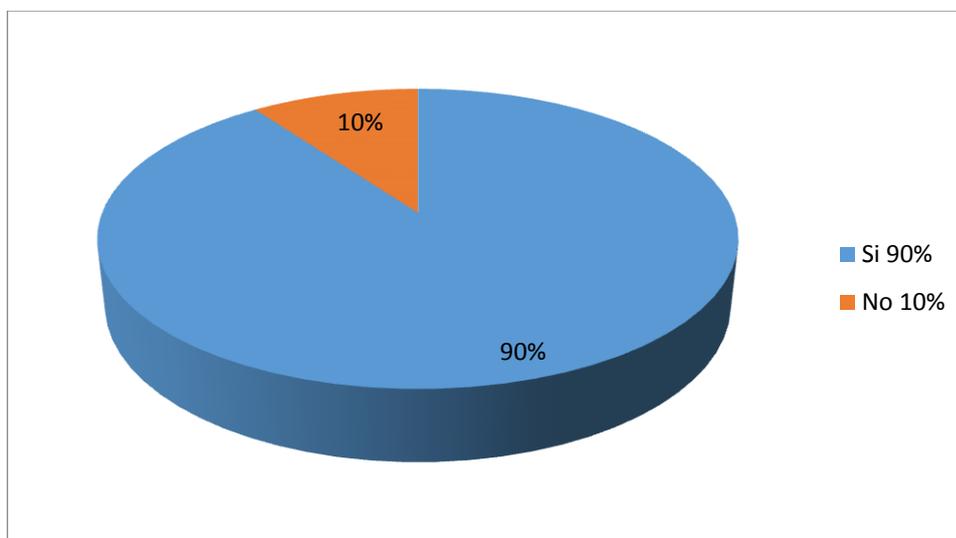
SI ( ) NO ( )

**Tabla 5: Cantidad de personas satisfechas que cambiarían el producto tradicional.**

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Si	27	90%
No	3	10%
TOTAL	30	100%

**Fuente:** Estudio Financiero.

**Elaborado por:** Los autores, 2015.



**Figura 4.** Cantidad de personas satisfechas.

**Fuente:** Encuesta piloto para la creación de una empresa procesadora de cebolla

Considerando la tabla 5, figura 4, nos indica que al realizar esta pregunta, los datos dan una perspectiva interesante respecto al plus que se pretende otorgar en este nuevo producto y se observa una aceptación por parte de los demandantes, así un 90 % de encuestados aunque estén de acuerdo con su producto actual de consumo (cebolla larga natural) les gustaría utilizar o consumir el producto que se propone.

4.- Si no está satisfecho ¿se cambiaría por un mejor Producto? (CEBOLLA LARGA DESHIDRATADA).

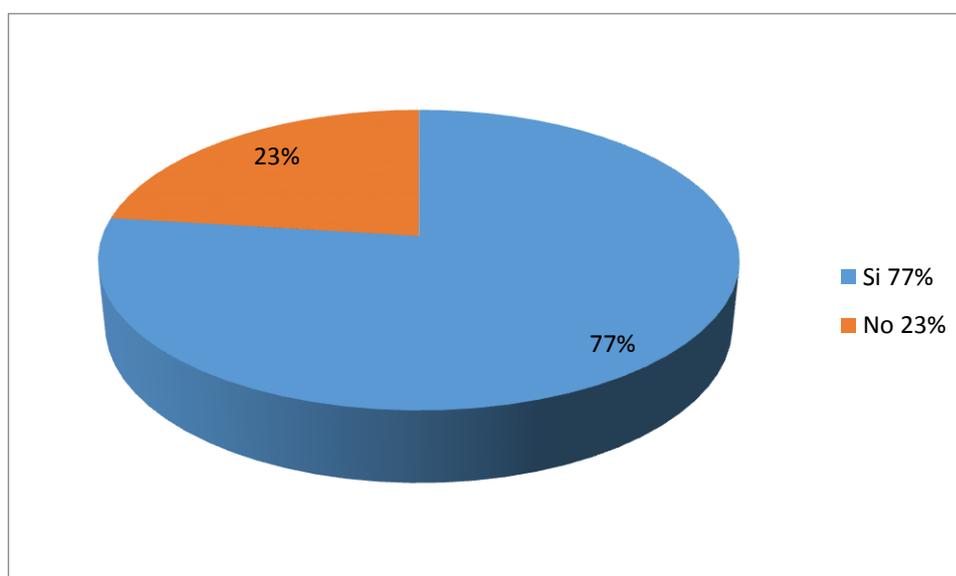
SI ( ) NO ( )

**Tabla 6: Cantidad de personas insatisfechas que cambiarían**

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Si	23	77%
No	7	23%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores, 2015



**Figura 5. Porcentaje de personas insatisfechas.**

**Fuente:** Encuesta piloto para la creación de una empresa procesadora de cebolla larga

Respecto a la tabla 6, figura 5, se realiza una pregunta que puede ayudar a determinar posteriormente el mercado meta u objetivo, enfocado a un grupo de personas que no están satisfechas y determinar si les gustaría adquirir el producto con su valor agregado que es la deshidratación de la cebolla larga, a lo cual los datos arrojan un 77% que si un 23% que no.

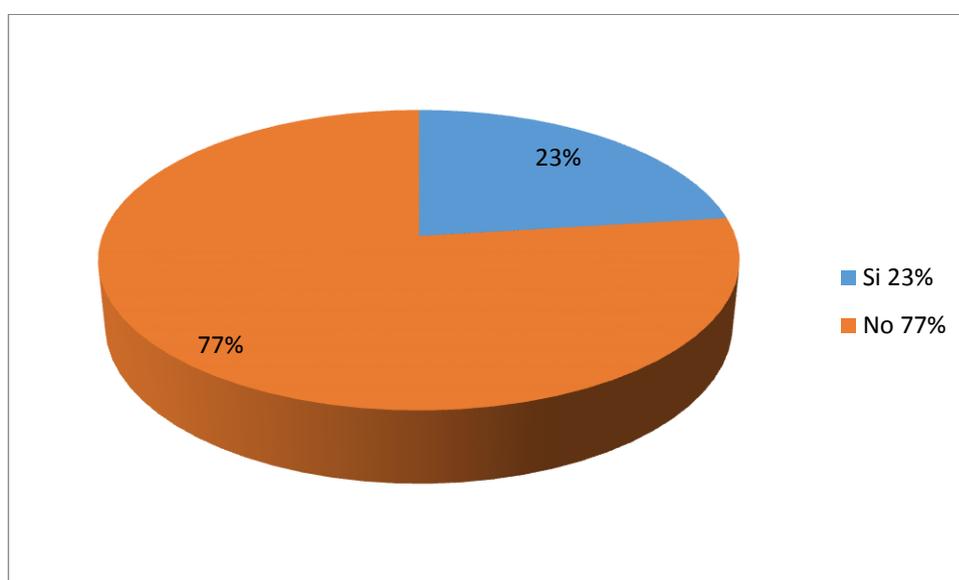
5.- Si no consume ¿adquiriría un producto de calidad que satisfaga su necesidad?  
(CEBOLLA LARGA DESHIDRATADA).

**Tabla 7: Cantidad de personas que comprarían el producto sin conocerlo**

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Si	7	23%
No	23	77%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Estudio Financiero**

**Elaborado por:** Los autores, 2015



**Figura 6. Porcentajes de posibles compradores**

**Fuente:** Encuesta

Los datos de la tabla 7, figura 6, demuestra que esta pregunta complementa la matriz haciendo un análisis de mercado de quienes no consumen quizá deseen este nuevo producto con las propiedades y ventajas antes indicados, a lo cual un 23% se rescata que si estarían dispuesto y un 77% que no.

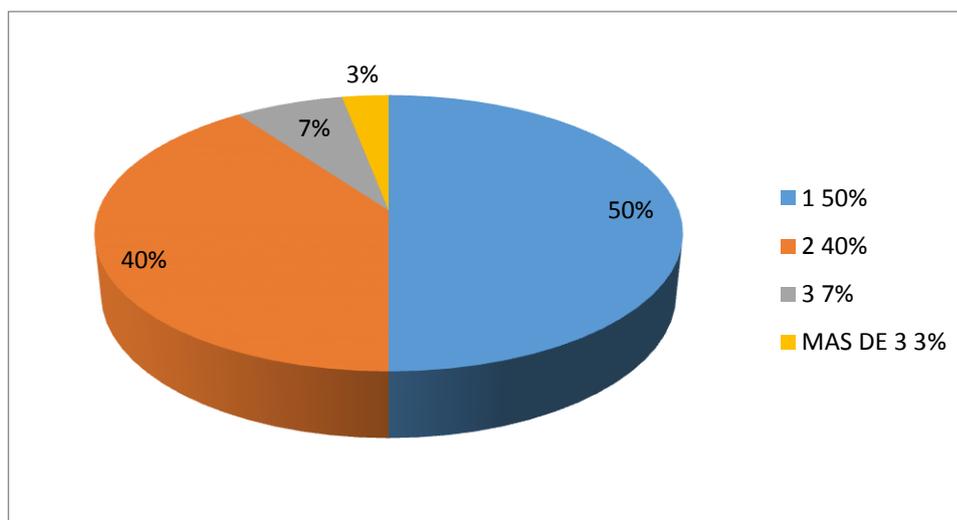
6.- ¿Qué cantidad de cebolla larga consume a la semana?

Atados: 1\_\_ 2\_\_ 3\_\_

**Tabla 8: Frecuencia de Consumo de cebolla**

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
1	15	50%
2	12	40%
3	2	7%
MAS DE 3	1	3%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Estudio Financiero**  
**Elaborado por:** Los autores, 2015



**Figura 7. Porcentaje de consumo de cebolla semanal**

**Fuente:** Encuesta piloto para la creación de una empresa procesadora de cebolla larga.

En la tabla 8, figura 7, demuestra la frecuencia de consumo obteniendo una mejor visión del consumo Per cápita que tiene los encuestados, sobre todo se relaciona la pregunta en cantidades muy conocidas el sector que es de atados de cebolla a lo cual se obtiene 3 alternativas siendo la mayor en respuesta el consumo de 1 atado semanal que equivale al 50%, 40% en un número de dos atados por semana y 7%, 3% para 3 atados y más de tres respectivamente.

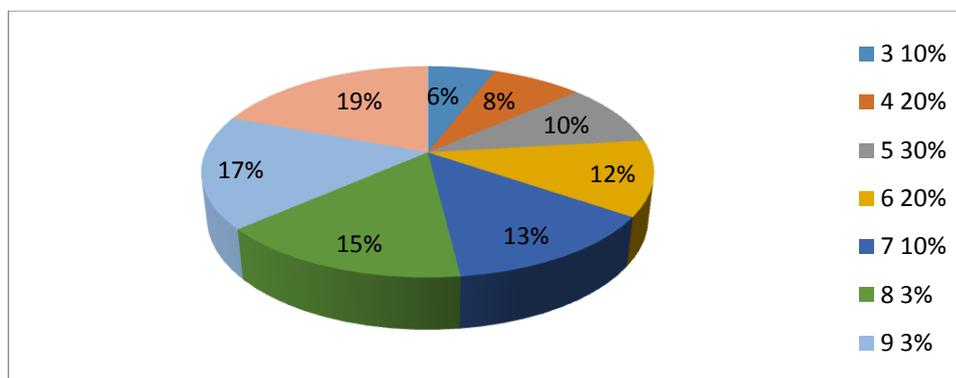
7.- Cuantos Miembros de su Familia son:

**Tabla 9: Número de personas por Familia.**

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
3	3	10%
4	6	20%
5	9	30%
6	6	20%
7	3	10%
8	1	3%
9	1	3%
10	1	3%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Los autores, 2015



**Figura 8.** Porcentajes de personas que conforman la familia

**Fuente:** Encuesta piloto para la creación de una empresa procesadora de cebolla larga

La encuesta respecto a la tabla 9, figura 8, demuestra que la pregunta 7 tiene como objetivo establecer un parámetro que indique el número de personas que cuenta el núcleo familiar del segmento, por ello se observa que en el sector de Cayambe el promedio más alto de núcleo familiar esta en 3 individuos (30%), seguido de 4 y 5 con un 20% respectivamente.

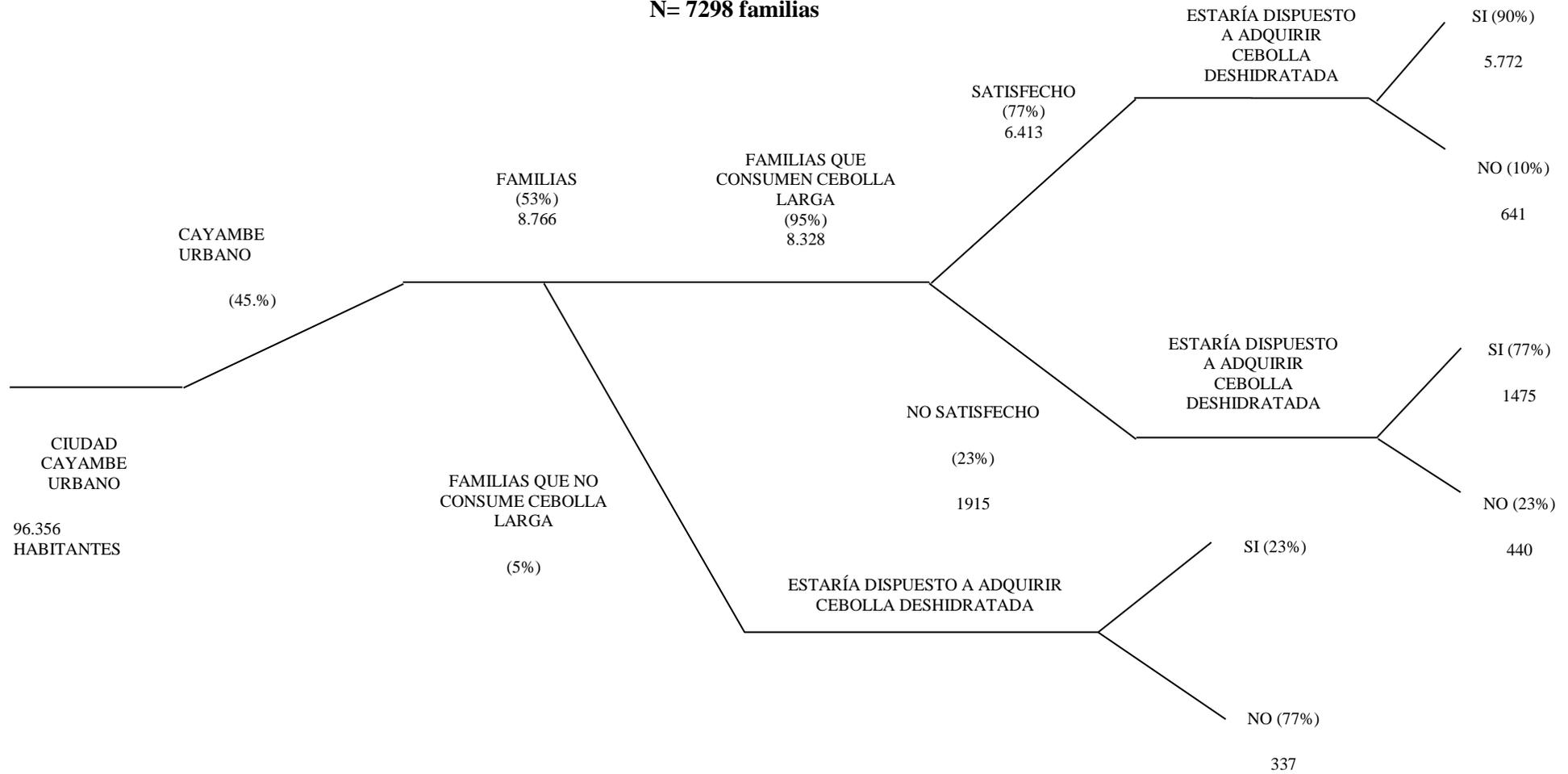
**Árbol mercado objetivo.**- Como siguiente paso luego de haber determinado una encuesta piloto que permita obtener datos relevantes respecto a la aceptación de la propuesta, siguiendo la teoría del límite central que establece 30 hasta 50 análisis como muestra para este tipo de encuestas, se procede a utilizar un método implementado para determinar mercado objetivo o mercado meta cuando no existe datos de los productos o servicios es decir cuando son emprendimientos nuevos con investigación y desarrollo nueva. (Universidad Politécnica Salesiana, 2011).

El primer paso es que los datos obtenidos se explique en un árbol de decisiones que permita segmentar adecuadamente y llegar en forma técnica a obtener un mercado objetivo para posterior a ello levantar la encuesta general determinado de estos datos la muestra real como se observa a continuación (tabla 10).

# ÁRBOL MERCADO OBJETIVO

Número de Compradores Potenciales

N= 7298 familias



### 1.5.3.6 Tamaño de la Muestra

Como se determinó tomamos para nuestro estudio el informe del VI censo de población y VII de vivienda 2010, del Cantón Cayambe y de acuerdo al mercado objetivo se utilizará la fórmula de muestra finita ya que los datos están dados por un valor menor a 100.000 y se conoce N unidades de investigación y Probabilístico Aleatorio Simple ya que se trata de un producto y existe aceptación o no del producto.(Bernal, 2011, págs. 157-167)

Siguiendo con la aplicación de la metodología utilizando la muestra piloto y árbol de decisiones. (Universidad Politécnica Salesiana, 2011)

**Tabla 10: Tamaño de la muestra.**

COMPRADORES POTENCIALES ACTUALES		8429
ATENDIDOS SATISFECHOS	6413	
NO ATENDIDOS INSATISFECHOS	1915	
ATENDIDOS NO SATISFECHOS	101	
COMPRADORES ATENDIDOS (OFERTA)		1081
ATENDIDOS SATISFECHOS NO DESEAN CAMBIARSE	641	
ATENDIDOS NO SATISFECHOS NO DESEAN CAMBIARSE	440	
MERCADO OBJETIVO (N)		7348
ATENDIDOS SATISFECHOS POR CAMBIARSE	5772	
ATENDIDOS NO SATISFECHOS POR CAMBIARSE	1475	
NO ATENDIDA INSATISFECHA	101	
TOTAL MUESTRA MERCADO OBJETIVO INSATISFECHO		7348

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

$$n = \frac{N z_{\alpha/2}^2 P(1-P)}{(N-1)e^2 + z_{\alpha/2}^2 P(1-P)}$$

**N** = 7.348 Mercado Objetivo.

**Z** = 1,96

**P** = 0,5

**e** = 0,05

$$n = \frac{7348(1.96)^2 (0.5) (1-0.5)}{(7348 - 1) (0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5) (1-0.5)}$$

$$n = \frac{6771.9168}{19.3279} = 100$$

**n**= 100 Encuestas.

#### **1.5.4 Procesamiento de Datos**

Para realizar el procesamiento de los datos, se utilizará el Excel versión 7.0, y la presentación de los datos se la hará mediante la utilización de gráficos, tablas y cuadros de acuerdo al caso.

Una vez realizadas las respectivas encuestas que en este caso del proyecto es de 100, se procedió a tabular los resultados de cada una de las preguntas realizadas, luego se efectúa la representación gráfica con el análisis respectivo que permitirá obtener información muy relevante para el desarrollo de mismo sobre todo relacionado a segmento de mercado, consumo Per cápita datos esenciales para proyectar la demanda, así como también gustos preferencias que determinarán las estrategias de mercado y por último datos de las cantidades y precios que estarían dispuestos a pagar los consumidores y que generara insumos para la parte financiera.

## **CAPÍTULO II**

## 2.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Posterior a determinar el mercado objetivo del Proyecto (N) y proponer como herramienta metodológica la encuesta que se dividió en tres grandes segmentos:

- Datos personales y demográficos.
- Consumo, Ingreso, datos económicos.
- Datos de mercado.

Las encuestas se realizó a las personas cabezas de hogar en entradas del mercado central de Cayambe, así como de los tres supermercados que existen en el sector de influencia, obteniendo la siguiente información:

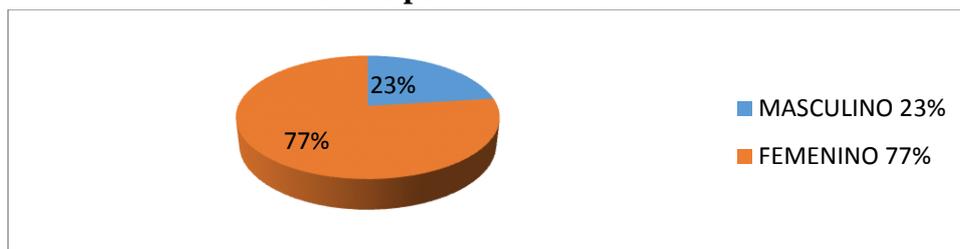
Género

1.- Masculino  Femenino

**Tabla 11: Género de las personas encuestadas**

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
MASCULINO	23	23%
FEMENINO	77	77%
TOTAL	100	100%

**Fuente:** Estudio Financiero  
**Elaborado por:** Los autores 2015



**Figura 9. Porcentajes de género encuestado**

**Fuente:** Encuesta piloto para la creación de una empresa procesadora de cebolla

De la tabla 11, figura 9, se observa que la mayor parte de los encuestados pertenecen al género femenino el 77% y al masculino el 23% por lo tanto se evidencia que las mujeres son las más afectadas por el consumo de esta hortaliza fresca y sobre todo son las más afectadas en la salud o bienestar en el consumo de esta hortaliza fresca.

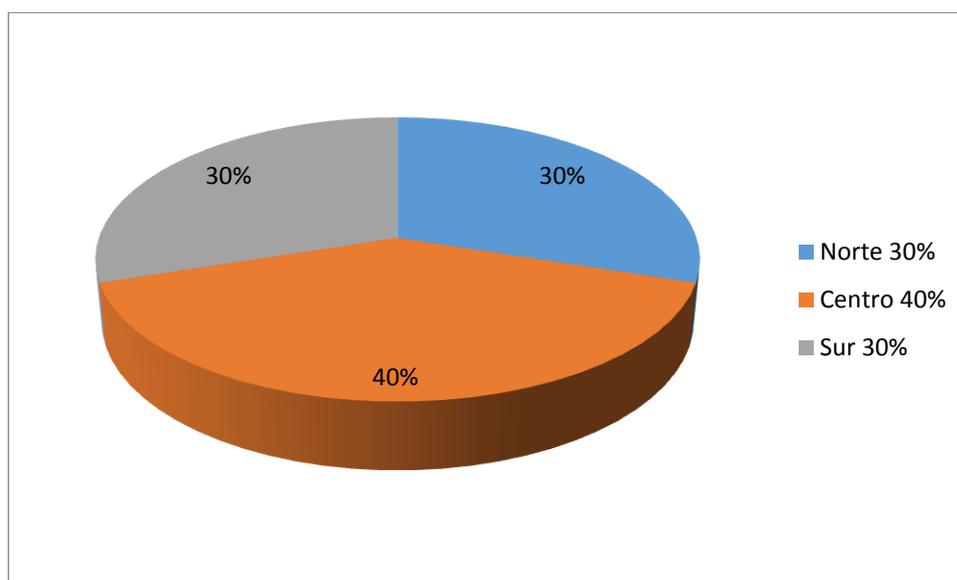
2.- Sector donde vive: Norte  Centro  Sur

**Tabla 12: Residencia personas encuestadas**

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Norte	30	30%
Centro	40	40%
Sur	30	30%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores, 2015



**Figura 10. Porcentaje de residencia de personas encuestadas**

**Fuente:** Encuesta piloto para la creación de una empresa procesadora de cebolla larga

Respecto a la tabla 12, figura 10 se considera como mecanismo de manejo equitativo se determinó en forma aleatoria la cantidad de encuestados en el sector urbano de Cayambe tomando así valores de frecuencia de Norte 30, Centro 40 y Sur 30 que en forma porcentual obtuvo 30%, 40% y 30% respectivamente.

### 3.- Edad:

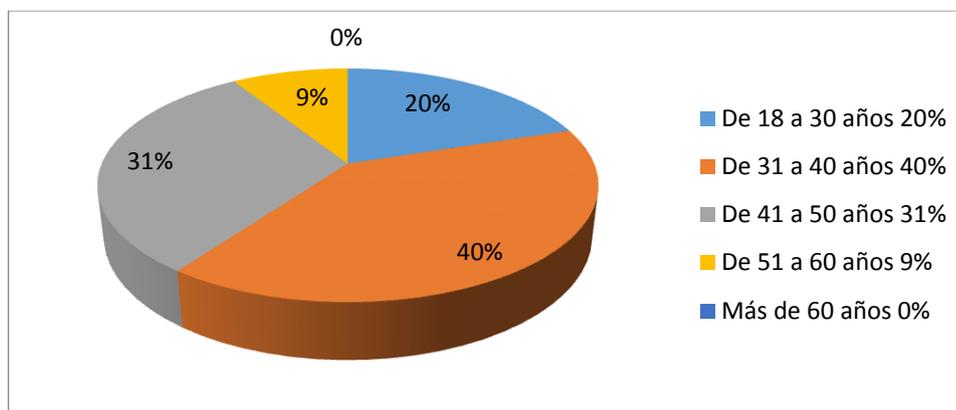
La pregunta número tres busca determinar la edad del mercado objetivo o los consumidores.

**Tabla 13: Edad de las personas encuestadas**

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
De 18 a 30 años	20	20%
De 31 a 40 años	40	40%
De 41 a 50 años	31	31%
De 51 a 60 años	9	9%
Más de 60 años	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015



**Figura 11. Porcentaje de Personas encuestas entre diferentes rangos de edad**

**Fuente:** Encuesta piloto para la creación de una empresa procesadora de cebolla larga

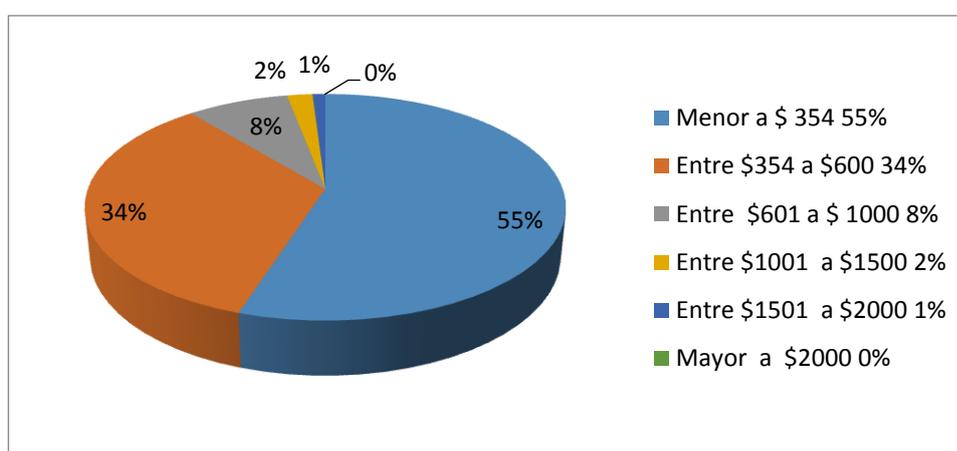
La encuesta respecto a la tabla 13, figura 11, se enfocó a un segmento de edades comprendidas entre los 18-64 años que sean cabeza de hogar o formen parte de una población económicamente activa (PEA) ellos son los que directamente adquieren alimentos para el hogar, manejando la aleatoriedad propuesta en la metodología la muestra manifestó datos relevantes el 40% estaba considerada la población entre el segmento de 31-40 años, seguido del segmento de 41-50 años con un 31%, el segmento de 18 a 30 años en el 20% y el 9% para el segmento de 51-60 años, en los lugares de recolección de información no existió personas del segmento de más de 60 años.

4.- Por favor seleccione dentro de qué rango de nivel de ingreso mensual se encuentra usted:

**Tabla 14: Ingresos mensuales**

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Menor a\$ 354	55	55%
Entre \$354 a \$600	34	34%
Entre \$601 a \$ 1000	8	8%
Entre \$1001 a \$1500	2	2%
Entre \$1501 a \$2000	1	1%
Mayor a \$2000	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio Financiero  
**Elaborado por:** Los autores 2015



**Figura 12. Porcentajes de ingresos de personas encuestadas entre diferentes rangos**

**Fuente:** Encuesta piloto para la creación de una empresa procesadora de cebolla larga

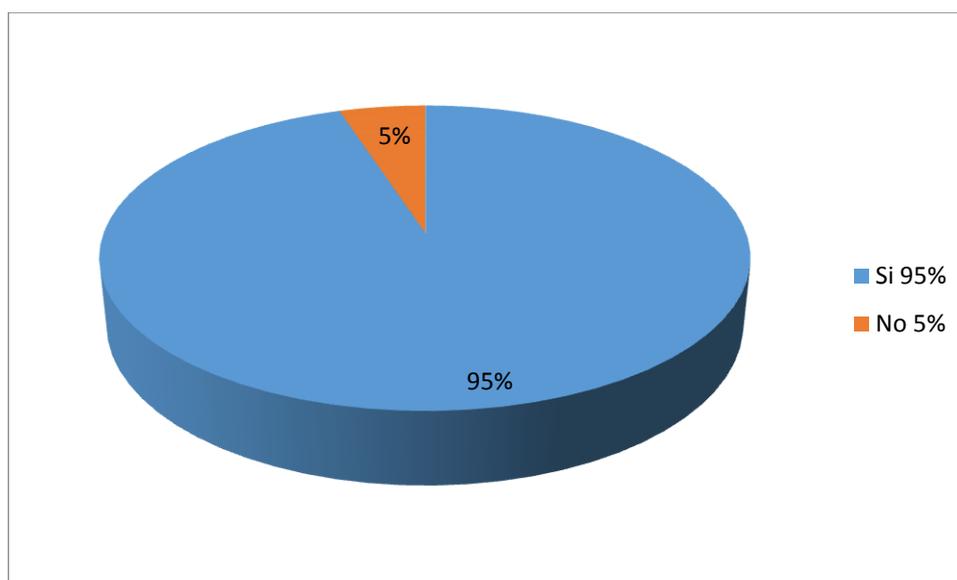
Considerando la tabla 14, figura 12, un dato muy importante para este estudio y relevante es lo relacionado al nivel de ingreso, mediante esta pregunta se puede obtener el segmento y el quintil adecuado que permita manejar una relación firme de la demanda y sobre todo a quien va enfocada la investigación de mercado y cuales sería los clientes futuros, la mayor concentración de los encuestados se encontraban en el rango de ingresos menor al básico , hay que considerar que eran la mayoría mujeres y se presume amas de casa con 55% y seguido con un 34% del rango de 354 hasta 600 dólares, entonces estaríamos hablando de una clase media, media baja a la que se estaría proponiendo este producto.

5.- Al momento de preparar los alimentos usted utiliza Cebolla Larga:

**Tabla 15: Utilización de la cebolla larga**

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Si	95	95%
No	5	5%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio Financiero  
**Elaborado por:** Los autores 2015



**Figura 13. Porcentaje de utilización de la cebolla**

**Fuente:** Encuesta piloto para la creación de una empresa procesadora de cebolla larga.

En la tabla 15, figura 13 se considera a este dato muy interesante para la propuesta, el 95% de los encuestados hacen uso del producto en su dieta diaria lo que da una potencialización adecuada para la demanda de la propuesta, solo un 5% no consume este producto lo cual no afecta a los objetivos del proyecto.

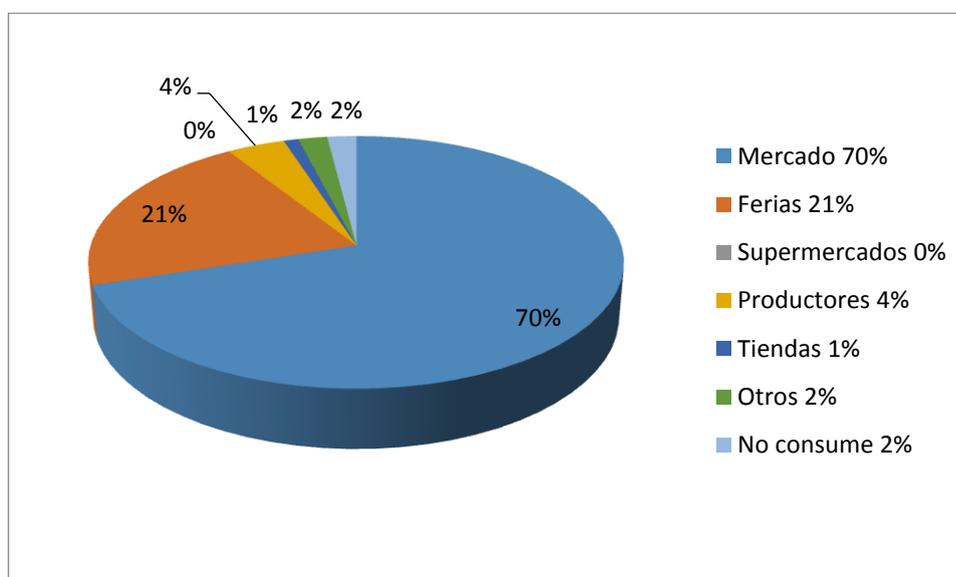
6.- Indique cuál es el lugar en donde Ud. prefiere adquirir la Cebolla Larga que consume:

**Tabla 16: Lugar donde adquieren cebolla larga.**

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Mercado	70	70%
Ferias	21	21%
Supermercados	0	0%
Productores	4	4%
Tiendas	1	1%
Otros	2	2%
No consume	2	2%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015



**Figura 14. Porcentajes de adquisición de la cebolla en los consumidores**

**Fuente:** Encuesta piloto para la creación de una empresa procesadora de cebolla larga

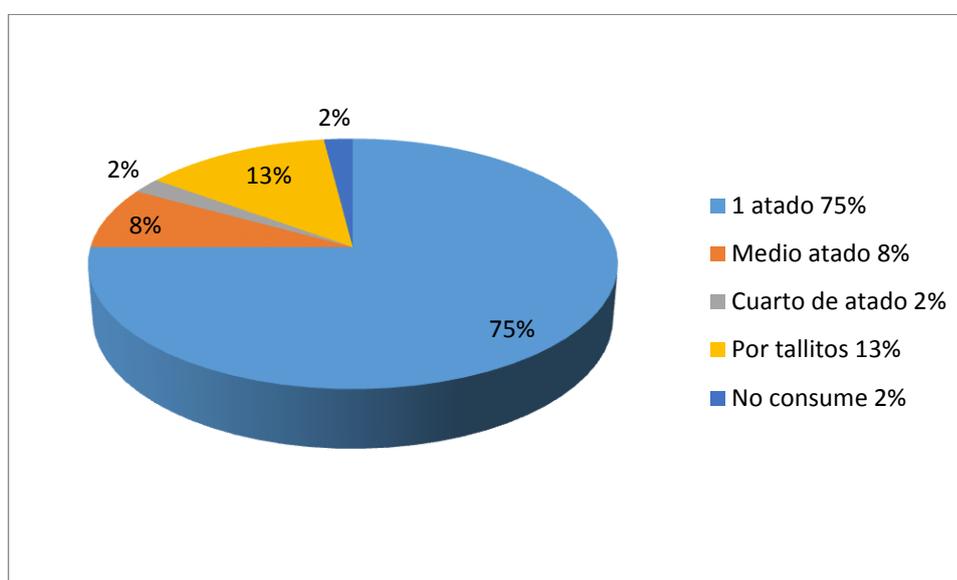
Respecto a la tabla 16, figura 14, la mayor parte del grupo encuestado indica que el lugar de compra preferido para ellos para obtener la cebolla larga es en el mercado, seguido de las ferias existentes en la zona con 70 y 21 % respectivamente, lo que nos da ya una pauta de la estrategia adecuada de comercializarla.

## 7.- ¿Qué cantidad de cebolla larga consume semanalmente?

**Tabla 17: Consumo de cebolla semanal**

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
1 atado	75	75%
Medio atado	8	8%
Cuarto de atado	2	2%
Por tallitos	13	13%
No consume	2	2%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio Financiero  
**Elaborado por:** Los autores 2015



**Figura 15. Porcentaje de consumo de cebolla semanal**

**Fuente:** Encuesta piloto para la creación de una empresa procesadora de cebolla larga

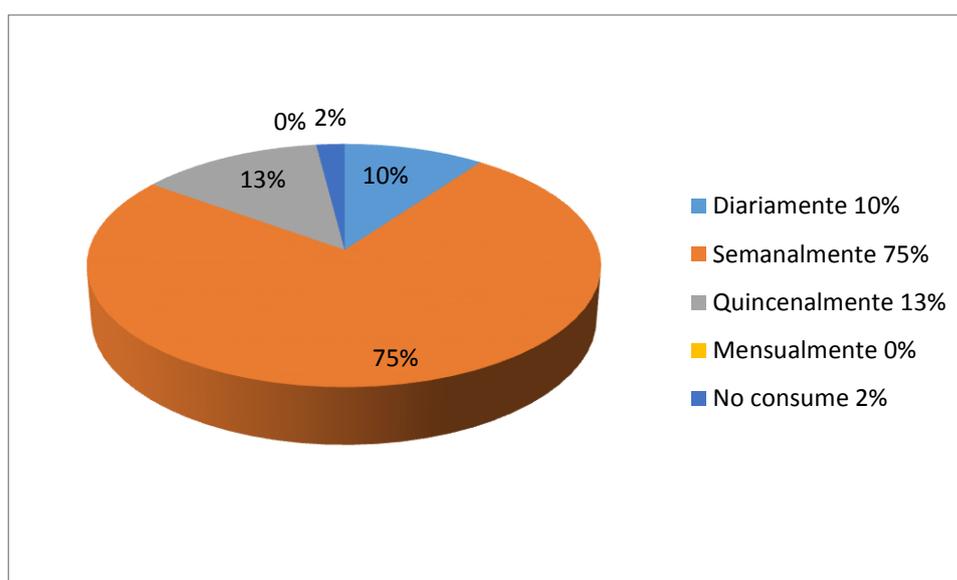
La perspectiva de la tabla 17, figura 15, de esta pregunta relaciona la cantidad de consumo que transformados a gramos hablamos de 1000 gr por atado para tener una referencia comparativa de la propuesta del producto, así podríamos indicar que el 75% de los consumidores adquieren 1kg de cebolla aproximadamente semanal, así mismo por tallos un 13% medio atado o lo que representa 500gr en un 8%.

8.- ¿Con qué frecuencia adquiere usted, atados de cebolla larga?

**Tabla 18: Frecuencia de adquisición.**

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Diariamente	10	10%
Semanalmente	75	75%
Quincenalmente	13	13%
Mensualmente	0	0%
No consume	2	2%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio Financiero  
**Elaborado por:** Los autores 2015



**Figura 16. Porcentaje de Frecuencia de adquisición de cebolla atada**

**Fuente:** Encuesta piloto para la creación de una empresa procesadora de cebolla larga

La información de la tabla 18, figura 16, sobre la frecuencia de consumo de la población encuestada es de suma importancia para poder obtener el consumo Per cápita de los clientes, semanalmente consumen un 75% de la población encuestada, seguido de muy lejos el consumo quincenalmente 13% y valor de 10% consumo diario, datos muy interesantes que apoyan a mejorar la propuesta.

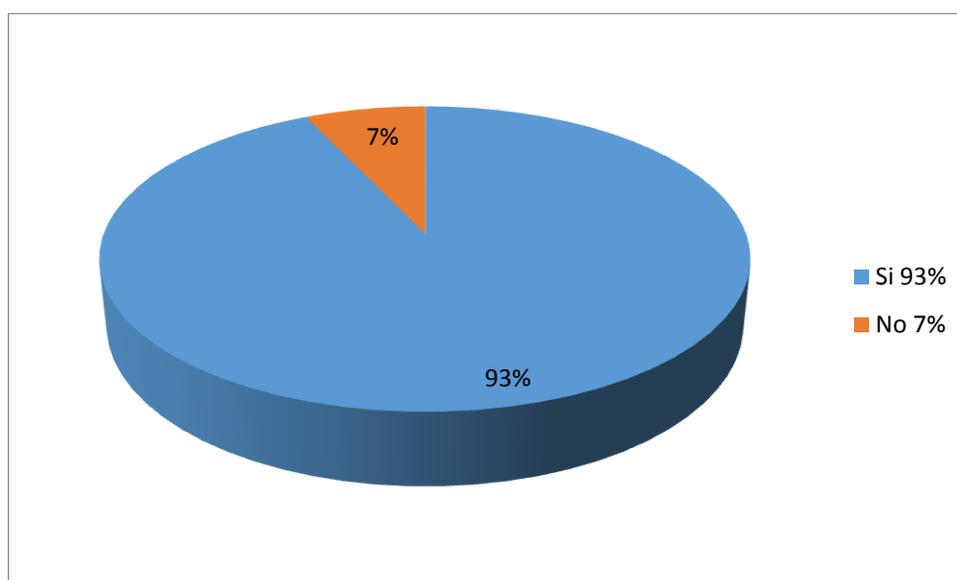
9.- Le gustaría adquirir cebolla larga deshidratada que dure más, que no irrite los ojos, que esta picada y tenga mayor duración sin perseverantes.

**Tabla 19: Consumo cebolla larga deshidratada.**

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Si	93	93%
No	7	7%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015



**Figura 17. Porcentaje de consumo de cebolla hidratada**

**Fuente:** Encuesta piloto para la creación de una empresa procesadora de cebolla larga

Los datos de la tabla 19, figura 17, demuestra que la aceptación de la propuesta es muy evidente al realizar esta pregunta que enfoca en si el producto que se propone ofrecer en el proyecto, el 93% es positivo y tiene semejanza al valor de la encuesta piloto que de igual manera se propuso esta información, un 7% no requiere este producto.

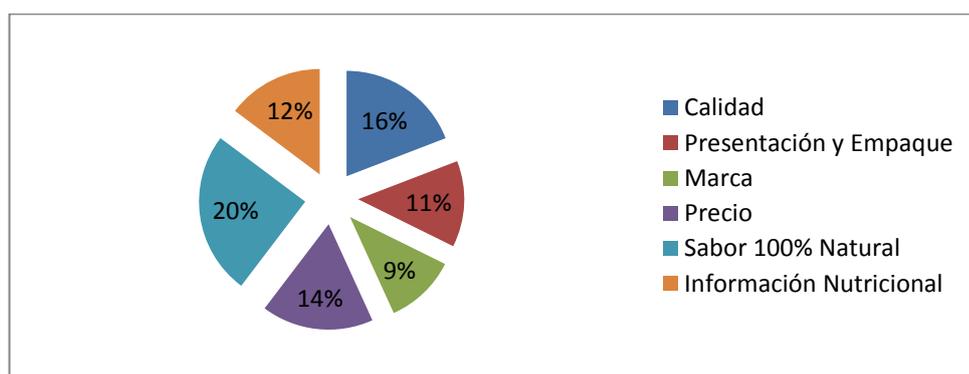
10.- ¿Cuáles son los aspectos que le llamaría más la atención al momento de adquirir la Cebolla larga deshidratada? Siendo 7 el de mayor preferencia y 1 el de menor preferencia.

**Tabla 20: Razones de compra cebolla deshidratada.**

RAZONES DE COMPRA	VALORACION	PORCENTAJE
Calidad	65	16%
Presentación y Empaque	45	11%
Marca	37	9%
Precio	58	14%
Sabor 100% Natural	85	20%
Información Nutricional	50	12%
Ahorro De Tiempo y Fácil Preparación	79	19%
<b>TOTAL</b>	<b>419</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015



**Figura 18. Porcentaje de consumo de cebolla hidratada**

**Fuente:** Encuesta piloto para la creación de una empresa procesadora de cebolla larga

Respecto a la tabla 20, figura 18, demuestra que el producto propuesto es recibido con una aceptación buena y esta pregunta complementa la investigación para poder enfocar una estrategia de marketing propia que considere los aspectos más relevantes que para el grupo entrevistado representan importantes como es el caso del sabor 100% natural 20% seguido de la optimización de tiempo y la fácil utilización que se encuentra en un 19%, posteriormente la calidad, precio y presentación con un 16%, 14%, 11% respectivamente, sin darle mucha importancia (9%) a la marca.

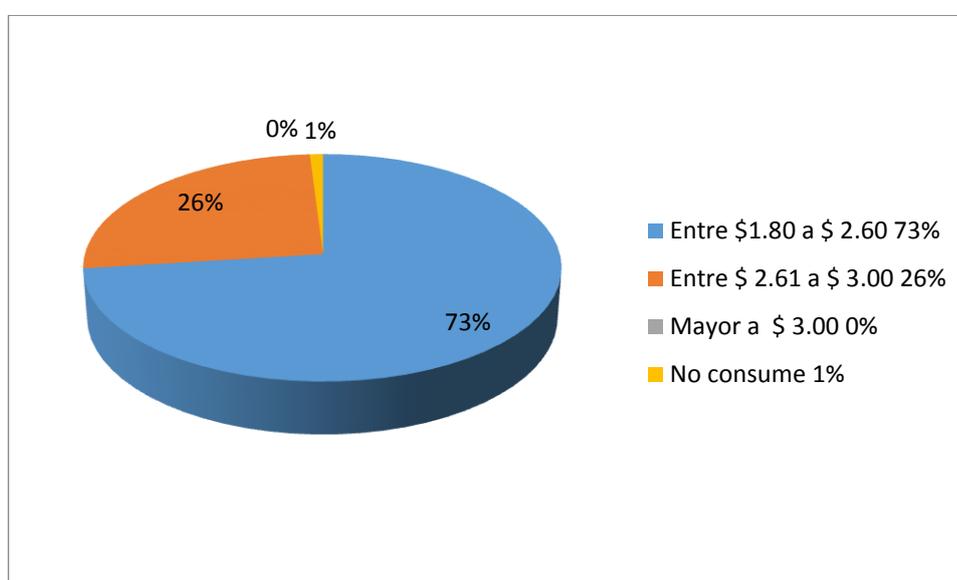
11.- ¿Qué precio estaría Ud. Dispuesto a pagar por la cebolla deshidratada en la presentación de 1kg (1000 gr)?

**Tabla 21: Precio que el encuestado estaría dispuesto a pagar por el producto.**

ALTERNATIVA	CANTIDAD	%
Entre \$1.80 a \$ 2.60	73	73%
Entre \$ 2.61 a \$ 3.00	26	26%
Mayor a \$ 3.00	0	0%
No consume	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015



**Figura 19. Porcentaje de lo que los compradores disponen a pagar por el producto**

**Fuente:** Encuesta piloto para la creación de una empresa procesadora de cebolla larga

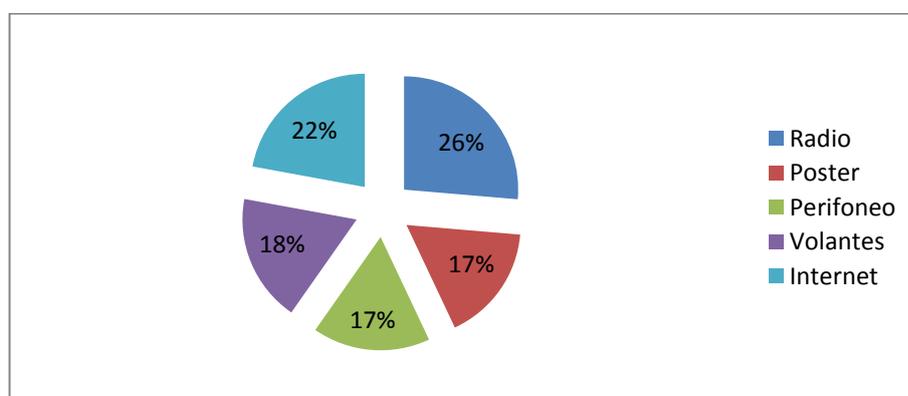
Considerando la tabla 21, figura 19, se observa que al ser un producto deshidratado la cebolla larga perderá un peso considerable por los líquidos que se eliminan se consideró como base el costo de dos atados con precio de supermercado (1.80 dólares) el 75% de la población encuestada acepta un valor entre 1.80 a 2.60 y un 26% bastante representativo de 2.61 a 3 dólares, lo cual es muy interesante para la propuesta en el análisis económico y competitivo.

12.- ¿Por qué medio le interesaría conocer cuando este a la venta este producto?

**Tabla 22: Medios de promoción del producto.**

PUBLICIDAD	VALORACION	PORCENTAJE
Radio	68	26%
Poster	43	17%
Perifoneo	43	17%
Volantes	47	18%
Internet	57	22%
<b>TOTAL</b>	<b>258</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio Financiero  
**Elaborado por:** Los autores 2015



**Figura 20. Porcentaje para utilizar medios de publicidad para el producto**

**Fuente:** Encuesta piloto para la creación de una empresa procesadora de cebolla larga

En la tabla 22, figura 20, la propuesta de encuesta culmina con una pregunta enfocada a la estrategia de publicidad que se puede ofrecer al mercado objetivo que desea consumir este nuevo producto así la Radio es el medio que más porcentaje de requerimiento y aceptación proponen los encuestados en un 26%, mientras que el Internet es otro medio que se puede utilizar como difusor publicitario desde esta perspectiva (22%), es bueno notar que así mismo como el mercado cayambeño no es tan amplio se puede utilizar el servicio de perifoneo, ubicación de posters y flayers, estos no varían en gran porcentaje de los antes mencionados (17% y 18%).

Los datos obtenidos y analizados van a repercutir en el planteamiento óptimo de la propuesta que permitirá a grupos o sectores interesados a tener fiabilidad de la información propuesta en este proyecto.

## 2.2 CONCLUSIONES DE LAS ENCUESTAS

- Mediante estudio realizado, se estableció que la mayoría de personas encuestadas, consumen cebolla larga dentro de su dieta diaria, en su mayor parte amas de casa.
- Se determinó en la encuesta realizada, que la población de Cayambe a la que llegaremos con nuestro producto (cebolla deshidratada) la clase media y alta.
- Se estableció que la mayoría de los encuestados prefieren consumir productos naturales, nuestra propuesta es brindar un producto de calidad y 100% natural (cebolla deshidratada).
- La investigación determinó que la mayoría de los encuestados estarían interesados en adquirir un producto (cebolla deshidratada) que optimice el tiempo de preparación de los alimentos y evitar las molestias que causa al manipular.
- En la metodología utilizada se pudo conocer que el 75% de los encuestados, consumen 1 kg, de cebolla larga a la semana lo que nos da una buena expectativa para el ingreso de nuestro producto en el mercado.
- La encuesta culmina enfocada en las estrategias de publicidad que se puede ofrecer al mercado objetivo para dar a conocer nuestro producto.

### **2.3 RECOMENDACIONES:**

- Nuestro mercado objetivo será cubrir las necesidades del sector femenino (amas de casa) de la ciudad de Cayambe
- El precio del producto se regirá en base a la situación económica de los encuestados.
- Llegar con un producto de calidad y de fácil preparación ahorrando tiempo a los consumidores.
- Se recomienda para la promoción del producto, realizar una estrategia de mercado enfocada en la radio e Internet que son los medios de mayor acogida en la población.

## **CAPITULO III**

## **3.1 ESTUDIO DE MERCADO**

### **3.1.1 Definición del Producto**

#### **3.1.1.1 Cebolla Larga**

En el mundo de la horticultura y sobre todo una opción para futuros proyectos agropecuarios es el cultivo de cebolla en rama, esta hortaliza tiene una gran demanda a nivel: local, nacional y mundial.

Nombre Científico: *Allium fistulosum*.

**Nombre Común:** Cebolla larga, cebolla junca, cebolla llorona (Agropecuarios., 2012)

Clasificación: Taxonómica

**División:** Magnoliophyta

**Familia:** Alliaceae

**Género:** Allium

**Especie:** A. fistulosum

#### **Origen**

La cebolla de rama o cebolla junca no se ha encontrado en forma silvestre, aunque recibe el nombre del país de Gales (Weish). Probablemente se originó en el Sudeste de Asia, y ha sido utilizada durante centurias en China y Japón, y hoy se cultiva en casi todo el mundo.

#### **Descripción Botánica**

Las raíces se producen en base del tallo, son fasciculadas y poco abundantes; verticalmente miden hasta 30 – 45 cm y horizontalmente unos 30 cm. Cada hoja

tiene una base larga y carnosa, que se une estrechamente con la base de las demás hojas, formando un seudotallo, envuelto por láminas finas y la exterior es seca. Las hojas son tubulares de 25 – 35 cm de largo y 5 – 7 mm de diámetro.

El tallo verdadero es un disco comprimido, de donde parten las raíces y la base de las hojas, el tallo floral es hueco y cilíndrico, parecido a las hojas, termina en una umbela de pedicelos cortos y forma ovalada, cada umbela tiene de 350 – 400 flores hermafroditas muy pequeñas que producen cada una seis semillas pequeñas, plantas negras.(Agropecuarios., 2012)

La cebolla junca se utiliza en forma fresca, como condimento de diverso platos, para preparar guisos, productos de salsamentaría; a nivel industrial se deshierba para producir extractos, además, tiene uso medicinal, como anti anoréxica y purificadora de la sangre (Tabla 23) (Agropecuarios., 2012)

**Tabla 23: Composición nutricional de la cebolla larga**

	HOJAS	TALLOS
Agua	90.30	91.60
Proteínas	1.60	1.20
Grasas	0.20	5.30
Fibra	1.70	1.30
Cenizas	0.80	0.50
<b>OTROS COMPONENTES (MG)</b>		
Calcio	64.00	27.00
Fósforo	40.00	31.00
Hierro	0.70	0.40
Vitamina A	600 UI	
Tiamina	0.06	0.04
Robaflavina	0.09	0.04
Niacina	0.06	0.40
Ácido Ascórbico	15.00	15.00
Calorías	28	26

**Fuente:** Composición Nutricional, Fuente: CORPEISA; por S. Sánchez& L. Chicaiza

**Elaborado por:** Los autores 2015

### ***3.1.1.2 Uso de la cebolla larga***

La utilización tradicional de esta cebolla es como condimento para las comidas, el olor y sabor picante son producidos por los típicos compuestos azufrados de la cebolla, la mayor parte del azufre se encuentra en forma de aminoácidos no proteicos, que incluyen los precursores de los compuestos volátiles de aroma y sabor.

Cuando se daña el tejido fresco de la cebolla, estos precursores reaccionan bajo el control de la enzima alinasa, liberando ácidos sulfénicos, más amoníaco y piruvato.

La enzima está confinada en las vacuolas celulares, mientras que los precursores del aroma y el sabor lo están en el citoplasma, probablemente en el interior de las pequeñas vesículas que se asocian a su presencia en la célula, de aquí que la enzima tenga acceso como señales para localizarlos, como sucede en la germinación de los esclerocios e invasión de las raíces a los precursores, solo cuando se rompe el tejido. Una vez liberados los ácidos sulfénicos experimentan una reordenación espontánea e interrelacionan produciendo una amplia gama de productos volátiles de fuerte olor.

Numerosas pruebas realizadas con extractos de cebollas han demostrado que inhiben la agregación de las plaquetas de la sangre humana que forman los coágulos los cuales poseen la capacidad de bloquear las arterias. Las evidencias experimentales indican que es beneficioso comer cebollas o sus extractos en los tratamientos de la diabetes, el cáncer y el asma.

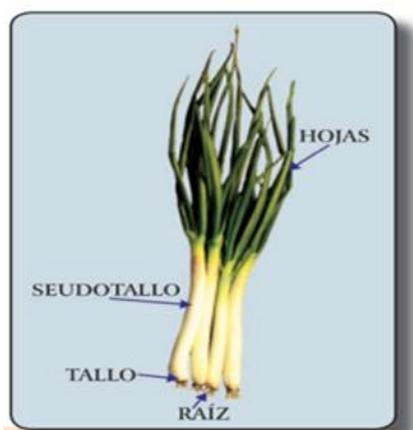
La cebolla de rama es ideal para deshidratarla porque tiene un elevado porcentaje de materia seca.(Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria CORPEISA, 2004)

### 3.1.1.3 Esquema de la estructura global de la cebolla larga

La planta de cebolla de rama está formada por macollas, las cuales consisten en un conjunto de vástagos o gajos que nacen de un mismo lugar, se distinguen cuatro partes fundamentales en su estructura: la raíz, el tallo, el seudotallo y las hojas.

El tallo, que se encuentra por debajo del nivel del suelo, se aplana para formar un disco en la base de la planta y así permanece a menos que se produzca la floración, entonces se desarrolla para dar origen a la floración, en la parte central superior de este disco se forman las hojas en sentido alterno y opuesto, de manera que emergen en dos hileras separadas 180 grados unas de otras (figura 21).(Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria CORPEISA, 2004)

Estructura de la cebolla larga



**Figura 21. Estructura de la cebolla**

**Fuente:** Agropecuarios. (14 de Abril de 2012). *Agropecuarios*.

### 3.1.1.4 Propiedades de la cebolla larga

La cebolla larga cuenta con las siguientes propiedades:

**Propiedades Nutritivas:** En nuestra alimentación diaria siempre debería estar presente la cebolla, dadas sus cualidades alimenticias como curativas, la cebolla es un alimento que aporta muy pocas calorías, una alta cantidad de fibras y proporciona energía, contiene: potasio, agua, glúcidos, lípidos, proteínas, calcio,

magnesio, hierro, vitaminas C, E, B1 y B6; por lo que es un excelente alimento regulador del organismo, debería comerse siempre cruda, sobre todo en ensaladas, pues al cocinarlas se destruyen sus componentes esenciales, pero se puede comer en sopas, ensaladas o mezclada con otras verduras, si la introducimos dentro de agua con un poco de jugo de limón durante unos minutos, evita que pique, mientras conserva sus propiedades.(Centro de Abastos Bucaramanga S.A., 2013)

**Propiedades Curativas:** Aunque no hay estudios que indiquen toxicidad en la cebolla, se debe evitar en casos de acidez estomacal, contiene antioxidantes que bloquean el efecto dañino de los “radicales libres” que ocasionan a la larga riesgo de alteraciones genéticas sobre células que se renuevan de manera continua (piel, intestino), lo que puede ayudar a desarrollar cáncer, o reducir la función de las que no se renuevan (células del hígado), propias del proceso de envejecimiento.

Estos antioxidantes previenen enfermedades cardiovasculares modificando el “colesterol malo”, reduciendo su riesgo y cerebro vascular, arteriosclerosis, hipertensión, angina de pecho, hemorroides, pérdida de audición, otras.

La cebolla disuelve el ácido úrico (que causa la gota, enfermedad de los riñones y las articulaciones), ayuda a prevenir la osteoporosis por su alto contenido del antioxidante Quercetina, que a su vez sirve para la debilidad capilar. Estos bulbos son un antibiótico natural para infecciones como gripe, bronquitis, faringitis, ronquera, putrefacciones intestinales, diarrea, entre otras. Favorecen la digestión, estimulando el hígado, la vesícula y el páncreas.(Centro de Abastos Bucaramanga S.A., 2013)

### **3.1.1.5 Cebolla deshidratada**

La deshidratación es un método de conservación físico, por lo cual la cebolla se puede conservar por más tiempo, se pueden utilizar métodos de secado por aire o por aspersion, con este método de conservación se reduce el riesgo de la presencia de microorganismos que alteren a la salud del consumidor, los mismos que necesitan de una actividad de agua específica para proliferarse.

El consumo de alimentos deshidratados se ha incrementado notoriamente en los últimos años debido a la practicidad y disponibilidad continua que proporcionan mismos.

La deshidratación cebolla se practica como método de conservación para obtener productos que se utilizan como ingrediente o condimento para uso doméstico y como componente de muchos alimentos procesados (salsas, sopas, mayonesa y aderezos). (Centro de Abastos Bucaramanga S.A., 2013)

La cebolla deshidratada conserva su aroma, e incluso el proceso de desecado lo hace más elegante y sutil que la cebolla cruda, se trata de un ingrediente muy utilizado en la industria alimenticia y es un excelente ingrediente para usar en casa también.

Se puede incorporar a todo guiso que tenga un nivel de humedad suficiente y veremos que se rehidrata muy rápido. Es ideal para sopas, para añadir a una carne picada, a cualquier salsa, a la masa de un pan, incluso a una ensalada, si esta tiene suficiente aliño, se aconseja intentar freírla después de rehidratarla dado que se nos desbaratará y además es que no hace falta, dado que como se ha dicho la cebolla desecada tiene un excelente sabor.

Se presenta cortada en tiras finas o molida, se prefiere la que viene en tiras por conservar mejor el aroma.

Es cebolla desecada cortada en tiras finas o en polvo (Fig.22). Excelente ingrediente con un delicioso y refinado sabor a cebolla.(Centro de Abastos Bucaramanga S.A., 2013)

## Cebolla deshidratada



**Figura 22. Cebolla deshidratada**  
**Fuente: S.Sanchez & L.Chicaiza.**

### ***3.1.1.6 Ventajas de la cebolla larga deshidratada***

- Mejor aprovechamiento de sus nutrientes.
- Prolongado tiempo de conservación.
- Evita el ardor ocular al prepararlo.
- Preservación higiénica del mismo.
- Su forma de presentación inspira confianza.
- Adquiere un producto con sabor agradable.
- Consumo de un producto seleccionado. (Agropecuarios., 2012)

### ***3.1.1.7 Presentación***

El producto se presentará al público en contenidos de fundas con abre fácil de 1000 gr. por unidad.

El empaque del producto, necesariamente mantendrá la frescura y el sabor original de la cebolla hasta llegar a la mesa de los hogares cayambeños. Con este propósito, el producto será fabricado en fundas de polietileno de 4mm de espesor y sellado al vacío, con un troquelado en la parte superior, a fin de facilitar el manejo y transporte dentro del proceso de compra y distribución, al mismo tiempo

que el empaque no permitirá una mezcla de olores ni la contaminación del producto.

Con este empaque el producto, se busca que los consumidores puedan preparar exquisitos platos sin necesidad de pelar, picar, lavar entre otras actividades., sin desperdiciar el producto, evitando al mismo tiempo que se pierdan los valores nutritivos de la cebolla (Figura 23).



**Figura 23. Empaque de la cebolla**  
**Fuente:** S.Sanchez &.L.Chicaiza

### 3.1.2 Análisis de la demanda y Proyección

#### 3.1.2.1 Segmentación de Mercado

De acuerdo con Staton (2000), “Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. La esencia de la segmentación es que los miembros de cada grupo sean semejantes respecto a los factores que repercuten en la demanda” (Staton, 2000, pág. 172). En este trabajo se utilizarán las siguientes Variables de Segmentación:

### 3.1.2.2 Variable Geográfica

El estudio de mercado de la empresa, se dirige a la población urbana de la ciudad de Cayambe.

### 3.1.2.3 Variable Demográfica

Esta variable está integrada por la edad, sexo, estado civil, nivel de ingreso. La descripción de esta variable se muestra en la tabla 24.

**Tabla 24: Variable Demográfica**

<b>EDAD</b>	<b>A PARTIR DE LOS 18 AÑOS HASTA LOS 64 AÑOS.</b>
Sexo	Sin restricción alguna.
Estado civil	Sin restricción alguna.
Nivel de ingresos	Medio – medio alto – alto.

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

### 3.1.2.4 Variable Psicográfica

Así mismo esta variable considera a elementos como gustos e interés por el producto de acuerdo como establece la tabla 25

**Tabla 25: Variable Psicográfica.**

<b>CLASE SOCIAL</b>	<b>MEDIO - MEDIO ALTO - ALTO</b>
Gustos	Cebolla naturales exóticas y novedosas.
Intereses	Propiedades medicinales, diversos usos, exquisito sabor, aporte nutricional, presentación y fácil preparación, entre otras.

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

### 3.1.2.5 Variable Conductual

Respecto a la variable conductual se toma en consideración elementos como la actitud del consumidor, la ocasión de compras y tipos de usuario como se describe en la tabla 26.

**Tabla 26: Variable Conductual**

BENEFICIOS PRETENDIDOS	INNOVACIÓN, PRECIO, CALIDAD Y SERVICIO
Actitud	Clientes que prefieren consumir producto 100% natural, novedoso, nutritivo y 100% ecológico e higiénico.
Ocasión de compra	Producto fácil y rápida preparación, rendidor, optimización de tiempo.
Tipo de usuario	Opta por productos 100% naturales e innovadores

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

**Tabla 27: Consumo Per-Cápita Cebolla deshidratada**

CONSUMO PER-CÁPITA (Cpc)				
Frecuencia	g	Días/año	Frecuencia	g/año
DIARIO	1000	365	10	3.650.000
SEMANAL	1000	52	75	3.900.000
QUINCENAL	1000	24	13	312.000
MENSUAL	1000	12	0	0
TOTAL			98	7.862.000
Fundas 1000 g al año				80.224
Fundas 1Kg por familia al año				80,22
Población insatisfecha (2015)				8.766
Demanda en fundas de 1 kg de la población por familias				703.248

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

### 3.1.2.6 Demanda

Demanda se considera a una de las dos fuerzas que esté presente en el mercado, “Representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos”. (Koontz, 2006 )

### 3.1.2.7 Determinación de la Demanda

Para la determinación de la demanda se tomará en cuenta el mercado objetivo obtenido en el capítulo anterior en familias, el mismo que es un indicador más real que realizarlo por persona, este producto no se compra por persona sino por familia.

**Tabla 28: Demanda (Datos Obtenidos de la Encuesta Piloto).**

<b>MERCADO OBJETIVO (N)</b>		<b>7348</b>
Atendidos satisfechos por cambiarse	5772	
Atendidos no satisfechos por cambiarse	1475	
No atendida insatisfecha	101	
<b>Total muestra mercado objetivo insatisfecho</b>		<b>7348</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

### 3.1.2.8 Demanda Actual

**Demanda Actual:**  $N \text{ Demanda} * \text{Consumo Per cápita}$ .

**Demanda Actual:** 7348 familias\* 80.22 fundas de 1 kg por familia/año.

**Demanda Actual:** 589.458,71fundas 1kg/año.

**Tabla 29: Demanda Actual**

<b>AÑOS</b>	<b>CONSUMO PER CÁPITA</b>	<b>MERCADO OBJETIVO FAMILIAS</b>	<b>DEMANDA HISTÓRICA (FUNDAS 1KG)</b>
2015	80,22	7348	589.458,71

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

### 3.1.2.9 Demanda Histórica

Para el presente proyecto, conociendo la demanda actual se va a tomar en cuenta la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Cayambe, para obtener la demanda histórica que según datos proporcionados por el INEC es de 2,10% anual y además se calcula el mercado objetivo de 83.82% como variable de las verdaderas familias que desean adquirir el producto de acuerdo a la encuesta

**Tabla 30: Demanda Histórica.**

Años	Consump Per Capita	Mercado Objetivo Familias	% Mercado	Demanda histórica (Fundas 1kg)
2010	80,22	7806	83,82%	524.881,07
2011	80,22	8083	83,82%	543.509,93
2012	80,22	8253	83,82%	554.944,20
2013	80,22	8424	83,82%	566.433,52
2014	80,22	8595	83,82%	577.953,43
<b>Total</b>				<b>2.767.722,15</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

### 3.1.2.10 Demanda Proyectada

En base a los datos históricos obtenidos de la Tabla 37 y usando la fórmula de proyección lineal se podrá proyectar la demanda, la proyección de la demanda sirve para establecer las demandas potenciales en base la proyección lineal, la proyección se basa en la expresión matemática, que relaciona dos variables, sea Y, la variable dependiente y X, la variable independiente, de la siguiente fórmula:  $y = a + bx$ .

$$Y = a + b(x)$$

Para la construcción de la ecuación se aplica las siguientes fórmulas:

$$b = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \bar{y} - b\bar{x}$$

**Tabla 31: Cálculo de la demanda.**

**Método de la Ecuación de Mínimos Cuadrados.**

AÑO	DEMANDA HISTÓRICA (Y)	X	X.Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>	Nº
2011	543.510	-2	-1087019,86	4	295.403.044.633	1
2012	554.944	-1	-554944,195	1	307.963.059.673	2
2013	566.434	0	0	0	320.846.932.902	3
2014	577.953	1	577953,435	1	334.030.172.716	4
2015	589.459	2	1178917,42	4	347.461.572.667	5
<b>Total</b>	<b>2.832.300</b>	<b>0</b>	<b>114.907</b>	<b>10</b>		

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

Al remplazar los términos se obtiene los resultados de la ecuación para los años 2016, 2017, 2018, 2019 y 2020, que se representan en la Tabla No.40

Fórmula:

$$b = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{5(114.907) - (0)(2.832.300)}{5(10) - (0)^2} = 11.490,7$$

$$a = \bar{y} - b\bar{x}$$

$$a = \frac{2.832.300}{5} - 11.490,7\left(\frac{0}{5}\right) = 566.460$$

**Tabla 32: Demanda Proyectada.**

Y =	a	+	b	*	(x)	b(x)	Total = a+b(x)
Y2016=	566460	+	11490,7	*	3	34472,1	600932,1
Y2017=	566460	+	11490,7	*	4	45962,8	612422,8
Y2018=	566460	+	11490,7	*	5	57453,5	623913,5
Y2019=	566460	+	11490,7	*	6	68944,2	635404,2
Y2020=	566460	+	11490,7	*	7	80434,9	646894,9

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

El crecimiento se establece al manejar el método de mínimos cuadrados como lo demuestra la tabla anterior, recordando que la demanda se encuentra en fundas de 1 kg de cebolla deshidratada.

### **3.1.3 Análisis de la oferta y proyecciones**

#### **3.1.3.1 Oferta**

La oferta tiene relación con la conducta de los productores, o vendedores. Refleja “La práctica que tienen de ofrecer bienes o servicios a cambio de un pago o reconocimiento expresado en un precio”. (Herrscher, 2002)

#### **3.1.3.2 Determinación de la Oferta**

Para la determinación de la oferta se tomará en cuenta las personas que se encuentran satisfechas con el consumo de cebolla deshidrata y no desean cambiarse a utilizar la misma, hay que tomar en cuenta que se realiza esta metodología, no existe competencia directa es decir empresas en Cayambe que produzcan este producto, demanda indirecta si existe que vendría a ser la cebolla tradicional ofertada en los mercados y ferias pero no es el mismo producto. (Tabla 33)

**Tabla 33: Oferta (Datos Obtenidos de Mercado Objetivo)**

COMPRADORES ATENDIDOS (OFERTA)		1081
ATENDIDOS SATISFECHOS NO DESEAN CAMBIARSE	641	
ATENDIDOS NO SATISFECHOS NO DESEAN CAMBIARSE	440	

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

### 3.1.3.3 Oferta Actual

**Oferta Actual** = N Oferta \* Consumo Per cápita.

**Oferta Actual** = 1081 \* 80.22 fundas de 1 kg por familia/año.

**Oferta Actual** = 86.710 fundas 1000 g/año.

**Tabla 34: Oferta Actual**

AÑOS	CONSUMO PER CÁPITA	MERCADO OBJETIVO FAMILIAS	% MERCADO	OFERTA HISTÓRICA (FUNDAS 1KG)
2015	80,22	1081	12,33%	86.710

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

### 3.1.1.1 Oferta Histórica

Al igual que la demanda en la oferta se considera un valor que arroja la determinación del mercado objetivo en este caso 12.33% al obtener de la población por familias (1081/8766) como se aprecia en la tabla 35.

**Tabla 35: Oferta Histórica.**

Años	Consump Per Capita	Oferta	% Mercado	Demanda histórica (Fundas 1kg)
2010	80,22	7806	12,33%	77.210,49
2011	80,22	8083	12,33%	79.950,82
2012	80,22	8253	12,33%	81.632,81
2013	80,22	8424	12,33%	83.322,90
2014	80,22	8595	12,33%	85.017,49
<b>Total</b>				<b>407.134,50</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

### 3.1.3.4 Oferta Proyectada

En base a los datos históricos obtenidos de la Tabla No.35 y usando la fórmula de proyección lineal se podrá proyectar la oferta, en la ciudad de Cayambe, lo que servirá más adelante para determinar la demanda insatisfecha para el presente proyecto.

Fórmula:

$$b = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \bar{y} - b\bar{x}$$

**Tabla 36: Cálculo de valores de la ecuación de la recta de regresión para proyectar la oferta**

AÑO	OFERTA HISTÓRICA (Y)	X	X.Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>	Nº
2011	79.951	-2	-159901,633	4	6.392.133.068	1
2012	81.633	-1	-81632,8075	1	6.663.915.262	2
2013	83.323	0	0	0	6.942.705.321	3
2014	85.017	1	85017,4881	1	7.227.973.278	4
2015	86.710	2	173419,85	4	7.518.611.094	5
<b>Total</b>	<b>416.634</b>	<b>0</b>	<b>16.903</b>	<b>10</b>		

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Los autores 2015

Al remplazar los términos se obtiene los resultados de la ecuación para los años 2016 al 2020 que se representa en la Tabla No. 45

$$b = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n\sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{5(16.903) - (0)(416.634)}{5(10) - (0)^2} = 16.903$$

$$a = \bar{y} - b\bar{x}$$

$$a = \frac{416634}{5} - 16.903\left(\frac{0}{5}\right) = 83.326,8$$

**Tabla 37: Oferta Proyectada**

Y =	a	+	b	*	(x)	b(x)	Total = a+b(x)
Y2016=	83327	+	1690,3	*	3	5070,9	88397,9
Y2017=	83327	+	1690,3	*	4	6761,2	90088,2
Y2018=	83327	+	1690,3	*	5	8451,5	91778,5
Y2019=	83327	+	1690,3	*	6	10141,8	93468,8
Y2020=	83327	+	1690,3	*	7	11832,1	95159,1

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

### 3.1.4 Demanda insatisfecha y proyecciones

Para calcular el valor de la demanda insatisfecha, se procederá a realizar la diferencia existente entre la demanda proyectada y la oferta proyectada en el mercado, como se indica seguidamente en la tabla 38:

**Tabla 38: Demanda insatisfecha.**

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA (Fundas 1kg)	OFERTA PROYECTADA (Fundas 1kg)	DEMANDA INSATISFECHA (Fundas 1kg)
2016	600.932	88.398	512.534
2017	612.423	90.088	522.335
2018	623.914	91.779	532.135
2019	635.404	93.469	541.935
2020	646.895	95.159	551.736

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

Para el 2016 se estima una demanda en fundas de 1 kg de cebolla deshidrata de 512.534 unidades y al finalizar el horizonte de tiempo de estudio se obtiene 551.736 unidades.

Como siguiente paso es necesario determinar el porcentaje de captación de la demanda insatisfecha que el proyecto desea cubrir, se procedió a determinar la capacidad recomendada para iniciar que varios técnicos sugieren y es el 50% de la demanda insatisfecha para la elaboración de cebolla deshidrata como se lo apreciará más adelante (Tabla 39).

**Tabla 39: Demanda que captará el proyecto.**

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA (Fundas 1kg)	PORCENTAJE A CUBRI RECOMENDADO	DEMANDA QUE CUBRIRA EL PROYECTO (CAUTIVA) (Fundas 1kg)
2016	512.534	50%	256.267
2017	522.335	50%	261.167
2018	532.135	50%	266.068
2019	541.935	50%	270.968
2020	551.736	50%	275.868

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Los autores 2015

### 3.1.5 Estrategias de Mercadeo

#### 3.1.5.1 Marketing Mix

Según Muñiz (2009), Se denomina “marketing mix” a las herramientas o variables de las que dispone el responsable de marketing para cumplir con los objetivos de la compañía. (Muñiz, 2009, pág. 141)

#### 3.1.5.2 Producto

De acuerdo con Klothler & Armstrong (2008), “El producto es cualquier cosa que pueda ofrecerse a la atención del mercado para su adquisición, uso, consumo, y que satisfaga un deseo o una necesidad”. (Klothler & Armstrong, 2008, pág. 113)

Producto que ofrece la empresa

Como se indicó al inicio del estudio de mercado la presentación que de acuerdo a las necesidades de los clientes potenciales se requiere es la cebolla deshidrata en fundas en este caso se consideró manejar fundas de 1 kg (1000 gr) mismo que como estrategia se propone:

- Empaque abre fácil con envase al vacío, cuidando la inocuidad del mismo.
- Cuidado en la selección del producto y procesamiento hasta obtener el producto terminado.
- Considera posteriormente manejar un logotipo que identifique al producto cuando se ponga en oferta al público.
- Controlar el cumplimiento de las normas que establece la producción de bienes de consumo humano.

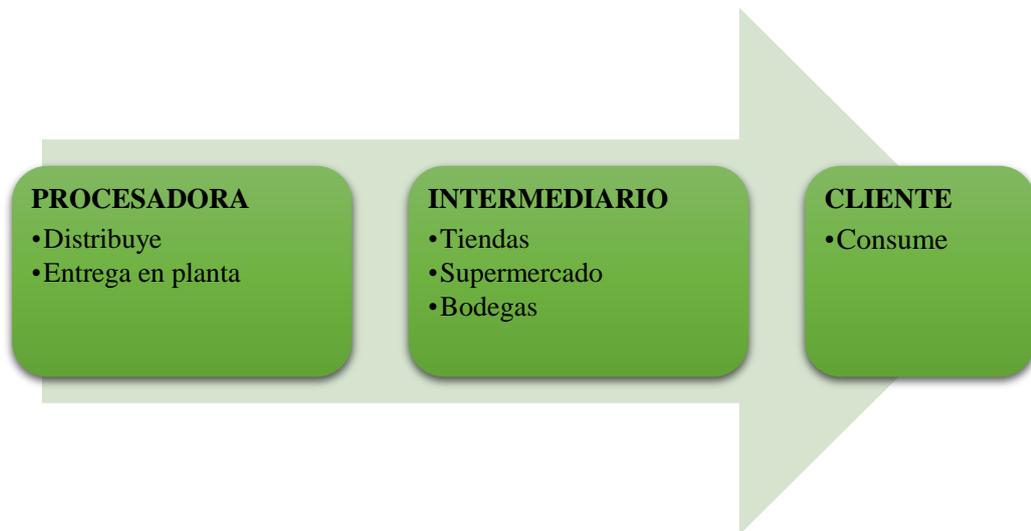
#### **3.1.5.3 Precio**

Se ha podido comprobar mediante la encuesta que no existe competencia directa pero al realizar la encuesta general y observando el nivel de consumo que tiene la zona de influencia se ha considerado las siguientes estrategias de precio.

- Considerar el rango que estaría dispuesto a cancelar los consumidores que este caso se encuentra entre 1,80 a 2,60 dólares que el 75% respondió en forma favorable.
- Como se está manejando un estrategia genérica de costo es decir producir más para poder ingresar con menores costos, siempre el proyecto si llegará a existir competencia directa se mantendrá con un margen del 5% menos que el mercado.

#### **3.1.5.4 Plaza**

Considerando que se habla (Figura 24) de los canales más adecuados de llegar al consumidor final se propone el siguiente esquema:



**Figura 24. Canal de distribución**

**Fuente:** Bernal, C. A. (2011). Metodología de la Investigación para Administración y Economía.

Canal de distribución es necesario consolidar la venta en donde el cliente propone así que por ello se distribuirá o se entregará a intermediarios como son las tiendas, bodegas, supermercados existentes en la zona.

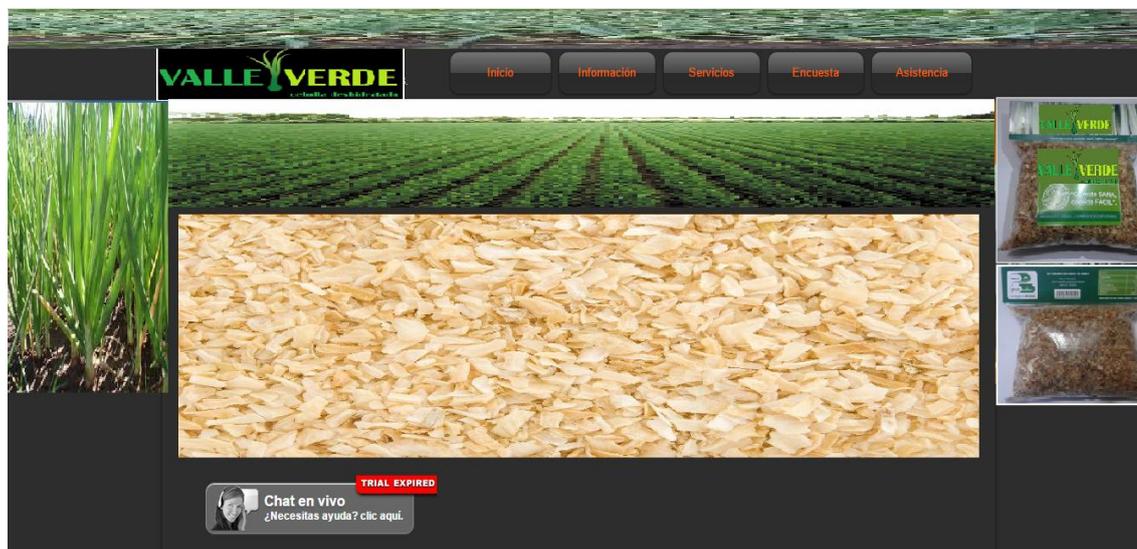
**3.1.5.5 Publicidad**

La promoción de ventas se enfoca en los incentivos de corto plazo, a los consumidores, a los miembros del canal de distribución o a los vendedores, que buscan incrementar la compra o la venta de un producto o servicio. Estas formas son que se presentara la promoción y publicidad:

- Página Web

El diseño de la página web, como un canal de comunicación e intercambio de datos, con el fin de atraer cada vez más visitantes a la página web, posibles compradores, usuarios, seguidores, los cuales podrán recibir información sobre el producto y sus múltiples beneficios, interactuar, intercambiar opiniones acerca del producto, realizar comentarios y sugerencias, que servirán de soporte para lograr un buen posicionamiento en el mercado donde conocerán todo sobre la empresa “VALLE VERDE” S.A.

La página web es [www.valleverde.ec](http://www.valleverde.ec)



**Figura 25. Página web**

**Fuente:** S.Sanchez &.L.Chicaiza

Tiempo:

La creación de esta página será durante los tres primeros meses como son: Enero, Febrero y Marzo y la puesta en marcha del funcionamiento será durante los meses restantes en la que permita la empresa publicista las actualizaciones correspondientes de forma bimensual.

DESCRIPCIÓN	AÑO 2015											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Creación de la Página Web.	X	X	X	X								
Funcionamiento de la página web "VALLE VERDE"					X	X	X	X	X	X	X	X

- Redes Sociales

Las redes sociales son de gran ayuda al momento de promocionar un nuevo producto. La empresa VALLE VERDE inicialmente trabajará con Facebook, Instagram y Twitter, por ser las redes sociales gratuitas más conocidas y con más usuarios.

- ❖ **Facebook:** La empresa “VALLE VERDE”, obtendrá la red social determinada para alimentos en la que las personas que ingresen a esta red para conocer la empresa deberán poner “Me gusta”. Los usuarios podrán encontrarnos como Valle Verde.



**Figura 26.** Página de Facebook

**Fuente:** S.Sanchez &.L.Chicaiza

- ❖ **Instagram:** Es una red a nivel mundial que permite mostrar fotos por lo que a la Empresa “VALLE VERDE” le permita dar a conocer todo a cerca del producto, beneficios, promociones, precios, etc. Los usuarios podrán encontrarnos como valleverdeec.



**Figura 26. Página de Instagram**  
**Fuente: S.Sanchez &.L.Chicaiza**

- ❖ **Twitter:** Es la una red social gratuita lo que permita a la empresa “VALLE VERDE” realizar todas las promociones, novedades, fotos, etc. Los usuarios podrán encontrarnos como valleverdesalud.



**Figura 27. Página de Twitter**  
**Fuente: S.Sanchez &.L.Chicaiza**

Tiempo:

La creación de redes sociales gratuitas se realizara en los mes de Marzo y existirá una persona encargada para dar un informe de cada una de las novedades existentes de manera mensual y de las actualizaciones correspondientes.

DESCRIPCIÓN	AÑO 2015											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Facebook			X									
Instagram			X									
Twitter			X									
Funcionamiento redes sociales				X	X	X	X	X	X	X	X	X

- Publicidad en base a perifoneo

Al hablar de medios masivos, no solamente se habla de televisión, prensa y radio, ya que también el perifoneo se convierte en un innovador y novedoso sistema de publicidad en el país, considerando que la zona de influencia es pequeña se procederá a realizarlo durante los tres primeros meses de lanzamiento del producto, hasta que se posicione en la mente del consumidor.



**Figura 28.**Perifoneo

**Fuente:** S.Sanchez &.L.Chicaiza

Tiempo:

El perifoneo se realiza durante los meses de Febrero, Marzo y Abril en Cayambe por lo que nos permitirá dar a conocer el producto a los consumidores y poder posicionar la marca en la mente de nuestro posibles compradores.

DESCRIPCIÓN	AÑO 2015											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Perifoneo		X	X	X								

- Publicidad Radial

De interés y que llegue al medio de Cayambe se propone una constatare publicidad en la radio local más escuchada que es la *Radio Inti Pacha*.

La cuña radial será de 120 segundos, se transmitirá de lunes a viernes en el horario de 11:30 a 12:00, por ser el horario más escuchado por las amas de casa.

El valor de la cuña radial es de 300 dólares mensuales.

Tiempo:

La cuña radial de la Empresa “VALLE VERDE S.A.” se realizara el contrato en los meses de Abril y Mayo y la ejecución durante los siete meses de acuerdo al presupuesto establecido.

DESCRIPCIÓN	AÑO 2015											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Contrato con la Radio Inti Pacha				X	X							
Cuña Radial en ejecución						X	X	X	X	X	X	X

- **Afiches:** La empresa “VALLE VERDE” diseñara afiches que le permita al consumidor conocer sobre el producto que ofrecemos.



**Figura 29. Modelo de afiche**  
**Fuente:** S.Sanchez & L.Chicaiza

Tiempo:

El afiche se diseñara en el mes de Enero y se repartirá conforme al perifoneo en los meses de Febrero, Marzo y Abril en Cayambe donde les permita a los consumidores conocer sobre el producto que ofrece “VALLE VERDE S.A.”

DESCRIPCIÓN	AÑO 2015											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Diseño del Afiche	X											
Afiche será entregado con perifoneo.		X	X	X								

- **Volantes:** La empresa “VALLE VERDE” diseñara volantes que le permita al consumidor conocer sobre los beneficios nutricionales que tienes el producto en la vida del ser humano. Los volantes tendrán el mismo diseño del afiche,

Tiempo:

El volante se diseñara en el mes de Enero y se repartirá conforme al perifoneo en los meses de Febrero, Marzo y Abril en Cayambe donde se dará a conocer los beneficios nutricionales del producto.

DESCRIPCIÓN	AÑO 2015											
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Diseño del Volante	X											
Volante será entregado con perifoneo.		X	X	X								

## **3.2 ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico permite determinar el tamaño de una nueva unidad productiva, el sitio donde debe ubicársela y los procesos de producción, infraestructura física, inversiones y Talento Humano requeridos para su operación. Además, determinará aspectos indispensables del proyecto como la correcta localización de la empresa productora y comercializadora de cebolla deshidratada, distribución correcta del espacio físico, infraestructura y equipos requeridos para el servicio de la empresa.

### **3.2.1 Tamaño**

El tamaño del proyecto para esta empresa está dado por la capacidad de producción de la planta procesadora, tomando en consideración la demanda que desea cubrir o la demanda cautiva que se propuso en el estudio de mercado.

En este caso se ha considerado la capacidad del proyecto considerando tres factores esenciales:

#### ***3.2.1.1 Mercado***

Se considera como punto de partida la demanda insatisfecha y de ahí un porcentaje manejable para poder acceder al mercado y poder posicionarse en este caso se consideró 50% de la demanda insatisfecha como demanda cautiva.

#### ***3.2.1.2 Materia prima***

La disponibilidad de materia prima es otro factor relevante para considera el tamaño del proyecto, se necesita una cantidad determinada para poder cubrir la demanda cautiva pero la oportunidad que se tiene que existe proveedores

suficientes en el norte y sur del cantón apuesta una provisión continua de la materia prima que es la cebolla blanca larga.

### 3.2.1.3 *Mano de obra*

La mano de obra sobre todo los encargados de pelar, picar, deshidratar es el factor clave para que se pueda determinar adecuadamente el tamaño y considerar una producción del 50% de la demanda insatisfecha (Tabla 40).

**Tabla 40: Capacidad productiva en unidades**

AÑOS	DEMANDA CAUTIVA ( Fundas 1kg)	Capacidad Inicial	CAPACIDAD PRODUCTIVA EN UNIDADES ( Fundas 1Kg)			
			ANUAL	MENSUAL	SEMANAL	DIARIA
2016	256267	80%	205014	17084	4271	854
2017	261167	90%	235051	19588	4897	979
2018	266068	100%	266068	22172	5543	1109
2019	270968	100%	270968	22581	5645	1129
2020	275868	100%	275868	22989	5747	1149

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

### 3.2.1.4 *Capacidad instalada y utilizada*

Para el caso del proyecto la capacidad instalada se considera el valor de producción del último año del horizonte de tiempo que este caso es de 275.868 unidades (fundas de 1 kg) y en base a este tenemos que determinar la ingeniería del proyecto.

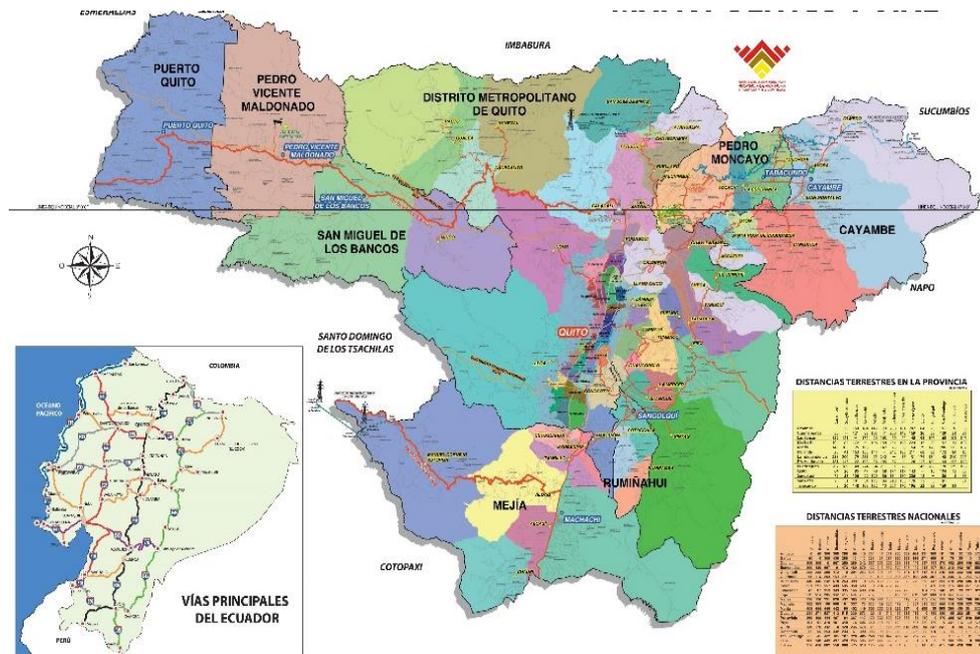
Respecto a la capacidad utilizada se propone considerar el plan de producción que estima de acuerdo a la maquinaria y la infraestructura que se proponga.

## 3.2.2 Localización

La ubicación adecuada es una variable muy importante para el desarrollo sin complicaciones del proyecto así se requiere determinar en forma macro y micro la ubicación.

### 3.2.2.1 Macro localización

La planta procesadora está localizada en Ecuador, provincia de Pichincha, cantón Cayambe, parroquia Cayambe. Se ha determinado esta estancia por cuanto es el enfoque para el sector y además los proveedores de la materia prima se encuentran en la zona de influencia. (Figura 25).



**Figura 30. Macro localización**

**Fuente:** Bernal, C. A. (2011). Metodología de la Investigación para Administración y Economía

### 3.1.1.1 Micro localización

El sector donde se ha visto ubicar la planta es la ciudad de Cayambe, especialmente donde se dé la forma técnica de análisis. (Figura 26)



**Figura 31. Micro localización**

**Fuente:** Bernal, C. A. (2011). Metodología de la Investigación para Administración y Economía

La micro localización busca seleccionar el lugar o emplazamiento más adecuado para la planta procesadora de cebolla deshidratada, en este análisis se ha tomado algunos factores relevantes para poder realizar la micro localización:

- Transporte y vías de acceso.
- Cercanía de las fuentes de abastecimiento.
- Cercanía del mercado.
- Disponibilidad de servicios básicos.
- Facilidad de eliminación de desechos.

La metodología a utilizar en forma técnica en el presente estudio, se respaldará en la aplicación del método cualitativo por puntos, para definir la micro localización más óptima que brinde las mejores condiciones para el funcionamiento de la planta productora y comercializadora de cebolla deshidratada. La escala para la calificación de las opciones, será de 0 a 10, siendo 0 la más baja y 10 la más alta. (Tabla 41)

**Tabla 41: Micro localización**

MICRO LOCALIZACIÓN							
FACTORES	PESO %	OPCIÓN 1 (NORTE)		OPCIÓN 2 (CENTRO)		OPCIÓN 3 (SUR)	
		CALIF.	PONDERAC.	CALIF.	PONDERAC.	CALIF.	PONDERAC.
Transporte	0,14	6	0,84	7	0,98	8	1,12
Cercanía Fuentes Abastecimiento	0,2	6	1,2	7	1,4	9	1,8
Cercanía al Mercado	0,25	7	1,75	7	1,75	9	2,25
Disponibilidad de Servicios Básicos	0,14	8	1,12	8	1,12	8	1,12
Facilidad Eliminación de Desechos	0,14	8	1,12	8	1,12	8	1,12
Vías de acceso	0,13	6	0,78	7	0,91	8	1,04
<b>TOTALES</b>	<b>1</b>		<b>6,81</b>		<b>7,28</b>		<b>8,45</b>

**Fuente:** Estudio Financiero  
**Elaborado por:** Los autores 2015

Por los factores analizados anteriormente y en base a los resultados obtenidos, el proyecto se llevará a cabo en la provincia de Pichincha, cantón Cayambe, ubicado al sur de la ciudad de Cayambe, en las calles Rocafuerte y Manuel Córdova Galarza, (Los Girasoles), mismo que se va a contemplar un local que se propone se arriende hasta que el proyecto crezca (Figura 27).



**Figura 32 Plaza**

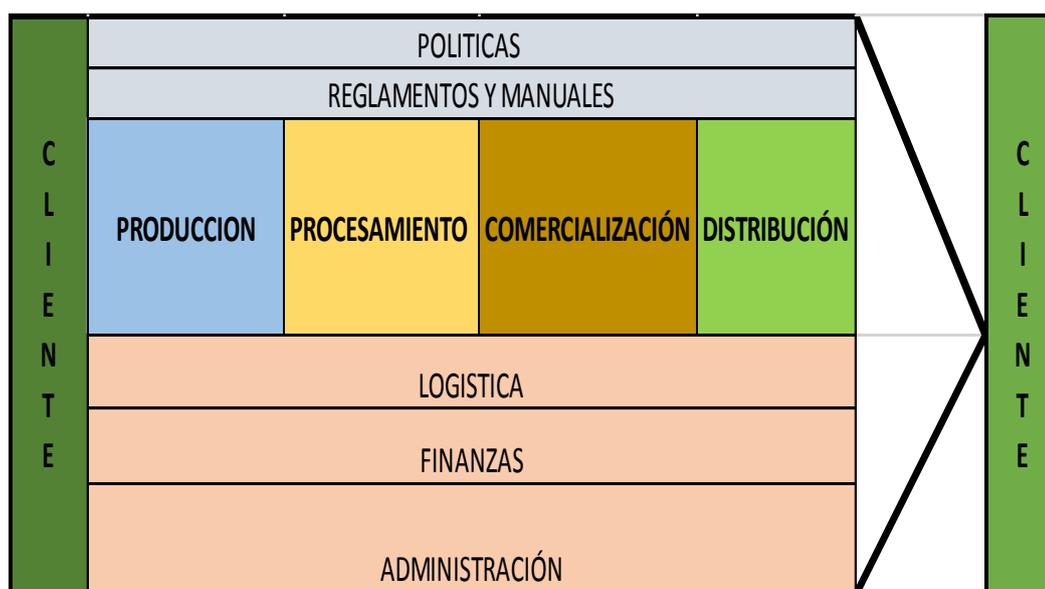
**Fuente:** Bernal, C. A. (2011). Metodología de la Investigación para Administración y Economía

### 3.2.3 Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto constituye una etapa dentro de la formulación de un proyecto de inversión donde se definen todos los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

#### 3.2.3.1 Cadena de Valor

El análisis de la cadena de valor, permite optimizar el proceso productivo, en ella se describe el modo en el que se desarrollan las acciones y las actividades en la empresa, generando en cada una de ellas valor al cliente final. Las actividades dentro de la cadena de valor, son complementarias, es decir se relacionan entre sí (Figura 28).



**Figura 33 Políticas organización**

**Fuente:** Bernal, C. A. (2011). Metodología de la Investigación para Administración y Economía

Los principales procesos que dentro de la cadena de valor de la cebolla en sí y sobre todo enfocarse a la deshidratación de la misma compete es a partir del procesamiento, comercialización y distribución para llegar al cliente o mercado objetivo propuesto.

### 3.2.3.2 Procesamiento

Presenta el siguiente flujo de proceso mismo que nos ayuda a determinar los tiempos del mismo y es el proceso más importante. (Tabla 42)

**Tabla 42: Procesamiento**

No.	Descripción	●	■	▲	→	◐	Tiempo
1	Recepción de Cebolla						1 Horas
2	Clasificación y limpieza						4 Horas
3	Pelado y Picado						4 Horas
4	Deshidratado						36 Horas
5	Cortado						4 Horas
6	Envasado						8 Horas
7	Empaquetado						4 Horas
8	Almacenamiento						1 hora
TOTAL							57 Horas

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

El tiempo estimado para todo el proceso es de 57 horas por ello se observa la necesidad de mantener 2 operativos para esta actividad, recordando que laboran 8 horas diarias y se procesara de lunes a viernes.

### 3.1.1.2 Comercialización

En este gran proceso está directamente la actividad de marketing y el manejo de los clientes mismo que estarán constantemente atendidos. (Tabla 43)

**Tabla 43: Comercialización**

No.	Descripción	●	■	▲	➡	D	Tiempo
1	Mercadeo y Publicidad						1 Horas
2	Visitas a clientes						4 Horas
3	Llamadas telefónicas						1 Horas
4	Actualización de Pagina web						1 Horas
5	Recepción de pedidos						4 Horas
6	Entrega de pedidos a bodega						1 Horas
TOTAL							12 Horas

**Fuente:** Estudio Financiero**Elaborado por:** Los autores 2015

El tiempo estimado para el buen manejo de este proceso es de 12 horas por ello se estima que en la misma área Administrativa se designe o se distribuya las actividades sin necesidad de contratar una persona para ello.

### 3.1.1.3 Distribución

Está relacionada a todo lo que se refiere a movilización, entrega de producto a todos los centros y clientes que requieran del mismo dependiendo del informe de comercialización (Tabla 44).

**Tabla 44: Distribución**

No.	Descripción	●	■	▲	➡	D	Tiempo
1	Carga de pedidos						1 Horas
2	Entrega a Distribuidores						8 Horas
3	Perchado						2 Horas
4	Ingreso de documentos de ventas						1 Horas
5	Planificación						4 Horas
TOTAL							16 Horas

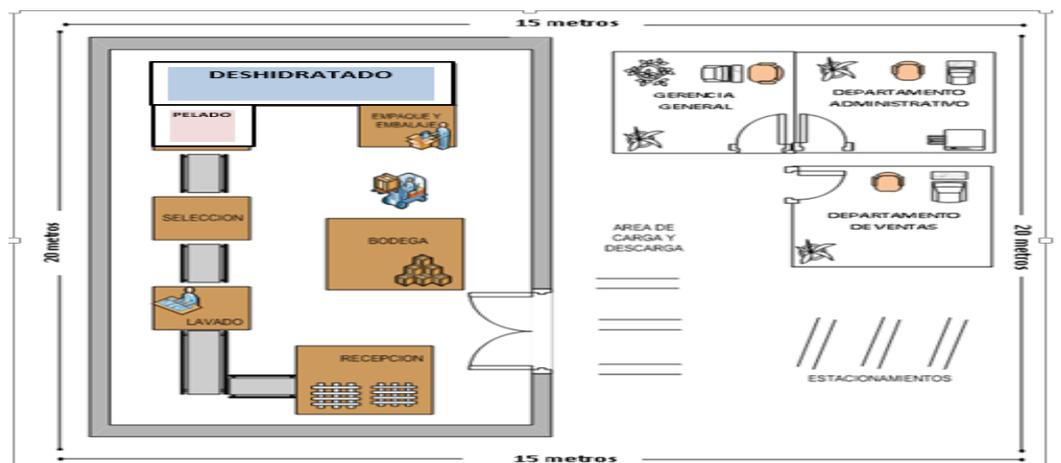
**Fuente:** Estudio Financiero**Elaborado por:** Los autores 2015

El tiempo estimado para el proceso es de 16 horas considerando que dentro de este se encuentra el transporte que se requiere para movilizar el producto así como el perchado que es un servicio que al momento de entregar realiza el vendedor, es

decir, deja ubicando el producto en la percha del cliente o distribuidor. Se ha considerado contratar una persona operativa que se encargue de la distribución y bodega.

La distribución de la planta deshidratadora de cebolla se muestra en la figura 29.

### 3.2.4 Distribución de la Planta



**Figura 34. Distribución**

**Fuente:** Bernal, C. A. (2011). Metodología de la Investigación para Administración y Economía

#### 3.2.4.1 Área de producción

Es el lugar donde se realiza todo el proceso netamente operativo de la empresa, dentro de esta área están las maquinarias necesarias para los diferentes subprocesos, es el lugar más amplio de la planta, requiere de una dimensión adecuada la que se ha estimado de 20 x 8 en total unos 160 metros cuadrados. (Figura 34).

Dentro de estas se encuentra:

- **Recepción:** Donde se espera recibir la materia prima y está ubicada cerca de la puerta de descarga.
- **Lavado y Clasificado:** Un área donde están mesas y tinas de clasificación y como también recolectores para los desperdicios que se generen.

- **Pelado y Picado:** Similar al sector anterior con la diferencia que las mesas que se requieren son netamente de acero inoxidable deben ser adecuadas para la manipulación del picado de la cebolla para posteriormente pasar así a la siguiente área.
- **Deshidratado:** Aquí se encuentra el cuarto cálido o deshidratador que permitirá realizar este proceso con mayor eficiencia.
- **Empaque o Envasado:** La maquinaria necesaria para que luego del proceso de picado se ponga en el dispensador de materia prima y la maquina especializada comience a realizar la colocación del producto en fundas especiales, para posteriormente pasar a la bodega.
- **Bodega:** No se requiere que la bodega tenga cuarto frio ya que el producto no requiere refrigeración más si un ambiente fresco que permita consérvalo, aquí así mismo estará compuesto de estanterías amplias y además material para empaque que sería cajones para cargar las fundas.

#### ***3.2.4.2 Área Administrativa y Ventas***

Esta área está dispuesta para que trabaje el personal administrativo y de comercialización, que permita realizar su labor adecuadamente así como permita tener una facilidad de recibir clientes internos y externo, el área está dispuesta de 7 x 10 metros aproximadamente lo que da un total del área de 70 metros cuadrados.

#### ***3.2.4.3 Área de parqueadero***

Esta área está dispuesta exclusivamente para carga y descarga del producto así como un espacio para estacionamiento de los personeros o clientes que requieran realizar actividades con la empresa.

La inversión en adecuaciones y arreglo de la planta, considerando que es arrendada, no se propone adquirir terrenos y construir por que se elevaría la inversión en resumen (Tabla 45) son:

#### **Tabla 45: Área de parqueadero**

<b>ADECUACIONES Y ARREGLO DE PLANTA</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad (M2)</b>
Instalaciones eléctricas	200
Obra civil	70
Adecuaciones y pintura	200

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

### 3.1.2 Requerimientos de Maquinaria y equipos de producción

La empresa requiere maquinaria y equipo adecuado para cumplir con los requerimientos de higiene e inocuidad, así como para poder producir y cubrir la propuesta de mercado, considerando que estos son parte del área de producción. (Tabla 46)

**Tabla 46: Maquinaria y equipos de producción**

<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS DE PRODUCCIÓN</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Balanza	1
Elevador industrial	1
Maquina lavadora de producto	1
Empacadora	1
Banda transportadora	1
Maquina aseptica de llenado	1
Cuarto de secado	1
Meson de acero inoxidable	2
Tinas	2
Estanterias metalicas	6

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

### 3.2.5 Requerimiento de equipos de computación

La necesidad de estar equipando al personal administrativo y ventas para cubrir los requerimientos de comercialización y diferentes actividades que les concierne a estas áreas hace menester la adquisición de equipos completos de computación descritos a continuación. (Tabla 47)

**Tabla 47: Equipos de computación**

<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Computador	3
Impresora	2
Fax	1

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

### 3.2.6 Equipos de oficina

Para mantener y complementar la operatividad del personal de administrativo y ventas, son necesarios ciertos implementos tecnológicos y de comunicación. (Tabla 48)

**Tabla 48: Equipos de oficina**

<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>
Teléfono	3
Calculadora	2

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

### 3.1.3 Muebles y enseres

Para completar la adquisición de activos fijos dentro del grupo de activos no corrientes se propone la compra de muebles y enseres que permitan tener un buen ambiente laboral del personal de oficina así como también se dé una buena imagen y atención al cliente interno y externo. (Tabla 49).

**Tabla 49: Muebles y enseres**

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	
Archivadores	3
Centros de trabajo	3
Sillas	6

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

### **3.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO, LEGAL, ORGANIZACIONAL**

#### **3.3.1 Nombre y Constitución de la Empresa**

Para constituir legalmente la empresa, y sea legalmente reconocida, y a la vez que califique como sujeto de crédito cuando así lo requiera, y podamos producir, comercializar y promocionar el producto, se debe cumplir algunos requisitos y reglamentos, que se indican a continuación.

##### **3.3.1.1 *Nombre o Razón Social de la Empresa***

La Razón Social por la cual se conocerá colectivamente a la empresa será: **Valle Verde S.A** y el nombre comercial será: “**Comida Fácil, comida sana**”.

##### **3.3.1.2 *Tipo de Sociedad***

Valle Verde, se establecerá como Sociedad Anónima, que previo mandato de la Superintendencia de Compañías, deberá ser inscrita en el Registro Mercantil. Se caracteriza por concernir a sus accionistas, los cuales deberán ser por lo menos dos al momento de su constitución, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías en este caso son Leonardo Chicaiza y Santiago Sánchez.

##### **3.3.1.3 *Compañía Anónima***

Conocida en Ecuador como Corporación, la Sociedad Anónima es una compañía cuyo capital se encuentra dividido en acciones que pueden ser negociadas públicamente. Este capital accionarial debe estar repartido al menos entre dos accionistas, a no ser que la compañía pertenezca en parte a una organización gubernamental y/o provea algún servicio público; en tales casos el capital puede pertenecer a un único accionista. (Dávila, 2007)

- El Nombre

El Artículo 144 de la Ley de Compañías, establece esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Quito.

- Solicitud de Aprobación

La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo.

- El Objeto Social

La compañía anónima podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la Ley, excepción, hecha de operaciones de banco, seguros y capitalización de ahorro.

- Capital

**Capital Mínimo.-** El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía.

- Acciones

La acción confiere a su titular legítimo la calidad de accionista y le atribuye, como mínimo, los derechos fundamentales que de ella derivan y se establecen en la Ley. Las acciones pueden ser ordinarias o preferidas, según lo establezca el estatuto, Artículo 170 de la Ley de Compañías, se pueden negociar libremente, conforme lo determina el artículo 191 de la misma Ley. La compañía podrá emitir certificados

provisionales o títulos definitivos, artículo 168 de la susodicha Ley.

#### **3.3.1.4 Minuta y Escritura de Constitución**

- Presentación de la Minuta

La ley estipula que, la minuta deberá ser llenada y entregada a la Superintendencia de Compañías, teniendo una duración de 10 días para su revisión.

- Emisión del Oficio

En este paso, la Superintendencia de Compañías, emitirá un oficio de aprobación.

- Elaboración de la Escritura

Según el Artículo 150 de la Ley de Compañías, este paso consiste en elevar una minuta a escritura pública, siendo necesarios algunos documentos como:

- ❖ Cédulas de ciudadanía de los comparecientes, con las respectivas papeletas de votación.
- ❖ Una minuta, la cual deberá ser elaborada por un profesional de derecho.

Después de haber cumplido con estos requisitos, se tiene que acudir a un Notario que abalice la legitimidad de estos documentos, el mismo que es responsable de protocolizar la documentación, para posteriormente acudir al Registro Mercantil para el registro correspondiente.

- Revisión de la Escritura

Según el Artículo 151-155 de la Ley de Compañías, para la revisión de la escritura, la Superintendencia de Compañías, lo realizará en un tiempo indefinido.

- Publicación en la Prensa

Se deberá publicar el extracto de la escritura, en el medio de mayor circulación de la localidad correspondiente.

### ***3.3.1.5 Patente Municipal Comercial e Industrial***

Es un documento obligatorio para realizar una actividad comercial. El pago y su vigencia son anuales y están obligadas a realizarlo las personas naturales, jurídicas, sociedades nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal o metropolitana, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.

- Requisitos para la Obtención de la Patente
- ❖ Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.
- ❖ Escritura de constitución de la compañía (Original y copia).
- ❖ Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- ❖ Copia del certificado de votación de las últimas elecciones del representante legal.
- ❖ Formulario de declaración del impuesto por patentes (Original y copia).
- ❖ Documento que acredite el título por el que se ocupa el local: certificado de dominio, contrato de arriendo, entre otras.

### ***3.1.3.1 Registro Único de Contribuyentes***

En este documento se registra toda la información que sea relativa al contribuyente, entre ellas están: la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, la dirección de la matriz y establecimientos donde realiza la actividad económica, entre otras.

- Requisitos para la Obtención del RUC

Identificación de Sociedades Privadas

- ❖ Formulario RUC-01-A y RUC -01-B suscritos por el representante legal.

- ❖ Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil.
- ❖ Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- ❖ Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (en caso de las sociedades bajo el control de la Superintendencia de Compañías).
- ❖ Original y copia del documento que identifique el domicilio principal en el que se desarrolla la actividad de la sociedad (planilla de agua, luz, teléfono o contrato de arrendamiento).
- ❖ Copia de la cédula de identidad y certificado de votación del último proceso electoral.

#### **3.3.1.6 Afiliación a la Cámara de la Pequeña y Mediana Empresa de Pichincha (CAPEIPI)**

- Requisitos
- ❖ Llenar la solicitud de afiliación a CAPEIPI.
- ❖ Copia de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil.
- ❖ Copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.
- ❖ Copia del nombramiento del Gerente o Representante Legal de la compañía.
- ❖ Copia a color de la cédula de identidad del Representante Legal.
- ❖ Copia a color del RUC.
- ❖ Listado de máquinas y equipos valorados a precio de costo.

- ❖ Croquis de la ubicación, que identifique el domicilio de la dirección exacta donde funcionará la empresa.

#### ***3.3.1.7 Inscripción en el Registro Mercantil***

La institución del Registro Mercantil responde a la necesidad de permitir que la comunidad tenga conocimiento del verdadero estado de las distintas situaciones jurídicas de los comerciantes individuales o colectivos.

Entre tales actos inscribibles están las escrituras en que se forme, prorrogue o disuelva una sociedad.

- Requisitos para la Inscripción en el Registro Mercantil
  - ❖ Escritura Pública de constitución de la Empresa (mínimo tres copias).
  - ❖ Pago de la Patente Municipal.
  - ❖ Exoneración del impuesto del 1 por mil de activos.
  - ❖ Publicación en la prensa del extracto de la escritura de constitución.
  - ❖ Certificado de afiliación a una de las cámaras de producción.

#### ***3.3.1.8 Superintendencia de Compañías***

Es un organismo técnico de vigilancia, auditoría, intervención y control de las actividades económicas sociales y ambientales, y de los servicios que prestan las entidades públicas y privadas.

- Requisitos para la Inscripción en la Superintendencia de Compañías
  - ❖ Tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a las que se adjuntará la solicitud, suscrita por abogado.
  - ❖ Periódico en el cual se publicó el extracto de la escritura (un ejemplar).

- ❖ Copia del nombramiento del Gerente inscrito en el Registro Mercantil.
- ❖ Copia legible de la cédula de identidad o pasaporte del Gerente de la empresa.
- ❖ Formulario RUC-01-A lleno y suscrito por el representante legal.
- ❖ Copia legible de la papeleta del último pago de la luz. Copia legible de afiliación a la CAPEIPI.

### **3.3.1.9 Permiso de Bomberos**

El permiso de funcionamiento es la autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad.

- Tipo A

En este tipo, se encuentran las empresas, industrias, fábricas, bancos, edificios, plantas de envasado, hoteles de lujo, centros comerciales, plantas de lavado, cines, bodegas empresariales, supermercados, comisariatos, clínicas, hospitales, escenarios permanentes, etc.

En este contexto la empresa Valle Verde S.A. se enmarca dentro del TIPO A.

- Requisitos para la Obtención del Permiso de Bomberos
  - ❖ Solicitud de inspección del local.
  - ❖ Informe favorable de la inspección.
  - ❖ Copia de la cédula de identidad y certificado de votación del Representante Legal.
  - ❖ Copia del RUC.
  - ❖ Copia de la Patente Municipal.

- Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar publicidad exterior.
- ❖ Autorización notariada del dueño del predio, en caso de no ser local propio.
- ❖ Autorización notariada de la asamblea de copropietarios o del administrador como Representante Legal (en caso de propiedad horizontal).
- ❖ Dimensiones y fotografía de la fachada del local (para establecimientos con publicidad existente).
- ❖ Dimensiones de cómo quedara la publicidad.

#### ***3.3.1.10 Licencia Ambiental***

La Subsecretaría de Calidad Ambiental del Ministerio del Ambiente inscribirá la Licencia Ambiental en el Registro de Licencias Ambientales y notificará y entregará al proponente el original de la Licencia Ambiental emitida por el Ministro de Ambiente. La Licencia rige desde la fecha de la Resolución Ministerial, la cual contiene todas las obligaciones y responsabilidades que el proponente asume en materia ambiental por el tiempo de vigencia de la Licencia, generalmente el tiempo de duración del documento es de dos años.

#### ***3.3.1.11 Permiso de Funcionamiento***

La solicitud de permisos de funcionamiento, es un proceso obligatorio, que se realiza anualmente y la agencia encargada es la Agencia de Regulación y Control Sanitario (ARCSA), que es el organismo técnico encargado de la regulación, control técnico y vigilancia sanitaria de alimentos procesados, medicamentos en general, productos biológicos, naturales procesados de uso medicinal, medicamentos homeopáticos; dispositivos médicos, productos higiénicos, plaguicidas, entre otros, fabricados en el territorio nacional o en el exterior, para

su comercialización; así como de los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario establecidos en la Ley Orgánica de Salud.

Como entidad adscrita al Ministerio de Salud Pública, ARCSA tiene entre sus atribuciones y responsabilidades, la emisión de permisos de funcionamiento de los establecimientos que producen, importan, exportan, comercializan, almacenan, distribuyen, dispensan y/o expenden, los productos que están sujetos a obtención de registro sanitario o notificación sanitaria obligatoria.

### ***3.3.1.12 Registro Sanitario***

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), será responsable de receptor, y verificar que la solicitud y sus anexos estén completos y correctamente presentados con el fin de otorgar o negar el registro sanitario. Además brindar asistencia técnica mediante capacitaciones al usuario externo.

- Requisitos para la Obtención del Registro Sanitario
  - a) **Declaración de la norma técnica nacional o internacional:** Debe adjuntar un documento en el que declare la norma que aplica al producto y bajo la cual está sujeto a cumplimiento, con nombre y firma del técnico responsable en Ecuador y fórmula de composición emitida por el fabricante. Si existe norma nacional, será tomada en cuenta como primera instancia, en caso de tratarse una norma internacional o interna deberá adjuntar norma o documento con dichas especificaciones según sea el caso. En caso de no existir normativa técnica específica para un alimento procesado, el fabricante del producto establecerá y validará los criterios de inocuidad y calidad para las especificaciones del producto (incluyendo protocolo y resultados de la validación).
  - b) **Descripción del proceso de elaboración del producto:** En el documento debe constar el nombre del producto. Este documento debe contener una

descripción detallada de todas las etapas del proceso de fabricación del producto y debe estar suscrito con nombre y firma del responsable técnico.

- c) **Diseño de etiqueta o rótulo del producto:** Se deberá adjuntar el proyecto de etiqueta, tal como será utilizado en la comercialización del producto, ajustado a los requisitos que exige el Reglamento Técnico Ecuatoriano (RTE INEN 022) sobre Rotulado de Productos Alimenticios para Consumo Humano y normativa relacionada. Cuando son varias presentaciones del mismo producto y se mantenga la misma información técnica y solo cambie la información correspondiente al contenido del envase; se aceptará una sola etiqueta con la nota que especifique los cambios en el contenido. Situación similar se aceptará para marcas diferentes (un solo proyecto de etiqueta y la nota que especifique el cambio de marca).
- d) **Especificaciones técnicas del material del envase:** Se acepta documento emitido por el proveedor a nombre del fabricante o por el fabricante, en el mismo debe constar información que evidencie que el envase es apto para su uso en alimentos para consumo humano; el documento debe estar suscrito con nombre y firma del responsable de calidad o responsable técnico. (Ortiz, 2013) En el caso de fabricantes que tienen contratos con personas naturales o jurídicas para la elaboración de un determinado producto y/o convenio de uso de marcas, se requiere una copia notariada del documento.
- e) **Ficha de estabilidad del producto:** Debe ser emitida por el laboratorio de control de calidad del fabricante o de un laboratorio acreditado por el Organismo de Acreditación Ecuatoriano. El informe de resultados del estudio de estabilidad debe contener firma original, nombre y cargo del técnico responsable del estudio; detallándose lo siguiente:
- ❖ Nombre, marca(s) y forma de presentación del producto, tal como declara en formulario de solicitud.
  - ❖ Nombre, País y Ciudad del fabricante.

- ❖ Condiciones ambientales en las que se realizó el estudio (temperatura en °C, porcentaje de humedad relativa).
  - ❖ Tipo de estudio (prueba de estabilidad natural o acelerada).
  - ❖ Fecha de inicio y finalización del estudio de estabilidad.
  - ❖ Fecha de elaboración del producto.
  - ❖ Especificaciones técnicas del material de envase interno y externo, incluyendo la tapa.
  - ❖ Lote(s) estudiado(s).
  - ❖ Parámetros microbiológicos y bromatológicos analizados según el tipo de alimento con especificaciones de calidad y resultados analíticos obtenidos.
  - ❖ Conclusiones: Periodo de vida útil asignado y condiciones de conservación del producto terminado
- f) Descripción del código del lote:** Que el fabricante esté utilizando para identificar su producción, en el que conste la descripción o interpretación de dicho código que permita establecer trazabilidad en el producto. El documento debe estar suscrito con nombre y firma del responsable técnico. En el documento debe constar el nombre del producto, tal como consta en formulario de solicitud.
- g) Documento con datos para la factura:** Es el documento que contiene la información necesaria a nombre de quien se requiere se emita la factura (nombre o razón social, RUC, dirección y teléfono). (Ortiz, 2013)

Tomando en consideración todos los trámites se establece un cuadro resumen de costos que deben ser pre operativos, sin estos no se puede dar operatividad a la empresa “Valle Verde”. S.A. (Tabla 50)

**Tabla 50: Gastos de constitución**

<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Total</b>
Escritura de constitución	\$ 800,00
Ilustre Municipio Cayambe	\$ 170,00
Patente	\$ 80,00
Permiso Sanitario	\$ 63,00
Registro Sanitario	\$ 240,00
Permiso de funcionamiento	\$ 130,00
Cuerpo de Bomberos	\$ 50,00
RUC	\$ 5,00
Tasa de Rótulo	\$ 12,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.357,00</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Los autores 2015

### 3.3.2 Accionistas

La empresa a ser constituida como una Sociedad Anónima comenzará con dos socios como se ha indicado aportando la propiedad a la empresa de la siguiente manera: Tabla 51.

**Tabla 51: Accionistas**

<b>ACCIONISTAS</b>	<b>CAPITAL</b>
Accionista 1: Leonardo Chicaiza	50%
Accionista 2: Santiago Sanchez	50%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Los autores 2015

### 3.3.3 Slogan

Un slogan, es una proposición que define brevemente o representa la misión de una organización; es por esta razón que el slogan de la empresa será:

*"Comida sana, comida fácil"*

En si enfoca los aspectos relevantes de los productos de la empresa, sano, fácil.

### 3.3.3.1 *Marca*

Para el presente proyecto, el nombre comercial de la empresa, asignado a la cebolla larga deshidratada. ( Figura 35)

*Valle Verde*  
*Cebolla Deshidratada*

**Figura 35 Marca**

**Fuente:** Los Autores



**Figura 36. Logo**

**Fuente:** Los Autores

Se diseña este nombre por lo que se desea transmitir a los clientes facilidad en tiempo, preparación y consumo, posteriormente se propone expandir en otro tipo de productos similares.

Hemos escogido la combinación de colores verde claro, verde oscuro. Por ser los colores representativos de la cebolla, y negro para el diseño del logotipo. Esto logra que sea llamativo y atractivo para los clientes.

### 3.3.4 **Giro**

#### 3.3.4.1 *Misión*

Somos una organización creada para procesar y comercializar cebolla larga deshidratada, que desarrolla sus procesos bajo estrictas normas de calidad a fin de ofrecer un producto sano que aporte valores naturales necesarios, a precios competitivos; conjuntamente apoyados en un Recurso Humano capacitado,

motivado y comprometido con los fines organizacionales y de protección con el Medio Ambiente.

#### **3.3.4.2 Visión**

En el lapso de cinco años, ser una organización reconocida como una marca líder en el procesamiento y comercialización de cebolla larga deshidratada para el mercado de la ciudad de Cayambe, siendo reconocido como un producto natural, sano y de calidad, posicionando la marca a nivel zonal y nacional.

#### **3.3.4.3 Valores**

Los puntales fundamentales sobre los cuales la organización se fortalecerá para alcanzar su misión, se resumen a continuación:

- **Lealtad:** Se demostrará la lealtad con la realización del trabajo diario, con los empleados que conforman la empresa y con los clientes.
- **Puntualidad:** Se hace referencia a este valor, para exigir a los empleados el respeto de los tiempos de entrada y salida de la empresa, pero sobre todo para con los clientes, por ejemplo al momento de presentar proyectos o realizar entregas.
- **Veracidad:** Se demostrará veracidad en nuestras promesas, no podemos ofrecer más de lo que realmente poseemos.
- **Calidad:** En el desempeño administrativo, organizacional y de producción, todo esto se verá reflejado en el producto y en la satisfacción por parte del cliente.
- **Honestidad:** Para con sus clientes internos y externos, lo que permitirá dotar de productos de buena calidad respetando las normas de higiene y seguridad.

- **Comunicación:** Es un valor fundamental en las relaciones y conexiones entre los miembros de la empresa y los clientes, procurando que ésta sea oportuna y sincera.
- **Responsabilidad social:** La empresa cumplirá con toda la normativa vigente, sus obligaciones con empleados, clientes, la competencia, el medio ambiente y la sociedad en su conjunto. (Ortiz, 2013).

#### **3.3.4.4 Principios**

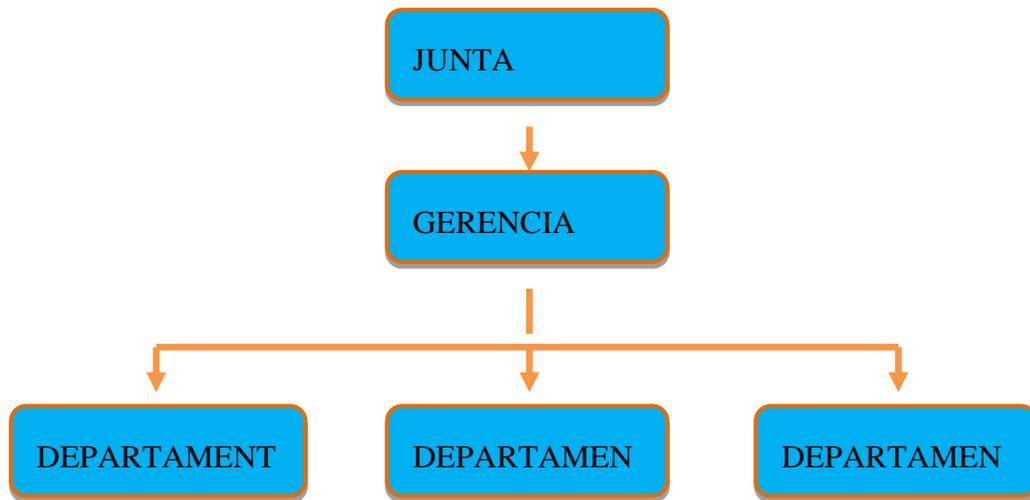
La empresa sustenta su desempeño sobre el cumplimiento estricto a los siguientes principios:

- Innovar continuamente los procedimientos de acuerdo a las últimas tendencias tecnológicas y administrativas.
- Promover a mejorar la imagen corporativa, a través del cumplimiento estricto a la reglamentación pertinente del ámbito donde se desenvuelve la organización.
- La misión y visión son las herramientas fundamentales hacia los cuales se dirigen todos los recursos y esfuerzos, en el corto y largo plazo.
- El Recurso Humano es el elemento más importante para la Organización, en razón de ello se deben buscar todos los mecanismos posibles con el fin de dotar de un ambiente laboral armonioso y satisfactorio, acorde a las expectativas y requerimientos de cada uno de los colaboradores.
- Incentivar a la formación de equipos multidisciplinarios de trabajo, a fin de desarrollar sus potencialidades que satisfagan las expectativas institucionales de crecimiento y desarrollo.

### 3.3.5 Estructura Orgánica de la Empresa

El modelo del organigrama estructural de tipo vertical, para la empresa Valle Verde S.A se presenta a continuación (Figura 37).

#### 3.1.3.2 Organigrama Estructural



**Figura 37. Organigrama Estructural**

**Fuente:** Gandolfo, J. (2007). Los seis pasos del planteamiento estratégico.

### 3.3.5.1 Organigrama Funcional

Este organigrama está compuesto por la Junta General de accionistas, un administrador con sus respectivos departamentos, supervisores, asistentes y además cuenta con un contador y operarios. (Figura 38)



**Figura 38. Organigrama funcional**

**Fuente:** Gandolfo, J. (2007). Los seis pasos del planteamiento estratégico.

### 3.3.5.2 Manual de Funciones

Un manual de funciones es un pliego de actividades que contiene la descripción de acciones que siguen una relación con la realización de las funciones de una unidad administrativa, o más de ellas.

El manual debe constar o incluir a más de los puestos o unidades administrativas, la responsabilidad y participación de tienen con respecto a las demás áreas.

➤ GERENTE GENERAL

Perfil:

- ✓ Conocimientos Básicos:
  - Negociación Avanzada.
  - Legislación vigente aplicable a empresas productoras.
  - Planificación Estratégica.
  - Investigación de Mercado.
  - Marketing.
  - Sistemas informáticos: Excel, Word, Power Point, Internet (Avanzado).
  - Administración empresarial.
  - Metodologías de formulación y evaluación de proyectos
  - Desarrollo y Relaciones Humanas.
  - Gestión de Calidad.
- ✓ Educación Formal:

Título Superior en: Administración de Empresas, Finanzas, Marketing.

- ✓ Experiencia:

De 3 a 5 años en jefaturas o gerencias en áreas similares.

- ✓ Edad:

Edad comprendida entre 30 a 40 años

✓ Propósito:

Representar legalmente a la empresa. Planear, organizar, dirigir, controlar y coordinar todas las actividades de manejo, administración y proyección de la Empresa de acuerdo con las consideraciones y determinaciones establecidas.

Descripción de las Funciones y Responsabilidades:

- ✓ Planificar, ejecutar y evaluar, los planes y programas de la empresa.
- ✓ Representar legalmente a la empresa.
- ✓ Toma de decisiones y propuesta de estrategias comerciales.
- ✓ Administra del recurso humano de la compañía: reclutamiento, selección, capacitación bajo su dirección y trabaja conjuntamente para el cumplimiento de sus objetivos
- ✓ Seguimiento permanente hacia el logro de los objetivos de la empresa.
- ✓ Planifica y optimiza los recursos financieros de la empresa.
- ✓ Aprueba y hace cumplir el presupuesto establecido por la empresa.
- ✓ Manejo y administración de proyectos o programas específicos desarrollados por la compañía.
- ✓ Buscar fuentes de financiamiento e inversión más rentables para el negocio.
- ✓ Realizar estudios de mercado potenciales que permitan ampliar la cobertura.
- ✓ Realizar la revisión y análisis de los Estados Financieros de la empresa.
- ✓ Manejo de los aspectos legales de la compañía y sus socios.
- ✓ Informe periódico sobre resultados obtenidos a la Junta General de Accionistas.

- ✓ Comparación estadística de los valores presupuestados vs. los valores obtenidos.

➤ ASISTENTE ADMINISTRATIVO

Perfil:

- ✓ Conocimientos Básicos:
  - Manejo de Utilitarios de Office: (Word, Excel Internet).
  - Técnicas de Servicio y Atención al Cliente.
  - Manejo de Documentación.
  - Normas Internacionales de Información Financiera NIIFS.
  - Aplicación de las Regulaciones Tributarias y Laborales del país.

- ✓ Educación Formal:

Título Superior en: Ingeniería Comercial/ Finanzas, Contabilidad y Auditoría, y título de C.P.A.

- ✓ Experiencia:

Mínimo de 3 a 5 años en funciones similares.

- ✓ Edad:

Edad comprendida entre 30 a 40 años.

- ✓ Propósito:

Actuar como un apoyo en el área administrativa y financiera, a fin de que las operaciones se ejecuten con normalidad.

Descripción de las Funciones y Responsabilidades:

- ✓ Atender las llamadas y el ingreso de personas a la Organización.
- ✓ Canalizar las llamadas entrantes a los respectivos funcionarios de la empresa.

- ✓ Coordinar el envío de valija y correspondencia.
- ✓ Manejo de nómina y roles de pago.
- ✓ Realizar el pago a proveedores y personal de la Organización.
- ✓ Control de cuentas por pagar a proveedores y por cobrar a clientes.
- ✓ Administración de la caja chica de la Organización.
- ✓ Emisión de información gerencial, financiera y contable.
- ✓ Generación de avisos de entrada y salida del personal de la Organización.
- ✓ Trámites IEES.
- ✓ Generación de planillas de Aporte, Fondos de Reserva.
- ✓ Presentación de reportes y formularios del Recurso Humano requeridos por el Ministerio de Relaciones Laborales.
- ✓ Cálculo de vacaciones, liquidaciones, actas de finiquito.
- ✓ Control de Asistencia del personal que labora en la organización.
- ✓ Elaboración de facturas, declaraciones de impuestos, anexos transaccionales para el S.R.I. y otros pagos de tributos a organismos de control.
- ✓ Manejo de un calendario de cumplimiento de obligaciones con las entidades de control aplicables a la Organización.
- ✓ Elaboración de manuales de políticas y procedimientos contables.
- ✓ Elaboración, análisis, supervisión y presentación de información financiera y de Estados Financieros.

➤ SUPERVISOR DE BODEGA Y VENTAS

Perfil:

✓ Conocimientos Básicos:

- Inglés intermedio.
- Conocimiento y Manejo de Microsoft Office.
- Atención al Cliente y Relaciones Públicas.
- Habilidades en Venta y Negociación.
- Resolución de problemas y manejo de conflictos.

✓ Educación Formal:

Tecnólogo en Administración de Empresas, Marketing, Ventas o afines.

✓ Experiencia:

De 2 a 4 años en posiciones similares.

✓ Edad:

Edad comprendida entre 25 a 35 años

✓ Propósito:

Asesorar en la planificación financiera, con el fin de cumplir con el presupuesto de ventas establecido por la empresa y concretar nuevos negocios a través del contacto con clientes potenciales, manteniendo una buena relación comercial.

Descripción de las Funciones y Responsabilidades:

- ✓ Cumplir con el presupuesto de ventas asignado.
- ✓ Controlar y administrar eficientemente el manejo de indicadores comerciales y distribución.

- ✓ Garantizar información confiable, oportuna y actualizada de la competencia y el mercado.
- ✓ Asegurar la excelencia en la promoción y publicidad del producto de la empresa.
- ✓ Conseguir ganar participación en el mercado en forma rentable.
- ✓ Realizar la ejecución del plan comercial, seguimiento y evaluación de los resultados obtenidos.
- ✓ Mantener actualizado la base de datos de los clientes de la Organización.
- ✓ Manejo y recuperación de cartera vencida.
- ✓ Actuar como vínculo activo entre la Empresa y sus clientes para gestionar y desarrollar nuevas propuestas de negocios de promoción.
- ✓ Evaluar nuevas necesidades de consumo de los clientes activos.
- ✓ Definir las necesidades de material promocional y soporte técnico del producto.
- ✓ Visitar a todos los clientes (activos y/o potenciales) de acuerdo a la zona o cartera establecida, y mantenerles informados acerca del producto.
- ✓ Realizar tareas para activar la cobranza en función de cumplir con las metas fijadas en los presupuestos.
- ✓ Realizar la entrega de mercadería a los clientes, y el retiro y entrega de documentos.
- ✓ Cargar y descargar mercadería.
- ✓ Cumplir con los niveles de servicio en cuanto a tiempo de entrega, siendo eficaces y brindando una excelente atención al cliente interno y externo.
- ✓ Elaborar el reporte de ruta de entrega con tiempos previstos.

- ✓ Verificar el número de cajas y pedidos por entregar.
- ✓ Reporte de novedades en la entrega de pedidos.
- ✓ Velar por la custodia de la mercadería transportada.
- ✓ Cumplir con los tiempos de entrega de la mercadería.

➤ OPERARIOS

Perfil:

- ✓ Conocimientos Básicos:

Conocimiento en producción y operación de máquinas.

- ✓ Educación Formal:

Secundaria o Bachillerato.

- ✓ Experiencia:

Mínimo 1 año de experiencia como operador técnico de equipos industriales o en cargos similares en compañías del sector industrial.

- ✓ Edad:

Entre 20 a 35 años.

- ✓ Propósito:

Responsable en cumplir con las metas de producción propuestas por la organización, y velar por el buen funcionamiento y aprovechamiento del equipo de producción, desarrollando en forma eficiente los procesos de fabricación del producto.

Descripción de las Funciones y Responsabilidades:

- ✓ Responsable del cuidado y protección de todos los materiales y suministros entregados, como: materias primas, materiales

parcialmente trabajados, productos terminados, piezas y suministros de la empresa.

- ✓ Mantener el orden y la limpieza dentro del proceso de producción del producto.
- ✓ Recibir la materia prima de bodega con la documentación establecida.
- ✓ Realizar el proceso de producción: pesado, selección, clasificación, lavado, pelado, cortado, empaque y embalaje, para el posterior almacenamiento del producto.
- ✓ Responsable del correcto embalaje del producto terminado al final de la línea de producción.
- ✓ Cumplir y hacer cumplir las normas de seguridad industrial, higiene y calidad.
- ✓ Participar activamente en proyectos de mejora continua.
- ✓ Coordinar la mercadería y mantener en forma ordenada su salida, entregando a la persona adecuada con la finalidad que no existan faltantes en bodega.
- ✓ Reportar oportunamente si existiese fallas en el equipo de producción.
- ✓ Presentar informes de entrada y salida de materia prima de la empresa.

### **3.3.5.3 *Análisis F.O.D.A. de la Empresa***

Fortalezas

Las fortalezas de la empresa son:

- ✓ Empresa 100% independiente, original y creativa, enfocada hacia la creación de nuevos productos y fuentes generadoras de empleo.

- ✓ Ubicación Estratégica.
- ✓ Producto 100% natural, ajustado a las tendencias actuales.
- ✓ Presentación del empaque confiable y seguro.
- ✓ Maquinaria ideal para el proceso de producción
- ✓ Tecnología sustentada en parámetros técnicos.
- ✓ Talento Humano capacitado y motivado para enfrentar nuevos retos y asumir valiosos desafíos.

### Oportunidades

Las oportunidades de la empresa son:

- ✓ En el mercado actualmente no existe empresa dedicada a la producción y comercialización del producto.
- ✓ Accesibilidad de la materia prima a precios convenientes.
- ✓ Clientes con enfoque hacia productos prácticos, nutritivos y completamente innovadores.
- ✓ Existe un crecimiento constante poblacional y del mercado productos fáciles de preparar
- ✓ Carreteras de primer orden para el transporte y distribución del producto.
- ✓ Tendencia actual a optimizar el tiempo optando por consumir producto de fácil y rápida preparación.
- ✓ El Gobierno ecuatoriano promueve e impulsa el emprendimiento de las microempresas en el país, con facilidades de financiamiento.

### Debilidades

Las debilidades de la empresa son:

- ✓ Desconocimiento en el comportamiento y fidelidad de los proveedores.
- ✓ Línea exclusiva dedicada a la producción y comercialización del producto
- ✓ Limitada Publicidad.

#### Amenazas

Las amenazas de la empresa son:

- ✓ Situación política y económica de otros países.
- ✓ Presencia marcada de la competencia indirecta de cebolla natural
- ✓ Presencia de productos sustitutos.
- ✓ Inclemencia del clima.

### 3.4 ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero del proyecto permitirá conocer la inversión que se requiere para la implementación de la empresa VALLE VERDE S.A. y poder determinar el valor de los costos y la inversión necesaria para poder establecer el mismo.

#### 3.4.1 Costos

El establecimiento de la empresa y su operatividad generan un conjunto de costos, en este se determinan todos los cálculos realizados al fin de obtener la cantidad necesaria para la gestión de capital de trabajo de la empresa.

##### 3.4.1.1 Costos de Producción

Son la mano de obra directa, materia prima directa y los costos indirectos de fabricación mismos que se establecen de acuerdo a las necesidades operativas y tamaño del proyecto. (Tabla 52)

##### 3.4.1.2 Materia Prima Directa

**Tabla 52: Materia Prima Directa**

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA				
Insumo	Cantidad	Unidad	Valor	Fundas de 1000gr
Cebolla Larga	2	Kg	\$ 0,80	1,60
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>		<b>\$ 0,80</b>	<b>\$ 1,60</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

La cebolla larga es la materia prima necesaria para obtener el producto final mismo que se requiere aproximadamente 2 atados o 1800 gramos de cebolla larga fresca para luego deshidratarle. (Tabla 52)

**Tabla 53: Presupuesto Anual de Materia Prima**

PRESUPUESTO ANUAL DE MATERIA PRIMA			
Período	Demanda a cubrir (fundas de 1 kg)	Valor de MPD	Valor Total
2016	205014	\$ 1,60	\$ 328.021,89
2017	235051	\$ 1,68	\$ 394.884,96
2018	266068	\$ 1,76	\$ 469.343,07
2019	270968	\$ 1,85	\$ 501.886,37
2020	275868	\$ 1,94	\$ 536.510,65

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

Considerando la propuesta de captar el mercado se presupuesta las necesidades de materia prima y el costo se incrementa año a año con una tasa promedio real del 5% obteniendo para el año 2016 un valor de requerimiento en cebolla larga de 328.021,89 dólares.

### 3.4.1.3 Materia prima Indirecta

Se ha considerado los insumos necesarios para poder un producto listo para consumir de acuerdo a la siguiente propuesta de clasificación. (Tabla 54)

**Tabla 54: Materiales Indirectos**

MATERIALES INDIRECTOS					
Insumo	Cantidad	Presentación	Unidad	Valor	Valor unitario
Funda etiquetada	10000	Rollo	Funda	\$ 600,00	\$ 0,06
Cartón de Empaque	1000	Cajas	Unidad	\$ 50,00	\$ 0,05
Cinta de embalaje	1	Rollo 50 m	Unidad	\$ 5,00	\$ 0,06

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

Que luego presupuestando en forma similar a la materia prima directa, se obtiene los siguientes datos tomando en cuenta que se recomienda costear por valor unitario es decir por cada funda de 1 kg que es lo que se propone. (Tabla 55)

**Tabla 55: Presupuesto de materiales indirectos por funda de 1 kg**

PRESUPUESTO DE MATERIALES INDIRECTOS POR FUNDA DE 1 KG				
Insumo	Cantidad	Unidad	VALOR	Demanda a cubrir (fundas de 1 kg)
Funda etiquetada	1	Unidad	\$ 0,06	\$ 0,06
Cartón de empaque	1	Unidad	\$ 0,05	\$ 0,05
Cinta de embalaje	1	Unidad	\$ 0,06	\$ 0,06
<b>TOTAL</b>				<b>0,17</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

Así para el año 2016 se obtiene un valor requerido de 0.17 centavos por el conjunto de insumos considerados como materiales indirectos. (Tabla 56)

**Tabla 56: Presupuesto anual de materiales Indirectos**

PRESUPUESTO ANUAL DE MATERIALES INDIRECTOS			
Período	Demanda a cubrir (fundas de 1 kg)	Valor de MI	Valor Total
2016	205014	\$ 0,17	\$ 34.852,33
2017	235051	\$ 0,18	\$ 41.956,53
2018	266068	\$ 0,19	\$ 49.867,70
2019	270968	\$ 0,20	\$ 53.325,43
2020	275868	\$ 0,21	\$ 57.004,26

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

El presupuesto requerido para el año es de 34.852,33 dólares para poder cubrir los requerimientos de presentar un producto final ya presentado y listo.

#### 3.4.1.4 Sueldos y Salarios

**Tabla 57: Resumen sueldos y salarios**

Resumen Sueldos y Salarios	
CONCEPTO	VALOR
Mano de Obra Directa	\$ 12.274,40
Mano de Obra indirecta	\$ 7.583,00
Sueldos Administrativos	\$ 20.949,20
Sueldos Ventas	\$ -
Honorarios Profesionales	\$ 5.400,00
<b>Total</b>	<b>\$ 46.206,60</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

Los sueldos y salarios suman para el primer año un valor de 46.206,60 para el 2016, donde están contempladas la Mano de Obra Directa e Indirecta, así como los valores de este rubro para el área administrativa.(Tabla 57)

### 3.4.1.5 Costos Indirectos de fabricación

**Tabla 58: Servicios básicos**

SERVICIOS BASICOS					
DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDADES	RECIO UNITARI	MENSUAL	ANUAL
LUZ	250	KW	\$ 0,12	\$ 250,12	\$ 3.001,44
AGUA	30	m3	\$ 0,89	\$ 26,70	\$ 320,40
TOTAL				\$ 276,82	\$ 3.321,84

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

Se ha contemplado los valores necesarios para que opere adecuadamente el área de producción y las áreas adjuntas, considerando los servicios de luz y agua con un presupuesto del primer año de 3.321.84 dólares. (Tabla 58)

**Tabla 59: Suministros de aseo**

SUMINISTROS DE ASEO					
DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Escobas	10	UNIDADES	\$ 6,00	\$ 5,00	\$ 60,00
Trapeadores	8	UNIDADES	\$ 10,00	\$ 6,67	\$ 80,00
Palas de basura	10	UNIDADES	\$ 4,50	\$ 3,75	\$ 45,00
Paquete Fundas de basura x10	100	UNIDADES	\$ 2,00	\$ 16,67	\$ 200,00
TOTAL				\$ 32,08	\$ 385,00

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

Necesarios son los suministros de aseo para mantener las áreas de trabajo impecables y aptas para producir y laborar, hay que recordar que es una empresa de productos de consumo humano y requiere el manejo más sanitario posible. (Tabla 59)

**Tabla 60: Equipos de seguridad Industrial**

EQUIPOS DE SEGURIDAD INDUSTRIAL					
DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Uniforme	6	UNIDADES	\$ 20,00	\$ 10,00	\$ 120,00
Mascarilla	6	UNIDADES	\$ 15,00	\$ 7,50	\$ 90,00
Gorros	6	UNIDADES	\$ 8,00	\$ 4,00	\$ 48,00
Mandiles	6	UNIDADES	\$ 30,00	\$ 15,00	\$ 180,00
Guantes	6	PARES	\$ 1,50	\$ 0,75	\$ 9,00
TOTAL				\$ 37,25	\$ 447,00

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

La protección del personal operativo sobre todo refleja la tabla anterior, estará en contacto con máquinas y equipos, la seguridad industrial de la empresa en el año 1 de operación se estima 447,00 al año, son 3 operarios directos e indirectos. (Tabla 60)

**Tabla 61: Reparación y mantenimiento Maquinaria**

REPARACION Y MANTENIMIENTO MAQUINARIA		
DESCRIPCION	MENSUAL	ANUAL
2% MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 48,07	\$ 576,80
TOTAL	\$ 48,07	\$ 576,80

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

Es necesario mantener rubros que permita mantener el control y prevención de daños futuros entonces los rubros de reparación son adeudados, en este caso se obtiene 576,08 dólares al año. (Tabla 61)

**Tabla 62: Seguro propiedad planta y equipo**

SEGURO PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		
DESCRIPCION	MENSUAL	ANUAL
CONTRATO SEGURO	\$ 50,00	\$ 600,00
TOTAL	\$ 50,00	\$ 600,00

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

Se propone un seguro de la propiedad planta y equipo en general que permita tener un seguro de catastros. (Tabla 62)

**Tabla 63: Mantenimiento y reparación planta**

MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN PLANTA			
Descripción	Cantidad (M2)	Valor Unitario	Total
MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN	200	0,32	\$ 64,00
TOTAL			<b>\$ 64,00</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

Elaborado por: Los autores 2015

Un rubro base así mismo para la gestión operativa adecuada es este rubro de mantenimiento de la planta, que en este caso es 64 dólares. (Tabla 63)

**Tabla 64: Equipos contra incendios**

EQUIPOS CONTRA INCENDIOS					
DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Extintores	3	UNIDADES	45	\$ 11,25	\$ 135,00
TOTAL				<b>\$ 11,25</b>	<b>\$ 135,00</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

Requisito primordial para el permiso de los bomberos y así mismo necesario para la seguridad y prevenir contingentes en los equipos contra incendios que fue valorado en 135 dólares al año. (Tabla 64)

**Tabla 65: Arriendo planta**

ARRIENDO PLANTA					
DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Canon de arrendamiento	1	Valor	500	\$ 500,00	\$ 6.000,00
TOTAL				<b>\$ 500,00</b>	<b>\$ 6.000,00</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

Como no se piensa adquirir y construir ningún bien hasta que se posicione adecuadamente la empresa es menester cubrir el rubro muy importante como es el arriendo de la planta que se considera parte de la operación ya que es la mayor parte de esta la que ocupa el local previsto para arrendar. (Tabla 65)

### 3.4.1.6 Gastos de Administración

El área administrativa genera además gastos que de igual manera son importantes para la gestión administrativa de la empresa.

**Tabla 66: Teléfono e Internet**

TELEFONO E INTERNET					
DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDADES	RECIO UNITARI	MENSUAL	ANUAL
TELEFONO	1	Tarifa	\$ 15,00	\$ 20,00	\$ 240,00
INTERNET	1	Tarifa	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00
TOTAL				<b>\$ 40,00</b>	<b>\$ 480,00</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

La tabla 66 registra los valores de servicio de teléfono e internet propuesto por un valor de 480 dólares al año.

**Tabla 67: Gastos de constitución**

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
Descripción	Total
Escritura de constitución	\$ 800,00
Ilustre Municipio Cayambe	\$ 170,00
Patente	\$ 80,00
Permiso Sanitario	\$ 63,00
Registro Sanitario	\$ 240,00
Permiso de funcionamiento	\$ 130,00
Cuerpo de Bomberos	\$ 50,00
RUC	\$ 5,00
Tasa de Rótulo	\$ 12,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.357,00</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

Para que comience a operar sin ningún inconveniente se realizan generación de gastos pre operativos necesarios es así que el rubro de gastos de Constitución o pre operativos para este caso son 1.357,00 dólares mismos que se considera gastos corriente y se ha ubicado en el área administrativa. (Tabla 67)

**Tabla 68: Suministros de oficina**

SUMINISTROS DE OFICINA					
DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Kit de oficina	12	UNIDADES	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00
TOTAL				\$ 25,00	\$ 300,00

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

Con un control adecuado en esta tabla se refleja todo los valores necesarios para útiles de oficina, hojas, entre otros. (Tabla 68)

### **3.4.1.7 Gastos Ventas**

El área de Ventas también presenta gastos específicos necesarios para su gestión, así se propone:

**Tabla 69: Transporte para ventas**

TRANSPORTE PARA VENTAS					
DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Alquiler	4	VIAJES	\$ 50,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
TOTAL				\$ 200,00	\$ 2.400,00

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

El rubro de transporte que se propone fletar para que se realice por lo menos una vez a la semana es decir 4 viajes a la semana, dando un valor de 2.400 dólares. (Tabla 68)

**Tabla 70: Publicidad**

PUBLICIDAD					
DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	MENSUAL	ANUAL
Pagina Web	1	UNIDADES	890	\$ 74,17	\$ 890,00
Publicidad movil	1	UNIDADES	180	\$ 15,00	\$ 180,00
Redes Sociales	1	UNIDADES	50	\$ 50,00	\$ 600,00
Publicidad Radial	1	CUÑAS	300	\$ 300,00	\$ 3.600,00
TOTAL				\$ 1.439,17	\$ 5.270,00

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

La publicidad es muy importante para posicionar el producto y basado a las estrategias del marketing mix, el rubro se proyectó en 5.270 dólares. (Tabla 70)

### 3.4.2 Presupuesto Inversiones

El presupuesto de inversión determinará la cantidad de recursos financieros necesarios para que el proyecto inicie sus operaciones. Por lo que, se contemplará los rubros correspondientes a compra de activos fijos, gastos de constitución y capital de trabajo. (INEC, 2010) Inversión Activos Fijos

Las inversiones en activos fijos son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de prestación del servicio y que servirán de apoyo a la operación normal del proyecto.(Ortiz, 2013)

La inversión en activos fijos de la Empresa VALLE VERDE S.A. se estableció de la siguiente manera. (Tabla 70)

**Tabla 71: Inversión Activos Fijos**

EMPRESA VALLE VERDE S.A.			
DESCRIPCIÓN		SUB TOTAL	TOTAL
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>			
<b>PROPIEDAD, PLANTA Y EQUIPO</b>			
<b>OBRA CIVIL</b>		\$ 5.500,00	<b>\$ 5.500,00</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPOS DE PRODUCCION</b>			<b>\$ 28.840,00</b>
Balanza		\$ 150,00	
Elevador industrial		\$ 1.200,00	
Maquina lavadora de producto		\$ 1.600,00	
Empacadora		\$ 3.890,00	
Banda transportadora		\$ 1.200,00	
Maquina aseptica de llenado		\$ 4.200,00	
Cuarto de secado		\$ 3.800,00	
Meson de acero inoxidable		\$ 4.400,00	
Tinas		\$ 5.700,00	
Estanterias metalicas		\$ 2.700,00	
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>		\$ 1.740,00	<b>\$ 1.740,00</b>
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>		\$ 400,00	<b>\$ 400,00</b>
<b>EQUIPOS DE COMPUTACION</b>		\$ 3.120,00	<b>\$ 3.120,00</b>
<b>TOTAL INVERSIONES PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO</b>			<b>\$ 39.600,00</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Los autores 2015

### 3.4.2.1 Capital de Trabajo

Son los recursos que la empresa requiere para poder operar, entre los que están la compra de materia prima, pago de mano de obra; es decir el capital adicional que la empresa debe tener antes de dar inicio a sus actividades, para lo cual necesita financiar la primera producción antes de comenzar a percibir ingresos.(Chain, 2008, pág. 233)

El método a emplearse para el cálculo del capital de trabajo, es por el método del periodo de desfase, permite calcular la cuantía de la inversión en capital de trabajo que debe financiarse desde el instante en que se adquiere los insumos hasta el momento en que se recupera el capital invertido, mediante la venta del producto, el periodo de desfase es de 30 días

✓ Cálculo Inversión Capital de Trabajo:

**Capital de Trabajo** = (Costo total del año / 360 días) \* Número de días de desfase.

**Capital de Trabajo** = (\$430.417,45 / 360) \* 30

Capital de Trabajo = \$35.868,12

Entonces el monto de la inversión precisa para financiar la primera producción es por: \$35.868,12

**Tabla 72: Capital de Trabajo.**

EMPRESA VALLE VERDE S.A.				
			ANUAL	MENSUAL
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>				
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>				
<b>COSTO PRIMO</b>			<b>\$ 340.296,29</b>	<b>\$ 28.358,02</b>
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>		\$ 328.021,89		
Materia prima directa	\$ 328.021,89			
Mano de obra directa		\$ 12.274,40		
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION</b>			<b>\$ 53.964,97</b>	<b>\$ 4.497,08</b>
<b>MATERIA PRIMA INDIRECTA</b>		\$ 34.852,33		
Materia prima indirecta	\$ 34.852,33			
Mano de obra indirecta		\$ 7.583,00		
Servicio básicos		\$ 3.321,84		
Suministros de aseo		\$ 385,00		
Equipos de seguridad industrial		\$ 447,00		
Reparación y mantenimiento de maquinaria		\$ 576,80		
Seguro de propiedad plantan y equipo		\$ 600,00		
Equipo contra incendios		\$ 135,00		
Arriendo planta		\$ 6.000,00		
Mantenimiento y reparación planta		\$ 64,00		
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			<b>\$ 28.486,20</b>	<b>\$ 2.373,85</b>
Sueldos administrativos		\$ 20.949,20		
Honorarios Contador		\$ 5.400,00		
Teléfono e internet		\$ 480,00		
Gastos diferidos		\$ 1.357,00		
Suministros de oficina		\$ 300,00		
<b>GASTOS DE VENTAS</b>			<b>\$ 7.670,00</b>	<b>\$ 639,17</b>
Transporte para ventas		\$ 2.400,00		
Publicidad		\$ 5.270,00		
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO ANUAL</b>			<b>\$ 430.417,45</b>	<b>\$ 35.868,12</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 201

**Tabla 73: Resumen Capital de Trabajo**

<b>RESÚMEN DE CAPITAL DE TRABAJO</b> (Año 2016, en dólares)		
<b>Detalle</b>		<b>Valor</b>
Materia prima directa		\$ 328.021,89
Mano de obra directa		\$ 12.274,40
Costos indirectos de fabricación		\$ 53.964,97
Gastos administrativos		\$ 28.486,20
Gastos de ventas		\$ 7.670,00
<b>Total</b>		<b>\$ 430.417,45</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

**Tabla 74: Inversión Inicial del Proyecto**

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>		
<b>Detalle</b>		<b>Valor</b>
Inversión en Activos Fijos		\$ 39.600,00
Inversión Capital de Trabajo		\$ 35.868,12
<b>Total</b>		<b>\$ 75.468,12</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

### 3.4.3 Financiamiento

Para que el inversionista proponga una estructura de financiamiento adecuada deberá analizar cuál es el nivel o volumen de la inversión total, el cual deberá relacionarse con los recursos propios disponibles, para en base a ello proponer una estructura de financiamiento que le permita viabilizar las inversiones del proyecto.(Chain, 2008)

El financiamiento con recursos propios será del 68%, y con recursos externo el 32%, para lo cual se pedido información al Banco de Fomento para el crédito para la ejecución del proyecto, se detalla a continuación. (Tabla 75)

**Tabla 75: Financiamiento**

FINANCIAMIENTO				
Tipo de capital			Cantidad	Porcentaje
<b>Capital Propio</b>			\$ 50.000,00	<b>66%</b>
Accionista 1: Leonardo Chicaiza	\$ 25.000,00			
Accionista 2: Santiago Sanchez	\$ 25.000,00			
<b>Capital Externo ( Banco de Fomento)</b>			25.468,12	<b>34%</b>
<b>Total financiamiento</b>			<b>75.468,12</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Los autores 2015

#### 3.4.3.1 Resumen Amortización del Crédito

**Tabla 76: Resumen amortización de crédito**

Resumen amortización				
Año		Capital	Interés	Total
2016		4025,44	2649,95	6675,39
2017		4500,17	2175,22	6675,39
2018		5030,88	1644,51	6675,39
2019		5624,18	1051,21	6675,39
2020		6287,45	387,93	6675,39
<b>Total general</b>		<b>25468,12</b>	<b>7908,82</b>	<b>33376,94</b>

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Los autores 2015

### 3.4.4 Depreciación Activos Fijos

De acuerdo a la NIC 16, los activos fijos están sometidos a la depreciación, para lo cual se aplicó el método de depreciación por línea recta. A continuación se presenta las depreciaciones de Activos Fijos de la Empresa. (Tabla 77)

**Tabla 77: Cuadro de depreciaciones**

CUADRO DE DEPRECIACIONES						
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	VALOR RESIDUAL	%DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ANUAL
OBRA CIVIL	70 M2	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00	\$ 275,00	5%	\$ 261,25
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO DE PRODUCCIÓN</b>						
Balanza	1	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 15,00	10%	\$ 13,50
Elevador industrial	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 120,00	10%	\$ 108,00
Maquina Lavadora de producto	1	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 160,00	10%	\$ 144,00
Empacadora	1	\$ 3.890,00	\$ 3.890,00	\$ 389,00	10%	\$ 350,10
Banda Transportadora	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 120,00	10%	\$ 108,00
Maquina aseptica de llenado	1	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 420,00	10%	\$ 378,00
Cuarto de secado	1	\$ 3.800,00	\$ 3.800,00	\$ 380,00	10%	\$ 342,00
Meson de acero inoxidable	2	\$ 2.200,00	\$ 4.400,00	\$ 440,00	10%	\$ 396,00
Tinas	2	\$ 2.850,00	\$ 5.700,00	\$ 570,00	10%	\$ 513,00
Estanterías metalicas	6	\$ 450,00	\$ 2.700,00	\$ 270,00	10%	\$ 243,00
TOTAL			\$ 28.840,00	\$ 2.884,00		\$ 2.595,60
MUEBLES Y ENSERES	1	\$ 1.740,00	\$ 1.740,00	\$ 174,00	10%	\$ 156,60
EQUIPOS DE OFICINA	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 40,00	10%	\$ 36,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	1	\$ 3.120,00	\$ 3.120,00	\$ 1.040,00	33%	\$ 693,33
TOTAL			\$ 5.260,00	\$ 1.254,00		\$ 885,93
TOTAL GENERAL			\$ 39.600,00	\$ 4.413,00		\$ 3.742,78

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

### 3.1.4 Estructura de Costos Operacionales y No Operacionales

Esta estructura hace referencia a los costos y gastos en que incurre la organización para poder realizar su actividad, teniendo como objetivo presentar una representación futura del proyecto, siendo de vital importancia para la toma de decisiones.

Para realizar la proyección de la estructura de costos proyectados de la Empresa VALLE VERDE S.A., se consideró la tasa de inflación del 5 %, y 10% sueldos y salarios como se detalla a continuación. (Tabla 78)

**Tabla 78: Estructura de Costos Operacionales y No Operacionales**

EMPRESA VALLE VERDE S.A.															
(DÓLARES)															
DESCRIPCIÓN	AÑO 2016			AÑO 2017			AÑO 2018			AÑO 2019			AÑO 2020		
	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>															
Costo Primo		340296,29	340296,29		409706,80	409706,80		485647,09	485647,09		519820,80	519820,80		556238,52	556238,52
<b>MATERIA PRIMA DIRECTA</b>		328021,89	328021,89	0,00	394884,96	394884,96	0,00	469343,07	469343,07	0,00	501886,37	501886,37	0,00	536510,65	536510,65
CEBOLLA LARGA		328021,89	328021,89		394884,96	394884,96		469343,07	469343,07		501886,37	501886,37		536510,65	536510,65
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>		12274,40	12274,40		14821,84	14821,84		16304,02	16304,02		17934,43	17934,43		19727,87	19727,87
Costos Indirectos de Fabricación	11064,65	45757,17	56821,82	11475,04	54610,76	66085,80	11905,95	63612,96	75518,91	12358,40	68262,10	80620,50	12833,48	73242,32	86075,80
<b>MATERIALES INDIRECTOS</b>		34852,33	34852,33		41956,53	41956,53		49867,70	49867,70		53325,43	53325,43		57004,26	57004,26
MANO DE OBRA INDIRECTA		7583,00	7583,00		9166,30	9166,30		10082,93	10082,93		11091,22	11091,22		12200,35	12200,35
DEPRECIACIÓN OBRA CIVIL	261,25		261,25	261,25		261,25	261,25		261,25	261,25		261,25	261,25		261,25
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO	2595,60		2595,60	2595,60		2595,60	2595,60		2595,60	2595,60		2595,60	2595,60		2595,60
Servicio básicos		3321,84	3321,84		3487,93	3487,93		3662,33	3662,33		3845,45	3845,45		4037,72	4037,72
Suministros de aseo	385,00		385,00	404,25		404,25	424,46		424,46	445,69		445,69	467,97		467,97
Equipos de seguridad industrial	447,00		447,00	469,35		469,35	492,82		492,82	517,46		517,46	543,33		543,33
Reparación y mantenimiento de maquinaria	576,80		576,80	605,64		605,64	635,92		635,92	667,72		667,72	701,10		701,10
Seguro de propiedad planta y equipo	600,00		600,00	630,00		630,00	661,50		661,50	694,58		694,58	729,30		729,30
Equipo contra incendios	135,00		135,00	141,75		141,75	148,84		148,84	156,28		156,28	164,09		164,09
Arriendo planta	6000,00		6000,00	6300,00		6300,00	6615,00		6615,00	6945,75		6945,75	7293,04		7293,04
Mantenimiento y reparación planta	64,00		64,00	67,20		67,20	70,56		70,56	74,09		74,09	77,79		77,79
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	11064,65	386053,45	397118,10	11475,04	464317,56	475792,60	11905,95	549260,05	561166,00	12358,40	588082,90	600441,30	12833,48	629480,84	642314,32
<b>COSTOS DE DISTRIBUCIÓN Y FINANCIEROS</b>															
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	29372,13	0,00	29372,13	34408,90	0,00	34408,90	37634,76	0,00	37634,76	40485,04	0,00	40485,04	44377,96	0,00	44377,96
Sueldos administrativos	20949,20		20949,20	25354,12		25354,12	27889,53		27889,53	30678,49		30678,49	33746,33		33746,33
Honorarios Contador	5400,00		5400,00	5940,00		5940,00	6534,00		6534,00	7187,40		7187,40	7906,14		7906,14
Teléfono e internet	480,00		480,00	504,00		504,00	529,20		529,20	555,66		555,66	583,44		583,44
Gastos diferidos	1357,00		1357,00	1424,85		1424,85	1496,09		1496,09	1570,90		1570,90	1649,44		1649,44
Suministros de oficina	300,00		300,00	300,00		300,00	300,00		300,00	300,00		300,00	300,00		300,00
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES	156,60		156,60	156,60		156,60	156,60		156,60	156,60		156,60	156,60		156,60
DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE OFICINA	36,00		36,00	36,00		36,00	36,00		36,00	36,00		36,00	36,00		36,00
DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	693,33		693,33	693,33		693,33	693,33		693,33	0,00		0,00	0,00		0,00
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	7670,00	0,00	7670,00	8053,50	0,00	8053,50	8456,18	0,00	8456,18	8878,98	0,00	8878,98	9322,93	0,00	9322,93
SUELDO VENDEDOR	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00	0,00		0,00
Transporte para ventas	2400,00		2400,00	2520,00		2520,00	2646,00		2646,00	2778,30		2778,30	2917,22		2917,22
Publicidad	5270,00		5270,00	5533,50		5533,50	5810,18		5810,18	6100,68		6100,68	6405,72		6405,72
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	2649,95	0,00	2649,95	2175,22	0,00	2175,22	1644,51	0,00	1644,51	1051,21	0,00	1051,21	387,93	0,00	387,93
INTERÉS PRESTAMO	2649,95		2649,95	2175,22		2175,22	1644,51		1644,51	1051,21		1051,21	387,93		387,93
<b>SUB TOTAL</b>	39692,08	0,00	39692,08	44637,62	0,00	44637,62	47735,44	0,00	47735,44	50415,23	0,00	50415,23	54088,83	0,00	54088,83
<b>TOTAL</b>	50756,73	386053,45	436810,19	56112,66	464317,56	520430,22	59641,39	549260,05	608901,44	62773,64	588082,90	650856,53	66922,31	629480,84	696403,15

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Los autores 2015

### 3.4.4.1 Costo Unitario del Producto

En base a la estructura de Costos Proyectados, se pudo conocer el costo unitario por cada funda de la cebolla deshidratada de 1000g, el mismo que está dado por el costo total que se obtuvo en la estructura de costos proyectados y en base a las unidades producidas, como se muestra en la siguiente (Tabla 79).

**Tabla 79: Costo Unitario del Producto**

		COSTO UNITARIO DEL PRODUCTO				
Descripción		AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
CEBOLLA DESHIDRATADA	Costo	436810,19	520430,22	608901,44	650856,53	696403,15
	Unidades Producidas	205.014	235.051	266.068	270.968	275.868
	COSTO UNITARIO	2,13	2,21	2,29	2,40	2,52

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

### 3.4.5 Presupuesto de Ingresos Anuales

Para obtener el presupuesto de ingresos anuales, se fijó el precio unitario en \$2.50 para cada funda de producto en los 3 primeros años y 2.60 para los dos siguientes, y se obtuvo el ingreso por ventas del producto, basado en las unidades producidas. (Tabla 80)

**Tabla 80: Total Ingresos Anuales**

TOTAL INGRESOS	
AÑO	VENTAS
	ANUAL
2016	\$ 512.534,20
2017	\$ 587.626,43
2018	\$ 665.168,75
2019	\$ 704.516,02
2020	\$ 717.256,54

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

### 3.4.6 Punto de Equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio, es necesario conocer los costos fijos, los costos variables, y las ventas generadas, para obtener el nivel de producción y ventas que la empresa debe alcanzar para lograr cubrir los costos y gastos con los ingresos obtenidos; es decir donde los ingresos son iguales a los costos totales, en donde la utilidad es cero.

#### Determinación del Punto de Equilibrio

Para el cálculo del punto de equilibrio tanto para unidades como para valores en dinero, se aplicaron las siguientes fórmulas.

Punto de Equilibrio en Unidades

$$PE_Q = \frac{CFT}{(PVu - CVu)}$$

Dónde:

**CFT**= Costos Fijos Totales.

**PVu**= Precio de Venta Unitario.

**CVu**= Costo Variable Unitario.

Reemplazando:

$$PE_Q = \frac{50576,24}{(2,50 - 1,88)}$$

$$PE_Q = 82.272,00$$

Punto de Equilibrio en Dinero

$$PE_{\$} = \frac{CFT}{1 - \frac{CVT}{I}}$$

Dónde:

**CFT**= Costos Fijos Totales

**CVT**= Costo Variable Total

**I**= Ingresos

Reemplazando:

$$PE_s = \frac{50576,24}{1 - \frac{386.053,45}{512.534,20}}$$

$$PE_s = \$205.680,01$$

**Tabla 81: Precio de venta unitario promedio**

Precio de venta unitario promedio	2,50
Unidades vendidas	205013,68
Ingreso total	512534,20
Costo fijo total	50756,73
Costo variable total	386053,45
Costo variable unitario= CVT/número de unidades vendidas	1,88

**Fuente:** Estudio Financiero

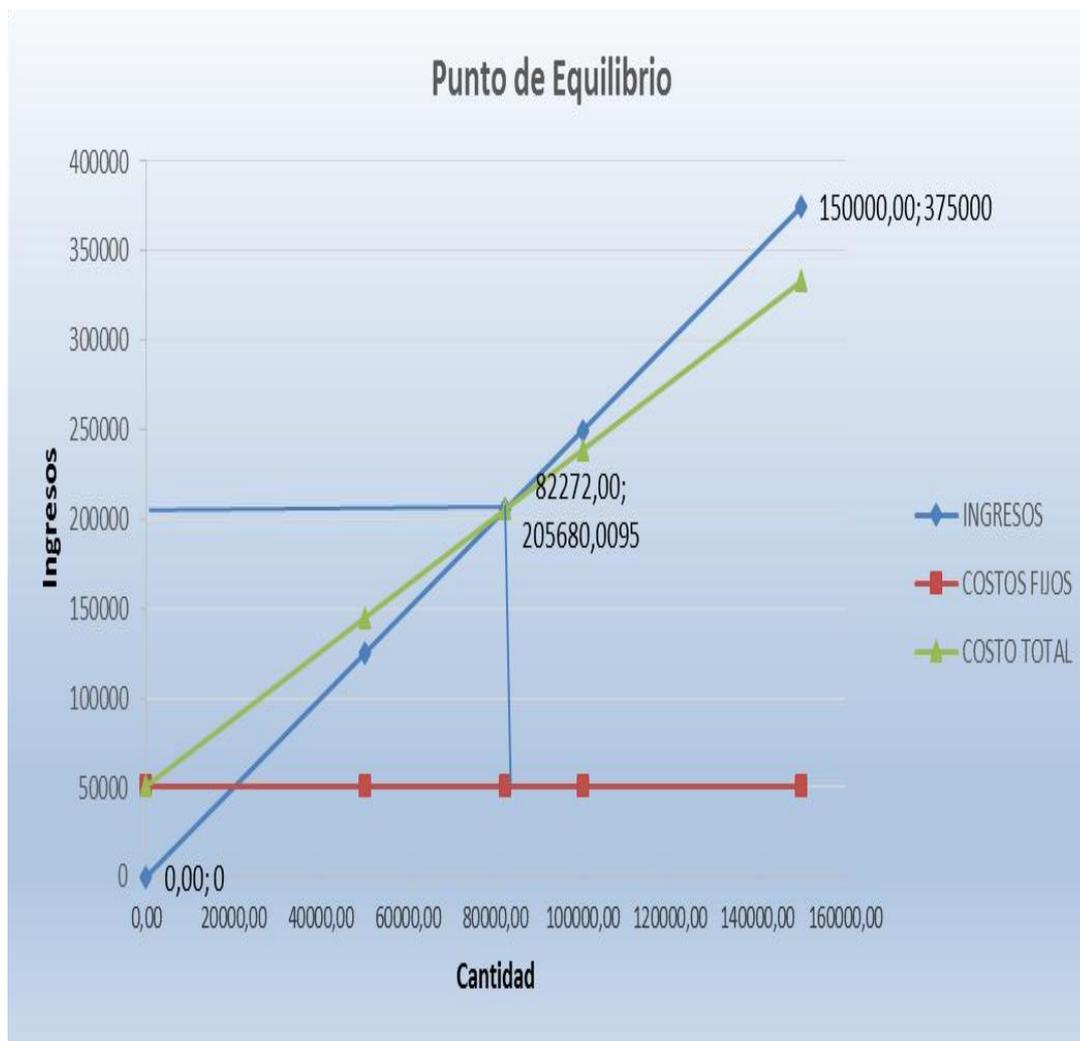
**Elaborado por:** Los autores 2015

**Tabla 82: Punto de Equilibrio**

A	B	C=AxB	D	E	F= BxE	G= D+F	H= C-G
PRECIO VENTA UNITARIO	CANTIDAD	INGRESOS	COSTOS FIJOS	COSTO VARIABLE UNITARIO	COSTO VARIABLE TOTAL	COSTO TOTAL	COMPROBACIÓN
2,50	0,00	0	50756,7322	1,88306192	0	50756,73	-50756,73
2,50	50000,00	125000	50756,7322	1,88306192	94153,0959	144909,83	-19909,83
2,50	82272,00	205680,009	50756,7322	1,88306192	154923,277	205680,01	0,00
2,50	100000,00	250000	50756,7322	1,88306192	188306,192	239062,92	10937,08
2,50	150000,00	375000	50756,7322	1,88306192	282459,288	333216,02	41783,98

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015



**Figura 39. Punto de Equilibrio**

**Fuente:** Gandolfo, J. (2007). Los seis pasos del planteamiento estratégico.

**Tabla 83: Cantidad y valor monetario de equilibrio**

Cantidad de equilibrio= CFT/ (P-CVU)	82272,00	Unidades
Valor monetario de equilibrio	205680,01	Dólares

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

### 3.4.7 Estado de Costos de Producción y Ventas

En este estado, se visualiza la integración de los tres elementos del costo como son la materia prima, la mano de obra y los costos indirectos de fabricación. (Tabla 84)

**Tabla 84: Estado de Costos de Producción y Ventas**

ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN Y VENTAS					
PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>UNIDADES PRODUCIDAS</b>	<b>UND 205.014</b>	<b>UND 235.051</b>	<b>UND 266.068</b>	<b>UND 270.968</b>	<b>UND 275.868</b>
Producto 1	UND 205.014	UND 235.051	UND 266.068	UND 270.968	UND 275.868
<b>MATERIA PRIMA</b>					
INV. INICIAL DE MATERIA PRIMA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INV. INICIAL DE MATERIA PRIMA EN TRANSITO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL DE INV. INICIAL DE MATERIA PRIMA</b>	<b>\$ -</b>				
<b>COMPRAS DE MATERIA PRIMA</b>					
MATERIA PRIMA (Producto 1)	\$ 328.021,89	\$ 394.884,96	\$ 469.343,07	\$ 501.886,37	\$ 536.510,65
<b>TOTAL COMPRA MATERIA PRIMA</b>	<b>\$ 328.021,89</b>	<b>\$ 394.884,96</b>	<b>\$ 469.343,07</b>	<b>\$ 501.886,37</b>	<b>\$ 536.510,65</b>
(-) INV. FINAL DE MATERIA PRIMA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) INV. FINAL DE MATERIA PRIMA EN TRAN.	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(-) TOTAL DE INV. FINAL DE MATERIA PRIMA</b>	<b>\$ -</b>				
<b>MATERIA PRIMA CONSUMIDA</b>	<b>\$ 328.021,89</b>	<b>\$ 394.884,96</b>	<b>\$ 469.343,07</b>	<b>\$ 501.886,37</b>	<b>\$ 536.510,65</b>
<b>MANO DE OBRA</b>					
MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 12.274,40	\$ 14.821,84	\$ 16.304,02	\$ 17.934,43	\$ 19.727,87
<b>MANO DE OBRA UTILIZADA</b>	<b>\$ 12.274,40</b>	<b>\$ 14.821,84</b>	<b>\$ 16.304,02</b>	<b>\$ 17.934,43</b>	<b>\$ 19.727,87</b>
<b>COSTOS IND. DE FABRICACIÓN</b>					
MATERIALES INDIRECTOS	\$ 34.852,33	\$ 41.956,53	\$ 49.867,70	\$ 53.325,43	\$ 57.004,26
MATERIALES INDIRECTOS (Producto 1)	\$ 34.852,33	\$ 41.956,53	\$ 49.867,70	\$ 53.325,43	\$ 57.004,26
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 7.583,00	\$ 9.166,30	\$ 10.082,93	\$ 11.091,22	\$ 12.200,35
DEPRECIACIÓN OBRA CIVIL	\$ 261,25	\$ 261,25	\$ 261,25	\$ 261,25	\$ 261,25
DEPRECIACIÓN MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 2.595,60	\$ 2.595,60	\$ 2.595,60	\$ 2.595,60	\$ 2.595,60
Servicio básicos	\$ 3.321,84	\$ 3.487,93	\$ 3.662,33	\$ 3.845,45	\$ 4.037,72
Suministros de aseo	\$ 385,00	\$ 404,25	\$ 424,46	\$ 445,69	\$ 467,97
Equipos de seguridad industrial	\$ 447,00	\$ 469,35	\$ 492,82	\$ 517,46	\$ 543,33
Reparación y mantenimiento de maquinaria	\$ 576,80	\$ 605,64	\$ 635,92	\$ 667,72	\$ 701,10
Seguro de propiedad plantan y equipo	\$ 600,00	\$ 630,00	\$ 661,50	\$ 694,58	\$ 729,30
Equipo contra incendios	\$ 135,00	\$ 141,75	\$ 148,84	\$ 156,28	\$ 164,09
Ariendo planta	\$ 6.000,00	\$ 6.300,00	\$ 6.615,00	\$ 6.945,75	\$ 7.293,04
Mantenimiento y reparación planta	\$ 64,00	\$ 67,20	\$ 70,56	\$ 74,09	\$ 77,79
<b>TOTAL COSTOS INDIRECTOS</b>	<b>\$ 56.757,82</b>	<b>\$ 66.018,60</b>	<b>\$ 75.448,35</b>	<b>\$ 80.546,41</b>	<b>\$ 85.998,01</b>
<b>COSTO DE PRODUCCIÓN MP +MO + CI</b>	<b>\$ 397.054,10</b>	<b>\$ 475.725,40</b>	<b>\$ 561.095,44</b>	<b>\$ 600.367,21</b>	<b>\$ 642.236,53</b>
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN EN UNIDADES</b>					
<b>TOTAL DE LOS COSTOS PRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 397.054,10</b>	<b>\$ 475.725,40</b>	<b>\$ 561.095,44</b>	<b>\$ 600.367,21</b>	<b>\$ 642.236,53</b>
<b>UNIDADES PRODUCIDAS</b>	205.014	235.051	266.068	270.968	275.868
<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$ 1,94</b>	<b>\$ 2,02</b>	<b>\$ 2,11</b>	<b>\$ 2,22</b>	<b>\$ 2,33</b>
<b>COSTOS DE VENTAS</b>					
INVENTARIO INICIAL PRODUCTOS TERM.		\$ 39.705,41	\$ 47.572,54	\$ 56.109,54	\$ 60.036,72
(+) PRODUCTOS EN PROCESO	\$ 397.054,10	\$ 475.725,40	\$ 561.095,44	\$ 600.367,21	\$ 642.236,53
(-) INVENTARIO FINAL PRODUCTOS TERM	\$ 39.705,41	\$ 47.572,54	\$ 56.109,54	\$ 60.036,72	\$ 66.040,39
<b>= COSTO DE VENTAS</b>	<b>\$ 357.348,69</b>	<b>\$ 428.152,86</b>	<b>\$ 504.985,90</b>	<b>\$ 540.330,49</b>	<b>\$ 576.196,14</b>
<b>COSTOS DE VENTAS EN UNIDADES</b>					
<b>UNIDADES</b>					
UNIDADES PRODUCIDAS	UND 205.014	UND 235.051	UND 266.068	UND 270.968	UND 275.868
(-) UNIDADES VENDIDAS	UND 184.512	UND 211.546	UND 239.461	UND 243.871	UND 247.501
UNIDADES EN BODEGA	UND 20.501	UND 23.505	UND 26.607	UND 27.097	UND 28.367
<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>\$ 1,94</b>	<b>\$ 2,02</b>	<b>\$ 2,11</b>	<b>\$ 2,22</b>	<b>\$ 2,33</b>
INVENTARIO DE MERCADERÍA	\$ 39.705,41	\$ 47.572,54	\$ 56.109,54	\$ 60.036,72	\$ 66.040,39

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Los autores 2015

### **3.4.8 Estado de Resultados**

El estado de pérdidas y ganancias presentan el resultado de las operaciones provenientes del uso de los recursos en un período determinado (un año). Para que una empresa pueda continuar en operación debe ser capaz de generar resultados positivos. (Tabla 85)

**Tabla 85: Estado de Pérdidas y Ganancias**

<b>ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS</b>										
<b>PERIODOS</b>	<b>2016</b>		<b>2017</b>		<b>2018</b>		<b>2019</b>		<b>2020</b>	
	<b>MONTO</b>	<b>%</b>								
<b>Ingresos Operacionales</b>										
<b>Ingresos</b>										
Ventas	512534,20	100,00	587626,43	100,00	665168,75	100,00	704516,02	100,00	717256,54	100,00
CEBOLLA DESHIDRATADA	512534,20		587626,43		665168,75		704516,02		717256,54	
<b>Costos y Gastos</b>										
<b>Costos</b>										
CEBOLLA LARGA	328021,89		394884,96		469343,07		501886,37		536510,65	
(-) Inventario Final de materia Prima	0,00		0,00		0,00		0,00		0,00	
Mano de Obra Directa	12274,40		14821,84		16304,02		17934,43		19727,87	
Costos Indirectos de Fabricación	56821,82		66085,80		75518,91		80620,50		86075,80	
Costo de operación	397118,10	77,48	475792,60	80,97	561166,00	84,36	600441,30	85,23	642314,32	89,55
(-) Inventario Final producto terminado	39705,41		47572,54		56109,54		60036,72		66040,39	
Costo de Ventas	357412,69	69,73	428220,06	72,87	505056,46	75,93	540404,58	76,71	576273,93	80,34
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>155121,51</b>	<b>30,27</b>	<b>159406,37</b>	<b>27,13</b>	<b>160112,29</b>	<b>24,07</b>	<b>164111,44</b>	<b>23,29</b>	<b>140982,61</b>	<b>19,66</b>
<b>Gastos Operacionales</b>										
Gastos de administración	29372,13	5,73	34408,90	5,86	37634,76	5,66	40485,04	5,75	44377,96	6,19
Gastos de Ventas	7670,00	1,50	8053,50	1,37	8456,18	1,27	8878,98	1,26	9322,93	1,30
<b>UTILIDAD (PERDIDA) OPERACIONAL</b>	<b>118079,37</b>	<b>23,04</b>	<b>116943,96</b>	<b>19,90</b>	<b>114021,36</b>	<b>17,14</b>	<b>114747,42</b>	<b>16,29</b>	<b>87281,72</b>	<b>12,17</b>
<b>Gastos no Operacionales</b>										
Gastos financieros	2649,95	0,52	2175,22	0,37	1644,51	0,25	1051,21	0,15	387,93	0,05
Otros ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Otros egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>UTILID (PERD) ANTES PARTICIPACION</b>	<b>115429,42</b>	<b>22,52</b>	<b>114768,74</b>	<b>19,53</b>	<b>112376,85</b>	<b>16,89</b>	<b>113696,21</b>	<b>16,14</b>	<b>86893,79</b>	<b>12,11</b>
15% Participación utilidades	17314,41	3,38	17215,31	2,93	16856,53	2,53	17054,43	2,42	13034,07	1,82
<b>UTILD (PERD) ANTES IMPUESTOS</b>	<b>98115,01</b>	<b>19,14</b>	<b>97553,43</b>	<b>16,60</b>	<b>95520,32</b>	<b>14,36</b>	<b>96641,78</b>	<b>13,72</b>	<b>73859,72</b>	<b>10,30</b>
Impuesto a la renta 22%	21585,30	4,21	21461,76	3,65	21014,47	3,16	21261,19	3,02	16249,14	2,27
<b>UTILIDAD PARA DISTRIBUCIÓN</b>	<b>76529,71</b>	<b>14,93</b>	<b>76091,68</b>	<b>12,95</b>	<b>74505,85</b>	<b>11,20</b>	<b>75380,59</b>	<b>10,70</b>	<b>57610,58</b>	<b>8,03</b>
Reserva legal 10%	7652,97		7609,17		7450,59		7538,06		5761,06	
<b>UTILIDAD NETA SOCIOS</b>	<b>68.876,74</b>	<b>13,4</b>	<b>68.482,51</b>	<b>11,7</b>	<b>67.055,27</b>	<b>10,1</b>	<b>67.842,53</b>	<b>9,6</b>	<b>51.849,52</b>	<b>7,2</b>

**Fuente:** Estudio Financiero  
**Elaborado por:** Los autores 2015

### 3.4.9 Balance General Projectado

Este balance tiene su origen en los flujos de operación: estado de resultados y flujo de efectivo, éstos determinan el valor de cada una de las cuentas del balance para cada período. (Tabla 86)

**Tabla 86: Balance General Projectado**

<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO</b>						
CONCEPTO	OPERACION	2016	2017	2018	2019	2020
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
Efectivo y Equivalente	35.868,1	111.309,5	178.554,0	242.428,7	312.792,0	352.128,5
Inventario de Materia Prima		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Inventario de Producto terminado		39.705,4	47.572,5	56.109,5	60.036,7	66.040,4
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	<b>35.868,1</b>	<b>151.014,9</b>	<b>226.126,5</b>	<b>298.538,2</b>	<b>372.828,7</b>	<b>418.168,9</b>
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>						
	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
OBRA CIVIL	5.500,0	5.500,0	5.500,0	5.500,0	5.500,0	5.500,0
Depreciación Adecuaciones y arreglos de planta		261,3	522,5	783,8	1.045,0	1.306,3
MAQUINARIA Y EQUIPOS DE PRODUCCION	28.840,0	28.840,0	28.840,0	28.840,0	28.840,0	28.840,0
Depreciación Maquinaria		2.595,6	5.191,2	7.786,8	10.382,4	12.978,0
MUEBLES Y ENSERES	1.740,0	1.740,0	1.740,0	1.740,0	1.740,0	1.740,0
Depreciación Muebles y Enseres		156,6	313,2	469,8	626,4	783,0
EQUIPOS DE OFICINA	400,0	400,0	400,0	400,0	400,0	400,0
Depreciación Oficina		36,0	72,0	108,0	144,0	180,0
EQUIPOS DE COMPUTACION	3.120,0	3.120,0	3.120,0	3.120,0	0,0	0,0
Depreciación Equipo de Computación		693,3	1.386,7	2.080,0	0,0	0,0
<b>SUBTOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>39.600,0</b>	<b>39.600,0</b>	<b>39.600,0</b>	<b>39.600,0</b>	<b>36.480,0</b>	<b>36.480,0</b>
(-) depreciaciones		3.742,8	7.485,6	11.228,3	12.197,8	15.247,3
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>39.600,0</b>	<b>35.857,2</b>	<b>32.114,4</b>	<b>28.371,7</b>	<b>24.282,2</b>	<b>21.232,8</b>
<b>ACTIVO DIFERIDO NETO</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
<b>OTROS ACTIVOS</b>	<b>0,0</b>					
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>75.468,1</b>	<b>186.872,1</b>	<b>258.241,0</b>	<b>326.909,9</b>	<b>397.110,9</b>	<b>439.401,6</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
Obligaciones bancarias	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Porción corriente deuda de Largo Plazo	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Cuentas y documentos por pagar a proveedores	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Gastos acumulados por pagar (utilidades e impuestos)	0,0	38.899,7	38.677,1	37.871,0	38.315,6	29.283,2
<b>TOTAL DE PASIVOS CORRIENTES</b>	<b>0,0</b>	<b>38.899,7</b>	<b>38.677,1</b>	<b>37.871,0</b>	<b>38.315,6</b>	<b>29.283,2</b>
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>25.468,1</b>	<b>21.442,7</b>	<b>16.942,5</b>	<b>11.911,6</b>	<b>6.287,5</b>	<b>0,0</b>
<b>TOTAL DE PASIVOS</b>	<b>25.468,1</b>	<b>60.342,4</b>	<b>55.619,6</b>	<b>49.782,6</b>	<b>44.603,1</b>	<b>29.283,2</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social pagado	50.000,0	50.000,0	50.000,0	50.000,0	50.000,0	50.000,0
Reserva Legal	0,0	7.653,0	15.262,1	22.712,7	30.250,8	36.011,8
Futuras capitalizaciones	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Utilidad (pérdida) retenida	0,0	0,0	68.876,7	137.359,2	204.414,5	272.257,0
Utilidad (pérdida) neta	0,0	68.876,7	68.482,5	67.055,3	67.842,5	51.849,5
<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>	<b>50.000,0</b>	<b>126.529,7</b>	<b>202.621,4</b>	<b>277.127,2</b>	<b>352.507,8</b>	<b>410.118,4</b>
<b>TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>75.468,1</b>	<b>186.872,1</b>	<b>258.241,0</b>	<b>326.909,9</b>	<b>397.110,9</b>	<b>439.401,6</b>
<b>COMPROBACION DEL BALANCE</b>	<b>0,0</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Los autores 2015

### 3.4.10 Estado de Flujo de Efectivo.

Mide la liquidez de la empresa; es decir muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación, cuyo objetivo básicamente es determinar la capacidad de la empresa para generar efectivo, con el cual pueda cumplir con sus obligaciones y con sus proyectos de inversión.

#### 3.4.10.1 Flujo de Caja Proyectado sin Financiamiento

A continuación se presenta el flujo neto de fondos del proyecto con sus ingresos y costos sin contar con fuentes de financiamiento externas. (Tabla 87)

**Tabla 87: Flujo de Caja Proyectado sin Financiamiento**

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>		\$ 512.534,20	\$ 587.626,43	\$ 665.168,75	\$ 704.516,02	\$ 717.256,54
(-) COSTOS		\$ 357.412,69	\$ 428.220,06	\$ 505.056,46	\$ 540.404,58	\$ 576.273,93
(-) GASTOS OPERACIONALES		\$ 37.042,13	\$ 42.462,40	\$ 46.090,93	\$ 49.364,03	\$ 53.700,89
(-) GASTOS NO OPERACIONALES		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>		\$ 394.454,83	\$ 470.682,46	\$ 551.147,39	\$ 589.768,60	\$ 629.974,82
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 118.079,37	\$ 116.943,96	\$ 114.021,36	\$ 114.747,42	\$ 87.281,72
(-) 15 % PARTICIPACION DE TRABAJADORES		\$ 17.711,91	\$ 17.541,59	\$ 17.103,20	\$ 17.212,11	\$ 13.092,26
UTILIDAD GRAVABLE		\$ 100.367,47	\$ 99.402,37	\$ 96.918,15	\$ 97.535,30	\$ 74.189,46
% IMPUESTO A LA RENTA CODIGO DE PRODUCCION		22%	22%	22%	22%	22%
(-) IMPUESTO A LA RENTA		\$ 22.080,84	\$ 21.868,52	\$ 21.321,99	\$ 21.457,77	\$ 16.321,68
<b>= UTILIDAD NETA</b>		\$ 78.286,62	\$ 77.533,85	\$ 75.596,16	\$ 76.077,54	\$ 57.867,78
(+) DEPRECIACIÓN		\$ 3.742,78	\$ 3.742,78	\$ 3.742,78	\$ 3.049,45	\$ 3.049,45
(-) INVERSION INICIAL	\$ (75.468,12)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 35.868,12
(+) VALOR DE SALVAMENTO					\$ 1.040,00	\$ -
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-\$ 75.468,12</b>	<b>\$ 82.029,41</b>	<b>\$ 81.276,63</b>	<b>\$ 79.338,94</b>	<b>\$ 80.166,99</b>	<b>\$ 96.785,35</b>

**Fuente:** Estudio Financiero  
Elaborado por: Los autores 2015

### 3.4.10.2 Flujo de Caja Proyectado con Financiamiento

A continuación se presenta el flujo neto de fondos del proyecto con financiamiento, en el cual se analizan los recursos propios y el capital externo para la adquisición de activos y el efecto del pago de interés y del capital. (Tabla 88)

**Tabla 88: Flujo de Caja Proyectado con Financiamiento**

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
<b>INGRESOS</b>		\$ 512.534,20	\$ 587.626,43	\$ 665.168,75	\$ 704.516,02	\$ 717.256,54
(-) COSTOS		\$ 357.412,69	\$ 428.220,06	\$ 505.056,46	\$ 540.404,58	\$ 576.273,93
(-) GASTOS OPERACIONALES		\$ 37.042,13	\$ 42.462,40	\$ 46.090,93	\$ 49.364,03	\$ 53.700,89
(-) GASTOS NO OPERACIONALES		\$ 2.649,95	\$ 2.175,22	\$ 1.644,51	\$ 1.051,21	\$ 387,93
<b>TOTAL COSTOS Y GASTOS</b>		\$ 397.104,78	\$ 472.857,68	\$ 552.791,90	\$ 590.819,81	\$ 630.362,75
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		\$ 115.429,42	\$ 114.768,74	\$ 112.376,85	\$ 113.696,21	\$ 86.893,79
(-) 15 % PARTICIPACION DE TRABAJADORES		\$ 17.314,41	\$ 17.215,31	\$ 16.856,53	\$ 17.054,43	\$ 13.034,07
UTILIDAD GRA VABLE		\$ 98.115,01	\$ 97.553,43	\$ 95.520,32	\$ 96.641,78	\$ 73.859,72
% IMPUESTO A LA RENTA CODIGO DE PRODUCCION		22%	22%	22%	22%	22%
(-) IMPUESTO A LA RENTA		\$ 21.585,30	\$ 21.461,76	\$ 21.014,47	\$ 21.261,19	\$ 16.249,14
<b>= UTILIDAD NETA</b>		\$ 76.529,71	\$ 76.091,68	\$ 74.505,85	\$ 75.380,59	\$ 57.610,58
(+) DEPRECIACIÓN		\$ 3.742,78	\$ 3.742,78	\$ 3.742,78	\$ 3.049,45	\$ 3.049,45
(-) INVERSION INICIAL	\$ (75.468,12)					
(+) RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 35.868,12
(+) PRÉSTAMO	\$ 25.468,12					
(-) PAGO CAPITAL DE PRESTAMO		\$ 4.025,44	\$ 4.500,17	\$ 5.030,88	\$ 5.624,18	\$ 6.287,45
(+) VALOR DE SALVAMENTO					\$ 1.040,00	\$ -
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-\$ 50.000,00</b>	<b>\$ 76.247,05</b>	<b>\$ 75.334,29</b>	<b>\$ 73.217,76</b>	<b>\$ 73.845,85</b>	<b>\$ 90.240,70</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

## **CAPÍTULO IV**

## 4.1 EVALUACIÓN FINANCIERA.

La evaluación financiera establece y analiza los beneficios netos que obtendría principalmente el factor capital, al momento del proyecto, es decir determina el valor de la modificación que sufre el dinero o capital y el efecto que sufre la tasa de interés a través del tiempo.(Chain, 2008)

### 4.1.1 Tasa de Descuento/ Costo promedio ponderado de capital

La tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR), Costo promedio ponderado de Capital (WACC) o tasa de descuento, es aquella que se utiliza para evaluar un proyecto de inversión, permitiendo actualizar los flujos de ingresos y costos futuros del proyecto, con el fin de expresar el valor monetario de esos flujos en un periodo determinado.

La tasa de descuento sin financiamiento en el presente proyecto, se expresa a continuación. (Tabla 89)

#### Descuento con financiamiento

**Tabla 89: Costo Capital Promedio Ponderado WACC con financiamiento**

COSTO CAPITAL PROMEDIO PONDERADO (WACC)			
INVERSIONISTA= Ke	TASA DE INFLACIÓN PROMEDIO +RIESGO PAIS+ PREMIO DE RIESGO		
INVERSIONISTA= Ke	5,00%	5,65%	11,13%
INVERSIONISTA= Ke	21,8%		
<b>Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento</b>			
FINANCIAMIENTO :	% APORTACION	TMAR	PONDERACION
APORTE PROPIO	66%	21,8%	14,43%
CREDITO	34%	11,2%	3,78%
TMAR GLOBAL			18,21%
WACC	16,94%		
$WACC = Kd(1 - T) * \frac{D}{D + E} + Ke * \frac{E}{D + E}$			
Kd=	11,2%	PROMEDIO DE IMPUESTOS	
T=	33,70%		
D=	34%		
E=	66%		
Ke=	21,8%		

**Fuente:** Estudio Financiero  
Elaborado por: Los autores 2015

La tasa propuesta para flujos con financiamiento es estableció con 18.21%, no se considera el WACC sino la TMAR.

### Descuento sin Financiamiento

**Tabla 90: Costo Promedio Ponderado WACC sin financiamiento**

COSTO PROMEDIO PONDERADO (WACC)			
INVERSIONISTA= Ke	TASA DE INFLACIÓN +RIESGO PAIS+ PREMIO DE RIESGO		
INVERSIONISTA= Ke	5,00%	5,65%	11,13%
INVERSIONISTA= Ke	21,8%		
Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento			
FINANCIAMIENTO :	% APORTACION	TMAR	PONDERACION
APORTE DE ACCIONISTAS/EMPRESARIOS	100%	21,8%	22%
CREDITO	0%	0,0%	0%
TMAR GLOBAL			21,78%
WACC 21,78%			
$WACC = Kd (1 - T) * \frac{D}{D + E} + Ke * \frac{E}{D + E}$			
Kd=	0%		
T=	33,70%	PROMEDIO DE IMPUESTOS	
D=	0%		
E=	100%		
Ke=	21,78%		

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Los autores 2015

La tasa propuesta para flujos sin financiamiento es estableció con 21.78% la TMAR.

#### 4.1.2 Valor Actual Neto

El valor presente neto VPN de un proyecto de inversión no es otra cosa que su valor medido en dinero de hoy. Es el equivalente en valores actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros, que constituyen el proyecto. Representa lo que vale hoy el flujo de beneficios generados y los costos incurridos por el proyecto durante todo su horizonte.(Chain, 2008)

Para determinar el VAN del presente proyecto, se utilizó la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + \frac{FC_1}{(1+i)^1} + \frac{FC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1+i)^n}$$

Dónde:

VAN= Valor Actual Neto.

I<sub>0</sub>=Inversión Inicial.

FC=Flujo de Caja en el periodo t.

i=Tasa de Descuento.

Para efectos de evaluación por VAN se puede resumir en:

- VAN > 0 Significa que el proyecto financieramente es factible (proyecto atractivo financieramente). Donde (VP Ingresos > VP Egresos).
- VAN = 0 Significa que el proyecto financieramente es indiferente. Donde (VP Ingresos = VP Egresos).
- VAN < 0 Significa que el proyecto financieramente no es factible (proyecto no atractivo financieramente). Donde (VP Ingresos < VP Egresos).

El VAN sin financiamiento en el presente proyecto, se expresa a continuación.  
(Tabla 91)

**Tabla 91: Valor Actual Neto sin Financiamiento**

VALOR ACTUAL NETO SIN FINANCIAMIENTO						
$VAN = -I_0 + \frac{FC_1}{(1+i)^1} + \frac{FC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1+i)^n}$						
		<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
VAN=	-75.468,1	$\frac{82029,4}{(1+0,2178)^1}$	$\frac{81276,6}{(1+0,2178)^2}$	$\frac{79338,9}{(1+0,2178)^3}$	$\frac{80167,0}{(1+0,2178)^4}$	$\frac{96785,4}{(1+0,2178)^5}$
VAN=	-75.468,1	$\frac{82029,4}{1,2178}$	$\frac{81276,6}{1,48303684}$	$\frac{79338,9}{1,80604226}$	$\frac{80167,0}{2,19939827}$	$\frac{96785,4}{2,67842721}$
VAN=	-75.468,1	67.358,7	54.804,2	43.929,7	36.449,5	36.135,1
VAN=	-75.468,1	238.677,3				
VAN=	<b>163.209,1</b>					

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Los autores 2015

El VAN sin financiamiento es \$163.209,1. Por lo tanto es mayor a 0, lo cual significa que el proyecto financieramente es viable, los ingresos son mayores a los egresos.

El VAN con financiamiento en el presente proyecto, se expresa a continuación.

**Tabla 92: Valor Actual Neto con Financiamiento**

VALOR ACTUAL NETO						
$VAN = -I_0 + \frac{FC_1}{(1+i)^1} + \frac{FC_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{FC_n}{(1+i)^n}$						
		<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
VAN=	-50.000,0	$\frac{76247,1}{(1+0,1821)^1}$	$\frac{75334,3}{(1+0,1821)^2}$	$\frac{73217,8}{(1+0,1821)^3}$	$\frac{73845,9}{(1+0,1821)^4}$	$\frac{90240,7}{(1+1821)^5}$
VAN=	-50.000,0	$\frac{76247,1}{1,1821}$	$\frac{75334,3}{1,39736041}$	$\frac{73217,8}{1,65181974}$	$\frac{73845,9}{1,95261612}$	$\frac{90240,7}{2,30818751}$
VAN=	-50.000,0	64.501,4	53.911,9	44.325,5	37.818,9	39.095,9
VAN=	-50.000,0	239.653,6				
VAN=	<b>189.653,6</b>					

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

El VAN con financiamiento es \$189.653,6. Por lo tanto es mayor a 0, lo cual significa que el proyecto financieramente es viable, los ingresos son mayores a los egresos.

#### 4.1.3 Tasa Interna de Retorno

Es la tasa de descuento, actualización o equilibrio que aplicada al flujo de caja del proyecto produce un valor presente neto igual a cero. La TIR como indicador que muestra la rentabilidad del proyecto bajo el supuesto de que todos los ingresos son reinvertidos directa y automáticamente a la misma tasa.(Ortiz, 2013)

Para determinar la TIR del presente proyecto, se utilizó la siguiente fórmula:

$$TIR = TIRE_A + (TIRE_P - TIRE_A) \frac{VP_A}{VP_A - VP_P}$$

Dónde:

$TIRE_A$  = Tasa Interna de Retorno Estimada Anterior.

$TIRE_P$  = Tasa Interna de Retorno Estimada Posterior.

$VP_A$  = Valor Presente Neto Anterior.

$VP_P$  = Valor Presente Neto Posterior.

Para efectos de evaluación por TIR se puede resumir en:

- ❖  $TIR > TMAR$  Significa que el proyecto financieramente es factible.
- ❖  $TIR = TMAR$  Significa que el proyecto financieramente es indiferente.
- ❖  $TIR < TMAR$  Significa que el proyecto financieramente no es factible.

La TIR sin financiamiento en el presente proyecto, se expresa a continuación.  
(Tabla 93)

**Tabla 93: Tasa Interna de Retorno sin Financiamiento**

TASA INTERNA DE RETORNO SIN FINANCIAMIENTO					
AÑOS	FNC	FACTOR DE ACT. 20%	VAN MENOR	FACTOR DE ACT. 106%	VAN MAYOR
0	-75468,1		-75468,1		-75468,1
2013	82029,4	0,833333	68357,8	0,485437	39820,1
2014	81276,6	0,694444	56442,1	0,235649	19152,8
2015	79338,9	0,578704	45913,7	0,114393	9075,8
2016	80167,0	0,482253	38660,8	0,055530	4451,7
2017	96785,4	0,401878	38895,9	0,026957	2609,0
	105%		172802,2		-358,8
<b>TIR=</b>	20+(100-20)		$\frac{172802,2}{172802,2 - 358,8}$		
<b>TIR=</b>	20	86	$\frac{172802,2}{173161,0}$		
<b>TIR=</b>	20	85,82			
<b>TIR=</b>	<b>106 %</b>				

Fuente: Estudio Financiero  
Elaborado por: Los autores 2015

La TIR sin financiamiento es del 106%, mayor a la TMAR sin financiamiento que es del 21.78%, lo cual significa que el proyecto financieramente es factible.

La TIR con financiamiento en el presente proyecto, se expresa a continuación.  
(Tabla 94)

**Tabla 94: Tasa Interna de Retorno con Financiamiento**

<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>					
AÑOS	FNC	FACTOR DE ACT. 150%	VAN MENOR	FACTOR DE ACT. 151%	VAN MAYOR
0	-50000,0		-50000,0		-50000,0
2015	76247,1	0,400481	30535,5	0,398406	30377,3
2016	75334,3	0,160385	12082,5	0,158728	11957,6
2017	73217,8	0,064231	4702,8	0,063238	4630,2
2018	73845,9	0,025723	1899,6	0,025194	1860,5
2019	90240,7	0,010302	929,6	0,010038	905,8
	150%		150,0		-268,6
<b>TIR=</b>	149,7+(151-149,7)		$\frac{150,0}{150,0} 268,6$		
<b>TIR=</b>	149,7	1,3	$\frac{150,0}{418,6}$		
<b>TIR=</b>	149,7	0,47			
<b>TIR=</b>	<b>150 %</b>				

**Fuente:** Estudio Financiero  
**Elaborado por:** Los autores 2015

La TIR con financiamiento es del 150%, mayor a la TMAR con financiamiento que es del 18.21%, lo cual significa que el proyecto financieramente es factible.

#### 4.1.4 Relación Beneficio Costo

Este indicador consiste en la separación de los ingresos y los egresos del proyecto y la relación existente entre ellos. En este caso se suman todos los ingresos y los

egresos del proyecto para cada periodo, recalculan sus valores presentes y se calcula la razón entre ellos. (Ortiz, 2013).

Para determinar la Relación Beneficio Costo del presente proyecto, se utilizó la siguiente fórmula:

$$\text{RELACIÓN BENEFICIO COSTO} = \frac{\text{INGRESO ACTUALIZADO}}{\text{COSTO ACTUALIZADO}}$$

En conclusión, al evaluar por Relación B/C se puede determinar:

- ✓ B/C > 1,0 Significa que el proyecto financieramente es factible. Donde (VP Beneficios > VP Costos).
- ✓ B/C = 1,0 Significa que el proyecto financieramente es indiferente. Donde (VP Beneficios = VP Costos).
- ✓ B/C < 1,0 Significa que el proyecto financieramente no es factible. Donde (VP Beneficios < VP Costos).

La Relación beneficio costo en el presente proyecto, se expresa a continuación. (Tabla 95)

**Tabla 95: Cálculo de la Relación Beneficio-Costo**

RELACION BENEFICIO COSTO						
AÑOS	ACTUALIZACION COSTO TOTAL			ACTUALIZACION DE INGRESOS		
	COSTO TOTAL	FACTOR DE ACT. 18,2%	COSTO ACTUALIZADO	INGRESO TOTAL	FACTOR DE ACT. 18,2%	INGRESO ACTUALIZADO
2015	436810	0,845955	369522	512534	0,845955	433581
2016	520430	0,715640	372441	587626	0,715640	420529
2017	608901	0,605399	368629	665169	0,605399	402693
2018	650857	0,512141	333330	704516	0,512141	360811
2019	696403	0,433248	301715	717257	0,433248	310750
			<b>1745636</b>			<b>1928364</b>

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

**Tabla 96: Relación Beneficio – Costo**

<b>RELACION BENEFICIO COSTO=</b>		INGRESO ACTUALIZADO	
		COSTO ACTUALIZADO	
		1928364	
		1745636	
<b>RELACION BENEFICIO COSTO=</b>		<b>1,10</b>	

**Fuente:** Estudio Financiero  
**Elaborado por:** Los autores 2015

Como se observa, la relación beneficio costo es de \$1,10. Por tanto es mayor a 1, lo cual significa que el proyecto financieramente es factible; es decir los beneficios que se obtienen son mayores a los costos, lo cual significa que por cada dólar invertido, se obtiene una ganancia de \$0,10.

#### **4.1.5 Período de Recuperación de la Inversión (Pay Back)**

En base al cálculo del período de recuperación de la Inversión (Pay Back), se puede medir en cuánto tiempo se recuperará el total de la inversión a valor presente en años, meses y días

Para determinar el Período de Recuperación de la Inversión (Pay Back) del presente proyecto, se utilizó la siguiente fórmula:

<b>PERIODO DE RECUPERACIÓN=</b>	$\frac{\text{FLUJO NETO-INVERSIÓN}}{\text{FLUJO NETO (ÚLTIMO AÑO)}}$
---------------------------------	--

**Tabla 97: Período real de recuperación o Payback Descontado**

PERIODO REAL DE RECUPERACION O PAYBACK DESCONTADO			
AÑOS	INVERSION	FLUJO NETO DESCONTADO	FLUJO NETO DESCONTADO ACUMULADO
	50000,00		
2015		64501,4	64501,4
2016		53911,9	118413,2
2017		44325,5	162738,7
2018		37818,9	200557,7
2019		39095,9	239653,6
<b>TOTAL</b>		<b>239653,6</b>	

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

**Tabla 98: Recuperación de la Inversión**

<b>PERIODO DE RECUPERACION=</b>	$\frac{\text{FLUJO NETO}-(\text{FLUJO NETO}-\text{INVERSION})}{\text{FLUJO NETO}(\text{ULTIMO AÑO RECUPERADO})}$	
<b>PERIODO DE RECUPERACION=</b>	$\frac{64501,4-(64501,4-50000)}{64501,4}$	
<b>PERIODO DE RECUPERACION=</b>	$\frac{50000,00}{64501,4}$	
<b>PERIODO DE RECUPERACION=</b>	<b>0,78</b>	<b>AÑOS</b>
	<b>0,78 X 12</b>	<b>9,36 MESES</b>
	<b>0,36 X 30</b>	<b>10,80 DIAS</b>
<b>LA INVERSION SER RECUPERARA EN 0 AÑOS 9 MESES Y 10 DIAS</b>		

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

La inversión en el presente proyecto, se recuperará en 0 años, 9 meses y 10 días.

#### 4.1.6 Índices Financiero

Se ha considerado el análisis de algunos índices financieros:

##### 4.1.6.1 Liquidez

**Tabla 99: Índice de Liquidez**

INDICE DE LIQUIDEZ	=	ACTIVOS CORRIENTES
		PASIVOS CORRIENTES

INDICE DE LIQUIDEZ				
2016	2017	2018	2019	2020
3,88	5,85	7,88	9,73	14,28

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

Para el primer año existe una liquidez adecuada, por cada dólar de deuda se puede cancelar hasta 3.88 dólares más.

**Tabla 100: Índice de Prueba Ácida**

INDICE DE PRUEBA ACIDA	=	ACTIVOS CORRIENTES - INVENTARIOS
		PASIVOS CORRIENTES

INDICE DE PRUEBA ACIDA				
2016	2017	2018	2019	2020
2,86	4,62	6,40	8,16	12,02

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

Respecto a la prueba acida así mismo retirando los inventarios se obtiene una liquidez adecuada de 2.86 dólares más por cada dólar de deuda corriente.

#### 4.1.6.2 Actividad

**Tabla 101: Índice Rotación del Activo Total**

INDICE ROTACION ACTIVO TOTAL	=	VENTAS TOTALES
		ACTIVO TOTAL

INDICE ROTACION ACTIVO TOTAL				
2016	2017	2018	2019	2020
2,74	2,28	2,03	1,77	1,63

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Los autores 2015

En este caso para el primer año por cada dólar que se tiene en activo, se genera \$ 2.74 en ventas.

#### 4.1.6.3 Estructura Financiera

**Tabla 102: Índice de Solidez o Endeudamiento**

INDICE DE SOLIDEZ O ENDEUDAMIENTO	=	PASIVO TOTAL	X	100
		ACTIVO TOTAL		

INDICE DE SOLIDEZ O ENDEUDAMIENTO				
2016	2017	2018	2019	2020
32%	22%	15%	11%	7%

Fuente: Estudio Financiero

Elaborado por: Los autores 2015

El 32% de la deuda representa el 100% de activos es decir el 32% de los activos fueron adquiridos con deuda.

**Tabla 103: Índice Pasivo/Patrimonio**

INDICE PASIVO/PATRIMONIO	=	PASIVO A LARGO PLAZO
		PATRIMONIO

INDICE PASIVO/PATRIMONIO				
2016	2017	2018	2019	2020
48%	27%	18%	13%	7%

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

El 48% del financiamiento de la empresa está determinado por deuda.

**Tabla 104: Índice de Apalancamiento**

APALANCAMIENTO	=	ACTIVO TOTAL
		PATRIMONIO

APALANCAMIENTO				
2016	2017	2018	2019	2020
1,48	1,27	1,18	1,13	1,07

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

Este índice nos indica que el activo cubre hasta 148% del valor invertido por los dueños de la empresa como patrimonio.

#### 4.1.6.4 Rentabilidad

**Tabla 105: Rentabilidad**

MARGEN NETO DE VENTAS	=	UTILIDAD NETA
		VENTAS

MARGEN NETO DE VENTAS				
2016	2017	2018	2019	2020
13,44%	11,65%	10,08%	9,63%	7,23%

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

El margen de rentabilidad representa el 13,44% sobre las ventas.

**Tabla 106: ROA (Returns On Assets) Retorno sobre los activos.**

ROA	=	UTILIDAD NETA
		ACTIVOS TOTALES

ROA				
2016	2017	2018	2019	2020
37%	27%	21%	17%	12%

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

Los activos totales han generado 37% de la utilidad para el primer año.

**Tabla 107: ROE (Returns On Equity) Retorno Sobre el Capital Propio.**

ROE	=	UTILIDAD NETA
		PATRIMONIO

ROE				
2016	2017	2018	2019	2020
54,44%	33,80%	24,20%	19,25%	12,64%

**Fuente:** Estudio Financiero

**Elaborado por:** Los autores 2015

El patrimonio ha generado 54.44% de las utilidades de la empresa o podemos decir que por cada dólar invertido 0.54 centavos ha generado la inversión.

## **4.2 EVALUACIÓN SOCIAL**

Considerando la aplicación de este proyecto, llevará al desarrollo y crecimiento sostenible de la zona de influencia así como y crecimiento económico, social de los productores de cebolla, del cantón Cayambe. Al haberse determinado la potencialidad y viabilidad el proyecto se puede hablar que genera externalidades propias de la parte social, incremento de fuentes trabajo al generar la empresa, así como nivel de consumo, es un producto netamente básico para el consumo del sector.

También desde el punto de vista comercial el dotar de fuentes de distribución para las tiendas, supermercados, entre otros genera un manejo más adecuado y así mismo genera ingresos a los distribuidores que manejarán un margen adecuado de rentabilidad al ofrecer el producto.

### 4.3 EVALUACIÓN AMBIENTAL

Constituye un análisis detallado de las huellas, así como de los aspectos positivos y negativos que el proyecto generará en diferentes áreas o ámbitos. El propósito de la evaluación ambiental en el presente proyecto, es identificar las maneras que permitan mejorar, minimizar o compensar los impactos adversos coadyuvados por un análisis y diagnóstico ambiental del entorno en el cual se desenvolverá la empresa.

#### 4.3.1 Matriz para Medir Impactos Positivos e Impactos Negativos

##### 4.3.1.1 Matriz de Leopold

A continuación se presenta la Matriz de Leopold que permitirá medir los impactos positivos y negativos del presente proyecto de factibilidad para la creación de la empresa VALLE VERDE S.A. (Tabla 108)

**Tabla 108: Matriz de Leopold**

FACTORES		IMPACTOS	
Bióticos	Abióticos	Positivos	Negativos
Flora		Los desperdicios generados pueden ser utilizados como abono para las plantas así como para la misma producción de cebolla	
Fauna		La zona donde se establece el proyecto	
	Aire		El olor de la cebolla por ser fuerte puede afectar pero en ningún momento con grado alto de contaminación más bien de desinfección por sus propiedades
	Agua		Del proceso de lavado de la cebolla los desechos de agua se tratarán con el menor utilización de la misma en tinas y esa agua se elimina adecuadamente
	Desechos	Se propone a entregar a los productores enseñándoles a hacer compostos de cebolla	Las costezas de la cebolla y algunas partes como las hojas se recogen en tachos especiales

**Fuente:** Estudio Entorno

**Elaborado por:** Los autores 201

#### ***4.3.1.2 Aplicación de Alternativas para Disminuir el Impacto Ambiental***

Para la aplicación de estas alternativas, se contará con la ayuda y colaboración de todos los miembros de la organización, con el fin de aportar con ideas y soluciones planteadas desde una conciencia ecológica.

- ❖ **Producto 100% Natural:** Dentro de los impactos positivos, la empresa mantiene una armonía con el medio ambiente, se obtendrá un producto final 100% natural, al no contener colorantes ni saborizantes.
- ❖ **Inteligente Eliminación de Desechos:** La empresa venderá los desechos originados durante el proceso de la cebolla a los proveedores de la materia prima, lo cual servirá como abono en los sembríos, de manera que se ayuda al ecosistema y automáticamente se transmite conciencia ecológica del reciclaje.
- ❖ **Control de Emisiones al Aire:** Se controlará los olores desagradables, mediante un adecuado manejo de la materia prima y una apropiada disposición final de los residuos sólidos.
- ❖ **Tratamiento de Aguas Residuales:** Con relación a los desechos líquidos, estos pueden disminuir mediante cambios en las diferentes etapas del proceso productivo, por ejemplo si la materia prima se lava durante la cosecha, antes de ser transportada por parte de los proveedores hacia la empresa, el uso de agua en la planta se podrá reducir en un 10%. Se podrá reducir el volumen de aguas residuales mediante el uso limitado del agua de la limpieza; donde el agua de la operación de enfriamiento puede ser recirculada durante cierto tiempo.

#### ***4.3.1.3 Aplicación de la Guía de Buenas Prácticas Ambientales***

Las actividades enfocadas a la producción de cebolla deshidratada, están encaminadas hacia el uso racional de los recursos, como la materia prima, insumos y energía utilizada en cada proceso, el uso de materiales de producción y

limpieza, medidas para reducir el riesgo de accidentes, el mejoramiento de los procesos productivos, promoviendo de esta manera una producción más limpia, y fortaleciendo una conservación y mejora del medio ambiente.

Con el fin de aplicar las buenas prácticas ambientales, se contará con personal capacitado para separar los residuos orgánicos de los inorgánicos logrando una óptima y adecuada clasificación de la materia prima y auxiliares. Además se contará con personal capacitado en el manejo adecuado de las máquinas y el uso racional de los recursos, con el fin de coadyuvar a la conservación y mejora de un medio ambiente cada vez más sano, teniendo como prioridad el bienestar de los clientes, empleados y comunidad en general.

En lo referente a la seguridad y salud en el trabajo, el personal encargado de la producción contará con uniformes y equipos de protección como guantes, mascarillas, gorras, botas adecuadas y demás materiales para realizar su trabajo en óptimas condiciones.

En cuanto al producto, el personal estará capacitado para mantener una limpieza e higiene constante antes, durante y después del proceso de producción, obteniendo así un producto 100% natural y en óptimas condiciones de consumo, con lo cual se conseguirá clientes 100% satisfechos y fieles seguido por una buena imagen empresarial.

## 5 CONCLUSIONES

- En Razón al estudio de mercado se levantó información mediante una investigación de técnica que determinó el mercado objetivo real permitiendo establecer la demanda insatisfecha, de esta manera se pudo medir acertadamente las variables más relevantes que presentan los consumidores con respecto al producto ofrecido y el ingreso de este al mercado , insumo importante para el estudio técnico.
- En el aspecto técnico se consideró algunas variables como mercado, mano de obra y producto, se estableció una demanda cautiva misma que fue base para determinar el tamaño y capacidad del proyecto, localización, entre otros, considerando los requerimientos de propiedad planta y equipo, activos diferidos, aspectos legales y procesos involucrados que permitieron encontrar información clave insumos para la viabilidad financiera. Estos resultados arrojaron una viabilidad técnica y apropiada para este proyecto.
- Respecto al control ambiental el seguimiento adecuado de los procesos así como su tecnificación y control basados en un levantamiento de la Matriz de Leopold como fuente de análisis que dieron valores relevantes y muy confiables del impacto bajo, que presenta esta propuesta y así obtener costos de mitigación que se propuso.
- En compendio de los datos del estudio de factibilidad levantado se consolidaron esta información en datos cuantitativos tanto de costos como valores de inversión de capital de trabajo, de propiedad planta y equipo que ofreció resultados importantes con los que se elaboraron estados financiero proforma y flujos netos de caja para así evaluar las bondades financieras del proyecto como el VAN, TIR, Beneficio Costo entre otros arrojando una viabilidad financiera adecuada con estos medidores, lo que indica que es prudente ejecutar el mismo.

## 6 RECOMENDACIONES

- Considerando el estudio de mercado y los datos arrojados en el la producción de la cebolla larga deshidratada debe realizarse de forma industrial, conservando su estado natural sin químicos, para cumplir con las necesidades y requerimientos del mercado objetivo.
- La empresa “VALLE VERDE”, debe iniciar su desarrollo de forma independiente, pero una vez estabilizado el proceso productivo y cubierto la demanda insatisfecha, debe buscar expandir su mercado a nivel provincial y nacional, por ser un producto con grandes posibilidades de aceptación en el mercado por cuanto el tamaño y la capacidad instalada que se estableció en este proyecto puede cubrir nuevos productos utilizando la misma infraestructura.
- Se debe impartir una cultura tanto interna como externa sobre la responsabilidad social de la empresa con sus agentes económicos, como es un producto natural con tratamientos simples y sin químicos demostrar a la comunidad que se puede generar nuevas alternativas sin necesidad de ocasionar un impacto agresivo al ambiente y a los proveedores del producto capacitar con charlas de sostenibilidad ambiental.
- Al tener una rentabilidad aceptable del presente proyecto, es posible considerar una ampliación del mismo, pudiendo realizar un aumento en su línea de producción a otros tipos de Deshidratados como: Frutas, Plantas Medicinales, considerando datos siempre de una sustentabilidad financiera y crecimiento empresarial no solo en beneficios sino en valor de la empresa.

## 7 BIBLIOGRAFÍA

- Agropecuarios. (14 de Abril de 2012). *Agropecuarios. Net*. Recuperado el 23 de 01 de 2014, de <http://agropecuarios.net/cultivo-de-cebolla-en-rama.html>
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos. 6ª Edición*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Bernal, C. A. (2011). *Metodología de la Investigación para Administración y Economía*. Bogota: Prentice Hall.
- Cayambe, G. A. (2012). *Pla de Desarrollo Territorial*. Cayambe : GADC.
- Centro de Abastos Bucaramanga S.A. (01 de 04 de 2013). *Campañas centro de Abastos*. Recuperado el 01 de marzo de 2014, de <http://www.centroabastos.com/v2/detallecampana2.php?id=1&seccion=16&subseccion=&idseccion=4>
- Chain, N. S. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*. Santiago Chile: Mc Graw Hill.
- Corporación Colombiana de Investigación Agropecuaria CORPEISA. (2004). *La cebolla de rama (Allium Fistulosum) y su cultivo*. Bogota: Produmedios.
- Dávila, C. (2007). *Derecho Societario*.
- Gandolfo, J. (2007). Los seis pasos del planteamiento estratégico.
- Gobierno Autonomo Descentralizado Intercultural y Pluricultural del Municipio de Cayambe GADIP Cayambe. (17 de Febrero de 2015). *GADIP Cayambe*. Recuperado el 13 de Abril de 2014, de <http://www.municipiocayambe.gob.ec/index.php/es/ciudad/categoria/ubicacion-geografica>

- Herrscher, E. (2002). *Introducción de la Administración de Empresas*. Uruguay: Granica .
- INEC. (25 de Enero de 2010). *Ecuador en cifras*. Recuperado el 22 de 02 de 2015, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Klothler, & Armstrong. (2008). *Fundamentos De Marketing, 8va. Edición*. Pearson Prentice Hall .
- Koontz, H. (2006 ). *Administración*. McGraw Hill.
- Meneses, E. (2004). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Quito: Qualityprint Cia.Ltda.
- Muñiz, R. (2009). *Marketing en el siglo XXI*.
- Ortiz, R. (2013). *Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de pulpa de pitahaya*. Quito: UPS.
- Patricio, B., & Mario, F. (2002 ). *199 Preguntas sobre marketing y publicidad*. Bogotá: Grupo Editorial Norma .
- SNI. (2014). *Sistema Nacional de Información*. Recuperado el 18 de 03 de 2015, de <http://sni.gob.ec/proyecciones-y-estudios-demograficos>
- Staton, W. (2000). *Fundamentos de Marketing*. México: Mc Graw Hill.
- Universidad Politécnica Salesiana. (enero de 2011). *Determinación del mercado Objetivo y demanda insatisfecha cuando no se dispone de estadísticas*. *Retos*(1), 41-52. Recuperado el 18 de Marzo de 2015
- Zambrano, A. M. (2014). *Matemática Financiero*. Bogota: AlfaOmega.

## 8 ANEXOS

### ANEXO No. 1. Encuesta Piloto



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS GESTIÓN  
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA  
ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL  
CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL  
ENCUESTA

**Objetivo:** Establecer mediante la Encuesta Piloto, la factibilidad para la creación de una empresa procesadora de cebolla larga deshidratada en el cantón Cayambe, Provincia de Pichincha.

Agradecemos la mayor honestidad posible al momento de responder las preguntas.

Gracias por su colaboración

### PREGUNTAS

**Marque con una X la respuesta correcta**

1.- ¿Consume Cebolla Larga?

SI ( ) NO ( )

Si su respuesta fue "NO" diga porque \_\_\_\_\_

2.- Si consume cebolla Larga está satisfecho con ella.

SI ( ) NO ( )

Porque \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

3.- Si está satisfecho ¿se cambiaría por un mejor producto? Que no se dañe, que no tenga mucho picor. (CEBOLLA LARGA DESHIDRATADA).

SI ( ) NO ( )

4.- Si no está satisfecho ¿se cambiaría por un mejor Producto? (CEBOLLA LARGA DESHIDRATADA).

SI ( ) NO ( )

5.- Si no consume ¿adquiriría un producto de calidad que satisfaga su necesidad?  
(CEBOLLA LARGA DESHIDRATADA).

SI ( ) NO ( )

6.- ¿Qué cantidad de cebolla larga Consume a la semana?

Atados \_\_\_\_\_

7.- Cuantos Miembros de su Familia son: \_\_\_\_\_

## ANEXO No. 2. Encuesta General



ENCUESTA GENERAL  
UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Objetivo:** Determinar la aceptación que tendrá cebolla larga deshidratada en el mercado cayambeño, así como también las preferencias de los potenciales consumidores, los precios que estarían dispuestos a pagar por el producto, presentación, cantidad.

Agradecemos la mayor honestidad posible al momento de responder las preguntas.

Gracias por su colaboración.

### PREGUNTAS:

Género

1.- Masculino  Femenino

2.- Sector donde vive: Norte  Centro  Sur

3.- Edad:

Entre 18 a 30 años	<input type="checkbox"/>
Entre 31 a 40 años	<input type="checkbox"/>
Entre 41 a 50 años	<input type="checkbox"/>
Entre 51 a 60 años	<input type="checkbox"/>
Más de 60 años	<input type="checkbox"/>

4.- Por favor seleccione dentro de qué rango de nivel de ingreso mensual se encuentra usted:

Menor a \$354	
Entre \$354 a \$600	
Entre \$601 a \$1000	
Entre \$1001 a \$1500	
Entre \$1501 a \$2000	
Mayor a \$2000	

5.- Al momento de preparar los alimentos usted utiliza Cebolla Larga:

- a) SI ( )  
 b) NO ( )

6.- Indique cuál es el lugar en donde Ud. prefiere adquirir la Cebolla Larga que consume:

LUGAR DE COMPRA	TOTAL
Mercados	
Ferias	
Supermercados	
Productores	
Tiendas	
Otros ( Especifique)	

Especifique

7.- ¿Qué cantidad de cebolla larga consume semanalmente?

Cantidad	
Atado ( 1000 gr)	
Medio Atado (500gr)	
Cuarto atado (250gr)	
Por tallitos	
Otras	

Especifique-----

8.- ¿Con qué frecuencia adquiere Ud. Atado de cebolla larga?

FRECUENCIA DE COMPRA	TOTAL
Diariamente	
Semanalmente	
Quincenalmente	
Mensualmente	

9.- Le gustaría adquirir cebolla larga deshidratada que dure más, que no irrite los ojos, que esta picada y tenga mayor duración sin preservantes.

- a) SI ( )  
 b) NO ( )

10.- ¿Cuáles son los aspectos que le llamaría más la atención al momento de adquirir la Cebolla larga deshidratada? Siendo 7 el de mayor preferencia y 1 el de menor preferencia.

RAZONES DE COMPRA	TOTAL
Calidad	
Presentación y Empaque	
Marca	
Precio	
Sabor 100% Natural	
Información Nutricional	
Ahorro De Tiempo y Fácil Preparación	

11.- Qué precio estaría Ud. Dispuesto a pagar por la cebolla deshidratada en la presentación de 1kg (1000 gr)?

Entre \$1.80-\$2.60		Entre \$2.61-\$ 3.00		Mayor a \$ 3.00	
---------------------	--	----------------------	--	-----------------	--

**12.- ¿Porqué medio le interesaría conocer cuando este a la venta este producto?**  
Siendo 7 el de mayor preferencia y 1 el de menor preferencia.

PUBLICIDAD	TOTAL
Radio	
Poster	
Perifoneo	
Volantes	
Internet	

**Gracias por su Colaboración.**

### ANEXO No. 3. Evidencias de Salarios y Presupuestos.

Salarios Mano de Obra Directa								
Año: 2016								
(cifras en dólares)								
CARGO	SUELDO BÁSICO	BENEFICIOS					Total Beneficios	Total sueldo más beneficios
		13ro	14to	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal		
Operario 1	400	33,33	29,50	0,00	0,00	48,60	111,43	511,43
Operario 2	400	33,33	29,50	0,00	0,00	48,60	111,43	511,43
<b>MENSUAL</b>	800	66,67	59,00	0,00	0,00	97,20	222,87	1022,87
<b>Año: 2016</b>	9600,00	800,00	708,00	0,00	0,00	1166,40	2674,40	12274,40

Presupuestode Mano de Obra Directa									
AÑOS	% INCREMENTO	SUELDO BÁSICO	BENEFICIOS					Total Beneficios	Total sueldo más beneficios
			13ro	14to	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal		
2016	10%	9600,00	800,00	708,00	0,00	0,00	1166,40	2674,40	12274,40
2017	10%	10560,00	880,00	778,80	440,00	880,00	1283,04	4261,84	14821,84
2018	10%	11616,00	968,00	856,68	484,00	968,00	1411,34	4688,02	16304,02
2019	10%	12777,60	1064,80	942,35	532,40	1064,80	1552,48	5156,83	17934,43
2020	10%	14055,36	1171,28	1036,58	585,64	1171,28	1707,73	5672,51	19727,87

INCREMENTO PROMEDIO DEL 10%

Salarios Mano de Obra Indirecta								
Año: 2016								
(cifras en dólares)								
CARGO	SUELDO BÁSICO	BENEFICIOS					Total Beneficios	Total sueldo más beneficios
		13ro	14to	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal		
Supervisor/Bodeguero	500	41,67	29,50	0	0,00	60,75	131,92	631,92
<b>MENSUAL</b>	500	41,67	29,50	0,00	0,00	60,75	131,92	631,92
<b>Año: 2016</b>	6000,00	500,00	354,00	0,00	0,00	729,00	1583,00	7583,00

Presupuestode Mano de Obra Indirecta									
AÑOS	% INCREMENTO	SUELDO BÁSICO	BENEFICIOS					Total Beneficios	Total sueldo más beneficios
			13ro	14to	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal		
2016	10%	6000,00	500,00	354,00	0,00	0,00	729,00	1583,00	7583,00
2017	10%	6600,00	550,00	389,40	275,00	550,00	801,90	2566,30	9166,30
2018	10%	7260,00	605,00	428,34	302,50	605,00	882,09	2822,93	10082,93
2019	10%	7986,00	665,50	471,17	332,75	665,50	970,30	3105,22	11091,22
2020	10%	8784,60	732,05	518,29	366,03	732,05	1067,33	3415,75	12200,35

INCREMENTO PROMEDIO DEL 10%

Sueldos Gerente/Administrador								
Año: 2016								
(cifras en dólares)								
CARGO	SUELDO BÁSICO	BENEFICIOS					Total Beneficios	Total sueldo más beneficios
		13ro	14to	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal		
Administrador	900	75,00	29,50	0,00	0,00	109,35	213,85	1113,85
Asistente Administrativo	500	41,67	29,50	0,00	0,00	60,75	131,92	631,92
<b>MENSUAL</b>	1400	116,67	59	0,00	0,00	170,10	345,77	1745,77
<b>Año: 2016</b>	16800,00	1400	708	0,00	0,00	2041,20	4149,20	20949,20

Presupuesto de Sueldos Administrador/Asistente									
AÑOS	% INCREMENTO	SUELDO BÁSICO	BENEFICIOS					Total Beneficios	más beneficios
			13ro	14to	Vacaciones	reserva	patronal		
2016	10%	16800,00	1400,00	708,00	0,00	0,00	2041,20	4149,20	20949,20
2017	10%	18480,00	1540,00	778,80	770,00	1540,00	2245,32	6874,12	25354,12
2018	10%	20328,00	1694,00	856,68	847,00	1694,00	2469,85	7561,53	27889,53
2019	10%	22360,80	1863,40	942,35	931,70	1863,40	2716,84	8317,69	30678,49
2020	10%	24596,88	2049,74	1036,58	1024,87	2049,74	2988,52	9149,45	33746,33

Honorarios Contador								
Año: 2016								
(cifras en dólares)								
CARGO	SUELDO BÁSICO	BENEFICIOS					Total Beneficios	Total sueldo más beneficios
		13ro	14to	Vacaciones	Fondo de reserva	Aporte patronal		
Honorarios Contador	450						0,00	450,00
MENSUAL	450	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	450,00
<b>Año: 2016</b>	5400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	5400,00

Presupuesto de Honorarios Contador			
AÑOS	% INCREMENTO	Sueldo	Total sueldo más beneficios
2016	10%	5400,00	<b>5400,00</b>
2017	10%	5940,00	<b>5940,00</b>
2018	10%	6534,00	<b>6534,00</b>
2019	10%	7187,40	<b>7187,40</b>
2020	10%	7906,14	<b>7906,14</b>

PRESUPUESTO DE INGRESOS OPERATIVOS ANUALES																	
EN DÓLARES																	
AÑO		2016			2017			2018			2019			2020			
PRODUCTO	ESCENARIO	PRECIO UNITARIO	VENTAS	DOLARES													
CEBOLLA DESHIDRATADA	ESC.NORMAL	2,50	C/AÑO	193253	483133	2,50	221820	554550	2,50	251367	628418	2,60	256267	666295	2,60	261167	679035

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO							
	Monto Credito	25468,12					
	Tasa Efectiva	11,20%	anual				
	Tasa Interés	0,9333%	mensual				A
	Plazo	5 años					
	Príodos	12 meses					
	Cuotas	60 meses					
Periodo	Periodo	Cuotas	Interés	Capital	Saldo	INTERES	CAPITAL
AÑO	Mes	USD \$	Sobre Saldo	USD \$	USD \$	ANUAL	ANUAL
	0				\$ 25.468,12		
<b>AÑO 1</b>	1	\$ 556,28	\$ 237,70	\$ 318,58	\$ 25.149,54		
	2	\$ 556,28	\$ 234,73	\$ 321,55	\$ 24.827,99		
	3	\$ 556,28	\$ 231,73	\$ 324,55	\$ 24.503,43		
	4	\$ 556,28	\$ 228,70	\$ 327,58	\$ 24.175,85		
	5	\$ 556,28	\$ 225,64	\$ 330,64	\$ 23.845,21		
	6	\$ 556,28	\$ 222,56	\$ 333,73	\$ 23.511,48		
	7	\$ 556,28	\$ 219,44	\$ 336,84	\$ 23.174,64		
	8	\$ 556,28	\$ 216,30	\$ 339,99	\$ 22.834,65		
	9	\$ 556,28	\$ 213,12	\$ 343,16	\$ 22.491,50		
	10	\$ 556,28	\$ 209,92	\$ 346,36	\$ 22.145,13		
	11	\$ 556,28	\$ 206,69	\$ 349,59	\$ 21.795,54		
	12	\$ 556,28	\$ 203,43	\$ 352,86	\$ 21.442,68	<b>\$ 2.649,95</b>	<b>\$ 4.025,44</b>
<b>AÑO 2</b>	13	\$ 556,28	\$ 200,13	\$ 356,15	\$ 21.086,53		
	14	\$ 556,28	\$ 196,81	\$ 359,47	\$ 20.727,06		
	15	\$ 556,28	\$ 193,45	\$ 362,83	\$ 20.364,23		
	16	\$ 556,28	\$ 190,07	\$ 366,22	\$ 19.998,01		
	17	\$ 556,28	\$ 186,65	\$ 369,63	\$ 19.628,38		
	18	\$ 556,28	\$ 183,20	\$ 373,08	\$ 19.255,29		
	19	\$ 556,28	\$ 179,72	\$ 376,57	\$ 18.878,73		
	20	\$ 556,28	\$ 176,20	\$ 380,08	\$ 18.498,65		
	21	\$ 556,28	\$ 172,65	\$ 383,63	\$ 18.115,02		
	22	\$ 556,28	\$ 169,07	\$ 387,21	\$ 17.727,81		
	23	\$ 556,28	\$ 165,46	\$ 390,82	\$ 17.336,99		
	24	\$ 556,28	\$ 161,81	\$ 394,47	\$ 16.942,52	<b>\$ 2.175,22</b>	<b>\$ 4.500,17</b>
<b>AÑO 3</b>	25	\$ 556,28	\$ 158,13	\$ 398,15	\$ 16.544,36		
	26	\$ 556,28	\$ 154,41	\$ 401,87	\$ 16.142,50		
	27	\$ 556,28	\$ 150,66	\$ 405,62	\$ 15.736,88		
	28	\$ 556,28	\$ 146,88	\$ 409,40	\$ 15.327,47		
	29	\$ 556,28	\$ 143,06	\$ 413,23	\$ 14.914,25		
	30	\$ 556,28	\$ 139,20	\$ 417,08	\$ 14.497,16		
	31	\$ 556,28	\$ 135,31	\$ 420,98	\$ 14.076,19		
	32	\$ 556,28	\$ 131,38	\$ 424,90	\$ 13.651,28		
	33	\$ 556,28	\$ 127,41	\$ 428,87	\$ 13.222,41		
	34	\$ 556,28	\$ 123,41	\$ 432,87	\$ 12.789,54		
	35	\$ 556,28	\$ 119,37	\$ 436,91	\$ 12.352,63		
	36	\$ 556,28	\$ 115,29	\$ 440,99	\$ 11.911,64	<b>\$ 1.644,51</b>	<b>\$ 5.030,88</b>
<b>AÑO 4</b>	37	\$ 556,28	\$ 111,18	\$ 445,11	\$ 11.466,53		
	38	\$ 556,28	\$ 107,02	\$ 449,26	\$ 11.017,27		
	39	\$ 556,28	\$ 102,83	\$ 453,45	\$ 10.563,81		
	40	\$ 556,28	\$ 98,60	\$ 457,69	\$ 10.106,13		
	41	\$ 556,28	\$ 94,32	\$ 461,96	\$ 9.644,17		
	42	\$ 556,28	\$ 90,01	\$ 466,27	\$ 9.177,90		
	43	\$ 556,28	\$ 85,66	\$ 470,62	\$ 8.707,28		
	44	\$ 556,28	\$ 81,27	\$ 475,01	\$ 8.232,26		
	45	\$ 556,28	\$ 76,83	\$ 479,45	\$ 7.752,81		
	46	\$ 556,28	\$ 72,36	\$ 483,92	\$ 7.268,89		
	47	\$ 556,28	\$ 67,84	\$ 488,44	\$ 6.780,45		
	48	\$ 556,28	\$ 63,28	\$ 493,00	\$ 6.287,45	<b>\$ 1.051,21</b>	<b>\$ 5.624,18</b>
<b>AÑO 5</b>	49	\$ 556,28	\$ 58,68	\$ 497,60	\$ 5.789,85		
	50	\$ 556,28	\$ 54,04	\$ 502,24	\$ 5.287,61		
	51	\$ 556,28	\$ 49,35	\$ 506,93	\$ 4.780,68		
	52	\$ 556,28	\$ 44,62	\$ 511,66	\$ 4.269,02		
	53	\$ 556,28	\$ 39,84	\$ 516,44	\$ 3.752,58		
	54	\$ 556,28	\$ 35,02	\$ 521,26	\$ 3.231,32		
	55	\$ 556,28	\$ 30,16	\$ 526,12	\$ 2.705,20		
	56	\$ 556,28	\$ 25,25	\$ 531,03	\$ 2.174,16		
	57	\$ 556,28	\$ 20,29	\$ 535,99	\$ 1.638,17		
	58	\$ 556,28	\$ 15,29	\$ 540,99	\$ 1.097,18		
	59	\$ 556,28	\$ 10,24	\$ 546,04	\$ 551,14		
	60	\$ 556,28	\$ 5,14	\$ 551,14	\$ 0,00	<b>\$ 387,93</b>	<b>\$ 6.287,45</b>
<b>PAGO AL FINAL DEL CREDITO</b>		<b>\$ 33.376,94</b>	<b>\$ 7.908,82</b>	<b>\$ 25.468,12</b>		<b>\$ 7.908,82</b>	<b>\$ 25.468,12</b>

### URKUND

Document [Tesis Final Defensa.docx \(D15019139\)](#)  
Submitted 2015-08-06 09:15 (-05:00)  
Submitted by [samy\\_sm\\_2011@hotmail.com](mailto:samy_sm_2011@hotmail.com)  
Receiver [ngarcia.ueb@analysis.urkund.com](mailto:ngarcia.ueb@analysis.urkund.com)  
Message [Alumnos de Cayambe Show full message](#)

7% of this approx. 50 pages long document consists of text present in 17 sources.

#### List of sources

- <http://www.salud.gob.ec/tag/arcsa/>
- [http://retos.upd.edu.ec/documents/1999140/20251837VA\\_Izquierdo.pdf](http://retos.upd.edu.ec/documents/1999140/20251837VA_Izquierdo.pdf)
- <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123-56789/10553/1/D-42202.pdf>
- <http://www.slideshare.net/julioibuenos/proyecto-21468860>
- [http://www.bomberosquito.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=5.permisos-de-f...](http://www.bomberosquito.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=5.permisos-de-f...)
- <http://www.multitrabalos.com/empleos/contador-general-empresa-premium-1002173610.html>
- <https://pe.linkedin.com/pub/wilmar-alexander-cuay/7315ad254>
- <http://irpnet.com.ar/tecnicademinvestigacion.htm>

External source: <http://irpnet.com.ar/tecnicademinvestigacion.htm> 47%

La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia a sido lograda mediante la observación.

47% Active

la observación constituye un elemento fundamental, en el cual se apoya el investigador durante todo el proceso investigativo, y gracias a que en gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación.

es esencial poner en práctica esta valiosa técnica, la cual servirá de gran ayuda para la recolección de la información, en lo que se refiere a la cebolla larga, así como también la competencia referente a la misma si existiera dentro del plus que se quiere ofrecerle, los precios que estos imponen, así como también los gustos y preferencias que demanda el cliente, entre otras, apoyando de esta manera para incrementar el mejor conocimiento del mercado objetivo, el cual se hace necesario e imprescindible para continuar con el desarrollo de este.

Encuestas Esta técnica de investigación, ayuda a obtener datos que son de relevante interés e importancia, para el desarrollo del presente proyecto, en lo que respecta a los datos obtenidos referente a los opiniones y actitudes demostradas por parte de varios consumidores del producto, los mismos que vendrán a ser los potenciales clientes. Estas encuestas estarán dirigidas a los potenciales consumidores, empleando un cuestionario, el cual permitirá contar con un método ordenado y estructurado para la posterior recopilación de datos; de esta manera poder determinar sus gustos, preferencias, atributos que buscan en el producto, y consecuentemente poder definir el precio del producto.

Entrevistas Se recurrió a esta técnica de investigación, la misma

que consiste en un dialogo entre dos personas: el entrevistador "investigador" y el entrevistado; con el fin de obtener datos e información más detallada por parte de éste, el cual tiene alguna relación con el problema de investigación. Por lo tanto, se realizaron entrevistas a empresarios enrolados en el sector de producción y comercialización de cebolla deshidratada, especialistas en agroindustria y tratamiento de alimentos, entre otros.

Universo y Muestra El cantón Cayambe, posee una población total al año 2010 de 85-795 habitantes (INEC, 2010), de los cuales viven en las áreas: urbana 39.028, y en la rural 46.767 habitantes entre hombres y mujeres (Censo 2010).