

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE CUENCA.

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS.

TESIS PREVIA A LA OBTENCION
DEL TITULO DE INGENIERO COMERCIAL.

TEMA:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA
DEDICADA A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE
MERMELADAS VEGETALES PARA LA CIUDAD DE CUENCA”

AUTORES:

SEGARRA CAJILIMA JUAN CARLOS.
VEGA PULLA PAOLA JACKELINE.

DIRECTOR:

ING. VICENTE LEONCIO MEJÍA MEJÍA

CUENCA - ECUADOR

2015

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El proyecto de grado que presentamos, es basado en el proceso de investigación e interpretado por los autores. Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones y recomendaciones del presente proyecto son de exclusiva responsabilidad de los autores.

A través de la presente declaración cedemos los derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo a la Universidad Politécnica Salesiana según lo establecido por la Ley de propiedad intelectual, por su reglamento y la normativa institucional vigente.

Cuenca, Febrero 13 del 2015.



Segarra Cajilima Juan Carlos.

AUTOR.



Vega Pulla Paola Jackeline.

AUTORA.

CERTIFICADO

Ingeniero, docente de la Universidad Politécnica Salesiana y DIRECTOR de tesis,

CERTIFICA

Que la presente tesis intitulada: “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE MERMELADAS VEGETALES PARA LA CIUDAD DE CUENCA”, ha sido orientada, dirigida y revisada de forma prolija, la misma que cumple con los requisitos para su presentación según la Universidad Politécnica Salesiana.

Por lo tanto autorizo la presentación a los organismos pertinentes para la sustentación y defensa de la misma.

Cuenca, Febrero 13 de 2015.



Ing. Vicente Leoncio Mejía Mejía
DIRECTOR DE TESIS

DEDICATORIA

Este proyecto de tesis va dedicado principalmente a Dios por haberme dado la vida y permitir llegar hasta donde estoy y culminar una parte de mi vida profesional.

A mis padres Román y Ana por ser el pilar fundamental por orientarme por el buen camino con sus consejos, ejemplos durante mi vida estudiantil por estar incondicionalmente apoyándome en cada paso que doy.

A mis hermanos Paul y Anabel que me supieron comprender y brindar su apoyo en todo momento. A toda mi familia que siempre confió en mí y de una u otra manera me brindaron su apoyo para que sigan luchando por una de mis metas.

A todos mis amigos que tuve la dicha de conocerles en mi vida estudiantil, que siempre estuvieron incentivando que no existen derrotas si no has luchado en una guerra.

Paola Jackeline Vega Pulla

DEDICATORIA

La presente tesis le dedico a Dios por bendecirme con una excelente familia, y a mis queridos Padres Miguel y Bertha, a mi Hermano Diego que siempre han sido el impulso para cubrir todas mis metas planteadas, siempre contando con su apoyo incondicional cuando sentía que ya no podía más, siendo lo más importante en mi vida en cada paso que realizado para conseguir mis logros

Juan Carlos Segarra Cajilima

AGRADECIMIENTO

Agradecemos de manera muy especial a nuestro Director de tesis el Ing. Vicente Mejía, quien nos ha sabido guiar, orientar con sus conocimientos en el presente desarrollo del proyecto, para así poder culminar con un trabajo exitoso donde pusimos todo nuestro empeño y conocimientos aprendidos durante nuestra vida estudiantil.

Gracias

INDICE DE CONTENIDOS

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD	II
CERTIFICADO	III
DEDICATORIA	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
INDICE DE CONTENIDOS	VII
INDICE DE CUADROS.....	X
INDICE DE IMAGENES	X
INDICE DE TABLAS	XI
INDICE DE GRAFICOS	XII
INDICE DE FIGURAS.....	XII
RESUMEN EJECUTIVO	XIV
ABSTRACT.....	XVI
INTRODUCCION	XVIII
CAPÍTULO 1.....	1
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	1
1.1 Estudio de factibilidad.	1
1.1.1 Proyecto.	1
1.2 Objetivos del estudio de factibilidad.....	4
1.3 Tipos de estudios de factibilidad.....	5
1.3.1Estudio de mercado.....	5
1.3.2Estudio técnico.....	5
1.3.3Estudio financiero	6
1.3.4Responsabilidad ambiental	6
1.4 Comercialización	7
1.4.1 Concepto	7
1.4.1.1Oferta	7
1.4.1.2Demanda	8
1.5 Producción	8
1.5.1 Concepto	8
1.5.2 Tipos de producción.....	8
1.6 Vegetales.....	9
1.6.1Concepto	9

1.6.2 Tipos	10
1.6.3 Importancia	21
1.7 Costos.....	22
1.7.1 Elementos del costo de producción.....	22
1.8 Costos fijos.....	24
1.9 Costos variables	24
CAPÍTULO 2.....	25
ESTUDIO DE MERCADO	25
2.1 Definición del producto	25
2.1.1 Características del producto	25
2.2 Análisis del entorno	27
2.2.1 Análisis interno	27
2.2.2 Análisis Externo.....	28
2.3 Conceptos económicos básicos para el análisis de inversiones	54
2.3.1 Comportamiento de la demanda.....	54
2.3.2 Comportamiento de la oferta.....	54
2.3.3 Comportamiento de los costos	54
2.3.4 Maximización de los beneficios.....	55
2.4 Determinación de la demanda del proyecto.....	55
2.4.1 El mercado proveedor	59
2.4.2 El mercado competidor	59
2.4.3 El mercado distribuidor.....	61
2.4.4 El mercado consumidor	63
CAPÍTULO 3.....	65
ESTUDIO TÉCNICO	65
3.1 Objetivo general.....	65
3.2 Objetivos específicos	65
3.3 Localización del proyecto	65
3.3.1 Macro micro localización, distribución de planta	65
3.3.1.1 Macro Localización.....	65
3.3.1.2 Micro localización.....	67
3.3.2 Disponibilidad de recursos financieros	69
3.3.3 Disponibilidad de mano de obra	70
3.4 Ingeniería del proyecto	70

3.4.1 Diagrama de flujo de proceso	70
3.4.2 Características de la tecnología.....	79
3.4.3 Disponibilidad de materia prima.....	90
3.4.4 Diseño y distribución de plantas y oficinas.....	90
3.5 Organización y administración	91
3.5.1 Procedimientos de mejora continua	91
3.5.2 Estructura organizacional.....	92
3.6 Marco legal de la empresa	94
3.6.1 Constitución de una compañía de responsabilidad limitada	94
3.6.2 Tipo de empresa.....	98
CAPÍTULO 4.....	100
ESTUDIO FINANCIERO	100
4.1 Evaluación Financiera y Económica.....	100
4.1.1 Ingresos por la venta de mermeladas	100
4.1.2 Necesidades de activos.....	101
4.1.3 Inversión Inicial	101
4.1.4 Gastos de Administración	103
4.1.5 Gastos de ventas.....	106
CAPÍTULO 5.....	122
EVALUACION DE LA VIABILIDAD DEL PROYECTO	122
5.1 Inversion del proyecto.....	122
5.2 Criterios de evaluación	122
5.3 Valor actual neto	122
5.4 Tasa interna de retorno.....	123
5.4.1 Período de recuperación de la inversión	123
5.4.2 Relación Beneficio costo	124
CONCLUSIONES	126
RECOMENDACIONES	127
BIBLIOGRAFIA	128
LINCONGRAFIA.....	129
ANEXOS	130

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1 TIPOS DE PROYECTOS	3
Cuadro 2 ETAPAS DE PROYECTO.	4
Cuadro 3 CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO.	26
Cuadro 4 FODA.	27
Cuadro 5 FUERZAS DE PORTER.....	31
Cuadro 6 SEGMENTACION DEL MERCADO.....	35
Cuadro 7 DEMANDA POTENCIAL.	57
Cuadro 8 MARCAS EXISTENTES.	60
Cuadro 9 PUNTOS ESTRATEGICOS DE VENTAS.....	62
Cuadro 10 PROMOCION EN VENTAS.....	63
Cuadro 11 DEFINICION DE TIEMPOS DEL PROCESO DE PRODUCCION.....	72
Cuadro 12. APORTACIONES.	96

INDICE DE IMAGENES

IMAGEN 1: BORAGINÁCEAS	10
IMAGEN 2: COMPUESTAS	11
IMAGEN 3: CRUCÍFERAS	12
IMAGEN 4: CUCURBITÁCEAS	13
IMAGEN 5 : GRAMINEAS.....	14
IMAGEN 6: LAMIACEAS	15
IMAGEN 7: LEGUMINOSAS.....	16
IMAGEN 8: LILIACEAS.....	17
IMAGEN 9: QUENOPODIACEAS	18
IMAGEN 10: ROSACEAS.....	19
IMAGEN 11: SOLANACEAS	20
IMAGEN 12: UMBELÍFERAS.....	21
IMAGEN 13: INFLACION ANUAL	29
IMAGEN 14: PARROQUIAS RURALES DE CUENCA	39
IMAGEN 15 PARROQUIAS URBANAS DE CUENCA	39
IMAGEN 16 : MAPA SECTORIZADO DE LA CIUDAD DE CUENCA	66
IMAGEN 17: MAPA ESPECIFICO DONDE ESTARA UBICADO MERMENATU	68
IMAGEN 18: MATERIAS PRIMAS	73
IMAGEN 19: VEGETALES CORTADOS.....	74
IMAGEN 20: VEGETALES TRITURADOS	75
IMAGEN 21: ESTERILIZACION DE ENVASE	77
IMAGEN 22: LLENADO DE LA MERMELADA	77
IMAGEN 23: ENVASADO DE LA MERMELADA	78
IMAGEN 24: BODEGA.....	79
IMAGEN 25: LICUADORA INDUSTRIAL	80

IMAGEN 26: REFRIGERADORA	82
IMAGEN 27: MARMITA	83
IMAGEN 28: ENVASADORA, TAPADORA Y ETIQUETADORA	85
IMAGEN 29: MESAS	85
IMAGEN 30: CUCHILLOS	86
IMAGEN 31: TABLAS DE PICAR	86
IMAGEN 32: CERNIDORES	87
IMAGEN 33: BANDEJAS	87
IMAGEN 34: OLLAS.....	88
IMAGEN 35: CUCHARAS.....	88
IMAGEN 36: TINAS.....	89
IMAGEN 37: GUANTES, GORRAS, MANDILES Y MASCARILLAS	89

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 INGRESO MENSUAL PERCAPITA	37
Tabla 2 DETERMINACION DE LA MUESTRA	40
Tabla 3 UBICACIÓN DE LA EMPRESA	67
Tabla 4 DATOS TECNICOS.....	80
Tabla 5 DATOS TECNICOS.....	81
Tabla 6 DATOS TECNICOS.....	83
Tabla 7 DATOS TECNICOS.....	84
Tabla 8 INGRESOS POR MERMELADAS	100
Tabla 9 INVERSION DEL PROYECTO	101
Tabla 10 DEPRECIACION DE ACTIVOS.....	102
Tabla 11 SUMINISTROS DE OFICINA	103
Tabla 12 ROL DE PAGOS PERSONAL ADMINISTRATIVO MENSUAL.....	103
Tabla 13 ROL DE PAGOS PERSONAL ADMINISTRATIVO ANUAL.....	104
Tabla 14 GASTOS ADMINISTRATIVOS (SERVICIOS BASICOS).....	105
Tabla 15 ROL DE BENEFICIOS (MENSUAL)	105
Tabla 16 ROL DE BENEFICIOS (ANUAL).....	106
Tabla 17 ROL DE PAGOS (MENSUAL)	106
Tabla 18 ROL DE PAGOS (ANUAL).....	106
Tabla 19 GASTOS DE VENTA (SERVICIOS BASICOS).....	107
Tabla 20 GASTOS DE TRANSPORTE.....	107
Tabla 21 AMORTIZACION DEL PRESTAMO.....	109
Tabla 22 PRESUPUESTO DE COSTOS	110
Tabla 23 COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA	110

Tabla 24 COSTOS DE MATERIA PRIMA INDIRECTA.....	111
Tabla 25 ESTADO DE SITUACION INICIAL	112
Tabla 26 ESTADO DE RESULTADOS.....	113
Tabla 27 FLUJO DE FONDOS	114
Tabla 28 CAPITAL DE TRABAJO	118
Tabla 29 RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS.....	119
Tabla 30 RENTABILIDAD DE ACTIVOS	119
Tabla 31 DETERMINAR EL PRECIO DE VENTA	120
Tabla 32 INVERSION DEL PROYECTO	122
Tabla 33 PERIODO DE RECUPERACION	123
Tabla 34 PERIODO DE RECUPERACION	124

INDICE DE GRAFICOS

Grafico 1 USTED EN SU HOGAR CONSUME MERMELADAS	44
Grafico 2 USTED CONOCE A CERCA DE MERMELADAS VEGETALES	45
Grafico 3 EN LO PERSONAL LE GUSTARÍA CONSUMIR MERMELADAS DE VEGETALES.....	46
Grafico 4 EN SU HOGAR CUAL LE GUSTARÍA CONSUMIR.....	47
Grafico 5 AL MOMENTO DE COMPRAR UNA MERMELADA QUE ES LO QUE TOMA EN CUENTA	48
Grafico 6 CON QUÉ FRECUENCIA CONSUME MERMELADAS	49
Grafico 7 DE ACUERDO AL PRECIO ESTABLECIDO QUE SE ENCUENTRA EN EL MERCADO QUE LE PARECE A USTED	50
Grafico 8 QUÉ TIPO DE PRESENTACIÓN PREFIERE USTED PARA EL CONSUMO DE MERMELADAS VEGETALES	51
Grafico 9 DONDE COMPRARÍA PREFERIBLEMENTE LA MERMELADA DE VEGETALES.....	52
Grafico 10 MEDIANTE QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN SE INFORMA DE LOS ANUNCIOS DE PRODUCTOS NUEVOS	53
Grafico 11 DISTRIBUCCION DE LA PLANTA	69

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 TIPOS DE CANALES	61
---------------------------------	----

Figura 2 TIPOS DE CANALES	62
Figura 3 DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS	71
Figura 4 ORGANIGRAMA	92

RESUMEN EJECUTIVO

La realización de este proyecto es contribuir con un mercado que desea un producto natural en sus hogares, buscando mejorar la calidad de vida, del Cantón Cuenca.

En la actualidad podemos decir con certeza el aumento de comida chatarra expuesta a un mercado consumista tenido una aceptación notable.

La implementación de este proyecto es la producción y comercialización de Mermeladas Vegetales para el Cantón Cuenca aprovechando los altos índices de vitaminas que poseen estos vegetales. La idea nace por los altos índices de enfermedades en las personas por falta de vitaminas en su cuerpo, con ellos disminuir los altos índices de desnutrición en los niños.

Es importante resaltar que nuestro Cantón Cuenca cuenta con producción alta de estos vegetales especialmente por la zona rural, por lo cual no tendremos inconvenientes en la producción de nuestras mermeladas durante todo el año.

El estudio de mercado ayudo a determinar el mercado meta que tendremos que cubrir con la producción y comercialización de mermeladas, mediante las encuestas realizadas a 383 madres de familias de cantón Cuenca teniendo como resultado en la tercera pregunta de la encuesta realizada que se trata, en lo personal le gustaría consumir mermeladas de vegetales, teniendo un respuesta del 65% que desearía consumir mermeladas vegetales, el 22% que talvez y un 13% que no desea mermeladas, aprovechando que más del 50% de la población pide un producto natural podemos decir que será viable la producción y comercialización de nuestro producto, Tomando en cuenta la capacidad de respuesta de la empresa.

También se realizó un análisis de la oferta de producto como se encuentra la participación en el mercado, ya sea por la Marca, Calidad, Tamaño, Sabor y sobre todo el Precio. Para plantear estrategia necesaria para un producto nuevo en el mercado, y tener una mejor comercialización de producto, siempre conociendo a nuestra competencia.

En estudio técnico nos ayudó determinar la localización adecuada de nuestra empresa, para desarrollar los procesos de elaboración de mermeladas, teniendo como resultados en la Zona Industrial, con este análisis se determinó diferentes variables

como: cercanía con el cliente, mano de obra, cercanía con el proveedor, lo cual se determinó la situación adecuado de nuestra empresa.

También con el estudio técnico determinamos la capacidad máxima que tendrá nuestra empresa. Este análisis se realizó en base de la principal maquinaria de nuestra empresa.

Para el análisis Financieros se detallaron todos los costos de producción, ventas, administrativos que la empresa tendrá para la puesta en marcha de este proyecto, se tomaron en cuenta los ingresos de la empresa MERMENATU por la venta de sus productos, para realizar los diferentes indicadores financieros que se aplicara en el proyecto.

En estudio de evaluación de la viabilidad del proyecto, se realizó el análisis de los indicadores financieros para tener una adecuada gestión de la empresa, como es VAN teniendo un resultado de \$ 42071,14 y una TIR de 36% superando a la tasa mínima del inversionista que nos dio 13,84%, llegando a conclusión que este proyecto tiene rentabilidad, todos elementos nos ayuda a tomar una decisión correctas y acertadas para cumplir los objetivos planteados en la empresa.

ABSTRACT

La realización de este proyecto es contribuir con un mercado que desea un producto natural en sus hogares, buscando mejorar la calidad de vida, del Cantón Cuenca.

El estudio de mercado ayudo a determinar el mercado meta que tendremos que cubrir con la producción y comercialización de mermeladas, mediante las encuestas realizadas a 383 madres de familias de cantón Cuenca teniendo como resultado en la tercera pregunta de la encuesta realizada que se trata, en lo personal le gustaría consumir mermeladas de vegetales, teniendo un respuesta del 65% que desearía consumir mermeladas vegetales, el 22% que talvez y un 13% que no desea mermeladas, aprovechando que más del 50% de la población pide un producto natural podemos decir que será viable la producción y comercialización de nuestro producto, Tomando en cuenta la capacidad de respuesta de la empresa.

También se realizó un análisis de la oferta de producto como se encuentra la participación en el mercado, ya sea por la Marca, Calidad, Tamaño, Sabor y sobre todo el Precio. Para plantear estrategia necesaria para un producto nuevo en el mercado, y tener una mejor comercialización de producto, siempre conociendo a nuestra competencia.

En estudio técnico nos ayudó determinar la localización adecuada de nuestra empresa, para desarrollar los procesos de elaboración de mermeladas, teniendo como resultados en la Zona Industrial, con este análisis se determinó diferentes variables como: cercanía con el cliente, mano de obra, cercanía con el proveedor, lo cual se determinó la situación adecuado de nuestra empresa.

Para el análisis Financieros se detallaron todos los costos de producción, ventas, administrativos que la empresa tendrá para la puesta en marcha de este proyecto, se tomaron en cuenta los ingresos de la empresa MERMENATU por la venta de sus productos, para realizar los diferentes indicadores financieros que se aplicara en el proyecto.

En estudio de evaluación de la viabilidad del proyecto, se realizó el análisis de los indicadores financieros para tener una adecuada gestión de la empresa, como es VAN teniendo un resultado de \$ 42071,14 y una TIR de 36% superando a la tasa

mínima del inversionista que nos dio 13,84%, llegando a conclusión que este proyecto tiene rentabilidad, todos elementos nos ayuda a tomar una decisión correctas y acertadas para cumplir los objetivos planteados en la empresa.

INTRODUCCION

El presente proyecto de tesis tiene como finalidad la creación de una empresa de producción y comercialización de Mermeladas Vegetales para el Cantón Cuenca ya que por el alto índice de enfermedades que se presentan en las personas les beneficiara en su salud es por ello que hemos escogido el nombre de MERMENATU ya que el nombre se deriva de MERME mermeladas y NATU de naturales ya que son productos que contienen altos índices de vitaminas y beneficios para la salud.

La implementación de este proyecto de producir y comercializar la mermelada es pensando en la salud y el bienestar del mercado objetivo logrando satisfacer sus necesidades. Logrando que su precio sea accesible a nuestros consumidores ya que garantizamos un producto exclusivo de calidad que cumplan con los estándares que exige las leyes.

De esta manera pretendemos que nuestro producto se expanda a nivel nacional logrando obtener una gran participación en el mercado para de esta forma ser la primera opción de compra.

CAPÍTULO 1

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Es importante establecer puntos teóricos para un mejor desarrollo del trabajo de investigación, lo cual se ha considerado iniciar con la definición de ciertos aspectos importantes para el mejor entendimiento dentro del ámbito empresarial.

1.1 Estudio de factibilidad.

“Los estudios de factibilidad deben proporcionar la base técnica, financiera, económica, comercial, social y ambiental para la decisión de invertir en un proyecto.”¹

Podemos decir que el estudio de factibilidad determina si un proyecto va tener una buena participación en mercado, siendo rentable y sostenible para tomar la decisión de invertir en mismo, teniendo en cuenta cual es la problemática que va solucionar en el mercado.

1.1.1 Proyecto.

Es importante tener claro y conciso la definición de proyectos, por esa razón planteamos el siguiente concepto:

1.1.1.1 Concepto.

“Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana. En este sentido puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser

¹ SAPAG CHAIN, Nassir, *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación*, segunda edición, Pearson Educación de Chile S.A, 2011 p. 23

humano en todas sus facetas como puede ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etcétera.”²

Se puede definir, como la planificación, la dirección y el control de recursos para poder sujetarse a las limitantes técnicas de costo y tiempo del proyecto, un proyecto es temporal lo cual no necesariamente implica un corto tiempo, tiene una fecha de inicio y una fecha de finalización, el resultado de la ejecución de un proyecto es único, aunque puedan existir similares proyectos en otras organizaciones, el entorno en el cual se desarrolla es único, puede ser por sus políticas, procedimientos, estándares propios.

Un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente para satisfacer a una necesidad.

1.1.1.2 Características

Según Fernando Colomba, las características de un proyecto tienen que ser claro y medibles entre ellas están:

- “Tiene un comienzo y un fin claramente identificable.
- Tiene un objetivo u objetivos específicos.
- Es único.
- Es responsabilidad de una persona, el jefe del proyecto.
- Hay una interdependencia en las tareas que lo constituyen.
- Implica tiempo, recursos, costes y también puede considerarse la calidad.
- Es un instrumento de cambio”³.

² BACA URBINA, Gabriel, *Evaluación de proyectos*, 5ta edición, editorial Mac Graw Hill, pág. 2

³ COLOMBA, Fernando, Artículo, *Gestión de proyectos*

Disponible en: <https://sites.google.com/site/gdpumh/tema-i/03-caracteristicas-y-ciclo-de-vida-de-un-proyecto>

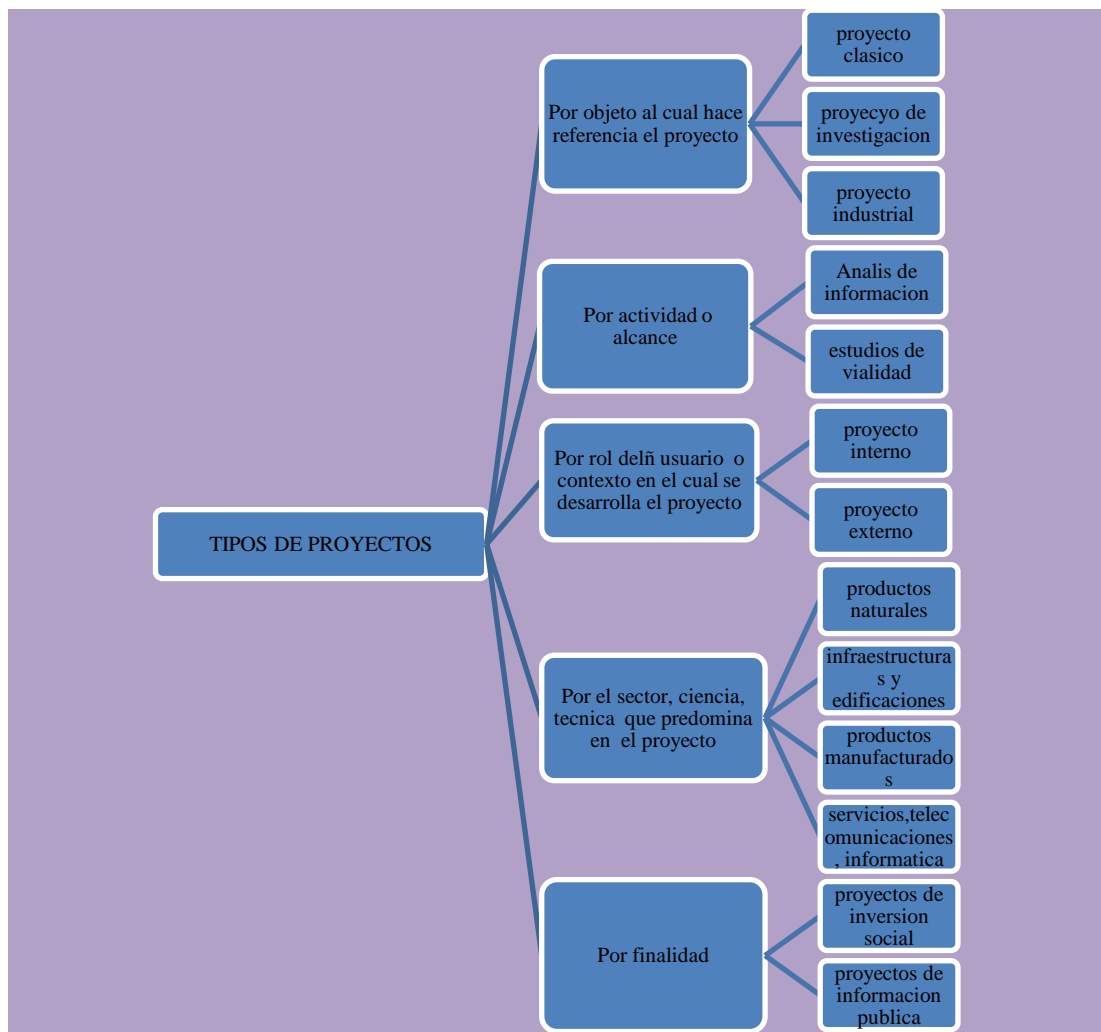
Fecha de consulta: 06/octubre/2014

1.1.1.3 Tipos

“Teniendo en cuenta lo precedente y los diferentes criterios de autores en la manera de publicar los tipos de proyectos que existe en una actividad comercial, industrial, artesanal”⁴.

Presentamos algunos criterios de los autores:

CUADRO 1: TIPOS DE PROYECTOS



Fuente: DECOS CASTILLO, m, Teoría General del Proyecto, cuarta edición, editorial síntesis.

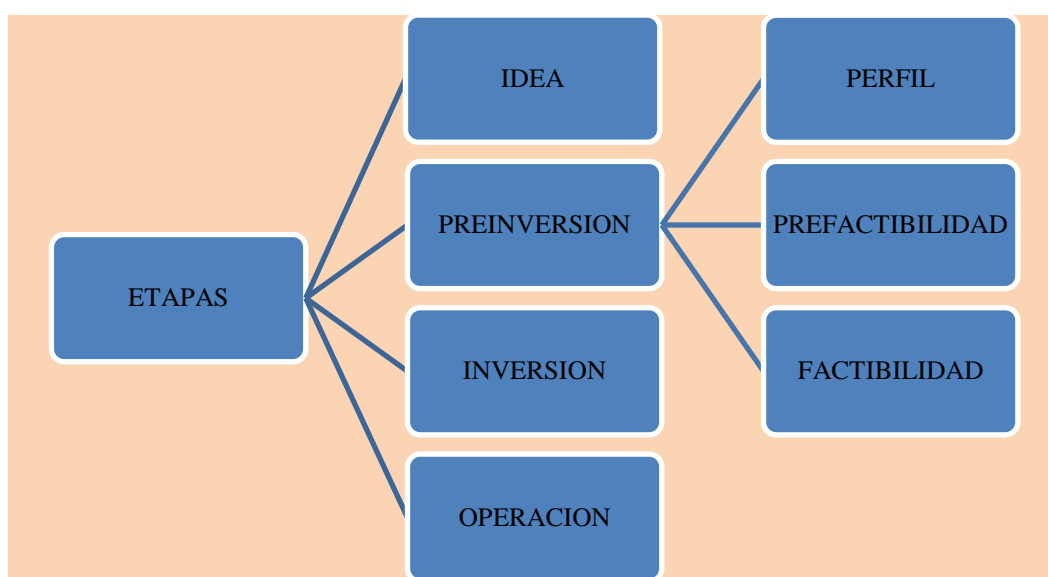
Realizado por: Los Autores.

⁴ DECOS CASTILLO, m, *Teoría General del Proyecto*, cuarta edición, editorial síntesis

1.1.1.4 Etapas

“Existen varias formas de clasificar las etapas de un proyecto de inversión. Una de las más comunes, y que se empleará en este presente proyecto, identifica cuatro etapas básicas: la generación de la idea, los estudios de pre inversión para medir la conveniencia económica de llevar a cabo la idea, la inversión para la implementación del proyecto y la puesta en marcha y operación, para tener un proyecto sostenible y rentable”⁵.

CUADRO 2: ETAPAS DE PROYECTO



Fuente: SAPAG CHAIN, Nassir, Op.Cit, pg. 28

Realizado por: Los Autores.

1.2 Objetivos del estudio de factibilidad

Los objetivos del estudio de factibilidad de proyecto según Toro Díaz, determinan el impacto que tendrá por la realización del proyecto, para plantear los objetivos se debe tener en cuenta el diagnóstico del problema.

⁵ SAPAG CHAIN, Nassir, Op.Cit, pg. 28

- “Precisos con respecto a quienes beneficia y el impacto a lograr.
- Realista frente a los recursos disponibles y los alcances del proyecto.
- Medibles.
- Complementarios entre sí, de tal manera que permita disminuir los costos o aumentar el impacto del proyecto.”⁶

1.3 Tipos de estudios de factibilidad

Basándose hoy en día en la diversificación de estudios de factibilidad, a continuación mencionamos los tipos más importantes que debe tener una empresa para su adecuado funcionamiento.

1.3.1 Estudio de mercado

“Investigación que consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios, y el estudio de la comercialización.”⁷

Este estudio permite a las organizaciones conocer con exactitud a los clientes potenciales, a nuestros proveedores, canales de distribución, para buscar las estrategias para tener un producto participativo en mercado, también nos permite analizar a la competencia y cuál es su estrategia de ventas en el mercado.

1.3.2 Estudio técnico

“Investigación que consta de la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería de proyectos y el análisis organizativo, administrativo, legal.”⁸

Este estudio nos permite ser más preciso para localizar nuestra planta, también la capacidad de producir un producto, para tener un personal óptimo y adecuado para tener una mejor rotación de nuestros productos.

⁶ TORO DIAZ, J, Artículo "*Formulación y evaluación de proyectos*"

Disponible en: <http://www.eumed.net/ce/2008b/jtd.htm>

Fecha de consulta: 06/octubre/2014

⁷ BACA URBINA, Gabriel, Op.Cit, pág. 5

⁸ BACA URBINA, Gabriel, Op.Cit, pág. 6

1.3.3 Estudio financiero

“Este estudio, según nos proponen los autores, incluye determinar diversos indicadores que nos permitirán evaluar el proyecto, como son la tasa de rentabilidad esperada mínima aceptable, la cual nos dice si la inversión que nos ocupa es más interesante que una tasa de interés seleccionada y que la inflación; el valor presente neto ($v p n$), que nos ayuda a comparar flujos de efectivo a futuro y determinar cuál es el que proporciona el mejor retorno a nuestra inversión; la tasa interna de retorno ($t i r$), que es una medida del rendimiento de un flujo de efectivo por periodo; el punto de equilibrio económico ($p e e$), que nos indica en qué momento los ingresos del proyecto serán iguales a sus costos; el periodo de recuperación de la inversión, cuya finalidad es establecer en qué tiempo se recuperará el monto invertido en el proyecto.

El estudio financiero suele ser determinante. Si los números no dan los valores deseados, el proyecto no camina.”⁹

Este estudio será de vital importancia ya que ayuda tener una adecuada distribución de nuestros recursos que posea la empresa para un normal funcionamiento, Teniendo una estrecha relación con los demás departamentos, teniendo un crecimiento participativo que nos llevara a lograr nuestros objetivos.

1.3.4 Responsabilidad ambiental

Las empresa en la actualidad tiene una responsabilidad con el medio ambiente, al formar parte de una empresa industrial también tenemos la responsabilidad con la misma. Planteamos el siguiente concepto:

“La responsabilidad ambiental es la imputabilidad de una valoración positiva o negativa por el impacto ecológico de una acción. Se refiere generalmente al daño

⁹ RIVERA MARTINEZ, Francisco-HERNANDEZ CHAVEZ, Gisel, *Administración de Proyectos*, 1ra edición, editorial Pearson

causado a otras especies, a la naturaleza en su conjunto o a las futuras generaciones, por las acciones o las no acciones de una persona física o jurídica.”¹⁰

1.4 Comercialización

Es uno de los elementos claves de una empresa, por lo cual toda la organización deberá encaminar sus esfuerzos a satisfacer a sus clientes, y lograr la mayor eficiencia y así maximizar las utilidades.

1.4.1 Concepto

“Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.”¹¹

Es decir, son los intermediarios entre fabricante - empresa y forman parte muy importante en un proyecto de negocios para tener un producto cerca de los cliente, ahorrando tiempo y dinero en momento de satisfacer sus necesidades.

1.4.1.1 Oferta

“Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de ofertantes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.”¹²

Un análisis de la oferta consiste en investigar la cantidad de bienes y servicios que se está dispuesto a poner en el mercado a un precio determinado. Es necesario cuantificar la oferta actual y futura, para cubrir todas las expectativas de un cliente insatisfecho.

¹⁰ COELLO, Claudio, Artículo, Responsabilidad Ambiental

Disponible en: <http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/responsabilidad-ambiental>

Fecha de consulta: 13/octubre/2014

¹¹ BACA URBINA, Gabriel, Op.Cit, pág. 64

¹² BACA URBINA, Gabriel, Op.Cit, pág. 54

1.4.1.2 Demanda

“Cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.”¹³

El análisis de la demanda es de vital importancia en una empresa para conocer como es su participación en el mercado, hoy en día las empresa para mejorar sus actividades, buscan el apoyo de un departamento de marketing que deberá ir encaminada adecuar lo mejor posible la necesidad ilimitada que existe en un mercado, frente los recursos limitados de los que dispone el consumidor.

1.4.1.3 Canales de comercialización

“La comercialización es lo relativo al movimiento de bienes y servicios entre productores y usuarios.”¹⁴

1.5 Producción

La producción implica coordinación y ejecución de algunos puntos establecidos en la empresa para que la producción sea entregada al plazo establecido.

1.5.1 Concepto

“Son los que generan en el proceso de transformar la materia prima en productos terminados. Se subdividen en costos de materia prima de mano de obra e indirectos de fabricación.”¹⁵

1.5.2 Tipos de producción

“**Producción continua.**- Se da cuando se eliminan los tiempos ociosos y de espera, de forma que siempre se estén ejecutando las mismas operaciones, en las mismas

¹³ BACA URBINA, Gabriel, Op.Cit, pág. 28

¹⁴ ARBOLEDA VELEZ, German, *Identificación y Evaluación de proyectos*, 2da edición, editorial Alfa omega Colombiana, pag.91

¹⁵ MENDEZ MORALES, José Silvestre, *La economía en la empresa, en la sociedad del conocimiento*, Editorial The McGraw-Hill, México, 2012, p.108

maquinas, para obtención del mismo producto, con una disposición en cadena. Se conoce también como configuración por producto. Cada máquina y equipo están diseñados para realizar siempre la misma operación y preparados para aceptar de forma automática el trabajo que le es suministrado por una maquina precedente. Los operarios realizan la misma tarea, en el mismo producto.

Producción por lotes.- En la producción por lotes se pueden encontrar 3 tipos: Producción por lotes en talleres o a medida: En este caso el proceso de obtención del producto, requiere un pequeño número de operaciones poco especializadas, las cuales son realizadas por el mismo trabajador o por un grupo de ellos, que se hacen cargo de todo el proceso. El lote suele ser de pocas unidades de un producto y normalmente es diseñado por el cliente.

Producción Batch (Lotes).- Se caracteriza por la producción del producto en lotes. Cada lote del producto pasa de una operación o centro de trabajo a otro. En este caso el proceso de obtención del producto requiere más operaciones y estas son más especializadas, con lo que difícilmente un mismo operario podría nominarlas todas.

Producción en Línea: El Flujo en LINEA se caracteriza por una secuencia lineal de las operaciones. El producto se mueve de una etapa a la siguiente de manera secuencial y de principio a fin. Se trata de la fabricación de grandes lotes en pocos productos diferentes, pero técnicamente homogéneos, usando para ello las mismas instalaciones.”¹⁶

1.6 Vegetales

A continuación mencionamos un concepto claro de vegetales que está relacionado con la actividad que realizara nuestra empresa en un mercado:

1.6.1 Concepto

“Son alimentos que proceden de seres vivos que crecen pero no mudan de lugar por impulso voluntario. El reino vegetal está compuesto por organismos multicelulares, eucariotas, que son capaces de sintetizar su propio alimento por medio de la

¹⁶ **Disponible en:** http://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_producci%C3%B3n
Fecha de consulta: 03/ octubre/2014

fotosíntesis. En su mayor parte se encuentran en hábitats terrestres, pero algunas especies viven en el agua. Sus células se encuentran cubiertas por una pared celular constituida a base de celulosa, que les da gran rigidez y resistencia. Varían de tamaño desde aquellas pequeñas como los musgos, hasta gigantes árboles que pueden llegar a medir más de 100 metros de altura.”¹⁷

1.6.2 Tipos

- **“Boragináceas.** Entre los vegetales de esta familia nos encontramos, principalmente con la borraja.

“Características.- En la borraja destaca el potasio, el calcio, el sodio y el hierro, además de cantidades discretas de magnesio, zinc y fósforo. El calcio y el hierro vegetal se aprovechan mucho menos que los procedentes de alimentos de origen animal por parte de nuestro cuerpo. El potasio interviene en la transmisión y generación del impulso nervioso, en el funcionamiento de la actividad muscular normal, así como en el equilibrio de agua dentro y fuera de la célula.”¹⁸

IMAGEN 1: BORAGINÁCEAS



Imagen: Google Imágenes

¹⁷**Disponible en:** http://www.ecured.cu/index.php/EcuRed:Limitaci%C3%B3n_general_de_responsabilidad

Fecha de consulta: 06/octubre/2013

¹⁸**Disponible en:** <http://verduras.consumer.es/documentos/hortalizas/borraja/imprimir.php>

Fecha vista: 09/octubre/2013

- **Compuestas.** También llamada asteráceas. Es un grupo nutrido por la lechuga, la endibia, escarola, alcachofa, girasol o cardo.

“Características.- Fuente de vitamina A, C, K y ácido fólico.”¹⁹

IMAGEN 2: COMPUESTAS



Imagen: Google Imágenes

- **Crucíferas.** Nos encontramos con verduras como la col, la berza, la coliflor, el repollo, el rábano, el berro, brócoli, las coles de Bruselas o la lombarda, entre otras.

¹⁹ **Disponible en:** <http://www.vistamagazine.com/1596326-las-verduras-verdes-y-sus-beneficios>
Fecha vista: 09/octubre/2013

“**Características.-** Excelente fuente de vitamina A, C y K, ácido fólico y fibra. Lo llaman la verdura milagrosa, pues es recomendado para prevenir ciertos tipos de cáncer.”²⁰

IMAGEN 3: CRUCÍFERAS



Imagen: Google Imágenes

- **Cucurbitáceas.** Destaca la presencia del pepino, del melón, la sandía, la calabaza o el calabacín.

“**Características.-** Además de ser un alimento rico y dulce, es un alimento que proporciona numerosos beneficios para cuidar tu salud. Esto se debe a su

²⁰ **Disponible en:** <http://www.vistamagazine.com/1596326-las-verduras-verdes-y-sus-beneficios>
Fecha vista: 09/octubre/2013

alto contenido en vitaminas A, B y C, así como en minerales (cobalto, boro, zinc, calcio, magnesio, hierro y potasio).

Es ideal para los diabéticos, ya que regula el azúcar en sangre.”²¹

IMAGEN 4: CUCURBITÁCEAS

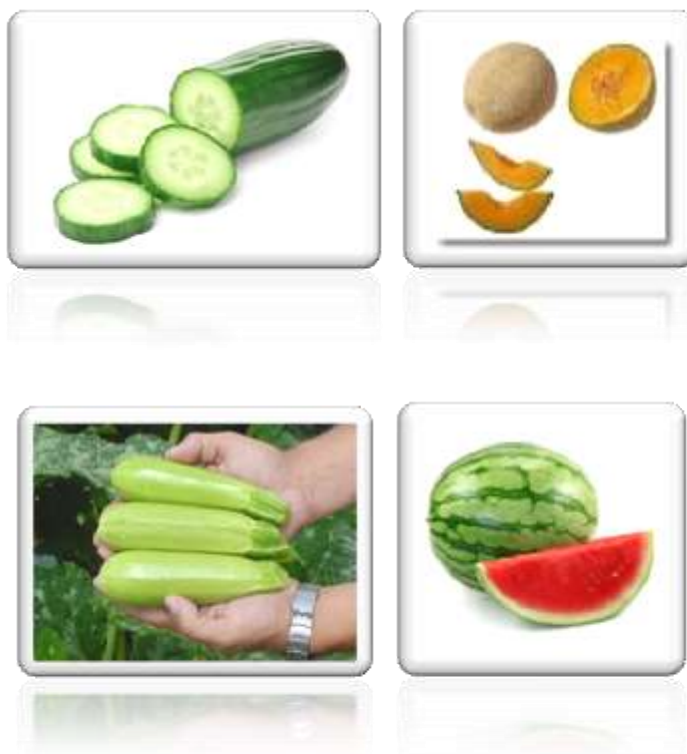


Imagen: Google Imágenes

- **Gramíneas.** También conocida como pomáceas. Está el trigo, la cebada, la avena, el centeno, el arroz o el maíz.
“**Características.**- Todos aquellos que conservan su corteza son los llamados integrales, más ricos en minerales, vitaminas y fibras vegetales.”²²

²¹ Disponible en: <http://misremedios.com/sustancias/calabaza/>

Fecha de consulta: 10/octubre/2013

²² Disponible en: <http://www.zonadiet.com/comida/cereales.htm>

Fecha de consulta: 10/octubre/2013

IMAGEN 5 : GRAMINEAS



Imagen: Google Imágenes

- **Lamiáceas.** Son vegetales del tipo de la menta, hierbabuena, romero, tomillo, albahaca o salvia.
“**Características.**- Esta planta al ser vegetal, no contiene colesterol, y proporciona tan solo 131 calorías por cada 100 gramos de la misma. Es rico en fibra dietética, y aporta vitaminas de grupo B, vitamina A, vitamina C y es muy rica en ácido fólico.”²³

²³ **Disponible en:** <http://www.plantas-medicinales.es/romero-sus-propiedades-y-beneficios-para-la-salud/>

Fecha de consulta: 10/octubre/2013

IMAGEN 6: LAMIACEAS



Imagen: Google Imágenes

- **Leguminosas.** Su propio nombre lo indica (de legumbre). También se les puede llamar fabáceas. Los vegetales de esta familia son las judías, garbanzos, lentejas, habas, guisantes o soja.
“**Características.**- son excelentes fuentes de fibra y vitaminas del complejo B, como la tiamina y riboflavina, y contienen minerales como hierro y calcio.”²⁴

²⁴ **Disponible en:** <http://www.saborysalud.com/content/articles/379/1/Que-son-las-leguminosas-y-que-beneficios-ofrecen-a-la-salud/Page1>

Fecha de consulta: 10/octubre/2013

IMAGEN 7: LEGUMINOSAS



Imagen: Google Imágenes

- **Liliáceas.** Vegetales como el espárrago, cebolla, ajo, puerro o cebollino, están en este grupo.
“**Características.**- protegen contra el cáncer y activan la producción de glóbulos blancos. Del mismo modo, son fuertes antioxidantes que ayudan a luchar contra las infecciones, a reforzar las defensas del cuerpo y a promover la producción de enzimas protectoras. Además, previenen el envejecimiento, los problemas circulatorios y de la piel, así como fiebres e infecciones.”²⁵

²⁵ **Disponible en:** <http://mejorconsalud.com/descubre-que-beneficios-aportan-los-vegetales-segun-su-color/>

Fecha de consulta: 11/octubre/2013

IMAGEN 8: LILIACEAS



Imagen: Google Imágenes

- **Quenopodiáceas.** Las acelgas, espinacas o remolacha pertenecen a esta familia.
“**Características.**- famosa por su alto contenido de hierro, vitaminas A, K y ácido fólico.”²⁶

²⁶ **Disponible en:** <http://www.vistamagazine.com/1596326-las-verduras-verdes-y-sus-beneficios>
Fecha de consulta: 09/octubre/2013

IMAGEN 9: QUENOPODIACEAS

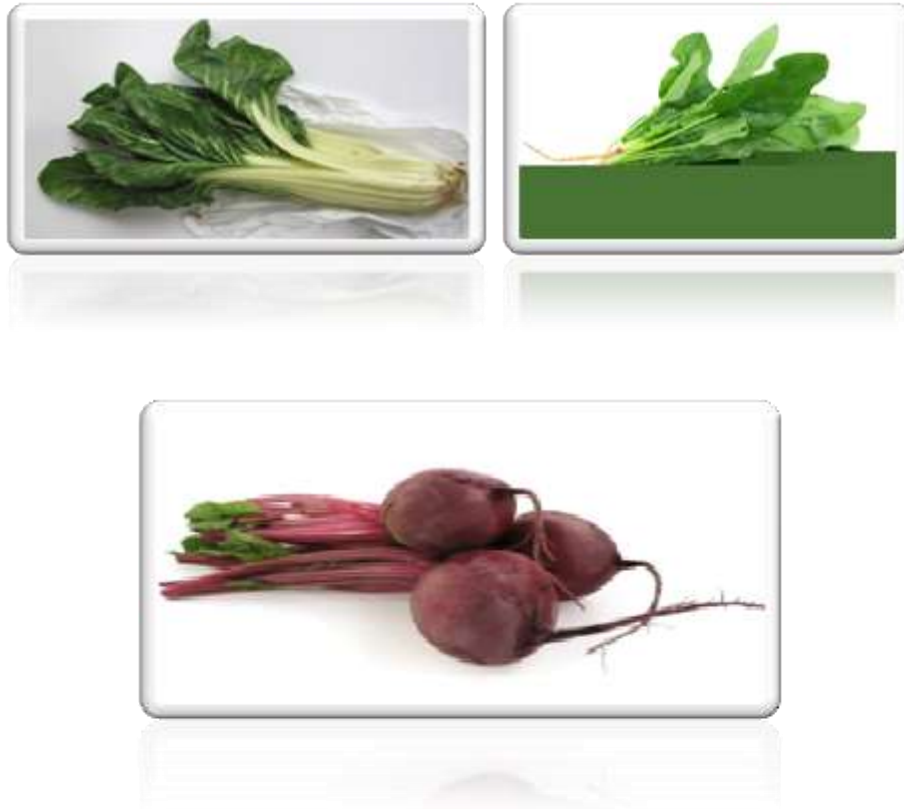


Imagen: Google Imágenes

- **Rosáceas.** Se componen, principalmente de la fresa, frambuesa y zarzamora.

“**Características.-** ayudan a reducir problemas cardiovasculares, además de eliminar aquellas sustancias nocivas para el cuerpo, disminuir el colesterol, proteger el ADN y mejorar la circulación sanguínea. Por otra parte, los vegetales de estas tonalidades protegen contra la luz ultravioleta y las quemaduras solares.”²⁷

²⁷ **Disponible en:** <http://mejorconsalud.com/descubre-que-beneficios-aportan-los-vegetales-segun-su-color/>

Fecha de consulta: 11/octubre/2013

IMAGEN 10: ROSACEAS



Imagen: Google Imágenes

- **Solanáceas.** El tomate, la berenjena, el pimiento o la patata son de esta familia de vegetales.
“**Características.**- es una rica fuente de fibra, es útil para la reducción del colesterol y regular los niveles de azúcar en la sangre. Es extremadamente potente en la prevención del desarrollo de la diabetes y enfermedades del corazón, o por lo menos controlarlo si ya lo tiene. Baja calorías y de alto contenido de agua, este alimento es ideal para las personas que buscan perder peso, al hacerlas sentir más satisfechas. Por último, es una rica fuente de una variedad de minerales y vitaminas, especialmente vitaminas del complejo B.”²⁸

²⁸ **Disponible en:** <http://blogesp.diabetv.com/los-excelentes-beneficios-de-la-berenjena/>
Fecha de consulta: 11/octubre/2013

IMAGEN 11: SOLANACEAS



Imagen: Google Imágenes

- **Umbelíferas.** Los vegetales que pertenecen a esta familia son el apio, zanahoria, perejil, anís o hinojo.”²⁹

“**Características.**- están compuestas de antioxidantes que nutren nuestra piel y la protegen. Asimismo, de la vitamina A que contienen se extraen unos compuestos que actúan como antioxidantes, los cuales nos ayudan a

²⁹ CASTELLON, Alejandro, Artículo, *Tipos de vegetales*
Disponible en: <http://www.cosasdesalud.es/tipos-vegetales>
Fecha de consulta: 03/Octubre/2014

contrarrestar las alteraciones provocadas por los rayos UVA. Estos, por tanto, previenen las arrugas y el decaimiento de la piel.”³⁰

IMAGEN 12: UMBELÍFERAS



Imagen: Google Imágenes

1.6.3 Importancia

“Las verduras, nos aportan infinitas ventajas al incluirlas en la dieta, no solamente por la gran variedad que nos ofrece la naturaleza, sino porque son esenciales, ya que nos aportan mucha agua, vitaminas, minerales, y un bajo contenido calórico, esencial para sentirnos saludables.

³⁰ **Disponible en:** <http://mejorconsalud.com/descubre-que-beneficios-aportan-los-vegetales-segun-su-color/>

Fecha de consulta: 11/octubre/2013

Como ya hemos dicho los vegetales aportan grandes cantidades de vitaminas y minerales, sobre todo vitamina A, y en los vegetales de color rojo y verde, como en los amarillos y naranjas, vitamina C, los de hojas nos aportan vitamina B9 y ácido fólico que son fundamentales en cualquier alimentación.

Nos aporta además grandes cantidades de fibras, por lo cual se convierten en excelentes reguladores del tránsito intestinal, evitando estreñimiento, y no olvidemos además que la fibra, contribuye a disminuir los niveles de colesterol, y algunos tipos de cáncer como el de colon. Controlan las glucosas, ayudando a las personas diabéticas en su correcta alimentación.

Son muy ricos en agua y minerales, contienen potasio y ofician de laxante, y en su mayoría las verduras aportan entre un 90 a 96% de agua, esto hace que sus niveles calóricos sean escasos, y resultan adecuadas en las dietas de todo tipo de patologías, sobre todo en las dietas para bajar de peso o prevenir al paciente de la obesidad.

Las verduras, previenen a su vez de enfermedades, cardiovasculares, por sus altos contenidos de antioxidantes, beta carotenos, licopeno, ya que los mismos actúan en contra de las toxinas y los radicales libres, que son sustancias implicadas en el desarrollo de enfermedades degenerativas como el cáncer.”³¹

1.7 Costos

1.7.1 Elementos del costo de producción

1.7.1.1 Materia prima

“Los materiales representan un factor importante del costo de elaboración, tanto porque son el elemento básico del producto como por la proporción de su valor invertido en el mismo.

Las materias primas se presentan bajo los siguientes aspectos:

- Como material en el almacén

³¹ Artículo, Nestlé

Disponible en: <http://www.nestle-sentirsebien.com/articulo.php?idnutricion=33>

Fecha de consulta: 06/octubre/2014

- Como material en proceso de transformación
- Como material y convertido en producto

El primero y el tercer aspecto nos presentan a los materiales en su forma estática y el segundo en forma dinámica.

El control de las materias primas requiere de la intervención de los departamentos siguientes: Compras, almacén y contabilidad.”³²

1.7.1.2 Mano de obra

“Es el esfuerzo físico o mental que realizan los trabajadores que intervienen en la elaboración del producto

La mano de obra se clasifican en:

Mano de Obra directa.- Es el esfuerzo físico o mental que realizan los trabajadores que intervienen directamente en la fabricación del producto.

Se identifica plenamente con el producto y es fácilmente medible y cuantificable.

Es el esfuerzo humano que interviene en el proceso de transformar las materias primas en productos terminados. Los sueldos, salarios y prestaciones del personal de la fábrica que paga la empresa, así como todas las obligaciones a que den lugar, son el costo de la mano de obra.

La mano de obra es el esfuerzo físico mental que se consume en elaborar un producto. El costo de la mano de obra es el precio que se paga por emplear recursos humanos.

Mano de obra Indirecta.- Es el esfuerzo físico mental que realizan los trabajadores que no intervienen directamente en la fabricación del producto, pero que sirven de apoyo indispensable en el proceso productivo. También se considera como mano de obra indirecta el costo de trabajo indirecto realizado por los trabajadores de planta (mantenimiento, reparación de maquinaria), el tiempo ocioso de los trabajadores de planta (reuniones sindicales, cortes de energía, permisos), y los recargos por horas suplementarias y extraordinarias de la mano de obra directa. Su costo no es

³² REYES PEREZ, Ernesto, *Contabilidad de Costos*, edición 2013, editorial Itmusa, pág. 71

fácilmente medible ni cuantificable por lo que su determinación requiere de cálculos especiales.”³³

1.7.1.3 Costos indirectos

“Es el que no se puede identificar con una actividad determinada. Por ejemplo, la depreciación de la maquinaria o el sueldo del director de producción respecto al producto. Algunos costos son duales; es decir, son directos e indirectos al mismo tiempo. El sueldo del gerente de producción es directo para los costos del área de producción, pero indirecto para el producto. Como se puede apreciar, todo depende de la actividad que se esté analizando.”³⁴

1.7.1.4 Materiales indirectos

1.8 Costos fijos

“Son los que permanecen constantes durante un rango relevante de tiempo o actividad, sin importar si cambia el volumen, como sería el caso de los sueldos, la depreciación en línea recta y el alquiler de un edificio.”³⁵

1.9 Costos variables

“Son los que cambian o fluctúan en relación directa con una actividad o volumen dado. Dicha actividad puede ser referida a producción o ventas: la materia prima cambia de acuerdo con la función de producción, y las comisiones de acuerdo con las ventas.”³⁶

³³ BRAVO VALDIVIESO, Mercedes- UBIDIA TAPIA, Carmita, *Contabilidad de Costos*, 3ra edición, editorial Escobar Impresores, pág. 61

³⁴ RAMIREZ PADILLA, David, *Contabilidad Administrativa*, 8va edición, editorial Mc Graw Hill, pág. 38

³⁵ RAMIREZ PADILLA, David, Op.Cit, pág. 39

³⁶ IDEM, pág. 39

CAPÍTULO 2

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Definición del producto





A la mermelada se la define como una conserva de fruta cocida en azúcar. Esta sustancia dulce es un alimento rico en Vitamina A, C, Antioxidantes, Potasio, fósforo, ácido fólico, omega-3 y magnesio por lo que se considera apto para el consumo humano, convirtiéndose en un excelente suplemento nutricional que ayuda a prevenir algunas enfermedades y forma parte de una alimentación más saludable. Por ello nuestro producto lo produciremos y comercializaremos considerando los mejores y más conocidos por las personas como son:(apio, brócoli, coliflor y zanahoria), para la realización de la misma nos hemos tenido que regir a ciertas normas de calidad.

2.1.1 Características del producto

MERMENATU producirá y comercializara mermeladas con los siguientes sabores: apio, brócoli, coliflor y zanahoria. Las mermeladas serán elaboradas con las respectivas normas de calidad e higiene, además contendrá todo lo esencial del vegetal es decir la materia prima que lo componen, su fórmula y especialmente en forma natural sin perseverantes y aditivos. Serán productos de calidad. No se utilizaran químicos que perjudiquen la salud de las personas.

A continuación en el siguiente cuadro se refleja las características de los diferentes vegetales.

CUADRO 3 : CARACTERISTICAS DEL PRODUCTO

IMAGEN	PROPIEDADES	BENEFICIOS
	<ul style="list-style-type: none"> • Vitamina A, C. • antioxidantes. • potasio, fósforo y magnesio 	<ul style="list-style-type: none"> • Su consumo puede ayudar a evitar el desarrollo de cáncer de colon. • proporcionan mucha salud a la piel. • La salud del corazón
	<ul style="list-style-type: none"> • minerales como potasio, calcio. • fibra dietética. • vitaminas como B1, B6, B9. 	<ul style="list-style-type: none"> • ayudan a evitar y prevenir el daño celular. • refuerzan el sistema inmunológico. • ayuda en bajar de peso.
	<ul style="list-style-type: none"> • vitamina K • vitamina B1, B2, B6. • Fibra 	<ul style="list-style-type: none"> • fortalece la salud de los ojos. • desintoxicación del cuerpo. • minimiza el riesgo de trombosis.
	<ul style="list-style-type: none"> • ácido fólico • omega-3 	<ul style="list-style-type: none"> • reduce las probabilidades de contraer cáncer de mama, de pulmón, de próstata. • retarda la coagulación de la sangre

Fuente: <http://salud.ellasabe.com/plantas-medicinales/241-brocoli-propiedades-beneficios>

Elaborado por: los Autores

Imágenes: Google imágenes

2.2 Análisis del entorno

2.2.1 Análisis interno

ANALISIS DEL FODA

En siguiente cuadro se refleja lo positivo y lo negativo que afectara de forma directa a realización de este proyecto para tener una excelente participación en mercado.

CUADRO 4 : FODA

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Contar con una estructura definida en cuanto a misión, visión, valores.• Definir el sector donde funcionara la empresa.• Mano de obra, maquinaria será manejado por personal que conoce a cerca de la elaboración de la misma y por ende el manejo de la tecnología que se ira adecuando de acuerdo a las necesidades de la empresa.• Buena relación con los proveedores.	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• Al ser un producto nuevo en el mercado tiene conflicto de ser aceptado.• No conocer a nuestros competidores.• Falta de los recursos por la empresa y por ello la falta de un crédito.• Marca no posesionada
<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">• Fomento a las industrias nacionales.• Normativas Gubernamentales.• Posibilidad de incursionar en nuestro país.• Contar con materia prima accesible.• Posibles convenios con otras empresas.	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">• Cambios de consumo de las personas.• Que exista un mayor número de competidores.• No satisfacer a las personas con el producto nuevo.• La competencia tiene experiencia en el mercado.

Fuente: propia

Realizado por: los Autores

2.2.2 Análisis Externo

PEST

Con el análisis PEST, podremos dar a conocer los factores que la empresa necesita para ponerse en marcha y lograr sus objetivos.

“El PEST funciona como un marco para analizar una situación, y como el análisis DOFA, es de utilidad para revisar la estrategia, posición, dirección de la empresa, propuesta de marketing o idea.

Los factores analizados en PEST son esencialmente externos; es recomendable efectuar dicho análisis antes del análisis DOFA, el cual está basado en factores internos (Fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas). El PEST mide el mercado, el DOFA mide una unidad de negocio, propuesta o idea.

El análisis PEST es algunas veces extendido a 7 factores, incluyendo Ecológicos, Legislativos en industria, convirtiéndose entonces en PESTELI. Muchos consideran esta extensión innecesaria, puesto que si se hace correctamente, el PEST cubre en forma Natural los factores adicionales (Legislativo entraría en Político, Industria en Economía y Ecológico disperso entre los cuatro). Debe utilizarse la extensión sólo cuando parezca faltar algo en los cuatro primeros factores.

El análisis PEST utiliza cuatro perspectivas, que le dan una estructura lógica que permite entender, presentar, discutir y tomar decisiones. Estas cuatro dimensiones son una extensión de la tradicional tabla de Ventajas y Desventajas. La plantilla De PEST promueve el pensamiento proactivo, en lugar de esperar por Reacciones instintivas.”³⁷

POLITICO

Dentro del análisis político nos conlleva a tener en cuenta los siguientes aspectos:

- La estabilidad política del mismo movimiento en el Ecuador los últimos años

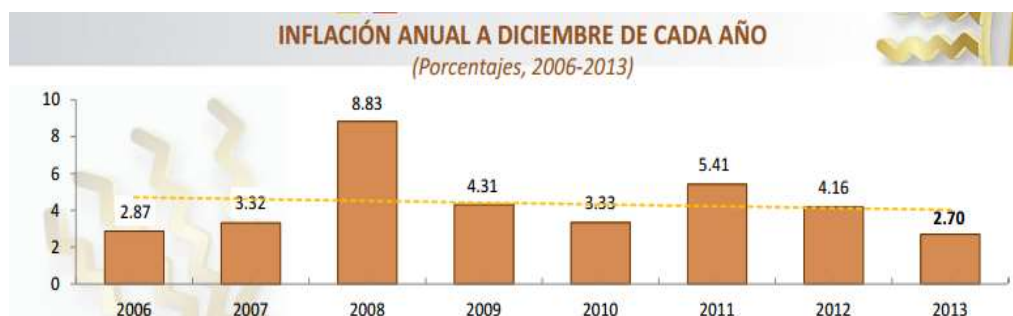
³⁷ **Disponible en:** http://www.formatoedu.com/web_gades/docs/1__Ana__769_lisis_PE.pdf
Fecha de consulta : 23/oct/2014

- El dictamen del Presidente al cambio de la matriz productiva, ayudara al incremento del consumo de productos nacionales y la disminución a las importaciones de los productos de otros países.
- Reforma del Pago de los tributos: es importante para la empresa tener al día todos los pagos debidos que la empresa está sujeto a controles tributarios para su normal funcionamiento en su sector.

ECONOMICO

- Los sueldos y salarios de trabajadores: las modificaciones de incremento de sueldo en el país para los trabajadores constituye el aumento del gasto del capital para la empresa.
- Inflación: La inflación anual del Ecuador se encuentra en 2.70., la cual permite que las personas aumente su consumo en sus hogares.

IMAGEN 13: INFLACION ANUAL



Fuente: Banco Central

Analizado por: los Autores

SOCIALES

- Cumplimientos de los derechos de los trabajadores: la Constitución de la República del Ecuador es muy específica con los beneficios que tiene un trabajador en una compañía de los puntos importantes podemos decir; sueldo justo, afiliación al seguro social obligatorio, y un ambiente laboral para que trabajador pueda desempeñarse con normalidad
- La exigencia y necesidades de los clientes: los clientes buscaran calidad en los productos para su satisfacción, en los últimos tiempos los consumidores

cumpliendo con la normativa dictado por el Presidente en no comercializar o expandir comida chatarra en las instituciones educativas, hace que los productos nutritivos tengan mayor demanda.

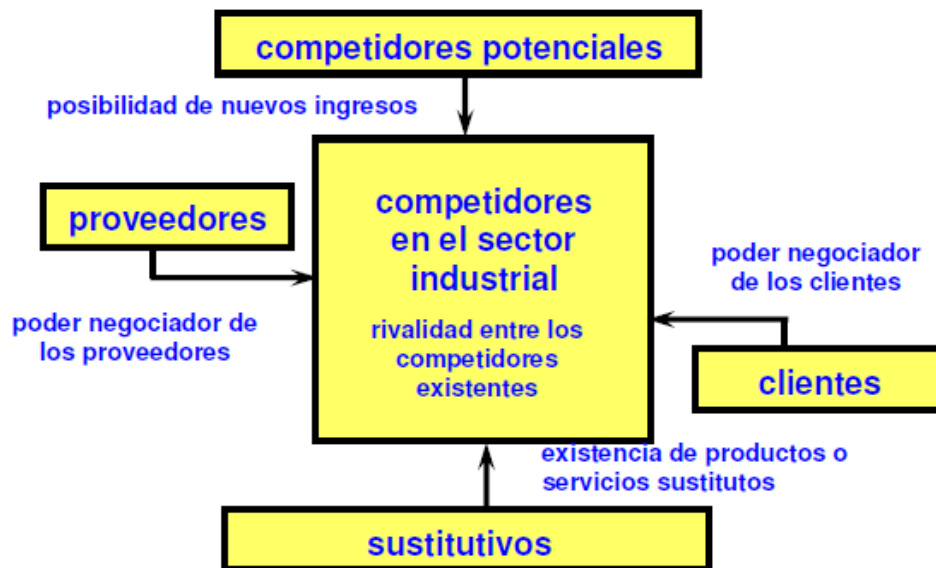
TECNOLOGIA

- Establecer un programa virtual: Para que los clientes puedan realizar sus pedidos personalmente sin que incurra gastos.
- Internet: Es una valiosa herramienta permitiendo a la empresa incrementar su presencia en de mercado sin necesidad de incurrir en mayores costos de publicidad y logística.
- El comportamiento de la maquinaria se encuentra en un crecimiento e innovación en el mundo, pero este factor afectara de forma directa ya que cada cierto tiempo tendremos que cambiar de maquinaria. Mientras aumente la demanda incrementara la compra de tecnología para cumplir las exigencias del mercado.

ANALISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER

Para tener un buen análisis del entorno tenemos que basarnos en el estudio de las 5 fuerzas de Porter.

CUADRO 5: FUERZAS DE PORTER



Fuente: Google Imágenes

1RA. POSIBILIDAD DE NUEVOS INGRESOS:

Según Porter, la posibilidad de nuevos ingresos a un sector de la industria está relacionada con las barreras del acceso mismo.

Diferenciación del producto

Las empresas existentes en el mercado ya cuentan con algunas ventajas como es lealtad de sus clientes sea esto por el producto, la marca, la calidad, sabiendo que fueron primeros en ingresar al mercado o por la publicidad que ellos realizan en estos momentos, existirá una barrera de ingreso para un nuevo producto, la empresa MERMENATU necesitara un gran esfuerzo, para la identificación del producto, para lograr un posicionamiento de la marca en la mente del consumidor y para permanecer en el mercado.

Requisitos de capital

En todos los sectores industriales las empresas precisan una alta inversión para su viabilidad, Pero si contamos con el suficiente capital lograremos una mejor posición competitiva frente a competidores más pequeños.

Es por ello que MERMENATU también necesita de una inversión para ponerse en marcha ya que son varias las instalaciones para la elaboración del producto, también se considera necesario el capital para cubrir diferentes gastos que se tornan a futuro como es la constitución de la compañía, publicidad, maquinaria y cubrir las pérdidas iniciales, y los créditos que se otorgaran a sus clientes por los pedidos que realicen.

El costo de cambio de proveedor

Para MERMENATU es una barrera el momento de cambiar de proveedor ya que se necesitara tener un capital alto, y sobre todo adaptarse a los requisitos que exija el nuevo proveedor, como puede ser por costos, tiempos de entrega, descuentos por cantidad y crédito. Es por ello que se mantendrá una buena relación y sobre todo fidelizaremos con nuestro proveedor.

Acceso a los canales de distribución

Para las empresas existentes en el mercado los canales de distribución se encuentran colocados en los principales supermercados de la ciudad teniendo en cuenta la alta inversión de capital para colocar un producto en dicho canal. Es por ello que mermeladas vegetales va a convencer a los distribuidores que acepten nuestro producto con un bajo costo y un aumento de márgenes de utilidad para el canal, claro está que para mermeladas vegetales será una pérdida en el momento de ingresar pero a futuro se espera ser reconocida por el mercado.

2DA. LA INTENSIDAD DE LA RIVALIDAD COMPETITIVA ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES

El producto será innovador ya que aprovecharemos los altos índices de vitaminas que posee, para lograr el posicionamiento del mismo en el mercado utilizaremos las siguiente estrategias.

- Aumentar la calidad del producto.

- Dotar de nuevas características al producto
- Aumentar la publicidad
- Aumentar nuestro portafolio del producto.

Todo esto con el propósito de lograr estar a la altura de la competencia e innovar poco a poco para que MERMENATU esté en la mente de los consumidores.

Barreras de salida

Interrelaciones estratégicas

MERMENATU buscara fidelizarse a un sector independientemente por su rentabilidad ya que son reconocidas por su prestigio, imagen, con ello también lograremos una reducción de costos de producción, también nos brindara un mejor reconocimiento de nuestro producto en el mercado.

Barreras emocionales

Toda empresa tiene un producto líder en el mercado lo cual se convierte en un producto afectivo por la empresa, y se fidelizan con el producto, y no se preocupan de mejorar, renovar su cartera de productos, esto se debe por el afecto que tiene la empresa hacia el producto. La gran parte de productos que se encuentran liderando el mercado están en una etapa de madurez, con una innovación el producto vuelve a su etapa de crecimiento.

Restricciones sociales

MERMENATU tiene el objetivo de llegar a nuestros posibles clientes con el producto innovador y sobre todo saludable, este producto tendrá aceptación en el mercado ya que las nuevas normas que nos presenta el gobierno está de acorde a lo que ofrecemos, ya que los ecuatorianos están llevando una mala alimentación y tendrán que cambiar de hábitos para llevar una vida saludable.

3RA. LA EXISTENCIA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS

Los productos sean bienes o servicios son valorados por el nivel de satisfacción que ellos cumplan a las expectativas de un mercado. La entrada de productos sustitutos es alta ya que una mermelada puede ser reemplazar con similar productos que cumplen la misma satisfacción como puede ser conservas, jaleas e inclusive con gelatinas. Pero cabe recalcar que el producto de MERMENATU no son muy semejantes a las antes mencionadas ya

que se diferencia por su sabor, calidad y sobre todo por sus altos índices de vitaminas que posee cada una de ellas, por ende el nivel de diferenciación es el que nos mantendrá en la mente de nuestros posibles clientes.

4TA. EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Los proveedores forman una parte muy importante dentro del posicionamiento de nuestro producto, ya que son ellos quien nos proveen de materias primas para la fabricación de las mermeladas, En general, mientras menor sea la cantidad de proveedores, mayor será su poder de negociación, ya que al no haber tanta oferta de materias primas, éstos pueden fácilmente aumentar sus precios.

Con el poder de negociación de los proveedores podremos formular estrategias destinadas a reducir su poder de negociación, y así lograr mejores condiciones o un mayor control sobre ellos.

- Pedir las materias primas que se necesita.
- Realizar alianzas estratégicas con los proveedores que permitan reducir los costos y salir beneficiados las dos partes.

5TA. PODER DE NEGOCIACION DE LOS CLIENTES

Para MERMENATU no será fácil negociar con el cliente ya que nuestro producto todavía no es reconocido en el mercado y al mismo tiempo cuenta con algunos sustitutos lo que esto permitirá que nuestro producto no sea tomado en cuenta y elijan la opción de consumir productos similares o ya posicionados en el mercado, por esta razón MERMENATU va interactuar con sus posibles clientes dando a conocer los beneficios que pueden obtener con el consumo de los mismos y así poco a poco lograr la lealtad del cliente. Es por ello que se tomara en cuenta lo siguiente:

- Aumentar las promociones en ventas
- Desarrollo e invocación de la publicidad.

INVESTIGACION DE MERCADO

“Identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información, con el propósito de ayudar a la administración a tomar decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas (y oportunidades) de marketing.”³⁸

Para conocer claramente el mercado objetivo tenemos que realizar un análisis detallado de las diferentes variables que afectaran en consumo de nuestro producto, para satisfacer a los mismos.

SEGMENTOS DE MERCADOS

Este proyecto se tomara en cuenta las siguientes variables para tener una segmentación de mercado adecuada.

CUADRO 6 : SEGMENTACION DEL MERCADO

SEGMENTACION DEL MERCADO		
VARIABLES	SUBVARIABLES	RESULTADOS
GEOGRAFICAS	REGION	SIERRA
	PROVINCIA	AZUAY
	CANTON	CUENCA
DEMOGRAFICAS	NUMERO DE HOGARES	91.923
	INGRESOS PROMEDIO	\$ 1.100
PSICOGRAFICAS	CULTURA	GUSTOS- PREFERENCIAS

Realizado por: los Autores

³⁸ MALHOTRA, Naresh k, *Investigación de Mercados*, 5ta edición, editorial Pearson, pg. 46

Variables Geográficas:

“(país, zona, región, municipio...) nuestra marca o producto puede percibirse o consumirse de forma distinta en cada unidad geográfica y las diferencias suelen ser tan importantes que nos obligan a diferenciar una estrategia de marketing o una campaña de comunicación en dos territorios.”³⁹

Esta variable será determinante para el proyecto lo cual indicara la situación exacta en donde se encontrará situada la empresa, Encontrándose Cuenca con 505.585 habitantes, la zona urbana se compone de 331.888 y la rural con una población de 173.697. Según el último censo 2010 realizado por el Instituto Nacional De Estadísticas y Censos (INEC)

Variables Demográficas:

“(Edad, sexo, estado civil, estudios, ocupación, renta...) segmentaremos el mercado teniendo en cuenta todas aquellas variables demográficas que influyan en el consumo de nuestro producto o marca.”⁴⁰

Esta variable será clave para determinar el mercado exacto a cual cubriremos con el producto y satisfacer sus necesidades, teniendo en cuenta las siguientes variables:

- **Número de Hogares.** De acuerdo a esta variable se ha tomado en cuenta los hogares del cantón Cuenca para esta segmentación teniendo una población de 91.923 hogares según datos proporcionado por los funcionarios de la INEC.
- **Ingreso Familiar:** Esta variable será clave para conocer el ingreso de las familias de cuenca quien tendrán la capacidad de compra de las mermeladas, teniendo un “ingreso promedio de \$ 1100”⁴¹ mensuales por hogar, según la revista perspectiva.

³⁹ **Disponible en:** <http://marketingyconsumo.com/tag/segmentacion-geografica>
Fecha de consulta: 31/oct/2014

⁴⁰ **Disponible en:** <http://marketingyconsumo.com/tag/segmentacion-geografica>
Fecha de consulta: 31/oct/2014

⁴¹ **Disponible en:** <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/revista-noviembre-2005/810-vistazo-a-la-economia-y-las-empresas-del-Azuay-y-cuenca>
Fecha de consulta: 22/nov/2014

En la siguiente tabla se refleja los ingresos per cápita de la población cuencana dividida por deciles 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9,10.

TABLA 1: INGRESO MENSUAL PERCAPITA

INGRESO MENSUAL PERCAPITA		
ORDEN	DÓLAR	CANTIDAD
Decil 1	DÓLAR	\$ 60
Decil 2	DÓLAR	\$ 90
Decil 3	DÓLAR	\$ 117
Decil 4	DÓLAR	\$ 142
Decil 5	DÓLAR	\$ 172
Decil 6	DÓLAR	\$ 204
Decil 7	DÓLAR	\$ 252
Decil 8	DÓLAR	\$ 320
Decil 9	DÓLAR	\$ 440
Decil 10	DÓLAR	\$ 867
INGRESO PROMEDIO MENSUAL PERCAPITAL	DÓLAR	\$ 334

Fuente: Instituto de Estadísticas y Censos (INEC)

Realizado por: los Autores

Variables Psicográficas:

“(personalidad, estilo de vida, valores, clase social...) es un criterio muy utilizado al que los analistas damos mucho valor, ya que permite conocer la reacción de un perfil determinado hacia su entorno, llegando a un nivel mayor de profundidad, en el que entramos en contacto con la parte emocional del consumidor.”⁴²

En esta variable se tomara en cuenta los siguientes aspectos:

- **Salud**

Actualmente el Gobierno del Ecuador ha emprendido una iniciativa que contribuiría con la salud de los Ecuatorianos, en donde se puede citar lo expresado en un diario de circulación nacional: “Correa expresó que su Gobierno asumirá con decisión el control de los malos hábitos alimenticios en que está cayendo la sociedad ecuatoriana, así como el sedentarismo y el consumo de bienes nocivos para la salud, como el cigarrillo. Durante su informe semanal, el Mandatario mostró cifras que evidencian la prevalencia de sobrepeso y obesidad del 29,9% en niños de 5 a 11 años; de 12 a 19 años, 26%; y de 19 a 59, 63% de sobrepeso y obesidad. Son problemas de salud pública que tenemos que enfrentarlos”⁴³
Es por ello que las mermeladas vegetales traen un beneficioso a nivel de salud.

- **Hábitos de consumo**

Por la gran cantidad de enfermedades que se han dado hoy en día las personas están optando por alimentos más saludables. Es por ello que con las mermeladas que se ofrece se gozara de una buena salud, aprovechando los altos índices de vitaminas que posee como son vitamina (A, E, B, K, ácidos grasos, omega -3)

División Política Territorial Del Cantón Cuenca

Según el mapa político de cantón Cuenca la zona Rural se compone de 21 parroquias conformadas por: Turi, Baños, Checa, Chaucha, Chiquintad, Cumbe, el Valle, Llacao, Nulti, Molleturo, Paccha, Quingueo, San Joaquín, Ricaurte, Sayausi, Santa Ana, Sidcay, Tarqui, Sinincay, Octavio Cordero, Victoria del Portete.

⁴² **Disponible en:** <http://marketingyconsumo.com/tag/segmentacion-geografica>

Fecha vista: 31/oct/2014

⁴³ **Disponible en:** <http://www.ppelverdadero.com.ec/pp-al-dia/item/publicidad-de-comida-chatarra-se-prohibira.html>

Fecha vista: 22/nov/2014

IMAGEN 14: PARROQUIAS RURALES DE CUENCA



Fuente: <http://ecuadorecuatoriano.blogspot.com/2012/07/mapa-de-cuenca.html>

La zona urbana está dividida de la siguiente manera: Cañaribamba, Bellavista, el Vecino, El Batán, El Sagrario, Hermano Miguel, Gil Ramírez Dávalos, Machangara, Huayna Cápac. Monay, San Blas, San Sebastián, Sucre, Yanuncay, Totoracocho.

IMAGEN 15 PARROQUIAS URBANAS DE CUENCA



Fuente: <http://ecuadorecuatoriano.blogspot.com/2012/07/mapa-de-cuenca.html>

Universo de la Muestra

El universo para este proyecto esta defino de acuerdo a las personas que pueden adquirir el producto, el segmento está dirigido a todos los hogares del cantón Cuenca. De acuerdo a su poder adquisitivo de cada hogar.

Selección de la Muestra

Población del cantón Cuenca.

Para el cálculo del segmento objetivo, nos basamos en los datos proporcionados por el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) del año 2012. Teniendo en cuenta el número de hogares del cantón Cuenca que podrán consumir el producto considerando del decil número cuatro conformada por 81.505 hogares.

Se realizara una encuesta dirigida a todas las madres de familia, ya que ellas son las que realizan la compra de la canasta familiar.

Entonces:

TABLA 2: DETERMINACION DE LA MUESTRA

N	Tamaño de la población	81.505
Z	Nivel de confianza	1.96
P	Probabilidad de éxito, o proporción esperada	0.5
Q	Probabilidad de fracaso	0.5
E	Error máximo	5%

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde se obtuvo los siguientes resultados:

$$n = \frac{81.505 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (81.505 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = \mathbf{382}$$

MODELO DE ENCUESTA

DE LA MANERA MAS COMEDIDA LE PEDIMOS QUE LLENE ESTE SIGUIENTE CUESTIONARIO CON LOS DATOS CERTEROS YA QUE YA QUE ES DE SUMA IMPORTANCIA PARA NOSOTROS SU OPINION PARA PODER PROMOCIONAR NUESTRO PRODUCTO.

1) Usted en su hogar consume mermeladas

Si

No

2) Usted conoce a cerca de mermeladas vegetales

Si

No

Talvez

3) En lo personal le gustaría consumir mermeladas de vegetales

Si

No

Tal vez

4) En su hogar cual le gustaría consumir

Zanahoria

Apio

Coliflor

Brócoli

5) Al momento de comprar una mermelada que es lo que toma en cuenta.

Calidad

Precio

Marca

Sabor

Presentación

6) Con qué frecuencia consume mermeladas.

Diario

Semanal

Mensual

Otros

7) De acuerdo al precio establecido que se encuentra en el mercado que le parece a usted?

Caro

Razonable

Económico

8) Qué tipo de presentación prefiere usted para el consumo de mermeladas vegetales.

Sachet 200gr.

Frasco de vidrio 350gr.

Frasco de vidrio 450gr.

9) Donde compraría preferiblemente la mermelada de vegetales

Tiendas del barrio

Mini mercados

Supermercados

Otros

10) Mediante qué medios de comunicación se informa de los anuncios de productos nuevos

Televisión

Internet

Periódico

Flayers

Radio

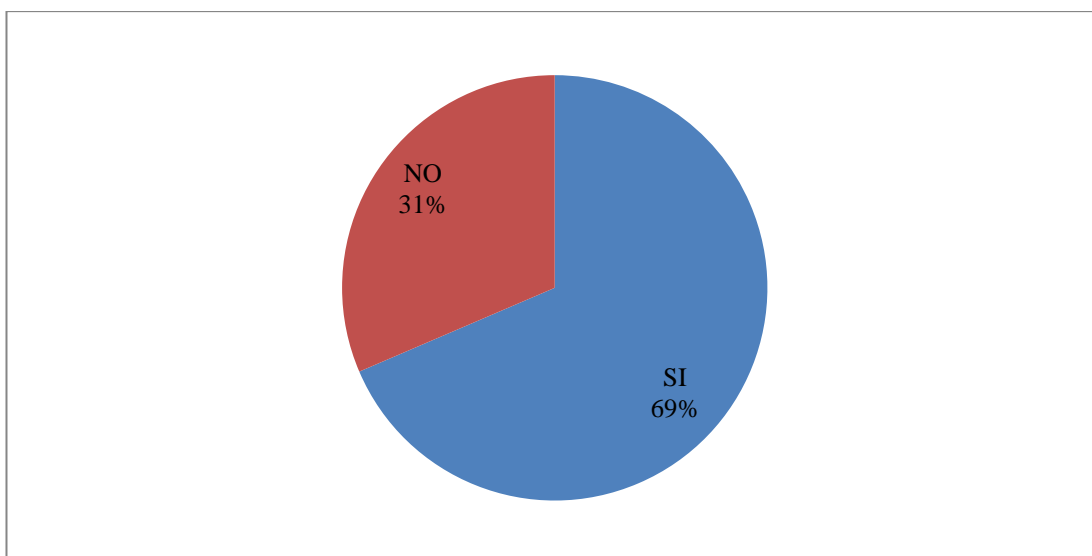
ANALISIS DE RESULTADOS

En los datos obtenidos de la investigación realizada a la población cuencana se ha obtenido los siguientes resultados que se detallan a continuación:

1) Usted en su hogar consume mermeladas

SI	242
NO	111

GRAFICO 1: USTED EN SU HOGAR CONSUME MERMELADAS



Fuente: trabajo en el campo

Elaborado por: los Autores

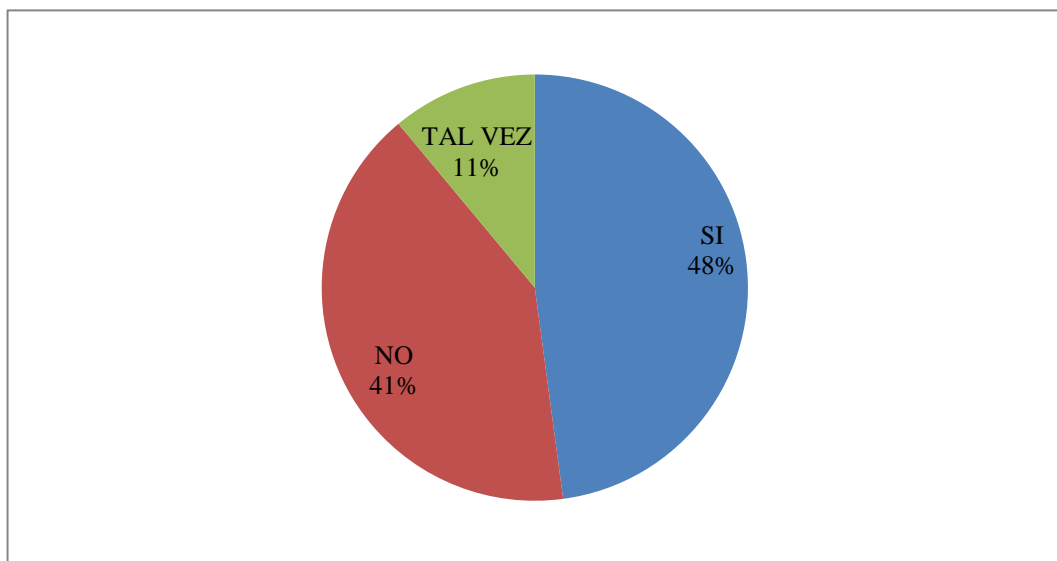
ANALISIS

En la encuesta realizada a la población cuencana con respecto a la primera pregunta, el 69% de personas encuestadas SI consumen mermeladas en su hogar, y un 31% de población NO consumen mermeladas.

2) Usted conoce a cerca de mermeladas vegetales

SI	169
NO	145
TAL VEZ	39

GRAFICO 2: USTED CONOCE A CERCA DE MERMELADAS VEGETALES



Fuente: trabajo en el campo
Elaborado por: los Autores

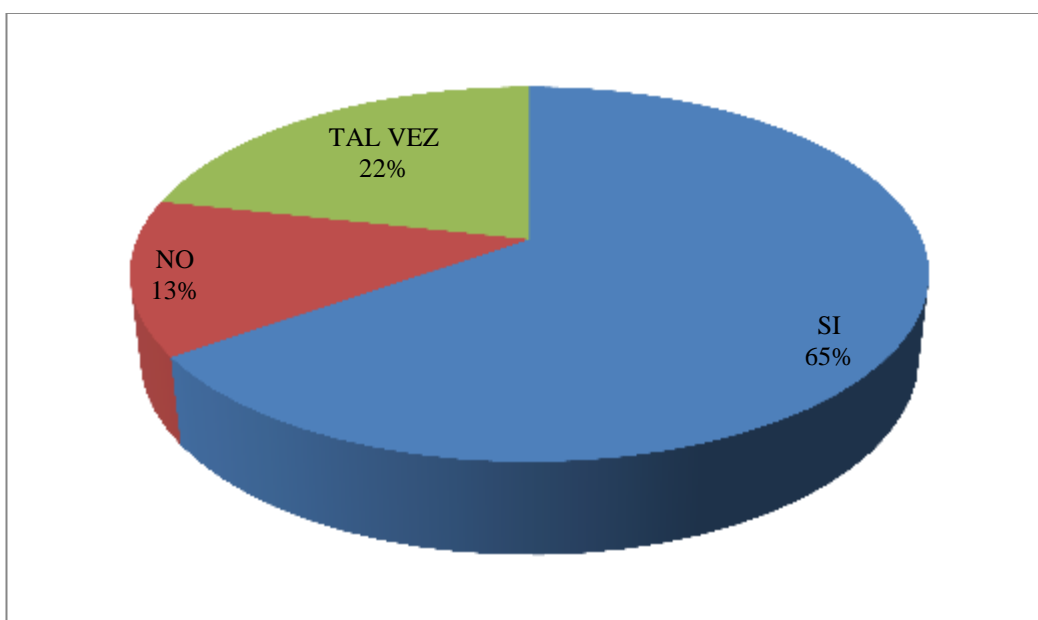
ANALISIS

El 48% de las madres de familias de Cuenca tiene conocimiento que existen mermeladas vegetales en el mercado. Y un 41% de madres encuestadas no tienen conocimiento que existe este producto en el mercado, y un 11% que no tiene una idea central si existe o no el producto en mercado.

3) En lo personal le gustaría consumir mermeladas de vegetales

SI	230
NO	47
TAL VEZ	76

GRAFICO 3: EN LO PERSONAL LE GUSTARÍA CONSUMIR MERMELADAS DE VEGETALES



Fuente: trabajo en el campo

Elaborado por: los Autores

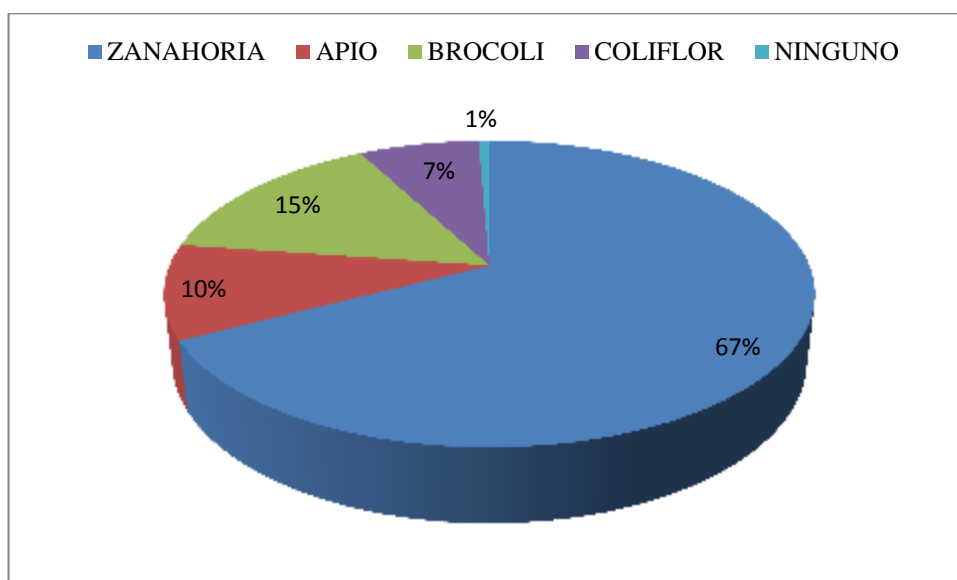
ANALISIS

En la encuesta realizada con respecto a esta pregunta que es de vital importancia para la realización de este proyecto el 65% de las personas encuestadas están de acuerdo a consumir el producto y un 13% de la personas no están de acuerdo a consumir este producto, teniendo en cuenta un 22% que están indecisas de consumir.

4) En su hogar cual le gustaría consumir

ZANAHORIA	311
APIO	46
BROCOLI	69
COLIFLOR	33
NINGUNO	3

GRAFICO 4: EN SU HOGAR CUAL LE GUSTARÍA CONSUMIR



Fuente: trabajo en el campo

Elaborado por: los autores

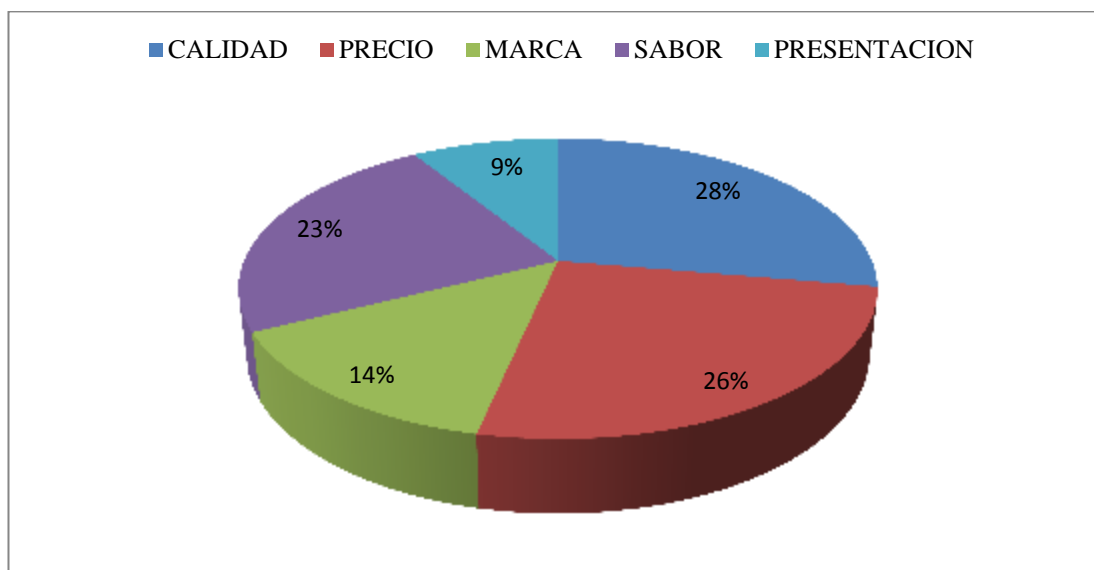
ANALISIS

En base a la encuesta realizada con respecto a esta pregunta para conocer el nivel de aceptación que tendrá los productos que ofertaremos al mercado teniendo una aceptación de 67% de mermelada de Zanahoria, 10% de Apio, 15% de Brócoli, 7% de Coliflor, y un 1% que no están de acuerdo a consumir los vegetales que estamos ofertando.

5) Al momento de comprar una mermelada que es lo que toma en cuenta.

CALIDAD	159
PRECIO	147
MARCA	81
SABOR	135
PRESENTACION	51

GRAFICO 5: AL MOMENTO DE COMPRAR UNA MERMELADA QUE ES LO QUE TOMA EN CUENTA



Fuente: trabajo en el campo
Elaborado por: los Autores

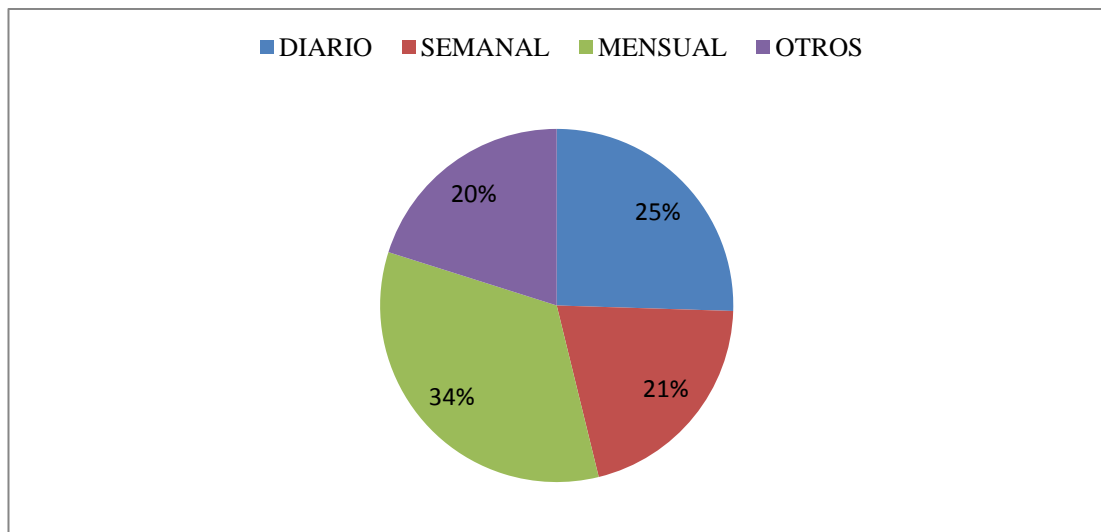
ANALISIS

Las personas encuestadas a la hora de comprar sus productos toman en cuenta el siguiente análisis, la Calidad con un 28%, el Precio 26%, la Marca un 14%, el Sabor un 23%, y un 9% toman en cuenta la Presentación del producto.

6) Con qué frecuencia consume mermeladas.

DIARIO	90
SEMANTAL	73
MENSUAL	119
OTROS	71

GRAFICO 6: CON QUÉ FRECUENCIA CONSUME MERMELADAS



Fuente: trabajo en el campo

Elaborado por: los Autores

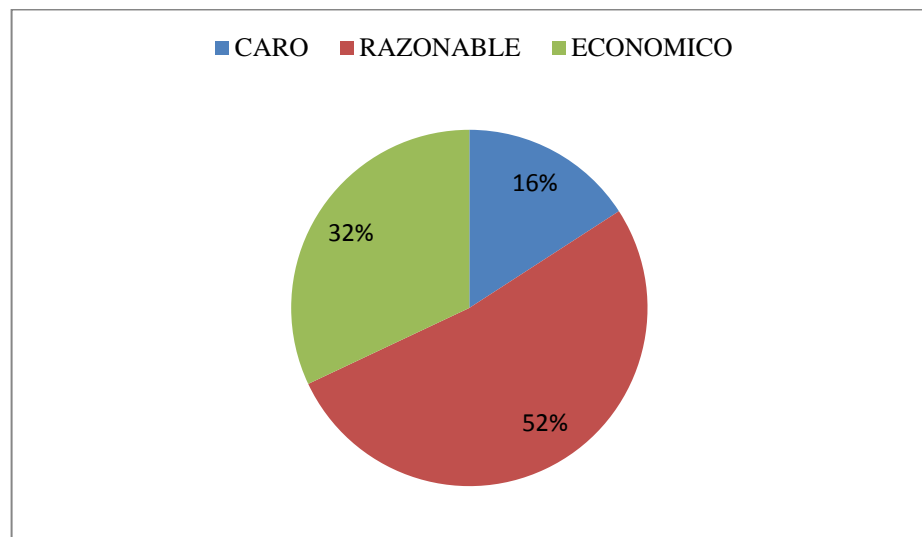
ANALISIS

En la encuesta realizada con respecto a esta pregunta será vital para proyectar las demandas futuras de acuerdo al consumo de las personas, obteniendo los siguientes datos, 25% se dedican al consumo Diario, el 21% Semanal, el 34% Mensual y teniendo un 20% que no tiene definido su de consumo.

7) De acuerdo al precio establecido que se encuentra en el mercado que le parece a usted?

CARO	56
RAZONABLE	184
ECONOMICO	113

GRAFICO 7: DE ACUERDO AL PRECIO ESTABLECIDO QUE SE ENCUENTRA EN EL MERCADO QUE LE PARECE A USTED



Fuente: trabajo en el campo

Elaborado por: los Autores

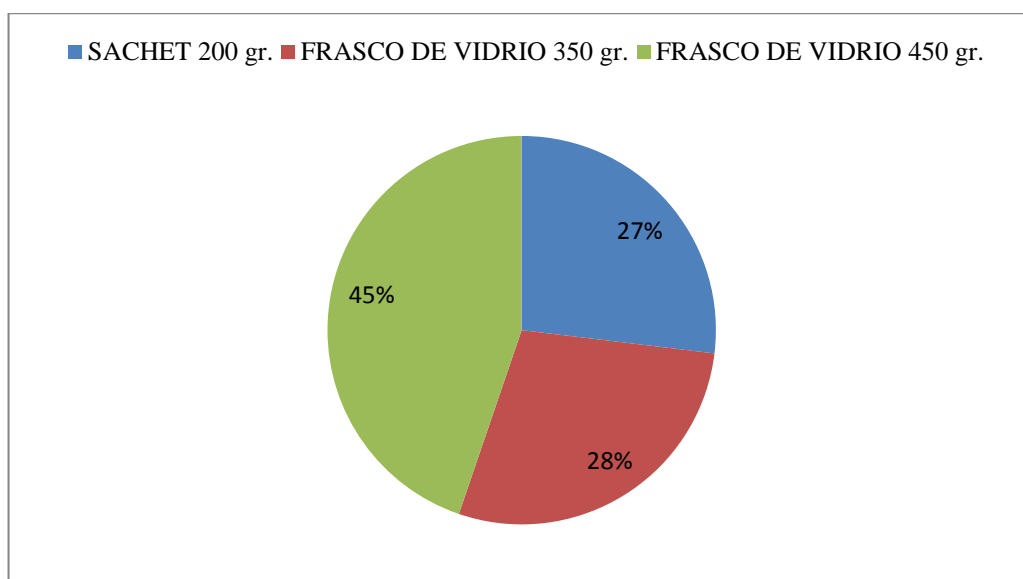
ANALISIS

En base a la encuesta realizada con respecto a esta pregunta las personas encuestadas respondieron de la siguiente manera un 16% respondieron que es Caro, el 52% mencionaron que es Razonable el precio, y un 32% recalcan que es Económico.

8) Qué tipo de presentación prefiere usted para el consumo de mermeladas vegetales

SACHET 200 gr.	95
FRASCO DE VIDRIO 350 gr.	100
FRASCO DE VIDRIO 450 gr.	158

GRAFICO 8 QUÉ TIPO DE PRESENTACIÓN PREFIERE USTED PARA EL CONSUMO DE MERMELADAS VEGETALES



Fuente: trabajo en el campo

Elaborado por: los Autores

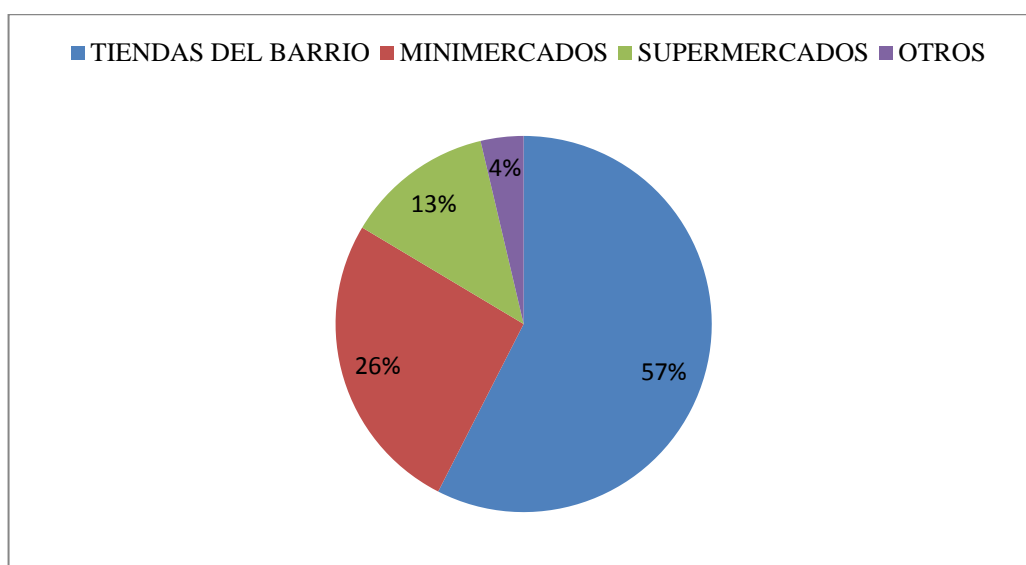
ANALISIS

De acuerdo a la encuesta realizada las personas respondieron de la siguiente manera un 27% prefieren en Sachet 200gr. El 28% prefieren en un frasco de vidrio de 350 gr. Y un 35% prefieren en un frasco de vidrio de 450 gr.

9) Donde compraría preferiblemente la mermelada de vegetales

TIENDAS DEL BARRIO	203
MINIMERCADOS	92
SUPERMERCADOS	45
OTROS	13

GRAFICO 9: DONDE COMPRARÍA PREFERIBLEMENTE LA MERMELADA DE VEGETALES



Fuente: trabajo en el campo

Elaborado por: los autores

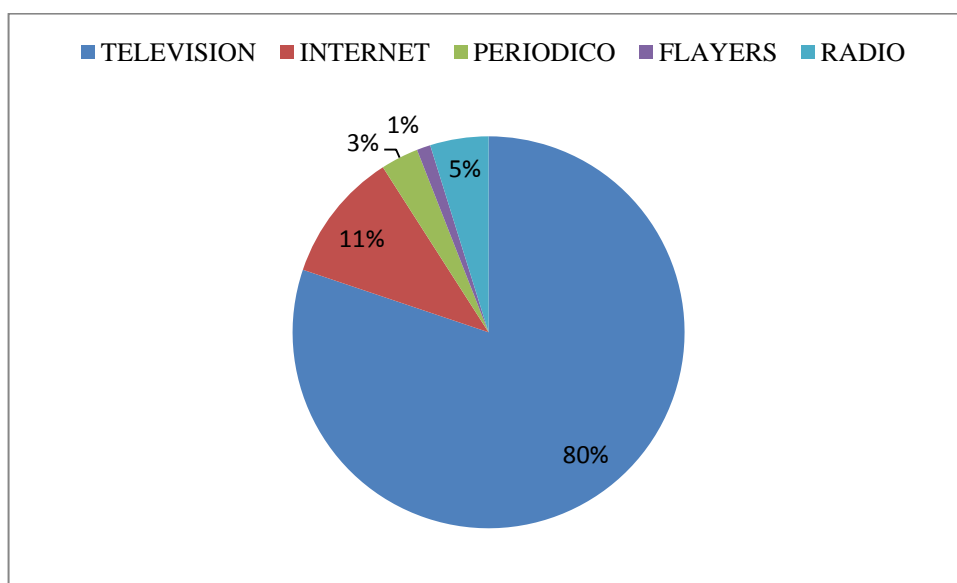
ANALISIS

En base a la encuesta realizada, las personas respondieron en donde preferirían que se encuentre las mermeladas, el 57% de las personas prefieren que se encuentren en las Tiendas del barrio, el 26% en Mini mercados y un 13 % prefieren en Supermercados y un 4% responden que se encuentren en todo lugar.

10) Mediante qué medios de comunicación se informa de los anuncios de productos nuevos.

TELEVISION	283
INTERNET	38
PERIODICO	11
FLAYERS	4
RADIO	17

GRAFICO 10 MEDIANTE QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN SE INFORMA DE LOS ANUNCIOS DE PRODUCTOS NUEVOS



Fuente: trabajo en el campo
Elaborado por: los autores

ANALISIS

En base a la encuesta realizada las personas respondieron con respecto a esta pregunta de la siguiente manera, el 80% de las personas encuestadas se enteran de los anuncios publicitarios de productos nuevos en la Televisión, el 11% en el Internet, el 5% Radio, el 3% en el Periódico y un 1% en Flayers.

2.3 Conceptos económicos básicos para el análisis de inversiones

Son importantes para la determinación de las etapas de mercado por eso se toma en cuenta lo teórico, para llevarle a la aplicación clara y efectiva que se desarrollara a continuación.

2.3.1 Comportamiento de la demanda

“Los bienes y servicios que los productores libremente desean ofertar para responder a esta demanda se denominan oferta del mercado. En el mercado, donde se vinculan esta oferta y demanda, se determina un equilibrio de mercado, representado por una relación entre un precio y una cantidad acordada para cada producto o servicio.”⁴⁴

2.3.2 Comportamiento de la oferta

“Mientras la demanda del mercado estudia el comportamiento de los consumidores, la oferta del mercado corresponde a la conducta de los empresarios. Los principales elementos que condicionan la oferta son el costo de producción del bien o servicio, el grado de flexibilidad en la producción que tenga la tecnología, las expectativas de los productores, la cantidad de empresas en el sector y el nivel de barreras a la entrada de nuevos competidores, el precio de bienes relacionados y la capacidad adquisitiva de los consumidores, entre otros.”⁴⁵

2.3.3 Comportamiento de los costos

“El comportamiento de un costo se refiere a la manera en la cual un costo cambia al momento que una actividad relacionada cambia. Para entender el comportamiento de los costos, los siguientes dos factores deben ser considerados: Primero, se deben identificar las actividades que se piensa causan que el costo sea incurrido. Dichas actividades son llamadas bases de actividad (o conductores de actividad). Segundo, se debe especificar el

⁴⁴ SAPAG CHAIN, Nassir, *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación*, primera edición 2007, editorial Pearson, pg.42

⁴⁵ SAPAG CHAIN, Nassir, Op.Cit, pg. 48

rango de actividad sobre el cual los cambios en el costo son de interés. A este rango de actividad se le llama rango relevante.”⁴⁶

2.3.4 Maximización de los beneficios

“La empresa maximiza el beneficio neto total en el nivel de producción en el que la diferencia entre el ingreso total y el costo total se hace máxima. Desde el punto de vista del análisis marginal, esta producción se logra en el punto donde el ingreso marginal se iguala con el costo marginal. Sobre ese punto la empresa podrá aumentar los ingresos totales, pero los costos de cada unidad adicional producida serán mayores que el ingreso que genere, por lo que la utilidad neta decrecerá.

El volumen de producción óptima es el que maximiza el beneficio total de la empresa, es decir, cuando la diferencia entre ingresos totales y costos totales se hace máxima. El análisis marginal señala que, cuando la empresa puede aumentar la producción generando ingresos marginales superiores a los costos marginales, el beneficio total se incrementaría al aumentar la producción y las ventas. En el nivel óptimo, el ingreso marginal se iguala con el costo marginal.”⁴⁷

2.4 Determinación de la demanda del proyecto

Para cuantificar la demanda que pretende cubrir el proyecto se ha tomado en cuenta los siguientes factores para el análisis.

- **Hogares:** Es un factor muy importantes de análisis teniendo en cuenta el número de hogares en el cantón Cuenca de 91.923 para demandas futuras para poder proyectar cubriendo todas las necesidades de un segmento de mercado.
- **Precio:** Es de vital importancia el análisis del bien que se va introducir al mercado, teniendo en cuenta el precio que se está ofertando, la competencia y sus productos sustitutos.
- **Ingresos por persona:** De acuerdo al análisis proporcionados por el Instituto de Estadísticas y Censos (INEC) del año 2012, el ingreso corriente per capital

⁴⁶ **Disponible en:** <http://www.loscostos.info/comportamiento.html>

Fecha de consulta: 15/11/2014

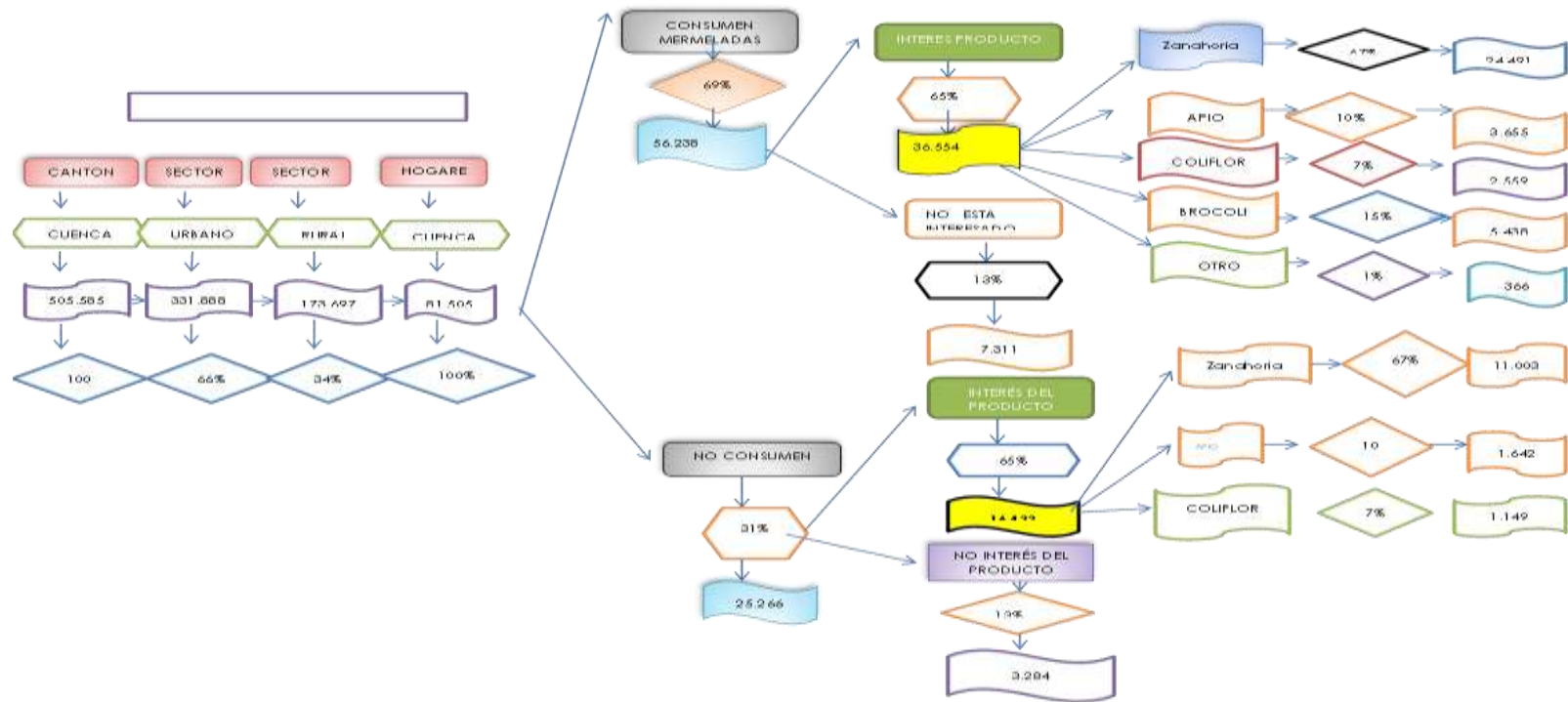
⁴⁷ SAPAG CHAIN, Nassir, Op.Cit, pg. 54

promedio es de \$334 dólares. Esto nos quiere decir que estos hogares tienen la capacidad de comprar el producto. |

DETERMINACION DE LA DEMANDA OBJETIVA

Para el análisis de la demanda actual del proyecto se ha tomado en cuenta el nivel de ingreso de las personas, el número de hogares existentes en Cuenca, la población, toda la información obtenida en la encuesta aplicada, para determinar la demanda potencial se ha obtenido del siguiente cuadro.

CUADRO 7: DEMANDA POTENCIAL



Fuente: Trabajo en el campo
Elaborado por: los Autores

INTERPRETACION DEL CUADRO

La segmentación se encuentra ilustrada en el grafico en donde se toma en cuenta la población del cantón como está conformada la zona urbana está representada por 331.888 habitantes y la zona rural por 173.697 habitantes, teniendo en cuenta el número de hogares existen en el cantón Cuenca representada por 81.505 hogares considerando desde el decil cuatro.

En la encuesta aplicada la primera pregunta es vital para la realización del proyecto, Dándonos un valor decisivo para el proyecto.

De las personas que consumen y las que no consumen mermeladas se determinó a las personas que estarían interesados a consumir el producto y a las que no están de acuerdo a consumir el producto.

En conclusión, con los datos obtenidos podemos determinar la demanda potencial de la sumatoria de las personas que estarían interesadas a consumir una mermelada nueva en el mercado y de las personas que no consumen mermeladas, pero estarían de acuerdo a consumir una mermelada, como se demuestra a continuación.

$$\text{Demanda Potencial} = 36.554 + 16423 = \mathbf{52.977}$$

De acuerdo a los resultados obtenidos podemos decir que la demanda actual de mermeladas es favorable ya que representa más del 50% de hogares de Cuenca que consumen mermelada producto.

2.4.1 El mercado proveedor

La empresa MERMENATU buscara los mejores proveedores para obtener unos mejores precios y también buscara que los productos que adquiriera sean de calidad y así la empresa pueda garantizar el producto que ofrece, es decir Cuando se piensa en entorno existen varias formas de visualizarlo.

Adquisición de Materia Prima

La empresa trabajara con proveedores propios de zona quien nos proveerá de materias prima directa con la asociación de agricultores de San Joaquín y el resto de materias primas que se necesiten se buscaran proveedores directos para minimizar costos.

Esta empresa se encuentra en una de los sectores industriales en las cuales tiene como metas incursionar en el mercado y como finalidad mantener un perfil claro de todos sus clientes tanto internos como externos. El convencimiento de la empresa va dar al cliente y buscamos la manera de satisfacer al cliente y de antemano su lealtad.

2.4.2 El mercado competidor

Para el análisis de la competencia se tomó en cuenta todos los aspectos posibles, ya que depende el número de unidades que venda la empresa para determinar el precio, es de valiosa importancia mencionar las principales empresas que se encuentran en el mercado, a continuación se presenta el siguiente gráfico con sus principales marcas.

CUADRO 8: MARCAS EXISTENTES

MARCA	PRESENTACION	PRECIO \$	PRECIO ANALIZADO EN 300G EN \$	FABRICANTE	UBICACIÓN
SNOB	Frasco vidrio 295g. 600g.	1.28 2.36	1.12	Sipia S.A	Km 21 vía interoceánica Puemba prov. Pichincha Industria- Ecuatoriana Telf.022455606
GUSTADINA	Frasco de vidrio 300g. 600g. 460g.	0.91 1.68 1.13	0.91	Pronaca	Quito- Ecuador
GUAYAS	Frasco de vidrio 300g. 460g.	1.15 1.36	1.15	Industrias conserveras Guayas	Km. 5 ½ Via Daule Guayaquil Ecuador Industrias Ecuatoriana
FACUNDO	Frasco de vidrio 300g. 550g.	1.10 1.93	1.10	Ecuavegetal	Km. 7 Via Babahoyo Jujan Los Rios Ecuador Telf. 052735046 Distribuido por Tropicalimentos
LA VIEJA FABRICA	Frasco de vidrio 300g.	1.97	1.97	Angel Camacho	Av. 6 Moron de la frontera Sevilla España
SUPERBA	Frasco de vidrio			Alimentos del Ecuador	Alidar Km. 4.5 Via Daule

Fuente: www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/3720/1/6247.pdf
Analizado por: los Autores

En el mercado Nacional a nivel de minoristas se encuentran 16 marcas Nacionales, 10 pertenecientes a la empresa privada y 6 asociativas. Las mermeladas Nacionales mejor posicionadas están ubicadas en la Sierra con Snob, Guayas y Gustadina; mientras que en la Costa, son Gustadina, Guayas, Snob y Facundo. Las mermeladas se venden únicamente en tiendas de comercialización solidarias y su rotación depende más del sabor de la fruta que la marca del producto. Otro rubro importante son las mermeladas importadas, donde se destacan la marca Smucker con mermeladas light, Watts, por su novedoso empaque.

2.4.3 El mercado distribuidor

El mercado de distribución tiene como objetivo concretar el encuentro entre ofertantes y demandantes, para el encuentro de nuestro producto utilizaremos dos tipos de canales de distribución, Que se detalla a continuación:

FIGURA 1: TIPOS DE CANALES



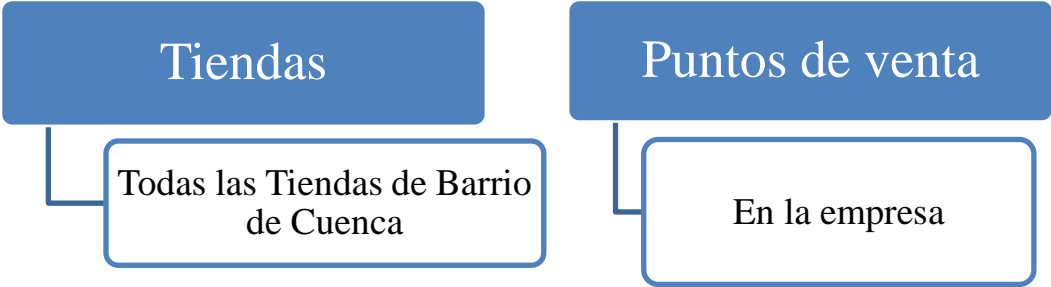
Se ha utilizado este tipo de canal de distribución y comercialización porque la planta de producción estará ubicada en el parque industrial en las calles Carlos Tosi Siri y Miguel A Narváez, donde los clientes se podrán acercarse directamente a la empresa a realizar sus pedidos.

FIGURA 2: TIPOS DE CANALES



Este canal de distribución nos servirá para tener una conexión entre distribuidor y consumidor, ya que será el principal comercializador del producto, como supermercados y tiendas del barrio, realizando alianzas estratégicas, en siguiente cuadro se refleja los principales puntos de venta.

CUADRO 9: PUNTOS ESTRATEGICOS DE VENTAS



Fuente: propia
Elaborado por: Los Autores

2.4.4 El mercado consumidor

La empresa conociendo el mercado de sus consumidores que se encuentra diversificado plantea estrategias de venta, para ganar mercado y diversificar su producto.

CUADRO 10: PROMOCION EN VENTAS

PROMOCION EN VENTAS		
	Estrategias	Actividades
Degustaciones	Realizar degustaciones de las nuevas mermeladas que se están ofertando al mercado.	Ofrecer en pequeñas cantidades.
Muestras	El día de inauguración de la empresa se les entregara trípticos, para que conozcan todo sobre el producto.	Realizar llaveros con nuestro logotipo y slogan.
Descuentos	Por una compra, o pedidos que realicen nuestros primeros clientes.	El 7% de descuento para mayoristas y el 3% para minoristas.
Ferias y Exposiciones	Invitar a escuelas, colegios y público en general.	

Fuente: propia

Elaborado por: Los Autores

Calidad:

La empresa con perspectiva a futuro se registrá a las siguientes normas de calidad ISO. Con las cuales se entregara un producto de calidad y eficaz.

- ISO 9000: que será la de velar los productos y servicios que ofrecemos.
- ISO 14000: para estar siempre la búsqueda de nuevas formas de proteger a la naturaleza.
- ISO 18000: para que nuestro personal tenga los más altos niveles de seguridad laboral, como personal.
- ISO 26000: porque nuestra empresa tiene un profundo sentido y compromiso con la sociedad.

Servicio al Cliente:

El servicio al cliente es una estrategia básica para ser competitivos, pero la empresa enfoca más esta estrategia en sus compradores potenciales para hacerlos sentir como parte selecto de la empresa.

la empresa también tomara pedido a gusto del cliente, es decir se ajustan a los gustos, preferencias, y necesidades del cliente, Esta es una muy buena estrategia ya que a más de ofrecer la excelencia al cliente también ofrece calidad, rapidez y confianza con todos los detalles y peticiones del cliente, eso es entregar un producto con valor agregado.

Entregar un producto con todos los gustos y exigencias del cliente es clave al momento de fidelizar la marca ya que con esto se logra la simpatía por parte del cliente hacia la marca. Para ello hemos tomado en cuenta los siguientes puntos para dar un mejor servicio al cliente:

POST- VENTA

- Seguimiento de satisfacción de las mermeladas a los clientes mediante una página web de sugerencias y comentarios.
- Brindar la posibilidad de un cambio de producto hasta una cierta hora.
- Tener un listado de nuestros clientes potenciales para realizar descuentos y promociones fechas especiales para hacerles llegar un presente ese día, con ello lograremos siempre estar en la mente de ellos y sobre todo podemos lograr una publicidad de boca en boca.

CAPÍTULO 3

ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Objetivo general

Determinar la viabilidad técnica de la empresa así como los aspectos tributarios, legales, administrativos, y de producción durante la vida útil de la empresa.

3.2 Objetivos específicos

- Analizar la situación geográfica adecuada para la empresa.
- Determinar su capacidad de producción.
- Diseñar la distribución óptima de la planta.

3.3 Localización del proyecto

3.3.1 Macro micro localización, distribución de planta

3.3.1.1 Macro Localización

Para conocer la ciudad en donde funcionara la empresa realizamos un análisis preliminar como el nivel de ingreso de las personas, existen mayor cultivo de los vegetales, disponibilidad de la mano de obra, cercanía a los cultivos. Y aprovechando un clima necesario para el producto. La empresa está ubicada en la ciudad de Cuenca en la provincia del Azuay cuyas características son:

“Santa Ana de los cuatro ríos es una ciudad del centro sur de la República del Ecuador y es la capital de la provincia del Azuay y de la Región 6. Está situada entre los 2.350 y 2.550 metros sobre el nivel del mar. Ubicada sobre una gran planicie en la cordillera de los Andes.

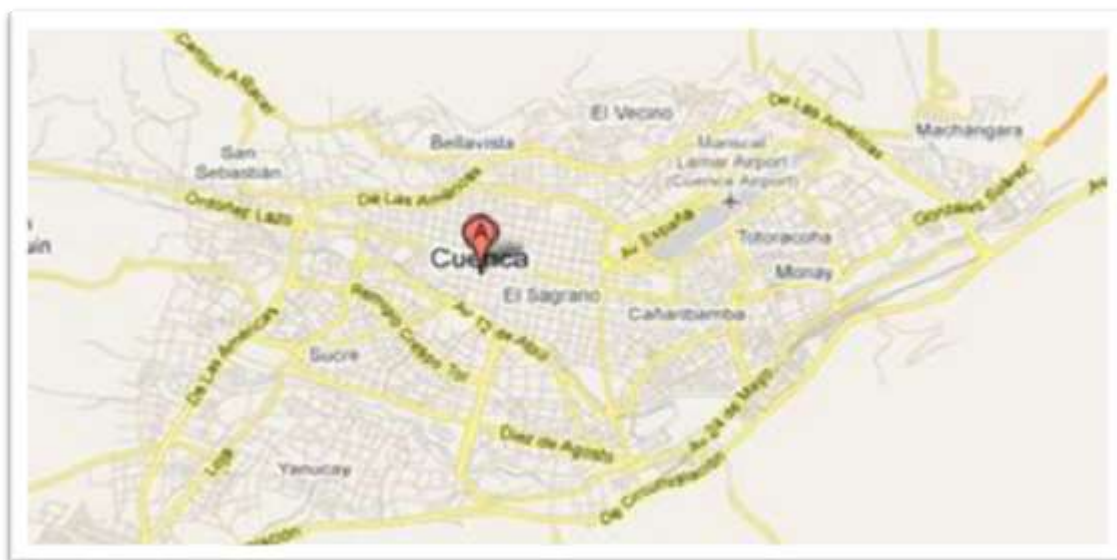
La provincia del Azuay cuenta con 712.127 habitantes según los datos que arrojaron el Censo de Población y Vivienda realizado por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos en el año 2010. De esta cifra, la ciudad de Cuenca abarca el 69.7% con 505.585

habitantes, de los cuales 195.683 son hombres y 221949 son mujeres, con una tasa de crecimiento promedio anual de 2%.

La población se divide en pobladores de zonas urbanas y pobladores de zonas rurales. Los primeros alcanzan el 66.4% con 277.374 habitantes, mientras que los segundos llegan al 33.6% con 140258 habitantes. Cada una de las cuales contribuye a incrementar su patrimonio, porque aporta con elementos de una riqueza cultural, arqueológica, histórica y natural, y, por todo ello, una inevitable atracción turística desde los más diversos intereses.⁴⁸

En el siguiente grafico se representa el mapa sectorizado de la ciudad de Cuenca con sus diversas parroquias:

IMAGEN 16 : MAPA SECTORIZADO DE LA CIUDAD DE CUENCA



Fuente: Google maps

⁴⁸ **Disponible en:** <http://www.cuenca.com.ec/cuencanew/node/3>
Fecha de consulta: 01/12/2014

3.3.1.2 Micro localización

Para conocer el lugar adecuado en donde la empresa prestara sus servicios se realizó los siguientes análisis basados en criterios que afectaran directamente a la producción de mermeladas.

TABLA 3: UBICACIÓN DE LA EMPRESA

CRITERIOS	Porcentaje	PARQUE INDUSTRIAL		TARQUI		CHECA	
		%	Cantidad	%	Cantidad	%	Cantidad
Servicios Básicos	20	10	2	7	1.4	9	1.8
Mano de obra	30	9	2.7	6	1.8	7	2.1
Proveedor	40	8	3.2	5	2	6	2.4
Gastos de arriendo	5	9	0.45	8	0.4	3	0.15
Punto de venta	5	6	0.3	2	0.1	8	0.4
TOTAL	100		8.65		5.7		6.85

Fuente: propia

Elaborado por: Los Autores

Puntos De Encuentros Con El Proveedor: Es un factor importante a considerar ya que ellos son quienes nos proveerán de la materia prima para la elaboración de las mermeladas, las materias primas son provenientes de la zona rural de Cuenca y de los cantones cercanos, el punto de encuentro se realiza en el mercado más grande y representativo (mercado el Arenal) de Cuenca. Conociendo que el traslado de las materias primas es accesibles y económicos para la empresa.

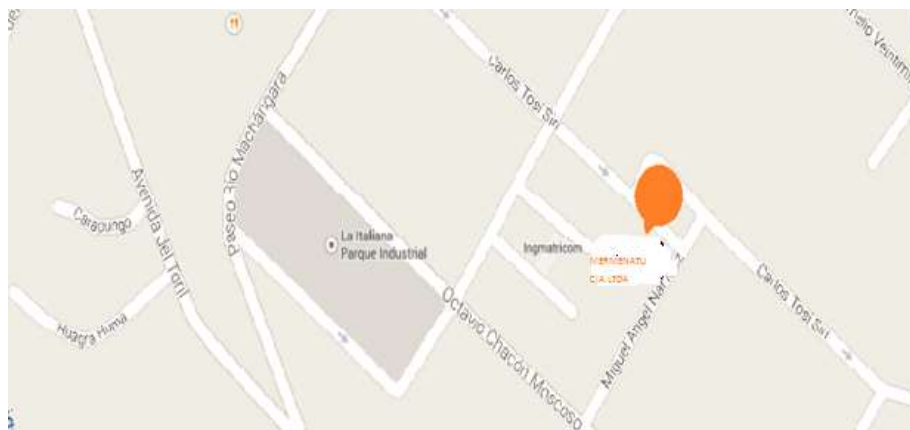
Mano De Obra: Con el análisis respectivo podemos decir que existe la posibilidad de contratar personal que se encuentran en sectores aledaños de la empresa, contando con una disponibilidad de trabajo de las personas, para mejorar sus ingresos monetarios.

Servicios Básicos: Es factible considerar los beneficios con la que debe contar MERMENATU para realizar la respectiva producción.

- Agua potable
- Energía eléctrica
- Alcantarillado
- Teléfono

Basándonos en el análisis previo podemos decir que la empresa estará ubicada en el parque industrial en el norte de la Ciudad de Cuenca en las calles Carlos Tosi Siri y Miguel A. Narváez.

IMAGEN 17: MAPA ESPECIFICO DONDE ESTARA UBICADO MERMENATU



Fuente: Google maps

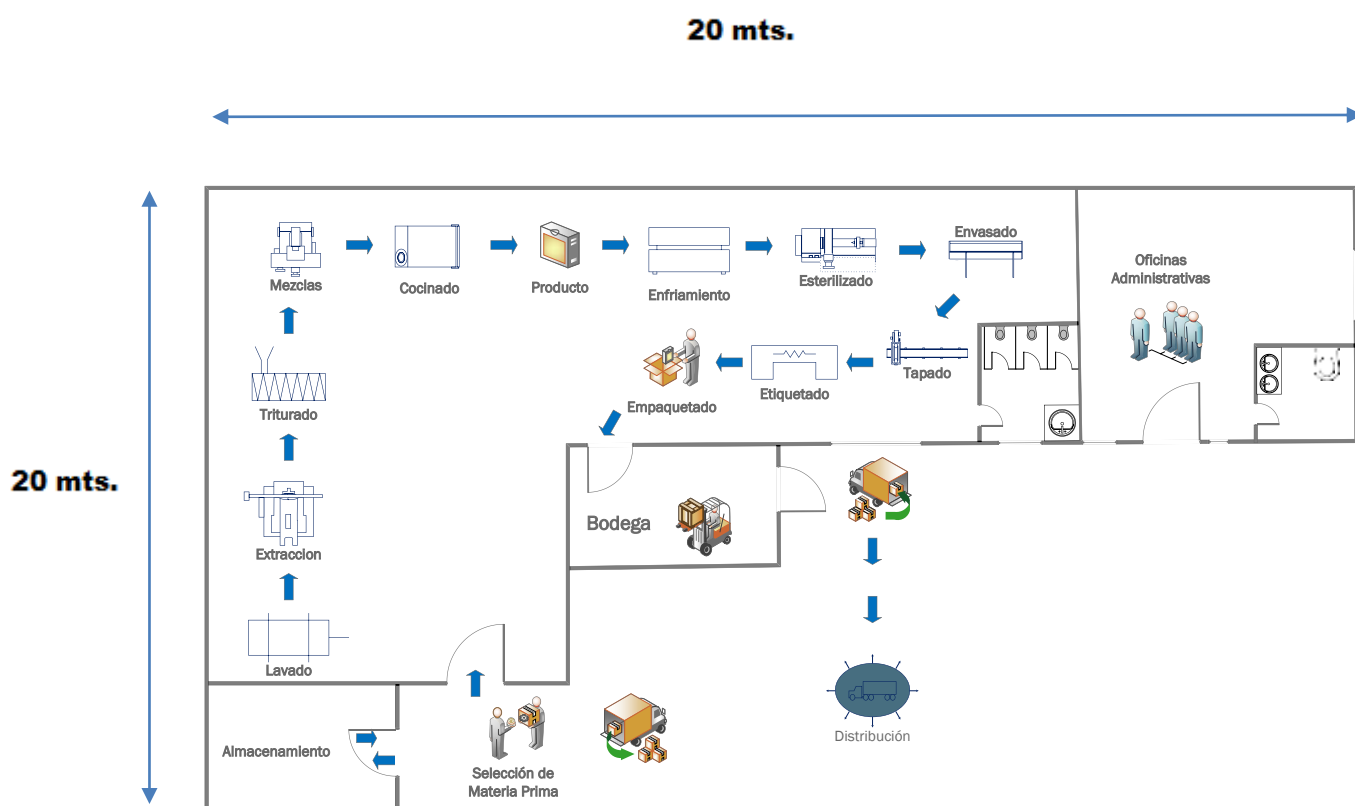
Distribucion de planta

La empresa contara con espacios físicos donde será distribuido de la siguiente manera:

1. Selección área de producción
2. Selección área de almacenaje
3. Selección del tamaño de cada área
4. Selección de la disposición física del equipo y personal en cada área

Con lo mencionado anteriormente lograremos la ordenación de espacios necesarios para el movimiento de material, almacenamiento, equipos o líneas de producción, equipos industriales.

GRAFICO 11: DISTRIBUCCION DE LA PLANTA



Fuente: propia
Elaborado por: los autores

3.3.2 Disponibilidad de recursos financieros

Para la ejecución de esta empresa se requiere de un capital propio de los socios, y otra parte nos financiaremos con un crédito en la Institución Financiera El Banco Nacional de Fomento cumple eficientemente la importante y delicada función que tiene dentro del desenvolvimiento económico del país, cual es el apoyar a los sectores productivos con la aplicación de una política crediticia acorde con las exigencias del desenvolvimiento económico y social del país, siempre orientados al mejoramiento de la producción, a la explotación técnica y racionalizada de los recursos naturales y nuevas formas de producción que creen fuentes de trabajo.

3.3.3 Disponibilidad de mano de obra

Es un elemento que se requiere de un personal especializado, siempre se debe tomar en cuenta ya que con ellos el producto se elaborara dando un producto de calidad, de la misma manera con ella podremos asociar la distribución de la planta para que tengan el lugar suficiente para poder cumplir con sus labores.

Personal necesario para la puesta en marcha

- 1 jefe Administrativo
- 1 jefe de Producción
- 3 trabajadores para área de producción
- 1 vendedor
- 1 distribuidor

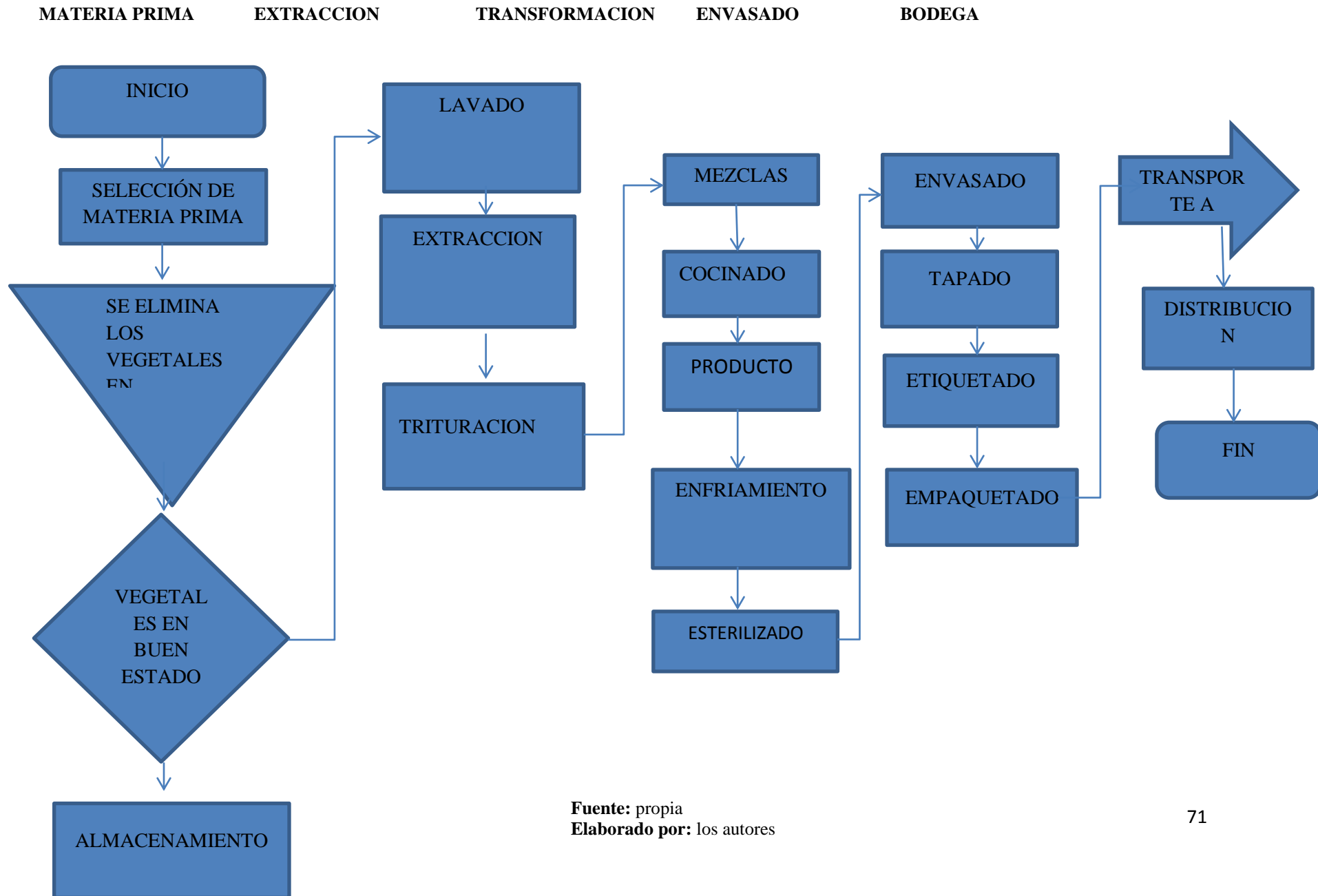
3.4 Ingeniería del proyecto

Se detallara como va ser elaborado los productos, es decir las actividades que se desempeñara en la planta productora.

3.4.1 Diagrama de flujo de proceso

El proceso de producción para la elaboración de las mermeladas consta de algunos pasos que se detallara a continuación.

FIGURA 3: DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS



Fuente: propia
Elaborado por: los autores

CUADRO 11: DEFINICION DE TIEMPOS DEL PROCESO DE PRODUCCION

PROCESO	N° TRABAJADORES	TIEMPO/APROX
Recepción de materia prima	3 personas	1 hora
Selección	3 personas	1 hora
Almacenamiento	3 personas	30 minutos
Lavado	2 personas	40 minutos
Extracción	3 personas	1 hora
Trituración	1 personas	10 minutos
Mezcla	2 personas	10 minutos
Cocinado	2 personas	50 minutos
Esterilizado	2 personas	40 minutos
Esterilizado	1 persona	15 minutos
Envasado, tapado y etiquetado	2 personas	20 minutos
Empaquetado	3 personas	50 minutos
Bodega	3 personas	30 minutos

Fuente: propia

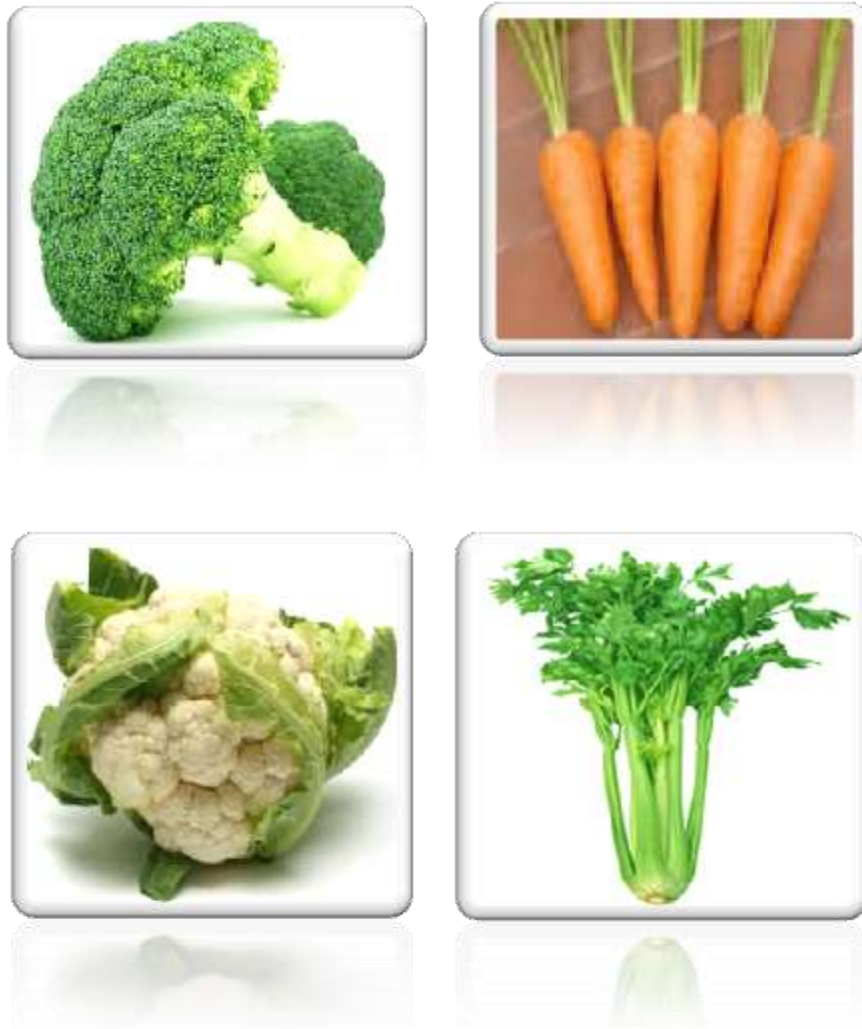
Elaborado por: los Autores

PROCESO DE LA ELABORACION

Materias primas

Son las sustancias alimenticias con las que se elaborara el producto en esta seleccionamos la materia que esta lista para el proceso es decir la que no esté podrida, marchita, madura, almacenamos en el respectivo refrigerador bajo la temperatura adecuada. Después para continuar con el proceso pesamos la cantidad que vamos a procesar para ser traslado a la área de extracción.

IMAGEN 18: MATERIAS PRIMAS



Fuente: Google imágenes

Extracción

En esta etapa se limpia la materia prima (los vegetales) que se seleccionó anteriormente, colocamos en un recipiente con agua y dejamos reposar por unos 2 minutos, y después colocamos en un nuevo recipiente agua con vinagre y ahora el tiempo será por 10 minutos transcurrido este tiempo colocamos en cernidores para que se escurra el agua, posteriormente empezamos a la extracción (cortar por pedazos), luego ponemos para la filtración aquí se limpia todas las impurezas que pudieron haber quedado el momento de la extracción, con los pasos mencionados anteriormente finalizamos con la trituración(moler, aplastar) de los vegetales.

IMAGEN 19: VEGETALES CORTADOS



Transformación

En esta etapa se coloca en la marmita los vegetales triturados acompañados con el resto de ingredientes como son agua, azúcar, pectina, ácido cítrico para empezar a mezclar y así transformar las diferentes mermeladas que se ofrecerán al mercado, luego de tener el producto esperar unas dos horas que se enfríe totalmente.

IMAGEN 20: VEGETALES TRITURADOS





Fuente: Google imágenes

Envasado

Continuamos con el proceso de esterilizar (con esto logramos que dure un mayor tiempo en los diferentes envases) los envases en donde vamos a llenar la mermelada para luego ser tapada, etiquetada aquí se da a conocer por lo que se caracteriza la mermelada es decir ingredientes, fecha de elaboración de caducidad, registro sanitario y cualquier otro exigido que otorgue la ley del Ecuador. Y finalmente empaquetamos.

IMAGEN 21: ESTERILIZACION DE ENVASE



Fuente: Google imágenes

IMAGEN 22: LLENADO DE LA MERMELADA



Fuente: Google imágenes

IMAGEN 23: ENVASADO DE LA MERMELADA



Fuente: Google imágenes

Bodega

Ya con el producto empaquetado transportamos a un cuarto donde está adecuado las instalaciones respectivas ya que tiene que estar a una cierta temperatura para que este sea conservado para luego poder distribuirlo.

IMAGEN 24: BODEGA



Fuente: Google imágenes

3.4.2 Características de la tecnología

La selección de la maquinaria es necesaria dentro del proceso de producción de la mermelada ya que con ella lograremos rapidez y eficiencia en la calidad del producto.

A continuación se describen las máquinas y los equipos que se utilizarán en el proceso:

Licadora Industrial

Se encuentra fabricada en acero inoxidable grado alimenticio (diseñada para que no contamine la materia prima) Tipo del mezclador homogeneizador conversión de frecuencia de ajuste de la velocidad con exclusivas paletas de mezcla.

Su capacidad es de 5000 Lts. modelo FMC- I - 5000. Su acabo exterior brillante.

TABLA 4: DATOS TECNICOS

Marca	Fischer
Modelo	FMC
Potencia	7.5
Capacidad	5000lts.
Voltaje	220
Vida útil (años)	8
Peso (kg)	70
Requiere para la instalación	Interruptor

Fuente: proforma de proveedor

Elaborado por: los Autores

IMAGEN 25: LICUADORA INDUSTRIAL



Fuente: Google imágenes

Refrigerador Industrial

Cuenta con una estructura de acero inoxidable AISI 304. Con las siguientes medidas:

Alto: 1920 mm

Ancho: 1240 mm

Fondo: 750 mm

Tiene un sistema de refrigeración forzado, con cuatro puertas abatibles con cerrajería en alto diseño. Además posee un termostato automático con posibilidad de regular la temperatura.

Repisa interior intermedia regulable en altura, Temperatura de trabajo 0/10°C.

Patines Regulables en altura de alta rotación.

TABLA 5: DATOS TECNICOS

Marca	Fischer
Modelo	1000
Potencia	7.5
Capacidad	1000
Voltaje	220
Vida útil	10
Peso (kg)	80
Requiere para la instalación	Interruptor termo magnético de 60 A

Fuente: proforma de proveedor

Elaborado por: los Autores

IMAGEN 26: REFRIGERADORA



Fuente: Google imágenes

Marmita

Cubas fabricadas sin juntas ni soldaduras en su interior prolongando la vida de los equipos y reduciendo considerablemente el número de incidencias, especialmente tratadas para maximizar el rendimiento.

Equipos provistos de tapa que permite un movimiento oscilante. Piloto de encendido manual y con piezoeléctrico, termopar y quemador tubular bajo cuba. Filtro de residuos incluido en el interior. Grifo de vaciado en el frontal con dispositivo de seguridad para evitar aberturas accidentales y diseñado para facilitar la evacuación de los residuos. Remates de chimenea fabricados en hierro fundido con esmalte antiácido y mandos ergonómicos de poliamida + ABS resistentes al calor, con posiciones de piloto, máximo y con grifo de llenado de agua.

Con dimensiones de 800 x 900 x 900 mm.

TABLA 6: DATOS TECNICOS

Marca	Fischer
Modelo	Marmita volcable
Potencia	Agitador 30rpm
Capacidad	50 gln
Voltaje	220, función con grupo electrógeno
Vida útil (años)	10
Peso (kg)	85
Requiere para la instalación	Interruptor termo magnético de 20 a

Fuente: proforma de proveedor

Elaborado por: los Autores

IMAGEN 27: MARMITA



Fuente: Google imágenes

Envasadora, tapadora y etiquetadora

Es una maquina completa de movimiento rotativo continuo diseñada para llenar o colocar tapones de hule, tapado o etiquetado de viales estériles alcanzando los 250 viales por minuto.

Los viales son alimentados con precisión usando una combinación de un sistema de ascenso y descenso de llenado ya sea mecánico o tipo servomotor de fácil programación que se sincroniza y se alinea con el movimiento de los viales. Se puede alcanzar una precisión de llenado = 0.5% usando pistones volumétricos controlados por medio de nuestro sistema de control automático.

TABLA 7: DATOS TECNICOS

Marca	Fischer
Modelo	FMC
Potencia	100w
Capacidad	5000lts.
Voltaje	250vpm
Vida útil (años)	10
Peso (kg)	40
Requiere para la instalación	Interruptor termo magnético

Fuente: proforma de proveedor

Elaborado por: los Autores

IMAGEN 28: ENVASADORA, TAPADORA Y ETIQUETADORA



Fuente: Google imágenes

IMAGEN 29: MESAS

Las mesas serán utilizadas para poder cortar la materia prima y también poner tinas con los diferentes ingredientes que también se utilizaran.



Fuente: Google imágenes

UTENSILIOS DE COCINA

MERMENATU para su producción necesitara de cuchillos profesionales ya que ello lo utilizaremos para la extracción de los vegetales.

IMAGEN 30: CUCHILLOS



Fuente: Google imágenes

IMAGEN 31: TABLAS DE PICAR

Utilizaremos para picar los vegetales.



Fuente: Google imágenes

IMAGEN 32: CERNIDORES

Cernidores estos los utilizaremos para luego de que haya transcurrido el tiempo de desinfectado, colocamos en el cernidor para que se escurra el agua toda el agua.



Fuente: Google imágenes

IMAGEN 33: BANDEJAS

Bandejas que se utilizaran para poner el producto terminado.



Fuente: Google imágenes

IMAGEN 34: OLLAS

Ollas para poner la materia prima que fue triturada para luego ser colocado en su respectiva marmita.



Fuente: Google imágenes

IMAGEN 35: CUCHARAS

Utilizaremos para coger el resto de ingredientes que van en la mezcla como son la azúcar, pectina, ácido.



Fuente: Google imágenes

IMAGEN 36: TINAS

Utilizaremos para poner la materia prima, es decir poner ya cortada para que se desinfecte en agua y vinagre.



Fuente: Google imágenes

IMAGEN 37: GUANTES, GORRAS, MANDILES Y MASCARILLAS

Los guantes, gorras, mascarillas y mandiles utilizaremos para todo el proceso de producción de la mermelada.



Fuente: Google imágenes

3.4.3 Disponibilidad de materia prima

La materia prima que se utilizara para la elaboración del producto lo adquiriremos en el mercado nacional ya que existen muchos productores de los mismos, a precios accesibles, sin inconvenientes en lo que es la entrega de la materia, y la cantidad que necesitemos. A futuro se ha programado que MERMENATU tendrá su propia planta de producción.

3.4.4 Diseño y distribución de plantas y oficinas

La empresa MERMENATU se instalara de acuerdo a los procesos que se necesita para la elaboración de la misma es decir contara con una distribución del área administrativa, área de producción, almacenaje de materia prima y bodega para el producto terminado. A continuación se detalla cómo va estar estructura cada área:

Área administrativa

En esta área se encontrara las oficinas de gerencia y administración la cual se ubicara con espacios amplios y donde se observara, supervisara cada departamento.

Área de producción

Esta área debe ser de gran amplitud y contar con los servicios básicos necesarios para tener un mejor desarrollo en la elaboración del producto en donde se encontrara la cocina, el cuarto de caldero, la materia prima y la bodega.

Almacenaje de materia prima

En este cuarto de almacenaje se pondrá toda la materia prima la cual contara con un espacio amplio para que no se maltrate los vegetales.

Bodega

En esta se pondrá el producto terminado, esta debe contar con una adecuada ventilación y temperatura para evitar un encierre de olores y que así el producto se conserve en buen estado.

3.5 Organización y administración

3.5.1 Procedimientos de mejora continúa

Es indispensable tener un mejoramiento continuo para ser una empresa líder en el mercado adaptándose a los cambios que se presentan en el día a día. Es por ello que MERMENATU se basara en los cuatro principios de Deming, Planear, Hacer, Vigilar, Actuar, dentro de cada paso realizaremos las siguientes actividades para llevar a cabo en la misma.

Planificar:

Para este principio plantearemos las siguientes actividades:

- MERMENATU fijara mensualmente objetivos para cada departamento.
- La toma de decisiones se realizara en base a datos pasados.
- Se realizara mensualmente una investigación de mercados

Hacer:

Para este principio realizaremos las siguientes actividades:

- Plantear objetivos crebles, medibles, confiables, para que MERMENATU sea una empresa competente en el mercado.
- Balances Generales, Estados de Resultados, Roles de Pagos.

Vigilar:

- Monitorear o vigilar los cambios que se realiza mensualmente en la empresa MERMENATU.
- Respetar las normas sanitarias de la producción de mermeladas ya es el ofertaremos al mercado.
- El normal funcionamiento en el área de producción.
- Hacer cumplir los objetivos que ha planificado la empresa MERMENATU.

Actuar:

- Realizar los ajustes necesarios en cada departamento existente.

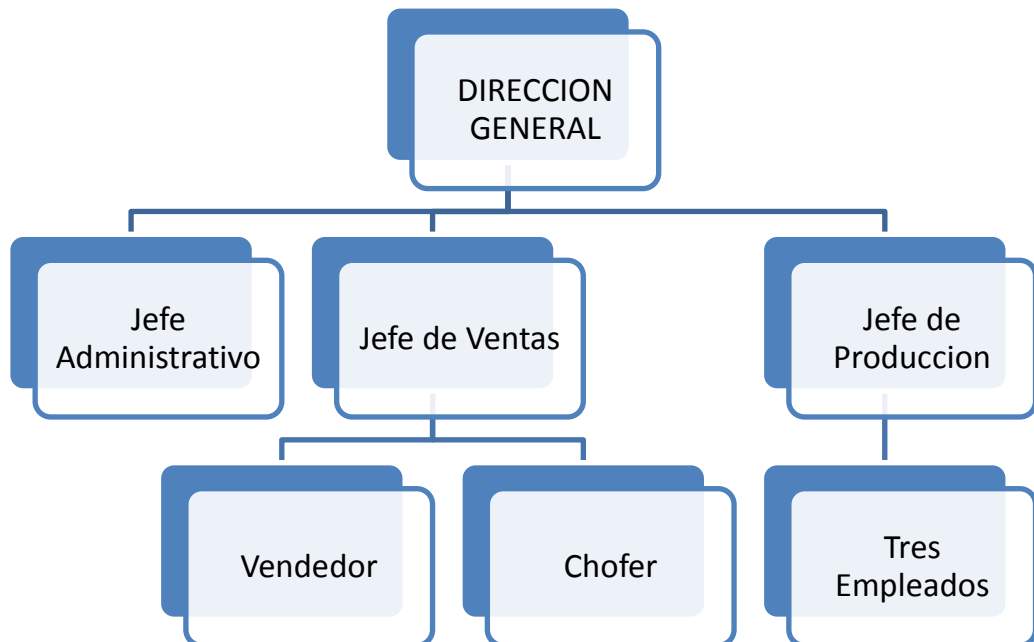
- Realizar una retroalimentación.
- Plantear nuevas mejoras.
- Documentar todos los cambios realizados.

El mejoramiento continuo es indispensable en la empresa “MERMENATU Cia.ltda.” Ya que nos ayudara a encontrar los futuros problemas que tendrá la empresa en su funcionamiento y al mismo tiempo iremos dando las soluciones respectivas a los mismos.

3.5.2 Estructura organizacional

MERMENATU contara con un organigrama donde se encuentra distribuido cada departamento las diferentes funciones que tendrá cada área:

FIGURA 4: ORGANIGRAMA



Fuente: propia
Elaborado por: los Autores

DIRECCIÓN GENERAL: Es el representante legal y administrativo de la empresa es la máxima autoridad dentro de un organigrama. El representante siempre tiene que estar dispuesto a escuchar las opiniones de los colaboradores de los diferentes departamentos para aplicar la dirección de mejoras estrategias en la solución de los problemas que enfrentara la empresa en el futuro. Entre sus principales funciones se encuentran:

- Autorizar las cédulas presupuestarias para cada departamento.
- Revisar y Autorizar los Estados Financieros de la empresa.
- Aprobar la compra de maquinaria y equipos para la empresa.
- Monitorear y controlar a los departamentos en funciones.

Jefe de Ventas: Es la persona que encuentra en contacto directo con los clientes para tener una buena comunicación e incrementar las ventas de la empresa. Entre sus principales funciones se encuentran:

- Realizar los reportes de ventas diarios, semanales, mensuales.
- Vigilar y mantener contacto con los clientes potenciales de la empresa.
- Supervisar el comportamiento de la demanda.

Jefe de Producción: Es la persona que se encarga de controlar y monitorear el procedimiento de elaboración de las mermeladas. Sus principales funciones son:

- Realizar un plan de acción de los procesos de elaboración de mermeladas.
- Supervisar el abastecimiento de Materias Primas, Inventario en Procesos y Productos Terminados.
- Controlar que todos productos terminados cumplan con los parámetros de calidad para salir al mercado.
- Realizar las cédulas presupuestarias mensuales para el área de producción.

Obreros: Son las personas que tendrán contacto físico en el proceso de elaboración de mermeladas. Sus principales funciones se detallan a continuación:

- Controlan el normal funcionamiento de las maquinarias.
- Vigilan el proceso de elaboración de mermeladas.
- Supervisan que las materias primas se encuentren en buena estado.
- Cumplir con las leyes de seguridad dictadas por la empresa y del área de producción.

Vendedor – Chofer: son las personas que se encuentran de forma directa con los clientes de la empresa, sus principales son:

- Llevar el producto en buena calidad hacia el cliente.
- Hacer llegar todas las sugerencias comentadas por el cliente.
- Mantener buena relación con el cliente.

3.6 Marco legal de la empresa

Para el progreso de la empresa MERMENATU considerando que está fundamentada legalmente se necesita que esté constituida íntegramente y con las reglas que autoriza el gobierno para que tenga el permiso de funcionamiento y se pueda dar la creación y la organización de la misma que se rigen en el territorio Ecuatoriano.

3.6.1 Constitución de una compañía de responsabilidad limitada

La empresa será constituida como una compañía de “responsabilidad limitada”, para la cual contrataremos un notario para el asesoramiento y tramites jurídico de la empresa.

La Minuta de constitución: constara

- Los nombres de los socios o accionistas
- Razón social de la compañía
- Objeto social
- Domicilio de la compañía
- Capital social
- Forma de organización
- Tiempo de duración.
- Escritura pública (Notariada)

- Carta a la Superintendencia de compañías
- Publicación del extracto de la Escritura Pública (en el periódico).
- Afiliación a la respectiva cámara.
- Inscribir en el registro mercantil.
- Certificado del RUC de sociedades
- Permiso sanitario

Para mayor entendimiento los autores plantean el siguiente modelo de minuta de Constitución de una compañía de Responsabilidad Limitada:

Señor notario:

Sírvase incorporar en el registro de escrituras públicas a su cargo, una para la cual conste, la compañía de responsabilidad limitada, en donde se acuerda a las siguientes cláusulas:

Primero: Intervinientes; Comparecen a la celebración del presente contrato y en calidad de los socios fundadores, los señores: Paola Vega, Juan Segarra, por sus propios derechos, Ecuatorianos, mayores de edad, solteros, domiciliados en el cantón Cuenca, y con la capacidad legal para celebrar toda clase de actos y contratos.

Segunda: declaración de voluntades; los comparecientes, mediante este instrumento público, manifiestan de manera expresa, su voluntad de constituir una Compañía de Responsabilidad Limitada, la misma que se regirá por las disposiciones de la ley de compañías, las normas del derecho positivo Ecuatoriano que le fueren aplicables y por el Estatuto Social que consta a continuación.

Tercera Estatuto Social:

Capítulo Primero:

Primero: Nombre: El nombre de la compañía que se constituye es “MERMENATU CIA- LDTA”

Segundo: Objeto Social; la compañía se dedicara a lo siguiente:

- a) A la elaboración y comercialización de mermeladas vegetales
- b) A la compra de maquinaria para elaboración de mermeladas

Para cumplir con el su objetivo social la compañía podrá ejecutar actos y contratos permitidos por las leyes Ecuatorianas y que tengan relación con dicho objeto.

Tercero: Domicilio: El domicilio principal de la compañía es el cantón Cuenca, capital de provincia del Azuay, República del Ecuador, en las calles Carlos Tosi Siri y Miguel A. Narváez. Pudiendo establecer sucursales dentro de la misma ciudad y del territorio nacional.

Cuarto: plazo; el plazo de duración de la compañía será de 10 años, que contara a partir de la inscripción de esta escritura en el registro mercantil del Cantón Cuenca, pudiendo disolverse anticipadamente o prorroga su plazo por resolución de la junta general de accionistas.

Capitulo Segundo:

Quinto: Capital Social: El capital social de la compañía es de CINCUENTA MIL dólares, dividido en cincuenta mil participaciones de un dólar de cada uno de ellas.

El capital está conformado de la siguiente manera:

Cuadro 12. APORTACIONES.

NOMBRES	APORTACIONES	TOTAL
Paola Vega	\$ 25.000	\$ 25.000
Juan Segarra	\$ 25.000	\$ 25.000
TOTAL		\$ 50.000

Elaborado por: los Autores

Sexto: las participaciones: las participaciones son iguales, acumulativas e invisibles y estarán contenidas en certificado de aportación que se entregara a cada socio, en el constara necesariamente su carácter de no negociables y el número de participaciones que por su aporte le correspondan, e irán firmados por el presidente y gerente general de la compañía.

Séptimo: si un certificado de aportación se extraviara, deteriorare o destruyere, el interesado deberá comunicarlos por escrito al Gerente General, solicitándole la expedición de un nuevo certificado, el mismo que se otorgara previo al cumplimiento de las formalidades previstas en la ley de compañías.

Capítulo tercero:

Artículo Octavo: Atribuciones de la Junta General de Socios: Son atribuciones de la junta de socios, las siguientes:

- Elegir al presidente y Gerente General, fijar sus remuneraciones y renovarlos por causas justificadas.
- Aprobar los estados financieros así como informes del presidente y del gerente general.
- Acordar el aumento o disminución del estatuto social.
- Autorizar la compra y venta de bienes inmuebles y la constitución de gravámenes sobre los mismos.
- Acordar la disolución de la compañía anticipada.
- Autorizar el aumento de nuevos socios hacia a la compañía.
- Interpretar de manera obligatoria las disposiciones del presente estatuto.

Capitulo cuarto:

Artículo Noveno: Disolución y liquidación: Además de las causas legales, la empresa podrá disolverse anticipadamente, en cualquier tiempo, si así lo resolviere la Junta General de Socios. En caso de las disolución y liquidación y no habiendo oposición. Asumirá las funciones de liquidador el Gerente General o el Presidente, pero de existir oposición, la Junta General nombrara a uno o más liquidadores y señalara sus atribuciones. La liquidación se efectuará de acuerdo al procedimiento establecido en la ley de Compañías.

Capitulo Quinto:

Artículo Decimo: suscripción del capital social: el capital social de la compañía es y CINCUENTA MIL DOLARES de los Estados Unidos de América y se encuentra suscrito y pagado de la siguiente manera: la socia Paola Vega, ha suscrito VEINTICINCO participaciones sociales de un dólar cada una, y ha pagado en su

numerario el cincuenta por ciento del valor de cada uno de ellas, el socio Juan Segarra, ha suscrito VEINTICINCO participaciones sociales de un dólar cada una, y ha pagado en su numerario el cincuenta por ciento del valor de cada uno de ellas. El depósito del valor pagado de las participaciones consta del certificado Bancario de Cuenta de Integración de Capital que se agrega a la presente escritura, los socios pagaran en numerario, el cincuenta por ciento restante del valor de cada uno de las participaciones que han suscrito, en plazo de un año, cantando a partir de la inscripción de esta escritura en Registro Mercantil de Cuenca.

3.6.2 Tipo de empresa

Para el normal funcionamiento de la empresa productora de mermeladas vegetales “**MERMENATU CIA. LTDA**”. Tiene que cumplir con los permisos de funcionamiento que detalla a continuación:

Requisitos para el trámite de Patente Municipal:

Es de vital importancia tramitar, Se lo debe hacer acercándose a las Ventanillas de Rentas y proporcionar el número de RUC del contribuyente. El funcionario de ventanilla obtendrá la información proporcionada por el SRI sobre su patrimonio y procederá con la emisión de los títulos, para constancia el contribuyente firmará las respectivas declaraciones

Requisitos que necesita para tramitar un Patente Municipal en Cuenca

- Formulario de declaración de Patente debidamente llenado
- Copias de la cedula y certificado de votación de las últimas elecciones.
- Copia del registro único contribuyente
- Original y copia de la licencia de conducir.(en caso que realice actividades de transporte)
- Clave predial.

Permiso de funcionamiento por el Cuerpo de Bomberos

Para obtener este permiso tenemos que presentar la siguiente información:

- Solicitud de Inspección
- Informe de Inspección
- Certificado de Funcionamiento

Trámites para el Registro Único Contribuyente

Para obtener el permiso del RUC tenemos que presentar los siguientes documentos:

- Copias de la cedula a color
- Certificado de Votación
- Planilla de Agua, Luz, Teléfono, (últimos tres meses)

Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Publica

Tenemos que presentar los siguientes requisitos para obtener este permiso:

- Solicitud enviada al Director del Ministerio de Salud Pública de Cuenca
- Registro Único Contribuyente
- Cedula de ciudadanía
- Certificado de votación
- Certificado del cuerpo de Bomberos
- Copias de Certificados de salud de los Trabajadores

CAPÍTULO 4

ESTUDIO FINANCIERO

En este capítulo estableceremos la inversión que se requiere para MERMENATU dedicada a la producción y comercialización de mermeladas vegetales mediante la sistematización contable, financiera y económica de los estudios realizados anteriormente y que permita verificar los resultados que genere el proyecto, al igual que la liquidez que genere para cumplir con sus obligaciones operacionales y no operacionales y finalmente la estructura financiera expresada por el flujo general proyectado.

4.1 Evaluación Financiera y Económica

4.1.1 Ingresos por la venta de mermeladas

Los ingresos de la empresa MERMENATU, está calculado en base a la cantidad que se proyecta producir y vender. Se espera que para el año 2016 tendrá un incremento del 10% esto se debe a los siguiente factores de perfeccionamiento en los procesos, tiempos, maquinaria, materia prima, tiempos de producción, mano de obra y en el resto de recursos a utilizarse para el proceso.

TABLA 8: INGRESOS POR MERMELADAS

INGRESOS POR MERMELADAS								
Ingresos Por Mermeladas	Cant.	P.U.	TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mermeladas de Zanahoria	3000	2,45	\$ 7.350,00	\$ 88.200,00	\$ 97.020,00	\$ 106.722,00	\$ 117.394,20	\$ 129.133,62
Mermeladas de Apio	1000	2,45	\$ 2.450,00	\$ 29.400,00	\$ 32.340,00	\$ 35.574,00	\$ 39.131,40	\$ 43.044,54
Mermeladas de Coliflor	1200	2,45	\$ 2.940,00	\$ 35.280,00	\$ 38.808,00	\$ 42.688,80	\$ 46.957,68	\$ 51.653,45
Mermeladas de Brocoli	1800	2,45	\$ 4.410,00	\$ 52.920,00	\$ 58.212,00	\$ 64.033,20	\$ 70.436,52	\$ 77.480,17
TOTAL	7000		\$ 17.150,00	\$ 205.800,00	\$ 226.380,00	\$ 249.018,00	\$ 273.919,80	\$ 301.311,78

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

4.1.2 Necesidades de activos

Se refiere a todos los activos que va necesitar la empresa MERMENATU para ponerse en marcha es decir los bienes tangibles e intangibles para la actividad productiva de las mermeladas, y como resultado de las operaciones diarias que en un futuro le traerán beneficios económicos a la misma.

A continuación se detallan los diferentes activos:

4.1.3 Inversión Inicial

La inversión inicial nos indica el total y la manera en la que se encuentra estructura el capital para la puesta en marcha de MERMENATU y el desarrollo de la misma.

A continuación detallaremos la inversión del proyecto

TABLA 9: INVERSION DEL PROYECTO

INVERSION DEL PROYECTO	
DESCRIPCION	Total
Equipo de Computación	\$ 2.000
Muebles y Enseres	\$ 500
Vehículo	\$ 10.000
Edificio	\$ 35.000
Terreno	\$ 15.000
Equipos	\$ 20.000
Caja- Bancos	\$ 10.792,21
TOTAL DE LA INVERSION	\$ 82.500

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

Es de vital importancia detallar los equipos, maquinaria, suministro de oficina, vehículo, etc. Para iniciar el funcionamiento de MERMENATU, que darán lugar a la inversión inicial del proyecto que está valorada en \$ 82.500.

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS

“Es una disminución en el valor de la propiedad debido al uso, al deterioro y la caída en desuso.

Existen varias razones por las cuales un activo puede disminuir su valor original. De esta manera una máquina puede estar en perfecto estado mecánico, puede valer considerablemente menos que cuando era nueva debido a los adelantos técnicos en el campo de la maquinaria. Sin tomar en cuenta la razón de la disminución del valor de un activo, la depreciación debe ser considerada en los siguientes activos.”⁴⁹

Es por ello que MERMENATU ha tomado en consideración que los activos están sujetos a depreciación para efectos contables. A continuación se detalla la depreciación de los activos fijos el método que se utiliza es de línea recta, método por el cual se utiliza cuotas fijas en función de la vida útil y los porcentajes estimados por la ley, en este caso para equipo y maquinaria es de 10%, muebles y enseres 10%, equipo de computación 33%, vehículo 20% y edificio es del 5% en la tabla que se presenta a continuación se detalla la vida útil y los porcentajes mensuales y anuales.

TABLA 10: DEPRECIACION DE ACTIVOS

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS					
Descripción	VALOR DEL ACTIVO	PORCET. DE DEP.	VIDA UTIL	DEP. MENSUAL	DEP. ANUAL
Equipo de computación	\$ 2.000,00	33%	3 años	\$ 55,00	\$ 660,00
Muebles y enseres	\$ 500,00	10%	5 años	\$ 4,17	\$ 50,00
Vehículo	\$ 10.000,00	20%	5 años	\$ 166,67	\$ 2.000,00
Edificio	\$ 35.000,00	5%	20 años	\$ 145,83	\$ 1.750,00
Equipos y Maquinaria	\$ 25.000,00	10%	10 años	\$ 208,33	\$ 2.500,00
TOTAL	\$ 72.500,00			\$ 580,00	\$ 6.960,00

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

⁴⁹ **Disponible en:** <http://www.gerencie.com/depreciacion.html>
Fecha de consulta: 22/01/2015

4.1.4 Gastos de Administración

Son los diferentes gastos que tendrá MERMENATU en el área del personal es decir con los diferentes sueldos de los trabajadores, materiales de escritorio, impresos.

TABLA 11: SUMINISTROS DE OFICINA

SUMINISTRO DE OFICINA PARA LA EMPRESA									
CONCEPTO	COSTO MENSUAL			AÑO 1			AÑO 2		
	CANT.	C.U.	C.T.	CANT.	C.U.	C.T.	CANT.	C.U.	C.T.
Cartucho de Tintas	1	\$ 20,00	\$ 20,00	4	\$ 20,00	\$ 80,00	6	\$ 20,00	\$ 120,00
Caja de Clips	1	\$ 3,50	\$ 3,50	4	\$ 3,50	\$ 14,00	5	\$ 3,50	\$ 17,50
Engrapadora	3	\$ 5,00	\$ 15,00	5	\$ 5,00	\$ 25,00	6	\$ 5,00	\$ 30,00
Caja de Grampas	3	\$ 3,50	\$ 10,50	4	\$ 3,50	\$ 14,00	6	\$ 3,50	\$ 21,00
Facturero	1	\$ 15,00	\$ 15,00	4	\$ 15,00	\$ 60,00	4	\$ 15,00	\$ 60,00
Esferos	6	\$ 0,30	\$ 1,80	12	\$ 0,30	\$ 3,60	12	\$ 0,30	\$ 3,60
Lapiz	3	\$ 0,30	\$ 0,90	6	\$ 0,30	\$ 1,80	6	\$ 0,30	\$ 1,80
Remas de Papel (Papel Bon A-4)	2	\$ 6,50	\$ 13,00	6	\$ 6,50	\$ 39,00	8	\$ 6,50	\$ 52,00
TOTAL			\$ 79,70			\$ 237,40			\$ 305,90

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

4.1.4.1 Sueldos

Es el pago que se hace a los respectivos trabajadores de MERMENATU, cumpliendo con el código de trabajo que exige la ley.

TABLA 12: ROL DE PAGOS PERSONAL ADMINISTRATIVO MENSUAL

SUELDOS Y SALARIOS					
CANTIDAD	CARGO	SUELDO BASICO	PAGO MENSUAL	TOTAL DE INGRESOS	VALOR A RECIBIR
1	Gerente General	1000	900	900	900
1	Jeje de Administracion	800	700	700	700
1	Jefe de Produccion	900	800	800	800
3	Obreros A,B,C	354	1062	1062	1062
	TOTAL	3054	3462	3462	3462

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

TABLA 13: ROL DE PAGOS PERSONAL ADMINISTRATIVO ANUAL

SUELDOS Y SALARIOS ANUALES					
CANTIDAD	CARGO	SUELDO BASICO	PAGO ANUAL	TOTAL DE INGRESOS	VALOR A RECIBIR
1	Gerente General	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
1	Jeje de Administracion	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00
1	Jefe de Produccion	\$ 900,00	\$ 10.800,00	\$ 10.800,00	\$ 10.800,00
3	Obreros A,B,C	\$ 354,00	\$ 12.744,00	\$ 12.744,00	\$ 12.744,00
	TOTAL	\$ 3.054,00	\$ 45.144,00	\$ 45.144,00	\$ 45.144,00

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

1 Calculo de los días laborables

1 año es =52 semanas.

52 semanas por 5 días laborables = 260 días laborables.

260 días laborables menos 11 días festivos y feriados = 249 días laborables al año.

249 días laborables al año dividido por los 12 meses = 21 días promedio laborables cada mes.

2. calculo de horas mensuales de trabajo

8 horas diarias por 21 días laborables = 168 horas mensuales de jornada

3 cálculos del valor de la hora

Sueldo del Gerente General \$ 1.314,43/ 168 h. = \$ 7,82

Sueldo del Jefe Administrativo \$ 1.095,35/ 168 = 6,52

Sueldo del Jefe Ventas \$ 1.095,35/ 168 = 6,52

Sueldo del Jefe Producción \$ 1.204,89/ 168 = 7,17

Sueldo Del Vendedor \$ 492,91/ 168 = 2,93

Sueldo del Distribuidor \$ 438,14/ 168 = 2,61

Sueldo del Obrero \$ 372/ 168 = 2,21

TABLA 14: GASTOS ADMINISTRATIVOS (SERVICIOS BASICOS)

SERVICIOS BASICOS		
CONCEPTOS	AREA ADMINISTRATIVA	AREA DE PRODUCCION
Luz	\$ 50,00	\$ 100,00
Telefono	\$ 25,00	\$ 10,00
Uniformes	\$ 50,00	\$ 60,00
Agua Potable	\$ 10,00	\$ 40,00
Internet	\$ 22,00	\$ -
TOTAL	\$ 157,00	\$ 210,00

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

4.1.4.2 Beneficios Sociales

“Son las prestaciones de seguridad social no remunerativa, no dineraria, no acumulable ni sustituible en dinero, que brinda el empleador al trabajador por sí o por medio de tercero, que tiene como objeto mejorar la calidad de vida del dependiente o de su familia a cargo.

Forman parte de la remuneración indirecta del empleado y se convierten en una buena herramienta de satisfacción.”⁵⁰

Es decir para MERMENATU forma parte de un gasto administrativo que a continuación se detalla.

TABLA 15: ROL DE BENEFICIOS (MENSUAL)

BENEFICIOS SOCIALES								
CANTIDAD	CARGO	TOTAL DE INGRESOS	FONDO DE RESERVA	XIII SUELDO	IV SUELDO	VACACIONES	APORTE PATRONAL	VALOR A RECIBIR
1	Gerente General	\$ 1.000,00	\$ 83,33	\$ 83,33	\$ 71,43	\$ 41,67	\$ 111,50	\$ 391,26
1	Jefe de Administracion	\$ 800,00	\$ 66,67	\$ 66,67	\$ 57,14	\$ 33,33	\$ 89,20	\$ 313,01
1	Jefe de Produccion	\$ 900,00	\$ 75,00	\$ 75,00	\$ 64,29	\$ 37,50	\$ 1.003,50	\$ 1.255,29
3	Obreros A,B,C	\$ 354,00	\$ 88,50	\$ 88,50	\$ 75,86	\$ 44,25	\$ 118,41	\$ 415,52
	TOTAL	\$ 3.054,00	\$ 313,50	\$ 313,50	\$ 268,71	\$ 156,75	\$ 1.322,61	\$ 2.375,08

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

⁵⁰ **Disponible en:** <http://www.gestion.org/recursos-humanos/politica-salarial/4204/los-beneficios-sociales-en-la-empresa/>

Fecha vista: 22/01/2015

TABLA 16: ROL DE BENEFICIOS (ANUAL)

BENEFICIOS SOCIALES								
CANTIDAD	CARGO	TOTAL DE INGRESOS	FONDO DE RESERVA	XIII SUELDO	IV SUELDO	VACACIONES	APORTE PATRONAL	VALOR A RECIBIR
1	Gerente General	\$ 12.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 857,14	\$ 500,00	\$ 1.338,00	\$ 4.695,14
1	Jefe de Administracion	\$ 9.600,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 685,71	\$ 400,00	\$ 1.070,40	\$ 3.756,11
1	Jefe de Produccion	\$ 10.800,00	\$ 900,00	\$ 900,00	\$ 771,43	\$ 450,00	\$ 1.204,20	\$ 4.225,63
3	Obreros A,B,C	\$ 12.744,00	\$ 1.062,00	\$ 1.062,00	\$ 910,29	\$ 531,00	\$ 1.420,96	\$ 4.986,24
	TOTAL	\$ 45.144,00	\$ 3.762,00	\$ 3.762,00	\$ 3.224,57	\$ 1.881,00	\$ 5.033,56	\$ 17.663,13

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

4.1.5 Gastos de ventas

Son todos los costos vinculados con el departamento de ventas que consideramos que forman parte de nuestros costos directos para MERMENATU que se detalla a continuación:

TABLA 17: ROL DE PAGOS (MENSUAL)

SUELDOS Y SALARIOS					
CANTIDAD	CARGO	SUELDO BASICO	PAGO MENSUAL	TOTAL INGRESOS	VALOR A RECIBIR
1	Jefe de Ventas	\$ 800,00	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 700,00
1	Vendedor	\$ 500,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00
1	Distribuidor	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 450,00
	TOTAL	\$ 1.750,00	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00	\$ 1.550,00

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

TABLA 18: ROL DE PAGOS (ANUAL)

SUELDOS Y SALARIOS ANUALES					
CANTIDAD	CARGO	SUELDO BASICO	PAGO ANUAL	TOTAL DE INGRESOS	VALOR A RECIBIR
1	Jefe de Ventas	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	\$ 8.400,00
1	Vendedor	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 4.800,00
1	Distribuidor	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00
	TOTAL	\$ 1.750,00	\$ 21.000,00	\$ 21.000,00	\$ 18.600,00

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

TABLA 19: GASTOS DE VENTA (SERVICIOS BASICOS)

SERVICIOS BASICOS	
CONCEPTOS	AREA DE VENTAS
Luz	\$ 30,00
Telefono	\$ 30,00
Uniformes	\$ 50,00
Agua Potable	\$ 15,00
Internet	\$ 22,00
TOTAL	\$ 147,00

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

4.1.5.1 Gastos de transporte

Son todos los gastos que contendrá mantener un vehículo se detallan a continuación:

Combustible: consumen \$ 100 dólares mensuales por semana de lunes a sábado.

Repuestos: un aproximado de \$ 40 dólares por cambio de piezas mensuales.

Aceite: 11.67 mensuales

Lavado y Pulverizado: se realiza una vez al mes con un costo de \$20.

Llantas: se cambia una vez al año.

Matricula: el pago se realiza cada año con valor de \$ 99.96

TABLA 20: GASTOS DE TRANSPORTE

GASTOS DE TRANSPORTE							
DESCRIPCION	VALOR MENSUAL	2015	2016	2017	2018	2019	
Consumo de Gasolina	\$ 100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	
Aceite	\$ 11,67	\$ 140,04	\$ 140,04	\$ 140,04	\$ 140,04	\$ 140,04	
Llantas	\$ 40,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	
Matricula	\$ 8,33	\$ 99,96	\$ 101,46	\$ 102,98	\$ 104,53	\$ 106,09	
Revision Vehicular (frenos, motor)	\$ 40,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 480,00	
Lavado Y Pulverizada	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	\$ 240,00	
TOTAL DE GASTOS DE TRANSPORTE	\$ 220,00	\$ 2.640,00	\$ 2.641,50	\$ 2.643,02	\$ 2.644,57	\$ 2.646,13	

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

4.1.5.2 Gastos Financieros

INFORMACION DEL CREDITO EN EL BANCO NACIONAL DEL FOMENTO

CUADRO 13: INFORMACION DEL CREDITO

DESTINO:	Capital de trabajo: adquisición de materia prima, materiales directos e indirectos, insumos, pago de mano de obra.
MONTO:	32.500
PLAZO:	5 años
INTERES:	11.45%
BENEFICIARIO:	Personas naturales

Elaborado por: los Autores

Fuente: Banco del fomento

AMORTIZACION DEL PRESTAMO

“En la amortización de préstamos la cuota es la cantidad a pagar en la periodicidad pactada. Según lo que hayamos acordado, puede ser mensual, trimestral, semestral. Lo que paguemos va a depender del importe del préstamo, el tipo de interés y el plazo que hayamos pactado.

La cuota incluye la parte del dinero prestado que se devuelve o amortiza, más los intereses correspondientes.”⁵¹

Es por ello que MERMENATU realiza un crédito al Banco del Fomento a continuación se detalla las cuotas de dicho préstamo.

⁵¹ **Disponible en:** <http://www.todoprestamos.com/hipotecas/amortizacion-prestamos/>
Fecha de consulta: 22/01/2015

CALCULO DE LA ANUALIDAD

VALOR ACTUAL (VA): 32.500

TASA DE INTERES: 0.1145

PERIODO: 5 años

ANUALIDAD: 8893.30

TABLA 21: AMORTIZACION DEL PRESTAMO

AMORTIZACION DE LA CUENTA DE BANCO DEL FOMENTO					
Valor De La Deuda					\$ 32.500
Tasa de Interes					0,1145
Periodos					5 años
Anualidad					\$ 8.893,30
PERIODOS (n)	SALDO DE LA DEUDA	CUOTAS	INTERESES	CAPITAL	SALDO FINAL
0	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 32.500
1	\$ 44.841	\$ 8.893,30	\$ 3.721,25	\$ 5.172,05	\$ 27.327,95
2	\$ 27.327,95	\$ 8.893,30	\$ 3.129,05	\$ 5.764,25	\$ 21.563,70
3	\$ 21.563,70	\$ 8.893,30	\$ 2.469,04	\$ 6.424,26	\$ 15.139,44
4	\$ 15.139,44	\$ 8.893,30	\$ 1.733,47	\$ 7.159,83	\$ 7.979,61
5	\$ 7.979,61	\$ 8.893,30	\$ 913,67	\$ 7.979,63	(\$ 0,02)
	TOTAL		\$ 11.966,48	\$ 32.500,02	

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

TABLA 22: PRESUPUESTO DE COSTOS

PRESUPUESTOS DE COSTOS					
Conceptos	1	2	3	4	5
Materia Prima Directa	\$ 24.720,00	\$ 25.090,80	\$ 25.467,16	\$ 25.850,10	\$ 26.237,85
Mano de Obra Directa	\$ 12.744,00	\$ 13.155,63	\$ 13.580,56	\$ 14.019,21	\$ 14.472,03
COSTO TOTAL DIRECTO	\$ 37.464,00	\$ 38.246,43	\$ 39.047,72	\$ 39.869,31	\$ 40.709,88
Costos Indirectos de Fabricacion	\$ 3.600,00	\$ 3.716,28	\$ 3.836,32	\$ 3.960,23	\$ 4.088,14
Luz	\$ 100,00	\$ 103,23	\$ 106,56	\$ 110,01	\$ 113,56
Uniformes	\$ 60,00	\$ 61,94	\$ 63,94	\$ 66,00	\$ 68,14
Telefono	\$ 10,00	\$ 10,32	\$ 10,66	\$ 11,00	\$ 11,36
Agua Potable	\$ 40,00	\$ 41,29	\$ 42,63	\$ 44,00	\$ 45,42
TOTAL DE DE COSTOS INDIRECTO DE FA	\$ 3.810,00	\$ 3.933,06	\$ 4.060,10	\$ 4.191,24	\$ 4.326,62
COSTOS DE PRODUCCION	\$ 41.274,00	\$ 42.179,49	\$ 43.107,82	\$ 44.060,55	\$ 45.036,50
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 57.380,13	\$ 59.008,70	\$ 60.689,87	\$ 62.425,35	\$ 64.216,88
Sueldos y Salarios	\$ 32.400,00	\$ 33.446,52	\$ 34.526,84	\$ 35.642,06	\$ 36.793,30
Beneficios Sociales	\$ 17.663,13	\$ 18.233,65	\$ 18.822,60	\$ 19.430,57	\$ 20.058,17
Suministros de oficina	\$ 200,00	\$ 206,46	\$ 213,13	\$ 220,01	\$ 227,12
Suministros basicos	\$ 157,00	\$ 162,07	\$ 167,31	\$ 172,71	\$ 178,29
Depreciacion	\$ 6.960,00	\$ 6.960,00	\$ 6.960,00	\$ 6.960,00	\$ 6.960,00
GASTOS DE VENTAS	\$ 33.518,67	\$ 34.517,55	\$ 35.548,67	\$ 36.613,07	\$ 37.711,81
Sueldos y Salarios	\$ 18.600,00	\$ 19.200,78	\$ 19.820,97	\$ 20.461,18	\$ 21.122,08
Beneficios Sociales	\$ 12.094,27	\$ 12.484,91	\$ 12.888,18	\$ 13.304,47	\$ 13.734,20
transporte	\$ 2.640,00	\$ 2.641,50	\$ 2.643,02	\$ 2.644,57	\$ 2.646,13
Suministros de oficina	\$ 37,40	\$ 38,61	\$ 39,86	\$ 41,14	\$ 42,47
Servicios Basicos	\$ 147,00	\$ 151,75	\$ 156,65	\$ 161,71	\$ 166,93
TOTAL DE GASTOS OPERATIVOS	\$ 90.898,80	\$ 93.526,25	\$ 96.238,54	\$ 99.038,42	\$ 101.928,69
GASTOS FINANCIEROS	\$ 4.293,75	\$ 3.610,44	\$ 2.848,90	\$ 2.000,15	\$ 1.054,23
Interes	\$ 4.293,75	\$ 3.610,44	\$ 2.848,90	\$ 2.000,15	\$ 1.054,23
TOTAL DE COSTOS	\$ 136.466,55	\$ 139.316,19	\$ 142.195,26	\$ 145.099,12	\$ 148.019,42

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

TABLA 23: COSTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA

COSTOS DE MATERIA PRIMA								
CONCEPTO	CANTIDAD	P.U.	TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Zanahoria (s)	75	\$ 18,00	\$ 1.350,00	\$ 16.200,00	\$ 16.443,00	\$ 16.689,65	\$ 16.939,99	\$ 17.194,09
Apio (a)	100	\$ 1,50	\$ 150,00	\$ 1.800,00	\$ 1.827,00	\$ 1.854,41	\$ 1.883,15	\$ 1.911,40
Brocoli	400	\$ 0,50	\$ 200,00	\$ 2.400,00	\$ 2.436,00	\$ 2.472,54	\$ 2.509,63	\$ 2.547,27
Coflor	600	\$ 0,60	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 4.384,80	\$ 4.450,57	\$ 4.517,33	\$ 4.585,09
TOTAL			\$ 2.060,00	\$ 24.720,00	\$ 25.090,80	\$ 25.467,16	\$ 25.850,10	\$ 26.237,85

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

TABLA 24: COSTOS DE MATERIA PRIMA INDIRECTA

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION									
CONCEPTO	CANTIDAD	P.U	TOTAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Azucar lb.	50	\$ 0,55	\$ 27,50	\$ 330,00	\$ 334,95	\$ 339,97	\$ 345,07	\$ 350,25	
Acido Citrico kg	2	\$ 2,50	\$ 5,00	\$ 60,00	\$ 60,90	\$ 61,81	\$ 62,74	\$ 63,68	
Pectina kg	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 243,60	\$ 247,25	\$ 250,96	\$ 254,73	
Envases y tapas	450	\$ 0,50	\$ 225,00	\$ 2.700,00	\$ 2.740,50	\$ 2.781,61	\$ 2.823,33	\$ 2.865,68	
Etiquetas	450	\$ 0,05	\$ 22,50	\$ 270,00	\$ 274,05	\$ 278,16	\$ 282,33	\$ 286,57	
TOTAL		\$ 23,60	\$ 300,00	\$ 3.600,00	\$ 3.654,00	\$ 3.708,81	\$ 3.764,44	\$ 3.820,91	

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

4.1.5.3 Estado de Situación Inicial

“El estado de situación inicial, también llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado. El estado de situación financiera se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio neto, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales. El activo incluye todas aquellas cuentas que reflejan los valores de los que dispone la entidad. Todos los elementos del activo son susceptibles de traer dinero a la empresa en el futuro, bien sea mediante su uso, su venta o su cambio. Por el contrario, el pasivo muestra todas las obligaciones ciertas del ente y las contingencias que deben registrarse. Estas obligaciones son, naturalmente, económicas: préstamos, compras con pago diferido, etc. El patrimonio neto es el activo menos el pasivo y representa los aportes de los propietarios o accionistas más los resultados no distribuidos. El patrimonio neto o capital contable muestra también la capacidad que tiene la empresa de autofinanciarse.”⁵²

⁵² **Disponible en:** <http://es.scribd.com/doc/58262224/Estado-de-situacion-inicial#scribd>
Fecha vista: 23/01/2015

TABLA 25: ESTADO DE SITUACION INICIAL

MERMENATU COMPAÑÍA LIMITADA					
1 Marzo del 2015					
ESTADO DE SITUACION INICIAL					
Activo				Pasivo	
Activo Corriente				Pasivo Corriente	
Caja-Bancos	\$	10.792,21		Prestamo Bancario	\$ 32.500,00
Sumistros de Oficina	\$	237,50		TOTAL PASIVOS	\$ 32.500,00
Total Activos Corriente		\$	11.029,71		
Activos Fijos				Patrimonio	
Equipos de Computacion	\$	2.000,00		Capital	\$ 63.029,71
Muebles y Enseres	\$	500,00		TOTAL PATRIMONIO	\$ 63.029,71
Veiculo	\$	10.000,00			
Edificio	\$	35.000,00			
Equipos y Maquinaria	\$	20.000,00			
Terreno	\$	15.000,00			
			\$		
			82.500,00		
Otros Activos	\$	2.000,00			
			\$		
			2.000,00		
TOTAL DE ACTIVOS		\$	95.529,71	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 95.529,71

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

4.1.5.4 Estado de resultados

El estado de resultados también conocido como estado de pérdidas y ganancias es el que recluta y resume los resultados operacionales producto de las transacciones económicas y de las actividades desarrolladas por la empresa determinando la ganancia o pérdida de la empresa.

TABLA 26: ESTADO DE RESULTADOS

MERMENATU COMPAÑÍA LIMITADA						
ESTADO DE RESULTADOS						
31 DE DICIEMBRE DEL 2015						
		Años				
	Conceptos	1	2	3	4	5
	Costos Directos					
(+)	Ventas	\$ 205.800,00	\$ 226.380,00	\$ 249.018,00	\$ 273.919,80	\$ 301.311,78
(-)	Costos de Ventas	\$ 28.320,00	\$ 28.744,80	\$ 29.175,97	\$ 29.614,54	\$ 30.058,76
(=)	UTILIDAD BRUTA	\$ 177.480,00	\$ 197.635,20	\$ 219.842,03	\$ 244.305,26	\$ 271.253,02
(=)	GASTOS OPERACIONAL	\$ 119.859,67	\$ 122.313,34	\$ 124.197,54	\$ 127.307,73	\$ 129.838,49
(+)	GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 82.619,75	\$ 84.666,73	\$ 86.779,84	\$ 88.961,19	\$ 91.213,00
	Sueldos y Salarios	\$ 45.144,00	\$ 46.602,15	\$ 48.107,40	\$ 49.661,27	\$ 51.265,33
	Beneficios Sociales	\$ 17.663,13	\$ 18.233,65	\$ 18.822,60	\$ 19.430,57	\$ 20.058,17
	Suministro de Oficina	\$ 200,00	\$ 206,46	\$ 213,13	\$ 220,01	\$ 227,12
	Servicios Basicos	\$ 367,00	\$ 378,85	\$ 391,09	\$ 403,72	\$ 416,76
	Depreciacion	\$ 6.960,00	\$ 6.960,00	\$ 6.960,00	\$ 6.960,00	\$ 6.960,00
	Amortizacion	\$ 12.285,62	\$ 12.285,62	\$ 12.285,62	\$ 12.285,62	\$ 12.285,62
(+)	GASTOS DE VENTAS	\$ 33.518,67	\$ 34.517,55	\$ 34.948,67	\$ 36.613,07	\$ 37.711,81
	Sueldos y Salarios	\$ 18.600,00	\$ 19.200,78	\$ 19.820,97	\$ 20.461,18	\$ 21.122,08
	Transporte	\$ 2.640,00	\$ 2.641,50	\$ 2.043,02	\$ 2.644,57	\$ 2.646,13
	Beneficios Sociales	\$ 12.094,27	\$ 12.484,91	\$ 12.888,18	\$ 13.304,47	\$ 13.734,20
	Suministro de Oficina	\$ 37,40	\$ 38,61	\$ 39,86	\$ 41,14	\$ 42,47
	Servicios Basicos	\$ 147,00	\$ 151,75	\$ 156,65	\$ 161,71	\$ 166,93
(+)	GASTOS FINANCIEROS	\$ 3.721,25	\$ 3.129,05	\$ 2.469,04	\$ 1.733,47	\$ 913,67
	INTERES	\$ 3.721,25	\$ 3.129,05	\$ 2.469,04	\$ 1.733,47	\$ 913,67
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 57.620,33	\$ 75.321,86	\$ 95.644,49	\$ 116.997,53	\$ 141.414,53
(-)	Participacion de trabajadores	\$ 8.643,05	\$ 11.298,28	\$ 14.346,67	\$ 17.549,63	\$ 21.212,18
(-)	Impuesto a la Renta	\$ 14.405,08	\$ 18.830,47	\$ 23.911,12	\$ 29.249,38	\$ 35.353,63
(=)	UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 34.572,20	\$ 45.193,12	\$ 57.386,69	\$ 70.198,52	\$ 84.848,72

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

4.1.5.5 Flujo de Caja

Es un esquema que presenta sistemáticamente los costos e ingresos registrados año a año de MERMENATU esto se obtiene del estudio técnico de mercado, administrativo es decir que el flujo se considera como un estudio previo a la pre inversión del proyecto.

TABLA 27: FLUJO DE FONDOS

FLUJO DE FONDOS						
	Años					
CONCEPTOS	0	1	2	3	4	5
Ingresos Por Ventas	\$ 205.800,00	\$ 226.380,00	\$ 249.018,00	\$ 273.919,80	\$ 301.311,78	
Costo De Ventas	\$ 28.320,00	\$ 28.744,80	\$ 29.175,97	\$ 29.614,54	\$ 30.058,76	
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 177.480,00	\$ 197.635,20	\$ 219.842,03	\$ 244.305,26	\$ 271.253,02	
Costos de Operación	\$ 90.898,80	\$ 93.526,25	\$ 96.238,54	\$ 99.038,42	\$ 101.928,69	
Gastos Financieros	\$ 3.721,25	\$ 3.129,05	\$ 2.469,04	\$ 1.733,47	\$ 913,67	
Depreciacion	\$ 6.960,00	\$ 6.960,00	\$ 6.960,00	\$ 6.960,00	\$ 6.960,00	
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	\$ 75.899,95	\$ 94.019,90	\$ 114.174,45	\$ 136.573,37	\$ 161.450,66	
15% trabajadores	\$ 11.384,99	\$ 14.102,99	\$ 17.126,17	\$ 20.486,01	\$ 24.217,60	
25% impuesto a la renta	\$ 18.974,99	\$ 23.504,98	\$ 28.543,61	\$ 34.143,34	\$ 40.362,67	
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO	\$ 45.539,97	\$ 56.411,94	\$ 68.504,67	\$ 81.944,02	\$ 96.870,40	
Depreciacion	\$ 6.960,00	\$ 6.960,00	\$ 6.960,00	\$ 6.960,00	\$ 6.960,00	
FLUJO OPERACIONAL	\$ 38.579,97	\$ 49.451,94	\$ 61.544,67	\$ 74.984,02	\$ 89.910,40	
Inversiones Fijas	\$ (82.500,00)					
Valor Residual						\$ 50.000,00
Capital de Trabajo	\$ (10.792,21)					
Recuperacion de C. trabajo		\$ (237,47)	\$ (239,92)	\$ (241,99)	\$ (243,36)	\$ (11.754,95)
Prestamos	\$ (32.500,00)					
Amortizacion del prestamo		\$ (10.261,49)	\$ (10.261,49)	\$ (10.261,49)	\$ (10.261,49)	\$ (10.261,49)
Flujo De Capitales	\$ (125.792,21)	\$ 10.498,96	\$ (10.501,41)	\$ (10.503,48)	\$ (10.504,85)	\$ 51.493,46
FLUJO DE CAJA	\$ (125.792,21)	\$ 49.078,93	\$ 38.950,53	\$ 51.041,19	\$ 64.479,17	\$ 141.403,86

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

Calculo de la Tmar

Para calcular la tasa mínima aceptable de descuento, consideramos el costo del capital propio (TMAR), que incluye la tasa libre de riesgo (Rf) que es la rentabilidad de los Bonos del Tesoro Americano de 5 años y la rentabilidad del mercado (Rm) la cual se tomó de S&P500, también se usó el Beta del mercado de restaurantes de Estados Unidos. La tasa del riesgo país Ecuatoriano es de 546 puntos, es decir 5,46%

Los datos utilizados para el cálculo son los siguientes:

$$R_s = R_f + \beta (R_m - R_f) + RP$$

TMAR		
Rf	Bonos del Tesero de E.U.	0,64%
Rm	Rendimiento De Mercado	6,80%
Rp	Riego Pais	5,50%
B	Beta Apalancado	0,90%
Total		13,84%

Calculo del Wacc

El Weighted Average Cost of Capital (WACC) o Costo del Capital Medio

Ponderado:

Es la tasa de descuento que suele emplearse para descontar los flujos de fondos operativos para valorar una empresa utilizando el descuento de flujos de efectivo.

La necesidad de utilización de este método está justificada en que los flujos de efectivo calculados, se financian tanto con capital propio (fondos propios o acciones) como con capital de terceros (pasivo o deudas).

El WACC permite ponderar (media ponderada) del costo de ambas fuentes de financiación, acciones y deudas por el volumen de cada una de ellas en el total de acciones.

Formula

$$WACC = K_e \frac{CAA}{CAA + D} + K_d(1 - T) \frac{D}{CAA + D}$$

Variables:

WACC: Weighted Average Cost of Capital (Promedio Ponderado del Costo de Capital)

Ke: Tasa o de costo de oportunidad de los accionistas. Se utiliza para obtenerla el método CAPM o es descuento de los dividendos futuros.

CAA: Capital aportado por los accionistas

D: Deuda financiera contraída

Kd: Costo de la deuda financiera

T: Tasa de impuesto a las ganancias

COSTO PROMEDIO PONDERADO	
Kd= Tasa del Prestamo Bancario	11,45%
D/A = Deuda de Activos	25%
KE= TMAR	13,84%
WACC(cpp)	12%

4.1.5.6 Valor actual neto (VAN)

“El VAN es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. Basta con hallar VAN de un proyecto de inversión para saber si dicho proyecto es viable o no. El VAN también nos permite determinar cuál proyecto es el más rentable entre varias opciones de inversión. Incluso, si alguien nos ofrece comprar nuestro negocio, con este indicador podemos determinar si el precio ofrecido está por encima o por debajo de lo que ganaríamos de no venderlo”⁵³

FORMULA

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+k)^t} - I_0$$

4.1.5.7 Tasa interna de retorno (TIR)

“La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión es el promedio geométrico de los rendimientos futuros esperados de dicha inversión, y que implica por cierto el supuesto de una oportunidad para "reinvertir". En términos simples,

⁵³ **Disponible en:** <http://www.crecenegocios.com/el-van-y-el-tir/>
Fecha de consulta: 22/01/2015

diversos autores la conceptualizan como la tasa de descuento con la que el valor actual neto o valor presente neto.

La TIR puede utilizarse como indicador de la rentabilidad de un proyecto: a mayor TIR, mayor rentabilidad; así, se utiliza como uno de los criterios para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.”⁵⁴

FORMULA

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

4.1.5.8 Capital de trabajo

“Es la inversión de dinero que realiza la empresa o negocio para llevar a efectos su gestión económica y financiera a corto plazo, entiéndase por corto plazo períodos de tiempo no mayores de un año.”⁵⁵

Son los recursos con que MERMENATU va iniciar su actividad empresarial es decir el efectivo y los insumos que contaremos para la marcha de la misma.

⁵⁴ **Disponible en:** http://es.wikipedia.org/wiki/Tasa_interna_de_retorno
Fecha de consulta: 22/01/2015

⁵⁵ **Disponible en:** <http://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>
Fecha de consulta: 22/01/2015

TABLA 28: CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO		
RECURSOS	PORCENTAJES	VALORES
Capital Propio	75%	\$ 50.000
Deuda (capital financiero)	25%	\$ 32.500
Capital de trabajo		\$ 82.500

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

4.1.5.9 Periodo de recuperación de capital

“Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

Es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunas personas a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el Periodo de Recuperación de la Inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.”⁵⁶

4.1.5.10 Razones Financieras

“Las razones financieras son indicadores utilizados en el mundo de las finanzas para medir o cuantificar la realidad económica y financiera de una empresa o unidad evaluada, y su capacidad para asumir las diferentes obligaciones a que se haga cargo para poder desarrollar su objeto social. La información que genera la contabilidad y que se resume en los estados financieros, debe ser interpretada y analizada para poder comprender el estado de la empresa al momento de generar dicha información, y una forma de hacerlo es mediante una serie de indicadores que permiten analizar las partes que componen la estructura financiera de la empresa. Las razones financieras permiten hacer comparativas entre los diferentes periodos contables o económicos de la empresa para conocer cuál ha sido el comportamiento de esta durante el tiempo y así poder hacer por ejemplo

⁵⁶ **Disponible en:** <http://www.pymesfuturo.com/pri.htm>
Fecha de consulta: 22/01/2015

proyecciones a corto, mediano y largo plazo, simplemente hacer evaluaciones sobre resultados pasados para tomar correctivos si a ello hubiere lugar.”⁵⁷

TABLA 29: RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS

RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS		
RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS =	Utilidad Neta	
	Total De Activos	
RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS =	\$ 34.572,20	
	\$ 84.500,00	
RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS =		41%

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

TABLA 30: RENTABILIDAD DE ACTIVOS

RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO		
RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO =	Utilidad Neta	
	Patrimoni0	
RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO =	\$ 34.572,20	
	\$ 63.029,27	
RENTABILIDAD SOBRE PATRIMONIO =		55%

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

⁵⁷ **Disponible en:** <http://www.gerencie.com/razones-financieras.html>
Fecha de consulta: 22/01/2015

TABLA 31: DETERMINAR EL PRECIO DE VENTA

DETERMINAR EL PRECIO	
CONCEPTO	CANTIDAD
Costos Fijos	\$ 63.744,00
Costoa Variables	\$ 72.722,55
TOTAL	\$ 136.466,55
P.U.	\$ 1,62
Utilidad 50%	\$ 0,81
TOTAL	\$ 2,45

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Para el cálculo del punto de equilibrio MERMENATU se ha basado en la siguiente formula:

$$PE = \frac{\text{GASTOS FIJOS TOTALES}}{1 - \left(\frac{\text{COSTOS VARIABLES TOTALES}}{\text{VENTAS TOTALES}} \right)}$$

PE=	63744
	<u>1-(0,353365160)</u>
PE=	63744
	<u>0,644663484</u>
PE=	\$ 98.879,79
PE=	Ventas P. E.
	<u>PVP</u>
PE=	98879,49
	<u>2,45</u>
PE=	\$ 40.358,97

CAPÍTULO 5

EVALUACION DE LA VIABILIDAD DEL PROYECTO

5.1 Inversion del proyecto

Tabla 32 INVERSION DEL PROYECTO

INVERSION DEL PROYECTO	
DESCRIPCION	Total
Equipo de Computación	\$ 2.000
Muebles y Enseres	\$ 500
Vehículo	\$ 10.000
Edificio	\$ 35.000
Terreno	\$ 15.000
Equipos	\$ 20.000
Caja- Bancos	\$ 10.792,21
TOTAL DE LA INVERSION	\$ 82.500

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

5.2 Criterios de evaluación

5.3 Valor actual neto

Para la empresa MERMENATU ha obtenido el VAN de 42071,14 con este cálculo podemos decir que el proyecto es viable y que el inversionista puede recuperar su inversión.

CALCULO DE VALOR ACTUAL NETO	
VAN	\$ 42.071,14

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

5.4 Tasa interna de retorno

La TIR obtenida de la empresa MERMENATU es del 36% la misma que resulto mayor a la esperada, superando al costo promedio ponderado dio como resultado un 12% reflejando para el inversionista una alternativa de inversión para el proyecto.

CALCULO DE TASA INTERNA DE RETORNO	
TIR	36%

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

5.4.1 Período de recuperación de la inversión

Para la aplicación del periodo de recuperación de la empresa MERMENATU se aplicara la siguiente formula que se detalla a continuación.

TABLA 33: PERIODO DE RECUPERACION

PERIODO DE RECUPERACION DEL INVERSIONISTA		
AÑO	INVERSION	FLUJO NETO
0	\$ (82.500,00)	
2015		\$ 38.579,97
2016		\$ 49.451,94
2017		\$ 61.544,67
2018		\$ 74.984,02
2019		\$ 89.910,40
	\$ (82.500,00)	\$ 314.471,00

Elaborado por: los Autores

Fuente: Banco del fomento

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION=	<u>FLUJO NETO-INVERSION</u>	
	FLUJO DEL ULTIMO AÑO	
PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION=	231971	
	89910,4	
PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION=	2,580024113	

Elaborado por: los Autores

Fuente: propia

TABLA 34: PERIODO DE RECUPERACION

PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION		
PERIODO DE RECUPERACION	2,58	AÑOS
0,58*12	6,96	MESES
0,96*30	28,8	DIAS

Elaborado por: los Autores

Fuente: Banco del fomento

El periodo de recuperación de la empresa MERMENATU será de 2 años 6 meses y 28 días.

5.4.2 Relación Beneficio costo

Con esta siguiente formula nos guiaremos para proyectar la relación costo beneficio que nos ayudara a medir el éxito o el fracaso de la empresa MERMENATU sobre el retorno de la inversión.

$$B/C = \frac{\text{Beneficio} - \text{Costos}}{\text{Costos}}$$

$$B/C = \frac{344953,68 - 82500}{82500}$$

\$

$$B/C = 3,18$$

Obtenido el siguiente resultado de 3,18 nos lleva a la conclusión que los ingresos netos de la empresa MERMENATU son superiores a los egresos netos es decir los beneficios son mayores a los costos.

CONCLUSIONES

Al ofrecer mermeladas vegetales en cantón Cuenca constituye una gran ventaja competitiva por ser un producto innovador, creativo, y sobre todo natural que será beneficioso para la salud.

Después de un largo proceso de recopilación de información y análisis podemos llegar a una conclusión.

Que el VAN es mayor que cero, teniendo el siguiente resultado de \$ 42071,14 podemos decir que el proyecto es factible, teniendo en cuenta que el inversionista podrá recuperar su inversión al final de la misma.

La TIR obtenida de la empresa MERMENATU CIA LTDA. Es del 36% la misma que resulto mayor a la esperada, superando al costo promedio ponderado se nos dio como resultado del 12%, reflejando para el inversionista una alternativa de inversión para el proyecto.

Llegando a la conclusión que este proyecto puede ser rentable y cubrir las expectativas del inversionista y cubrir las necesidades de las personas de consumir un producto natural. Considerando que el mercado está en crecimiento y la exigente.

RECOMENDACIONES

Se recomienda ejecutar el presente proyecto, ya que con el diferente análisis en el estudio financiero el proyecto es rentable y con ello generaremos fuentes de trabajo que es muy importante para el desarrollo del país.

Se recomienda poner personal capacitado para el proceso adecuado de elaboración de las mermeladas y cumplir con todo lo planificado por el área de producción, para eliminar desperdicios en los procesos y así disminuir costos para la empresa.

Con lo analizado de este proyecto sobre las mermeladas vegetales es un producto beneficioso para la salud ya que nos ayuda a cuidar cada uno de nuestro organismo para así mantenernos en una vida sana ya que contienen un alto número de vitaminas por el cual se recomienda que el producto sea consumido.

Realizar permanentemente investigaciones de mercado para conocer si el cliente está siendo satisfecho con el producto, para así cubrir todas sus necesidades.

Mantener una excelente relación con nuestros proveedores y clientes para tener un crecimiento en el mercado para incrementar el volumen de compras y Mantener una adecuada negociación con los precios.

MERMENATU fomentara un lugar acogedor tanto para el personal que formara la empresa, y para sus posibles clientes.

BIBLIOGRAFIA

- ARBOLEDA VELEZ, German, *Identificación y Evaluación de proyectos*, 2da edición, editorial Alfa omega Colombiana.
- BACA URBINA, Gabriel, *Evaluación de proyectos*, 5ta edición, editorial Mac Graw Hill.
- BRAVO VALDIVIESO, Mercedes- UBIDIA TAPIA, Carmita, *Contabilidad de Costos*, 3ra edición, editorial Escobar Impresores.
- COELLO, Claudio, Artículo, Responsabilidad Ambiental
- COLOMBA, Fernando, Artículo, *Gestión de proyectos*
- DECOS CASTILLO, m, *Teoría General del Proyecto*, cuarta edición, editorial síntesis
- MALHOTRA, Naresh k, *Investigación de Mercados*, 5ta edición, editorial Pearson.
- MENDEZ MORALES, José Silvestre, *La economía en la empresa, en la sociedad del conocimiento*, Editorial The McGraw-Hill, México, 2012.
- RAMIREZ PADILLA, David, *Contabilidad Administrativa*, 8va edición, editorial Mc Graw Hill.
- REYES PEREZ, Ernesto, *Contabilidad de Costos*, edición 2013, editorial Itmusa.
- RIVERA MARTINEZ, Francisco-HERNANDEZ CHAVEZ, Gisel, *Administración de Proyectos*, 1ra edición, editorial Pearson
- SAPAG CHAIN, Nassir, *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación*, segunda edición, Pearson Educación de Chile S.A, 2011.
- SAPAG CHAIN, Nassir, *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación*, primera edición 2007, editorial Pearson.
- TORO DIAZ, J, Artículo "*Formulación y evaluación de proyectos*"

LINCONGRAFIA

- http://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_producci%C3%B3n
- <http://mejorconsalud.com/descubre-que-beneficios-aportan-los-vegetales-segun-su-color/>
- <http://misremedios.com/sustancias/calabaza/>
- <http://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/responsabilidad-ambiental>
- http://www.ecured.cu/index.php/EcuRed:Limitaci%C3%B3n_general_de_responsabilidad
- http://www.ecured.cu/index.php/EcuRed:Limitaci%C3%B3n_general_de_responsabilidad
- <http://www.eumed.net/ce/2008b/jtd.htm>
- <http://www.eumed.net/ce/2008b/jtd.htm>
- <http://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>
- <http://www.gerencie.com/depreciacion.html>
- <http://www.gestion.org/recursos-humanos/politica-salarial/4204/los-beneficios-sociales-en-la-empresa/>
- [http://www.plantas-medicinales.es/romero-sus-propiedades-y-beneficios-para-la-salud/.](http://www.plantas-medicinales.es/romero-sus-propiedades-y-beneficios-para-la-salud/)
- <http://www.todoprestamos.com/hipotecas/amortizacion-prestamos/>
- [http://www.vistamagazine.com/1596326-las-verduras-verdes-y-sus-beneficios.](http://www.vistamagazine.com/1596326-las-verduras-verdes-y-sus-beneficios)
- <https://sites.google.com/site/gdpumh/tema-i/03-caracteristicas-y-ciclo-de-vida-de-un-proyecto>

ANEXOS

MODELO DE PERMISO DE PATENTE


CUENCA
MUNICIPALES

Nombre / Razón Social	Título No. / Emisión	ISS	04/MAR/2010
MERENATU CIA LTDA			Cédula / RUC
Concepto	Año		0104362070
PATENTES MUNICIPALES	2011		Clave Catastral
Dirección			PA720649
CARLOS TOSI Y MIGUEL A. NARVAEZ			Fecha de Pago / Abono
Código Descripción			05/02/2014
002 IMPUESTO DE PATENTE			Valor
			10.00

DEBITOS...	CREDITOS...	SUMAR...	
Abonos 0.00	Recargos 0.00	Total Debitos 0.00	10.00
Exoneraciones 0.00	Intereses 0.00	Total Creditos 0.00	
Descuentos 0.00	TOTAL 0.00	A PAGAR...	10.00
TOTAL 0.00			

Base: 100/100 Dólares

Base Imponible: 400
Actividad Económica: KIOSCO(TIENDA)

Total N° 0376798 Caja DAED

Director Financiero Jefe de Rentas

Bellas 7-47 y Barrera | Sauro y Berroja Wala, Conmutador: (5937) 294 5499, Cuenca, Ecuador. Email: seccionfinanzas@cuca.gub.ec
www.cuenca.gub.ec



Valor \$ 1,85 **N° 0020165**

PATENTE

2010

DE COMERCIALES INDUSTRIALES Y POR EL IMPUESTO A LAS ACTIVIDADES DE ORDEN ECONOMICO

Cédula o RUC N°

0106485451-001

Nombre o Razón Social

MERENATU CIA LTDA

Dirección:

CARLOS TOSI Y MIGUEL A. NARVAEZ

De conformidad con el Título VI, Capítulo VII de la Ley de Regimen Municipal y el Art. 5 de la Ordenanza del Impuesto de Rentas Municipales, se certifica en esta fecha la presente PATENTE.


Cuenca, 

Director Financiero


Jefe de Rentas

Av. 747 y Barrera | Sauro y Berroja Wala, Conmutador: (5937) 294 5499, Cuenca, Ecuador. Email: seccionfinanzas@cuca.gub.ec
www.cuenca.gub.ec

MODELO DE PERMISO DEL SERVICIO DE RENTAS INTERNAS



**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**



NUMERO RUC: 0106485451

APELLIDOS Y NOMBRES: VEGA PULLA PAOLA JACKELINE

NOMBRE COMERCIAL:

CLASE CONTRIBUYENTE: RISE **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO

CALIFICACIÓN ARTESANAL: NUMERO:

CONTRIBUYENTE EN SUSPENSION TEMPORAL: No

FEC. NACIMIENTO:	23/08/1980	FEC. ACTUALIZACION:	
FEC. INICIO ACTIVIDADES:	24/06/2011	FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:	
FEC. REINICIO ACTIVIDADES:	24/06/2011	FEC. REINICIO ACTIVIDADES:	

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:
ELABORACION DE MERMEJADAS

DOMICILIO TRIBUTARIO:
Provincia: AZUAY Canton: CUEJACA Parroquia: TOTORACUCHA Cible: GERONA Nombre: SAN Inmigrantes: BARCELONA
Referencia: DETRAS DEL BANCO DE GUAYAQUIL Telefono: 073809462

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

* REGIMEN SIMPLIFICADO

ACTIVIDADES DE SERVICIO Cuota mensual a pagar: 3.0

El valor de su cuota fiscal será la suma de todos los grupos de actividades que consten en esta sección. El valor fiscal a pagar podrá ser superior al estado neto en el pago de sus cuotas, de acuerdo al porcentaje establecido según su número dígito del RUC.


Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Exención Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acceder al Régimen Simplificado (RISE).

Si excede los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

# DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:	del 001 al 001	ABERTOS:	1
JURISDICCION:	REGIONAL DEL AUSTRO AZUAY	CERRADOS:	0



FIRMA DEL CONTRIBUYENTE




SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Dueno: PULLA **Lugar de emisión:** CUENCA/AZUAY/REMISO **Fecha y hora:** 24/06/2011 14:48:14

Página 1 de 2

MODELO DE PERMISO DE FUNCIONAMIENTO

**MINISTERIO DEL INTERIOR**
PERMISO ANUAL DE FUNCIONAMIENTO
(válido sin enmiendas)

AÑO 2015

N° PAF
0003151

VALOR USD
15,00

INFORMACION BÁSICA

COG CATRINO 1199

RAZÓN SOCIAL: MERMENATU CIA LTDA
N° R.U.C.: 0106485451

NOMBRE DEL CONTRIBUYENTE: [Redacted]
N° CEDULA CIUDADANA: [Redacted]

TIPO DE ESTABLECIMIENTO: FABRICA

PROVINCIA: AZUAY
CANTÓN: PíñEDA
CIUDAD/PUEBLO: [Redacted]
DIRECCIÓN: CARLOS TOSI Y MIGUEL A. NARVAEZ

ADVERTENCIA

El otorgamiento de conformidad a los requerimientos y comprobantes de la empresa y/o industria...

1) El establecimiento debe tener un plan de seguridad...

2) El establecimiento debe tener un plan de mantenimiento...

3) El establecimiento debe tener un plan de higiene...

4) El establecimiento debe tener un plan de protección ambiental...

5) El establecimiento debe tener un plan de protección civil...

6) El establecimiento debe tener un plan de protección contra incendios...

7) El establecimiento debe tener un plan de protección contra robos...

8) El establecimiento debe tener un plan de protección contra huracanes...

9) El establecimiento debe tener un plan de protección contra terremotos...

10) El establecimiento debe tener un plan de protección contra inundaciones...

11) El establecimiento debe tener un plan de protección contra contaminación...

12) El establecimiento debe tener un plan de protección contra otros riesgos...

CONCEPTOS DE IMPORTE

El total del Permiso que incluye el impuesto de tránsito...

OTRO DATOS

ESTABLECIMIENTO: [Redacted]

UBICAR ESTE PERMISO EN UN LUGAR VISIBLE
CONTRIBUYENTE

MODELO DE PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS



**BENEMÉRITO CUERPO DE BOMBEROS
VOLUNTARIOS DE CUENCA**
DEPARTAMENTO DE PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS ESPECIE N° 0018244

En el uso de sus atribuciones establecidas en la Ley de Defensa Contra Incendios, en su Art. 35 concede el presente Permiso de Funcionamiento:

MERMENATU CIA LTDA

Código: L010314 Clase Cat.: 00-02-011-012-000 Valor Presal: 36.41
Ruc: 10000118000100000000000000000000
Razón Social: **MERMENATU CIA LTDA**
Representante Legal: **VEGA PULLA PAOLA JACKELINE**
Dirección: **CARLOS TOSI Y MIGUEL A. NARVAEZ**
Ciudad: Cuenca
Provincia: Azuay Valor: \$ 0.01
Fecha: 25/04/2014
Válido hasta el: 31/12/2014

Por haber llenado todos los requisitos establecidos en el Reglamento General de dicha Ley

Observaciones:

ABNEGACION Y DISCIPLINA

JEFE DEL DEPARTAMENTO DE PREVENCIÓN CONTRA INCENDIOS

REGISTRADOR FISCAL

**TIENE VALIDEZ HASTA EL 31 DE DICIEMBRE DEL PRESENTE AÑO
ESTE PERMISO DEBERÁ RENOVARSE HASTA EL 31 DE MARZO DEL PROXIMO AÑO**
Dirección: Miguel Heredia y Av. de las Américas • Teléfono: 4078604 • Ext. 746