



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TÍTULO:

**ANALISIS Y DISEÑO PARA LA GENERACION DE UN CONSORCIO DE
PRODUCTORES BASADO EN LAS MI PYMES PARA LA PRODUCCION
DE LA COLADA DEL MOROCHO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

AUTOR (A):

Pin Rodríguez Gabriela Victoria

Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de:

INGENIERA COMERCIAL

TUTOR:

Ing. Paul Murillo Delgado, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

2013



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por, **Gabriela Victoria Pin Rodríguez** como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniera Comercial.

TUTOR (A)

Ing. Paul Murillo Delgado, Mgs.

REVISOR(ES)

Ing. Pedro Murillo Martínez, Mgs.

Econ. Juan Miguel Esteves, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Darío Vergara Pereira, Mgs.

Guayaquil, a los 29 días del mes de Abril del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Gabriela Victoria Pin Rodríguez**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Análisis y Diseño para la Generación de un Consorcio de Productores basado en las Mi Pymes para la Producción de la Colada del Morocho en la Ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del Título **de Ingeniera Comercial**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 29 días del mes de Abril del año 2014

EL AUTOR (A)

Gabriela Victoria Pin Rodríguez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

AUTORIZACIÓN

Yo, **Gabriela Victoria Pin Rodríguez**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Análisis y Diseño para la generación de un consorcio de productores basado en las mi pymes para la producción de la colada del morocho en la Ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 29 días del mes de Abril del año 2014

EL (LA) AUTOR(A):

Gabriela Victoria Pin Rodríguez

AGRADECIMIENTO

En especial a Dios por bendecirme y darme las fuerzas necesarias cada día para seguir luchando por lo que deseo.

Al Ing. Paul Murillo por ser mi guía en esta tesis que me oriento en cada capítulo para finalizar este proyecto.

A mis padres Humberto Pin Alvear y Delia Rodríguez por apoyarme en cada momento y han visto por mi bienestar y educación. Los amo con mi vida por ellos soy lo que soy ahora.

Y por último a mi amigo Stefano Arias que me ha apoyado en lo necesario.

GABRIELA VICTORIA PIN RODRIGUEZ

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios que me ha bendecido por darme unos padres maravillosos que se han preocupado por mí.

A mis padres Humberto Pin Alvear y Delia Rodríguez, y mis hermanos que han estado siempre conmigo apoyándome en todo momento de mi vida y que han depositado su confianza en mí. Muchas gracias por todo lo que han hecho.

A mi dos mejores amigas de la infancia Katherine Ramón y Mafer Bermúdez gracias a las dos por ser parte mi vida y por todos los momentos de apoyo y que siempre han permanecido conmigo en todo momento.

GABRIELA VICTORIA PIN RODRIGUEZ

DECLARACION

YO, **GABRIELA VICTORIA PIN RODRIGUEZ** DECLARO SER AUTOR DEL PRESENTE TRABAJO Y EXIMO EXPRESAMENTE A LA UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL Y A SUS REPRESENTANTES LEGALES DE POSIBLES RECLAMOS O ACCIONES LEGALES

GABRIELA VICTORIA PIN RODRIGUEZ

AUTORIA

LAS IDEAS EXPUESTAS EN EL PRESENTE TRABAJO DE INVESTIGACION Y QUE APARECEN COMO PROPIAS SON EN SU TOTALIDAD DE ABSOLUTA RESPONSABILIDAD DEL AUTOR

GABRIELA VICTORIA PIN RODRIGUEZ

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Paul Murillo Delgado

PROFESOR DELEGADO

Ing. Darío Vergara Pereira



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CALIFICACIÓN

ING. PAUL MURILLO DELGADO

Tabla de Contenido

INTRODUCCION	1
JUSTIFICACION	3
DEFINICION DEL PROBLEMA	6
OBJETIVOS	7
Objetivo General.....	7
Objetivos Específicos	7
MARCO TEORICO	8
METODOLOGIA.....	19
ANTECEDENTES	20
CAPITULO 1	22
1. ESTUDIO DE MERCADO.....	22
1.1 Definición del Producto.....	22
1.2 Segmentación del Mercado	23
1.3 Análisis de la Demanda de Mercado.....	26
1.4 Encuestas y Gráficos	27
1.5 Posicionamiento del mercado	37
1.6 Estrategias de posicionamiento	37
1.7 Análisis de la Oferta	38
1.8 Análisis de competencia.....	38
1.9 Análisis del precio.....	39
1.9.1 Fijación de precio del producto	40
1.10 Análisis de la Comercialización.....	42
CAPITULO 2	45
2. ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	45
2. Estudio Organizacional	45
2.1 Misión	45
2.2 Visión.....	45
2.3 Valores.....	46
2.4 Estructura Organizacional	46
2.4.1 Organigrama de Posicionamiento de Personal	46

2.5 FODA.....	50
2.5.1 Análisis FODA.....	50
2.5.2 Estrategias del FODA.....	52
2.6 Estrategias de Penetración en el Mercado.....	54
2.6.1 Estrategia de Producto.....	54
2.6.2 Ciclo de vida del producto.....	54
2.6.3 Características del Producto.....	55
2.6.3.1 Marca.....	55
2.6.3.2 Slogan.....	56
2.6.3.3 Etiqueta.....	56
2.6.3.3.1 Normas de Etiquetado.....	58
2.6.3.4 Envase o empaque.....	63
2.6.3.5 Requisitos y Trámites para obtener el Registro Sanitario.....	66
2.6.4 Estrategias de Promoción.....	68
2.6.5 MIPYMES.....	69
2.6.5.1 Fortalezas de las MIPYMES.....	69
2.6.5.2 Debilidades de las MIPYMES.....	70
2.6.5.3 Potencialidades de las MYPIMES.....	70
2.6.5.4 De los Órganos de Regulación de las MIPYMES.....	70
2.6.5.5 Características de las MIPYMES.....	71
2.6.5.6 Objetivos de los Estados Financieros de las Pequeñas y Medianas Empresas.....	72
CAPITULO 3.....	73
3. PROCESO DE PRODUCCION DEL PRODUCTO MOROCHO.....	73
3.1 Localización.....	73
3.2 Proceso de Producción del Morocho Industrializado.....	74
3.3 Diagrama o Flujo de Producción.....	80
3.4 Costos Fijos y Variables.....	88
3.4.1 Costos Fijos.....	88
3.4.2 Costos Variables.....	97
3.4.3 Activos Fijos.....	101
CAPITULO 4.....	103
4. ANALISIS ECONOMICO – FINANCIERO.....	103
4.1 Plan de Inversiones.....	104

4.1.1 Financiamiento de la Inversión	107
4.2 Costos de Producción.....	108
4.3 Proyección de Ingresos	112
4.4 Flujo de Caja	113
4.5 Estado de Resultados o Estado de Pérdidas y Ganancias	116
4.6 Estado de Situación Inicial	118
4.7 VAN y TIR.....	119
4.8 Balance General	119
4.9 Análisis de Sensibilidad.....	121
4.10 Análisis del Punto de Equilibrio.....	132
CONCLUSIONES.....	133
RECOMENDACIONES	136
BIBLIOGRAFÍAS	137
ANEXOS.....	140

ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla # 1: Análisis Poblacional INEC Censo año 2010
- Tabla # 2: Rango de Edades – Crecimiento de la Población
- Tabla # 3: Aceptación del Producto por Rango de Edades
- Tabla # 4: Competencia Directa
- Tabla # 5: Competencia Indirecta
- Tabla # 6: Precios de Competencia Directa
- Tabla # 7: Precios de Competencia Indirecta
- Tabla # 8: Precio Promedio de los Productos de la Competencia Indirecta
- Tabla # 9: Precio Promedio del Producto Morocho – Presentación 250 ml
- Tabla # 10: Precio Promedio del Producto Morocho – Presentación 1 lt
- Tabla # 11: Precio del Morocho en Montacargas manuales con Tanques térmicos.
- Tabla # 12: Canales de Distribución
- Tabla # 13: Canal de Distribución del Producto Morocho
- Tabla # 14: Organigrama de la Empresa
- Tabla # 15: Estrategias de la Matriz FODA
- Tabla # 16: Diagrama del Flujo de Producción
- Tabla # 17 Detalle Mensual del Sueldo del Personal 2014
- Tabla # 18 Detalle Anual del Sueldo del Personal 2014
- Tabla # 19 – Detalle del Sueldo del Personal Mensual del 2015
- Tabla # 20 – Detalle del Sueldo del Personal Anual del 2015
- Tabla # 21 – Detalle del Sueldo del Personal Mensual del 2016
- Tabla # 22 – Detalle del Sueldo del Personal Anual del 2016
- Tabla # 23 – Detalle del Sueldo del Personal Mensual del 2017
- Tabla # 24 – Detalle del Sueldo del Personal Anual del 2017

Tabla # 25 – Detalle del Sueldo del Personal Mensual del 2018

Tabla # 26 – Detalle del Sueldo del Personal Anual del 2018

Tabla # 27 – Detalle Mensual y Anual de Servicios Básicos

Tabla # 28 – Detalle de Costos de Producción – Primera Producción Envase de 250 cm³

Tabla # 29: Detalle de Costos de Producción – Primera Producción Envase de 1 lt

Tabla # 30: Detalle de Costos de Producción – Segunda Producción Montacargas Manuales de Tanques Térmicos

Tabla # 31 – Detalle de Costo Unitario de cada Presentación del Producto

Tabla # 32: Cantidad de Ingredientes para la Producción del Producto

Tabla # 33: Detalle de Activos Fijos

Tabla # 34 – Plan de Inversiones

Tabla # 35 – Tabla de Amortización del Préstamo

Tabla # 36 – Detalle del Capital Social

Tabla # 37 – Detalle de Inversión y Financiamiento de la Empresa

Tabla # 38 – Detalle de Comportamiento de Consumo Masivo – Trimestral

Tabla # 39: Proyección de Costos – Envases de 250 ml – Año 2014

Tabla # 40: Proyección de Costos – Envases de 1 lt – Año 2014

Tabla # 41: Proyección de Costos – Montacargas de Tanques Térmicos Año 2014

Tabla # 42 – Consolidado de Proyección de Costos – Año 2014

Tabla # 43 – Proyección de Ingresos Año 2014

Tabla # 44 – Resumen de Proyección de Ingresos Año 2014 al 2018

Tabla # 45 – Flujo de Caja Consolidado Año 2014 - 2018

Tabla # 46 – Estado de Resultado Proyectado

Tabla # 47 – Balance General Inicial

Tabla # 48 – VAN y TIR

Tabla # 49 – Balance General

Tabla # 50 – Análisis de Sensibilidad – Aumento en Insumo

Tabla # 51 – Análisis de Sensibilidad – Aumento en Insumo

Tabla # 52 – Análisis de Sensibilidad – Aumento en Insumo

Tabla # 53 – Análisis de Sensibilidad – Aumento en Insumo

Tabla # 54 – Análisis de Sensibilidad de Aumento de Sueldos y Beneficios Sociales

Tabla # 55 – Análisis de Sensibilidad de Aumento de Sueldos y Beneficios Sociales

Tabla # 56 – Análisis de Sensibilidad de Aumento de Sueldos y Beneficios Sociales

Tabla # 57 – Análisis de Sensibilidad de Aumento de Sueldos y Beneficios Sociales

Tabla # 58 – Análisis de Sensibilidad de Aumento en Insumos y en Sueldos y Beneficios Sociales e Insumos

Tabla # 59 - Análisis del Punto de Equilibrio Año 2016

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico # 1: Grafico de la Zona 8 – Territorios – Cantones Guayaquil – Duran y Samborondon

Grafico # 2: Incidencia de Pobreza año 2010 Ciudad de Guayaquil

Desarrollo de la Tesis

Grafico # 1: Encuesta - Aceptación del Producto

Grafico # 2: Encuesta - Rango de Edades

Grafico # 3: Encuesta - Consumo del Producto (cantidad de veces)

Grafico # 4: Encuesta - Preferencia de consumir el producto

Grafico # 5: Encuesta - Preferencias del consumidor (pasas)

Grafico # 6: Encuesta - Adquisición del Producto

Grafico # 7: Encuesta - Presentación del Producto

Grafico # 8: Encuesta - Plaza del Producto

Grafico # 9: Encuesta - Sector

Grafico # 10: Grafico del Análisis del FODA

Grafico # 11: Ciclo de Vida del Producto

Grafico # 12: Slogan del Producto

Grafico # 13: Grafico del Contenido de Etiqueta del Producto

Grafico # 14: Presentación de Etiqueta del Producto

Grafico # 15: Presentación de Etiqueta del Producto Sin Pasas

Grafico # 16: Presentación de Etiqueta del Producto Con Pasas

Grafico # 17: Presentación del Envase del Producto

Grafico # 18: Presentación del Envase del Producto Con Pasas

Grafico # 19: Presentación del Envase del Producto Sin Pasas

Grafico # 20: Montacargas manuales con tanques térmicos para la distribución del producto

Grafico # 21: Valla Publicitaria

Grafico # 22: Índice de Pobreza Año 2010

Grafico # 23: Proceso Input y Output del Producto

Grafico # 24 – Análisis de Sensibilidad en Insumos – VAN y TIR

Grafico # 25 – Análisis de Sensibilidad en Aumento de Sueldos – VAN y TIR

ANEXOS

Anexo # 1: Incidencia de Pobreza por año 1990 – 2010

Anexo # 2: Gráficos de la encuesta distribuida por Rango de Edades

Anexo # 3: Suplemento – Registro Oficial # 134 – Etiquetas del Producto

Anexo # 4: Requisitos y Trámites del Registro Sanitario

Anexo # 5: Resolución N° 460 – Incremento Aporte Personal 9,45%

Anexo # 6: Detalles Mensuales y Anuales de los Servicios Básicos
Proyectados Años 2015 – 2018

Anexo # 7: Costos de Producción Año 2015 – 2018 de acuerdo a la
Inflación.

Anexo # 8 - Proyecciones de Costos Año 2015 al 2018

Anexo # 9 – Proyecciones de Ingresos Año 2015 al 2018

Anexo # 10 – Flujo de Caja Mensual del Año 2014 al 2018

Anexo # 11 – Balance General Proyectado del Año 2015 al 2018

Anexo # 12 – Caducidad del Producto

RESUMEN EJECUTIVO

La elección de este tema es realizar un análisis y diseño para la generación de un consorcio de productores basado en las mí pymes para la producción del morocho en la Ciudad de Guayaquil, la idea de este proyecto tiene dos objetivos principales:

- ✓ Ayudar a los pequeños productores a mejorar su calidad de vida e incrementar sus ingresos creando fuentes de trabajos permanentes, este proyecto se lo está realizando a base del Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) el cual ayudaría a disminuir el desempleo y sobre todo la informalidad laboral como es el caso de personas que comercializan el morocho en las calles.
- ✓ El presente tema de investigación introducirá al mercado el morocho que será presentado en envase aséptico en donde el producto pasara por un proceso de producción el cual brinda los controles de calidad en beneficio de los consumidores

Para el lanzamiento de este producto al mercado se analizó y realizo encuestas a un grupo de personas para obtener un mercado objetivo al cual va dirigido el producto, este producto se lanzara al mercado en tres presentaciones: en envase aséptico de 250 ml, envases de 1 lt y en montacargas manuales con tanques térmicos en donde el producto será industrializado y procesado por maquinarias para obtener una mejor calidad del producto y que este pueda ser consumido por el cliente.

Al crear esta empresa generara fuentes de trabajos en condiciones dignas en el cual ayudara a disminuir la pobreza y a la vez garantizar los derechos laborales de todo trabajador.

PALABRAS CLAVES: 1) Empleo 2) Incremento 3) Mejoramiento 4) Desarrollo 5) Oportunidad 6) Disminución de pobreza

INTRODUCCION

En la actualidad existen en el mercado de nuestra ciudad de Guayaquil vendedores ambulantes que comercializan el producto del morocho en carretillas que por lo general lo venden en las calles de nuestra ciudad.

La idea de este proyecto es ayudar a los pequeños productores e industrializar el morocho ofreciéndolo con un mejor proceso de producción y calidad envasado en un envase aséptico, además ofreciéndole al consumidor un producto en óptimas condiciones.

Al ofrecer este producto al mercado será darle una diferenciación ya que en la actualidad solo se ofrece este producto en carretillas y la idea es industrializar el morocho y presentarlo en un envase aséptico basado en procesos de producción estandarizados y bajo un control de calidad.

La importancia de este proyecto es beneficiar a los pequeños productores para mejorar su nivel de vida y fomentar la capacitación para los trabajadores desarrollándose su productividad y desempeño, con el fin de obtener una estabilidad laboral y beneficios.

El presente trabajo de tesis comprende la siguiente estructura:

- ✓ Justificación
- ✓ Definición del Problema
- ✓ Objetivos: General y Especifico
- ✓ Antecedentes

El primer capítulo comprenderá el estudio de mercado en donde se define el producto, segmentación de mercado, encuestas y gráficos donde se mostraran los porcentajes de cada pregunta sobre el estudio de mercado del producto y cuál será el mercado objetivo que presentaran las encuestas y varios análisis del producto que se explicaran más adelante.

El segundo capítulo estará estructurado del estudio organizacional en lo que respecta a la misión, visión y valores de la empresa, organigrama, se analizara el FODA y su estrategia, estructura, características y ciclo de vida del producto.

El tercer capítulo estudiara el proceso de producción del producto en el que se detallara la cantidad que se va a producir al mercado y se determinara los costos fijos y variables.

Y el último capítulo se detallara la parte financiera en la que se determinara la factibilidad del proyecto, analizando proyecciones de ingresos lo que se va

a vender durante los próximos cinco años, análisis de flujo de caja en el que se detallara los ingresos y egresos que mantendrá la empresa durante su actividad por un periodo determinado en el que nos dará a conocer la liquidez que vaya obteniendo la empresa.

En cuanto al Estado de Resultados nos ayudara a determinar la utilidad o pérdida obtenida durante un periodo.

Y por último se realizara un análisis de sensibilidad en donde se observara hasta qué punto está dispuesta la empresa a obtener perdidas.

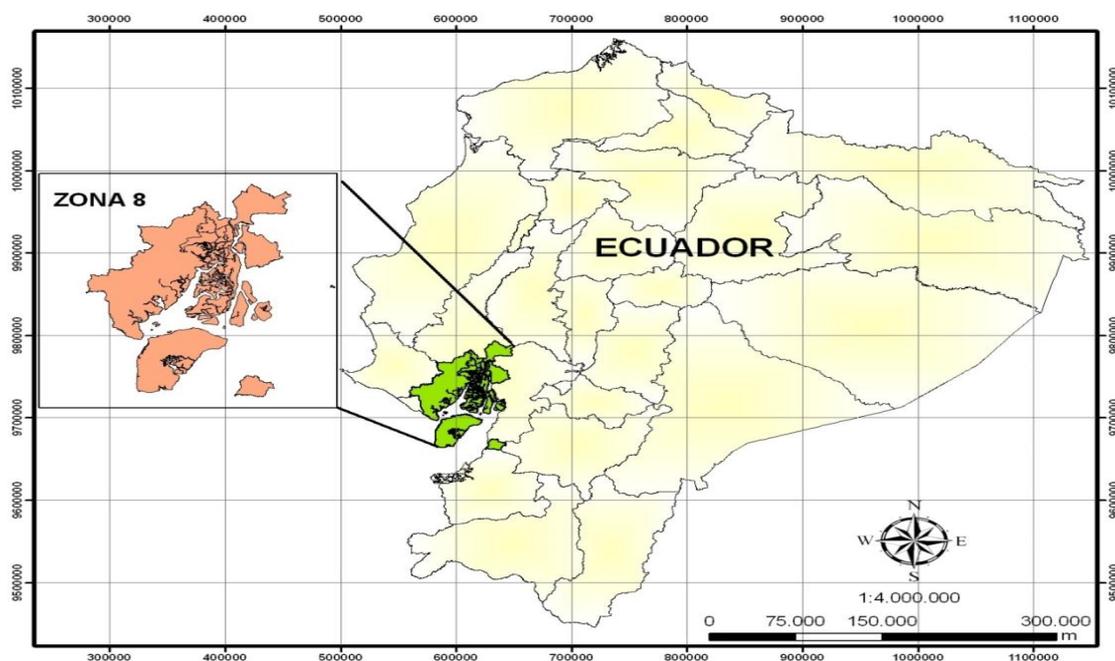
Todos estos estados financieros se proyectaran en un lapso de 5 años con el fin de determinar la fluidez en el que opera la empresa y poder tomar las decisiones correctas.

JUSTIFICACION

El presente proyecto es sobre el estudio y diseño para la generación de un consorcio de productores basado en las mi pymes para la producción del morocho en la Zona 8, específicamente en la ciudad de Guayaquil.

El proyecto se encuentra en el sector de alimentos frescos y procesados. Para la distribución de la producción del morocho nos encontramos en la Zona 8 que pertenecen a los territorios de los cantones Guayaquil, Duran y Samborondon, pero el producto se producirá específicamente en la ciudad de Guayaquil.

Gráfico # 1 - Zona 8



Fuente: Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo.

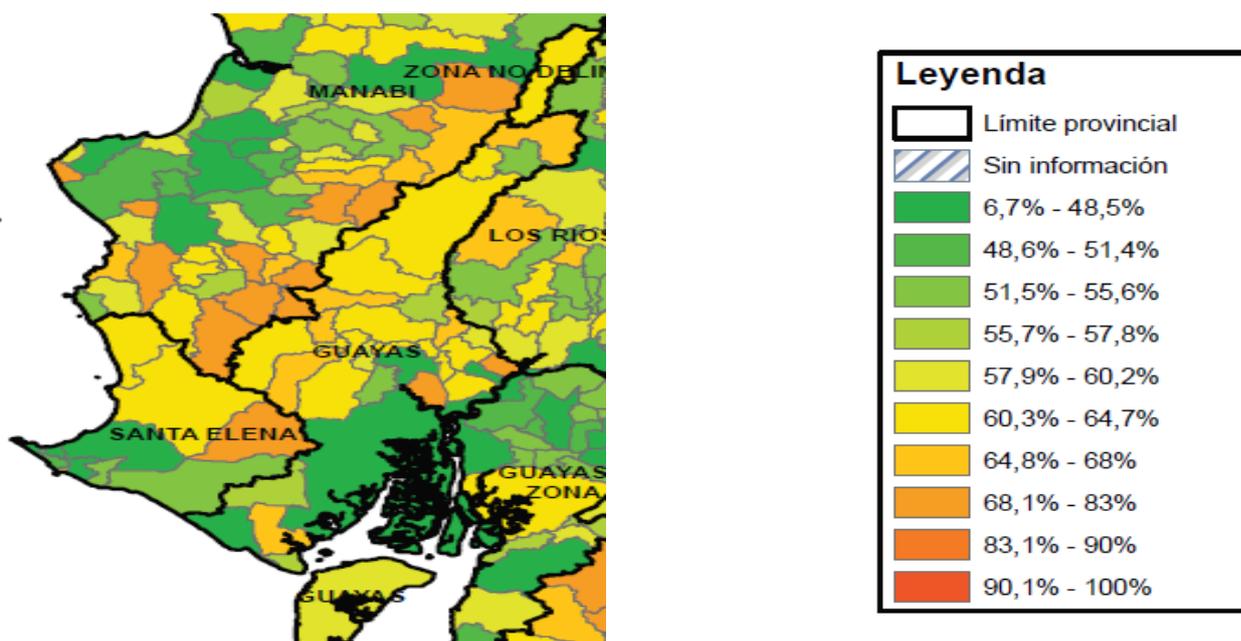
El propósito del presente proyecto es impulsar actividades económicas que garanticen a los trabajadores estabilidad laboral, que permita obtener una mejor calidad de vida y tomando en cuenta que el morocho en la actualidad es comercializado en carretillas y no poseen un proceso y control. Con el proyecto se logra estudiar e investigar que al ser comercializado se mostrara de una manera diferente que es envasado y en tres presentaciones diferentes que el producto va a obtener, el cual el morocho pasara a un proceso industrializado mejorando sus procesos de producción y control de calidad para el consumo del cliente.

Uno de los beneficios para la producción y comercialización de esta bebida son los siguientes:

- ✓ Que se encontrara en un envase aséptico.
- ✓ Que tendrá facilidad para encontrarlo en diferentes tiendas o supermercados.
- ✓ Ahorro de tiempo ya no tendrá que preparar el producto, sino simplemente abrirlo en su envase.
- ✓ Que el producto se encontrara en buenas condiciones y estado.

En la Ciudad de Guayaquil que está ubicada en la zona 8 representa el 64,8% - 68% de incidencia de pobreza y el propósito de este proyecto por medio del Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) que se ha venido desarrollando objetivos, estrategias y lineamientos que ayudara a mejorar la calidad de vida de la población.

Grafico # 2 – Incidencia de Pobreza año 2010 – Ciudad de Guayaquil



Fuente: INEC – Censo de Población 2010

Ver Anexo # 1 – Incidencia de Pobreza por año 1990 – 2010

En este proyecto los beneficiarios son los siguientes, entre ellos está el consumidor final ya que el cliente recibirá su producto en buenas condiciones, estado y en presentación que el cliente desee adquirir, ya que en la actualidad el producto simplemente se lo vende en un vaso y sin ningún proceso de control de calidad y ambiente no conveniente para el cliente.

Otro beneficiario es el pequeño productor, se favorece ya que obtendrá sus beneficios, estabilidad laboral e ingresos fijos en el que podrá mejorar su calidad de vida, ya que hoy por hoy solo se basa en vender en carretilla cierta cantidad de morocho al día y que en ciertos casos no logra vender toda la cantidad posible, debido a la contaminación y ambiente que se encuentra el producto frente al consumidor final.

Asimismo el gobierno se beneficia en cuanto al pago de obligaciones tributarias o impuestos que ayudaran a desarrollar y mejorar al país, ya que este vendedor ambulante no registra con un permiso de funcionamiento de su pequeño negocio y sin esto él está evadiendo impuestos, el cual no beneficia al gobierno para la mejora del país.

DEFINICION DEL PROBLEMA

Muchos de los consumidores prefieren consumir bebidas que tengan un control de proceso y calidad, lo que en la actualidad el morocho se comercializa en carretillas por vendedores ambulantes que por lo general se sirve en un ambiente contaminado ya que en las calles existen contaminación de buses o vehículos motorizados que transitan por esas zonas de la ciudad, entonces la idea de este proyecto es mejorar ese proceso, es decir industrializando el producto morocho obteniendo un control de sanidad y calidad para este proceso de producción, mejorando así el producto para el consumidor final.

Estos pequeños productores que son ambulantes en las ventas de su producto en carretillas por lo general no obtienen un ingreso fijo, salen a las calles para ganarse la vida diariamente, aparte no cuentan con beneficios y estabilidad laboral, motivo por el que se desarrolla este proyecto es para dar a conocer de que al crear esta empresa para la comercialización de este producto, estos pequeños productores van a obtener una ganancia que podrán mejorar su nivel de vida.

El estudio de este proyecto es demostrar que la comercialización de este producto ayudara a que estos pequeños productores obtengan ingresos y beneficios que antes no percibían y que ahora lo pueden lograr ya que con esta diferente presentación del producto y un mejoramiento de procesos ambas partes ganan tanto el consumidor que obtiene su producto en buenas condiciones y estado así como el pequeño productor que logra estabilidad laboral y beneficios que ayudan a mejorar su nivel de vida. Y no olvidar que al crear esta empresa se logra disminuir el trabajo informal el cual ayuda al gobierno que se paguen sus respectivos impuestos ya que en la actualidad al comercializarlo solamente en carretillas estos ambulantes evaden impuestos ya que no registran RUC o permiso de funcionamiento el cual les obliga a cumplir con sus obligaciones tributarias, en otras palabras no solo el consumidor si no también el gobierno y el país ganan por que se cumple con sus obligaciones de pagar impuestos mejorando el desarrollo del país.

OBJETIVOS

Objetivo General

Desarrollar un estudio de análisis y diseño para la Generación de un Consorcio de Pequeños Productores basado en las Mi Pymes para la Producción del Morocho en la Ciudad de Guayaquil, mejorando la calidad de vida y el nivel de ingresos de los pequeños productores.

Objetivos Específicos

- ✓ Realizar un estudio de mercado para la introducción y comercialización del producto.
- ✓ Diseñar Estructura Organizacional del proyecto.
- ✓ Disminuir el trabajo informal por medio del Proceso de Producción del morocho.
- ✓ Medir la rentabilidad del proyecto mediante estimación de ingresos y egresos, para determinar la factibilidad del proyecto.

MARCO TEORICO

Antecedentes

Los empresarios reconocen la necesidad de ofrecer un producto diferente y novedoso en el mercado, la estrategia diferente de este producto es la producción del morocho presentándolo en un envase aséptico y que esto a su vez generara un consorcio de pequeños productores que ayudara al país disminuir la tasa de desempleo que existe. Hace años atrás Ecuador era un país donde se venía desarrollando pobreza el cual impedía alcanzar el nivel de calidad de vida de la persona, y aunque el Ecuador ha logrado mejorar en algunos avances en su desarrollo durante los últimos años, aún prevalecen carencias en su desarrollo, pero actualmente nuestro país ha presentado mejoras poco a poco ya que se han venido desarrollando estrategias, lineamientos y objetivos que han permitido que la pobreza de nuestro país disminuya. Todo esto que es como un proceso de mejoramiento participativo para la calidad de vida ya que se ha venido desarrollando por medio de Objetivos y Lineamientos del Plan Nacional del Buen Vivir.

En lo que respecta al producto el morocho normalmente se lo comercializa en las calles y en carretillas por vendedores ambulantes. Por lo general este producto se sirve en un ambiente contaminado y que a la vez este producto no es industrializado, es decir no pasa por un proceso de flujo de producción y no poseen un control de calidad.

Por esta razón se estudiara e investigara este proyecto para beneficiar a estos pequeños productores mejorando su nivel de vida y a la vez reformando el desarrollo de nuestro país.

En relación al Mercado

Según (Etzal, Stanton y Walker, 2009) nos indica sobre la definición del producto, “un producto es el conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, además del servicio y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea.”

Se hace mención al concepto del producto ya que en el desarrollo de la tesis lo que se trata es del producto del morocho, el cual el morocho obtendrá precio, calidad, marca, slogan, empaque y que es un bien que será comercializado en la Zona 8.

Asimismo estos autores nos mencionan sobre la segmentación del mercado en el cual se obtendrá por medio de encuestas una clasificación más clara y adecuada del producto, en el que se obtendrá información acerca de la

aceptación del producto del mercado, como prefieren consumirlo, preferencia de adquirir el producto, lugares donde el consumidor prefiere adquirirlo, rango de edades por consumo del producto y entre otros. Detalles y demostración grafica que se dará en el desarrollo de la tesis una vez concluida las encuestas.

Nos menciona también del posicionamiento del mercado que lo primero que se quiere hacer es que el producto nuevo que se lanza al mercado se posicione de forma inmediata en la mente del consumidor. El posicionamiento para este producto plantea una gran oportunidad dentro del mercado porque su consumo se encuentra adaptado en la mente de los guayaquileños.

Los autores nos mencionan acerca de 3 posicionamientos del producto:

- ✓ Posicionamiento en relación con un competidor
- ✓ Posicionamiento en relación con una clase o atributo de producto y
- ✓ Posicionamiento por precio y calidad

Conceptos que se explicaran en su desarrollo de tesis y se determinara en qué estrategia de posicionamiento estará ubicado el producto.

Las estrategias de desarrollo del mercado introducen productos existentes en el mercado, en este caso el producto del morocho ya es existente en el mercado, pero se planteó la idea de que este producto sea diferente a como es actualmente, lo que significaría alcanzar nuevos segmentos de consumidores dentro de un mercado geográfico ya existente o puede expandirse a otras áreas geográficas.

Y así mismo nos menciona sobre los canales de distribución para el producto, se detallara conceptos de los canales de distribución que existen y en el cual se establecerá que canal de distribución será para la comercialización del morocho.

Según (Muñiz Gonzalez, 2010) nos muestra la fórmula para obtener el tamaño de la muestra, en el que se va a realizar la encuesta para obtener los datos necesarios para el estudio del mercado. La fórmula es la siguiente y que solo se la usa para poblaciones infinitas en el que se consideran más de 100.000 mil habitantes:

$$n = \frac{(z^2 * p * q)}{(\text{error}^2)}$$

Según (Avalos M., Esquivel G. y Parkin M., 2009) en cuanto a la demanda es la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por el consumidor.

Para analizar la demanda se debe recoger toda la información necesaria sobre los consumidores, es decir necesidades, requerimientos, servicios que se necesita y características del mercado relacionado con el producto para la producción del morocho y todo esta información necesaria se la requerirá por medio de las encuestas que se realizaran a los consumidores finales.

Según (Mankiw N. Gregory, 2009)

En el sistema de economía de mercado, se encuentra lo que es la oferta y la oferta es la cantidad del producto o servicio que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y periodo determinado para satisfacer las necesidades del consumidor.

Según (Kotler, Philip, 2008) Un análisis de competencia se determina para conocer las fortalezas y debilidades, es importante para el lanzamiento de un producto al mercado. En este caso para el lanzamiento del morocho se realizara un análisis de la competencia que existe en el mercado para el producto, en el que se detallara la competencia directa e indirecta que tiene el morocho.

Según (Armstrong y Kotler, 2012) se estudiara la fijación del precio del producto dependiendo de la competencia que exista en el mercado para el producto. El autor nos menciona que para la fijación del precio del producto se debe tomar en cuenta todos sus costos con el fin de generar una ganancia para la empresa.

En relación a la Estructura Organizacional

Según (Coulter y Robbins, 2009) nos menciona sobre la Estructura Organizacional de la empresa, lo que es el “conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas y la posterior coordinación de las mismas”

En este capítulo se detallara lo que es la Misión, Visión, Valores y Organigrama del mismo, partes importantes que toda empresa al momento de su creación debe obtener. Con respecto al Organigrama de la Empresa, se describirá las funciones de cada área de los departamentos que vaya a obtener la empresa.

El organigrama estará estructurado de la siguiente manera:

- ✓ Gerente General que se encargara de supervisar las operaciones de cada uno de los departamentos.
- ✓ Contador General que llevara la contabilidad, elaboración e informes de los estados financieros de la empresa.
- ✓ Jefe de planta que controlara los insumos que se gasten, controlara a los operadores y estos operaran las maquinarias que utilicen durante el proceso d producción.

En el desarrollo de la tesis se describirá las funciones de cada departamento o área de la empresa.

En cuanto al desarrollo del FODA como nos menciona el autor que son las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas; un estudio de análisis externos e internos que se explicara, estudiara e investigara para observar la situación actual de la empresa en el que permitirá obtener un diagnóstico del FODA con la finalidad de tomar decisiones.

Una vez determinados los puntos del FODA, se realizara la Matriz de las Estrategias del Foda en el que se mezclan factores internos con situaciones externas en el cual se presentara en una matriz cuadrada y se detallara en el desarrollo de la tesis. Para todo producto y empresa se deben analizar los factores internos y externos con la finalidad de tomar decisiones respecto a los resultados de cada factor.

Según (Wilensky Alberto, 2010)

Se analizaran las 4P (Producto, Precio, Promoción y Plaza) que son conocidas como marketing mix.

El producto es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para su adquisición, uso o consumo, para así satisfacer necesidades.

El precio de un producto es solo una oferta para probar el pulso del mercado; si los clientes aceptan la oferta, el precio asignado es correcto y si la rechazan debe cambiarse con rapidez.

La promoción es un conjunto de técnicas usada para fomentar en los consumidores el deseo o necesidad de comprar.

Y plaza son los canales de distribución, una empresa tiene que encontrar la manera más rentable para hacer llegar el producto al consumidor.

Las combinaciones de estas 4P serán con el fin de comercializar con éxito el producto que se esté ofreciendo al mercado.

Se analizará el ciclo de vida del producto y como todo producto contiene cuatro etapas que son:

- ✓ Etapa de Introducción
- ✓ Etapa de Crecimiento
- ✓ Etapa de Madurez y
- ✓ Etapa de Declinación.

En la etapa de introducción al momento de lanzar el producto del morocho envasado al mercado, se tendrá que realizar promociones y estrategias publicitarias para captar la atención del cliente con la finalidad de convencerlos y atraer al mercado.

En la etapa de crecimiento es cuando el producto se da cuenta que ha sido aceptado en el mercado y por ende los beneficios y las ventas son mayores.

En la etapa de la madurez es cuando la marca del producto es conocida por el mercado, permitiendo una disminución de stock de inventario y aumentando utilidades para la empresa.

Y por último la etapa de declinación es la última etapa del ciclo de vida de cualquier producto, como todos sabemos los gustos y preferencias del consumidor van cambiando, pero siempre hay que tener una estrategia diferente para que el producto no desaparezca.

Con respecto al ciclo de vida del morocho este se encontrará en la parte de la Etapa de Introducción del producto ya que al lanzar el producto al mercado y en una presentación diferente, este será un producto nuevo para el consumidor final.

Para (Armstrong y Kotler, 2012) Se estudiará las características del producto. El producto tendrá una marca la cual será el símbolo de propiedad personal del producto en este caso el morocho, la misma que servirá para identificar el producto para los consumidores y a la vez diferenciarse e identificarse de la competencia. Se tendrá que elegir una marca que sea fácil de recordar, fácil de nombrar y que sea interesante a las expectativas del cliente.

Todo producto tiene su slogan y este no será la excepción ya que el slogan es un mecanismo para desarrollar la marca, en otras palabras es un recurso indispensable para resumir en frase el objetivo de este producto.

Y por último tenemos el envase de este producto que es la principal estrategia para realizar el proyecto de este contenido, y es que el envase servirá para proteger al producto de cualquier daño, dará seguridad a los clientes de que el producto se encontrara en buen estado y protegido.

Tanto la marca, el slogan y el envase del producto serán demostrados gráficamente de cómo será la presentación del producto al momento de su lanzamiento al mercado.

En cuanto a la etiqueta del producto, existe un reglamento en el país en donde detalla y explica cómo serán las etiquetas de cada producto nuevo o existente en el mercado y que se debe cumplir con los requisitos que este determine. Este reglamento se explicara y desarrollara en la tesis y así mismo se mostrara gráficamente la etiqueta que llevara el producto, el morocho.

“De las Reformas al Código de Salud” (2013). Recuperado el 21 de Febrero del 2013, de <http://comercioexterior.com.ec/qs/sites/default/files/Requisitos%20para%20Obtener%20el%20Permiso%20Sanitario.pdf>

En el aspecto legal en base a este producto y a la empresa se deberá realizar todos los requisitos necesarios para la producción y comercialización del producto para el mercado.

Este producto requerirá de un registro sanitario para la producción y comercialización del morocho. A continuación los artículos del Código del Registro Sanitario para la producción y comercialización del mismo indican lo siguiente:

El código de Registro Sanitario

Art. 100.- “Los alimentos procesados o aditivos, medicamentos en general, productos naturales procesados, drogas, insumos o dispositivos médicos, productos médicos naturales y homeopáticos unisistas, cosméticos, productos higiénicos o perfumes, y plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola, fabricados en el Ecuador o en el exterior, deberán contar con Registro Sanitario para su producción, almacenamiento, transportación, comercialización y consumo. El no cumplimiento de esa norma será sancionado de conformidad con la ley, sin perjuicio de la responsabilidad del culpable de resarcir plenamente cualquier daño que se produjere a terceros con motivo de tal cumplimiento.”

Artículo 101.- “El registro sanitario para alimentos procesados o aditivos, productos naturales procesados, cosméticos, productos higiénicos o perfumes, y plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola, o para las empresas que los produzcan, será otorgado por el Ministerio de Salud Pública, a través de las Subsecretarías y las Direcciones Provinciales que determine el reglamento correspondiente y a través del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez. El Registro Sanitario para medicamentos en general, medicamentos genéricos, drogas, insumos o dispositivos médicos, productos médicos naturales y homeopáticos unisistas, se registrará por lo dispuesto en la Ley de Producción, Importación, Comercialización y Expendio de Medicamentos Genéricos de Uso Humano”.

Y demás artículos y requisitos que serán necesarios para registrar el Registro Sanitario del producto que se detallaran en su debido capítulo en el desarrollo de la tesis.

Según (Catalina García, 2011) indica “La prioridad para crear empresa es darse cuenta de que la gente necesita de ese producto o servicio, después de un buen plan de negocio, tener un adecuado conocimiento del entorno, y construir un equipo humano acorde con ese plan”. La autora nos revela sobre las MIPYMES lo que significa, las características, fortalezas y debilidades del mismo y objetivos. Todo esto se detallara en su desarrollo haciendo referencia al tema del proyecto ya que la creación de una empresa y el lanzamiento de este producto del morocho al mercado harán que se genere empleos o fuentes de trabajo, se garantizara a los trabajadores estabilidad laboral y todo esto con la finalidad de reducir el trabajo informal que presentan estos vendedores ambulantes.

En relación a la parte de Producción

Según (James Harrington, 2008, pág. 9) Plantea la siguiente definición: “Proceso es cualquier actividad o grupo de actividades que emplee un insumo, le agregue valor a este y suministre un producto a un cliente externo o interno. Los procesos utilizan los recursos de una organización para suministrar resultados definitivos.”

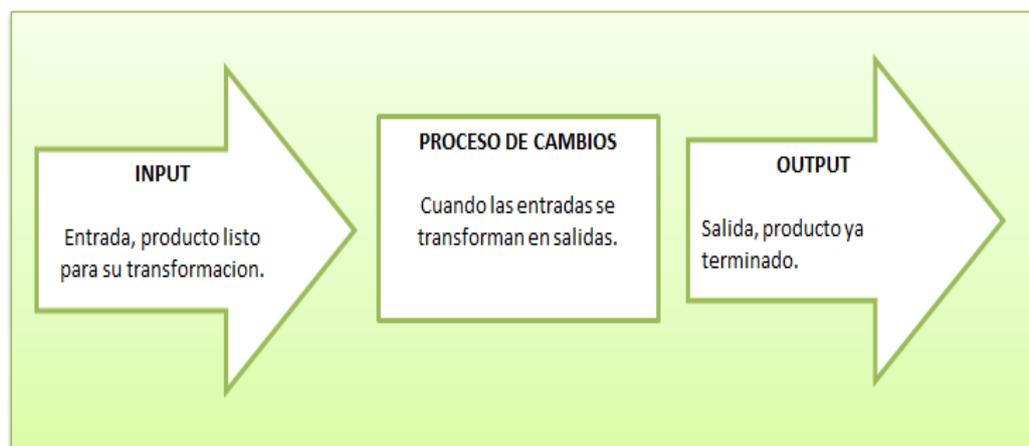
En si un proceso es el conjunto de actividades que convierten insumos (entradas-inputs) en productos (salida-outputs) de mayor valor para el cliente.

Según Mejía Braulio, nos indica unos elementos de procesos que son:

- Input (entrada), es algo consumido o transformado por una actividad.

- Output (salida), es el resultado de una actividad o proceso.
- Control, determina “cuando o como” una actividad ocurre.
- Mecanismo, es una persona, maquina u agente que desempeña o permite que se ejecute la actividad.
- Transformación, es cuando las entradas se transforman en salidas, Entonces al proceso de producción se le realizara y analizara un diagrama de flujo para la producción del producto morocho y se analizaran los costos y gastos de cada proceso que se invierta en maquinaria para la producción del producto.

Se mostrara gráficamente las entradas y salidas del morocho en lo que lleva en un proceso.



Una vez concluida los procesos de entradas, transformación y salidas del producto, se determinara el diagrama o flujo de producción que este proceso del morocho conlleve, en donde se mostrara desde el inicio y final de producción del producto.

La fórmula para la elaboración de este producto contiene:

- ✓ Grano de maíz partido (morocho)
- ✓ Leche en liquido
- ✓ Leche en polvo
- ✓ Maicena
- ✓ Canela
- ✓ Clavo de olor
- ✓ Azúcar
- ✓ Pasas

La presentación de este producto será en 3 presentaciones al momento de su lanzamiento:

- ✓ Envase de 250 ml
- ✓ Envase de 1 litro y
- ✓ Montacargas Manuales para la distribución del producto

Una vez obtenido los ingredientes para el proceso de producción se determinara las cantidades que se van a emplear para este proceso y se determinara cálculos para la cantidad necesaria para la maquinaria.

Para el proceso de producción de esta bebida se incluirá algunos pasos, el primero será la recepción de la leche en los tanques de enfriamiento, luego la leche pasa al proceso de clarificación donde es limpiada de impurezas, después de este proceso será pasteurizada, terminado el proceso de pasteurización, la leche pasara al control de calidad para luego ser mezclada con los demás ingredientes del morocho, luego se realizara el proceso de remojo del maíz blanco en tanques especiales con agua durante unas 4 horas aproximadamente para obtener una textura suave; al estar pasteurizada la leche y blando el maíz, se pasara a las maquinas mezcladoras donde se hervirá junto con el azúcar y las pasas por menos de 1 hora, luego se realizara el proceso de enfriamiento y el envasado, esto será realizado en condiciones totalmente de aseo, para evitar bacterias en el producto finalizado.

Todo este proceso que se acabó de indicar, se tendrá que estudiar e investigar para las maquinarias que serán utilizadas en dicho proceso de producción del producto, lo que a su vez se presentara gráficamente en el desarrollo del proyecto.

Además se detallara los Costos Fijos y Costos Variables de la empresa, en el que se detallara en su respectivo desarrollo. En donde Costo Fijo se detallara mensual y anualmente los Sueldos y Beneficios Sociales y asimismo un detalle de servicios básicos mensual y anual en el lapso de 5 años.

En lo que respecta a los Costos Variables se detallara en cuadro las cantidades de insumos que se requerirá para el proceso de producción del morocho, este de igual forma se detallara en el lapso de 5 años.

Del mismo modo se detallara un cuadro de Activos Fijos que la empresa va a obtener al momento de su creación.

En relación a la parte Financiera

Finalmente se realizara un análisis económico-financiero para comprobar la factibilidad de la introducción de este producto con una estrategia diferente, en la cual se analizara y elaborara Estados Financieros que permitan una visión clara y precisa de este estudio del proyecto.

Según (Gabriel Baca, 2010) “Un análisis financiero consiste en la aplicación de un conjunto de técnicas e instrumentos analíticos a los estados financieros para deducir una serie de medidas y relaciones que son significativas y útiles para la toma de decisiones.”

Dentro de este análisis financiero-económico consistirá en determinar cuál será el monto total de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, el costo total de la operación de la planta, incluyendo costos de materia prima, mano de obra y gastos generales, así como la forma de obtener recursos necesarios para realizar el proyecto que será la evaluación económica en la cual se determinara la rentabilidad del proyecto.

Para determinar la factibilidad de este proyecto se analizara un plan de inversiones en que se estructura el capital para la puesta en marcha de la empresa y el desarrollo de la actividad empresarial hasta alcanzar el nivel de actividad. Se realizara tabla de Amortización para el debido préstamo que realice la Empresa para dar marcha a sus operaciones.

Se estudiara Proyecciones de Ventas del producto en el lapso de cinco años en donde se definirá los aumentos del nivel de ventas y precios.

También se determinara el flujo de caja en la cual se presentara un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tendrá la empresa en un periodo determinado, con este flujo de efectivo nos dará a conocer en forma rápida la liquidez de la empresa, la cual nos ayudara a tomar decisiones. Los flujos de caja de realizaran mensualmente durante el lapso de 5 años y una vez determinado los flujos mensuales, se realizara un Flujo de Caja consolidado de los 5 años obteniendo información de los flujos de cajas mensuales.

Una vez determinado el flujo de caja se realizara el análisis del VAN y TIR en el que se comprobara la posible rentabilidad de este proyecto y sobre todo si es viable o no.

En cuanto al Estado de Resultados se mostrara la utilidad o la perdida obtenida por la empresa de la gestión económica durante un periodo contable, en el que estará determinado por 5 años.

En el análisis del Balance General que determinara la situación contable y en donde se podrá acceder a la información vital de la empresa, también se presentara por 5 años.

Asimismo se realizara Análisis de Sensibilidad en el cual se observara hasta qué punto máximo esta la empresa para soportar gastos, en el que se determinara porcentajes tanto en insumos como en costos fijos en lo que respecta a sueldos y luego se analizara la sensibilidad de ambos gastos.

Y finalmente se realizara un Análisis del Punto de Equilibrio en el que se determinara si la empresa alcanza a cubrir los costos y gastos con relación al ingreso que obtenga la empresa en dicho año. Toda la parte relacionada a la financiera en respectos a Estados Financieros serán basados en el Libro de Ingeniería Económica Según **Autores: Leland Blank y Anthony Tarquin**, tales que se mostraran en el respectivo capítulo de desarrollo de tesis.

Todo este análisis que conlleva este proyecto es para determinar con precisión la rentabilidad que vaya a obtener y para observar la viabilidad y beneficios que proveerá la empresa.

Estos textos ayudaron a realizar mi desarrollo de tesis más en la parte descriptiva, no de causa y efecto.

METODOLOGIA

DETERMINACION DEL METODO DE INVESTIGACION Y TECNICAS DE RECOGIDA Y ANALISIS DE LA INFORMACION.

Este proyecto se basara a través de una investigación de mercado que se estudiara a través de encuestas, en donde participara el cliente y mediante ellos se procederá a la investigación del mismo; se analizara y estudiara el producto por medio de estrategias de penetración en el mercado que abarcara el análisis del precio, análisis de la competencia, estrategias del producto, estrategias de promoción y así obtener un posicionamiento en el mercado y mediante un estudio económico-financiero se analizara la factibilidad del proyecto para el lanzamiento del producto en el mercado. Toda esta información será de investigación por medios de libros e investigaciones que ayudaran a que se determine totalmente el proyecto que se analizara.

ANTECEDENTES

Ecuador es un país en donde se ha desarrollado la desigualdad y la pobreza, dos principales impedimentos para poder alcanzar un nivel de calidad de vida para vivir de la mejor manera posible.

Ecuador ha sido un país primario-exportador desde sus inicios como República, siempre sujeto a las variaciones del mercado mundial y dejándose llevar por las necesidades de consumo de los países industrializados, quedando condicionado su desarrollo a fuentes exógenas a su control.

Al interior del país, esto se ha replicado, las grandes urbes también generaron procesos extractivos para con sus entornos y las clases influyentes consolidaron un modelo que mantenía sus privilegios en desmedro de los derechos de los demás. Las consecuencias han sido ampliamente estudiadas desde lo social, pero las repercusiones se han materializado también en un modelo territorial excluyente, estratificado e inequitativo.

El modelo de acumulación expandió con el tiempo las brechas entre territorios ricos y territorios pobres. Estructuralmente, esto explicaba la generación de riqueza como un proceso desigual tanto social como territorialmente: la riqueza de unos se lograba con la pobreza de otros. (Semplades, 2009)¹

En la actualidad, Ecuador es un país con menos pobreza ya que a través del Plan Nacional del Buen Vivir poco a poco se han venido desarrollando estrategias, lineamientos y objetivos que han permitido que la pobreza en nuestro país vaya disminuyendo cada año.

Este Plan Nacional del Buen Vivir tiene varios objetivos pero el principal objetivo para el presente proyecto son los objetivos # 8 y 9 que dice:

- Objetivo # 8: Consolidar el Sistema Económico, Social y Solidario de forma sostenible y
- Objetivo # 9: Garantizar el trabajo digno en todas sus formas.

¹ Fuente: <http://plan.senplades.gob.ec/estrategia-territorial-4>

El objetivo # 8 se concentra en el crecimiento económico, la transformación de producción, el fortalecimiento de las finanzas y la igualdad para millones de personas que existen en nuestro país.

El objetivo # 9: consiste en que el trabajo no solo es un factor de producción si no como una forma de desarrollar el talento de la persona y de garantizar la igualdad de oportunidades de trabajos y el buen vivir. (PNBV, 2013)

Finalmente se puede concluir que este Plan Nacional del Buen Vivir es para mejorar la calidad de vida de cada persona y a la vez reducir la pobreza y que exista igualdad en nuestro país, desarrollando cada uno de los objetivos que exista en este plan.

En cuanto al producto los indígenas de la Sierra aprendieron a elaborar una bebida espesa, que se prepara de la mezcla del maíz morocho partido, leche, canela, azúcar o panela y pasas al gusto. El morocho es una de las bebidas típicas ecuatorianas en nuestro país, se ha visto en la necesidad de desarrollar esta bebida como un producto de alta calidad, es decir desarrollando un proceso de industrialización del morocho pasando por procesos de producción, sanidad y calidad, en donde habrá mayor control del producto.

CAPITULO 1

1. ESTUDIO DE MERCADO

1.1 Definición del Producto

“Que el producto es todo aquello que puede ofrecerse para satisfacer una necesidad o deseo”¹

Para (Etzel, Stanton y Walker, 2009) menciona “un producto es el conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, además del servicio y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea.”

En otras palabras los clientes no solo compran un conjunto de atributos, sino también beneficios que satisfacen las necesidades del consumidor.

El morocho consiste en una bebida nutritiva que es preparada a base de maíz en grano blando, leche, canela y pasas al gusto que será lanzado al mercado en una diferente presentación, en un envase aséptico. Se considera que hace varios años y hasta en la actualidad los consumidores han preferido productos nutritivos y sobre todo naturales que favorezcan a mantener un excelente estado de salud para el ser humano. Por esta razón el morocho se considera como una bebida nutritiva y una gran oportunidad dentro del mercado por su contenido de nutrientes naturales.

Tabla Nutricional del Morocho

Informe Nutricional		
Contenido de porcion		250 cm³
Porciones por envase:		1
Cantidad por porcion		% Valor diario
Grasa Total	6g	8%
Grasa Trans	0g	0%
Colesterol	10mg	3%
Sodio	100mg	4%
Carbohidratos	13g	4%
Azucares	10g	
Proteinas	5g	8%
Calcio		25%
Hierro		35%
Vitamina A		35%
Vitamina B1		35%
Vitamina B2		35%
Vitamina B3		35%

Los porcentajes de los valores diarios estan basados en una dieta de 2000 calorías

¹ “Dirección de Mercadotecnia” (2009). Recuperado de <http://brd.unid.edu.mx/recursos/Mercadotecnia/MM01/Lecturas%20principales/1.%20Direccion%20de%20mercadotecnia.pdf>

Además su contenido ya se encuentra adaptado por los consumidores y esto se comprueba por la cantidad de vendedores ambulantes que comercializan este producto.

La idea de este producto es ofrecerlo envasado cuidando los estándares de vida, sanidad y calidad necesarios para obtener un producto que sea al gusto de los guayaquileños.

1.2 Segmentación del Mercado

Para Etzel, Stanton y Walker (2009: 149) definen la segmentación de mercado como “la división del mercado total de un bien o servicio en varios grupos menores y homogéneos”.

Las ventajas que se puede obtener de la segmentación de mercado son varias y unas de ellas son las siguientes:

- ✓ Se obtiene una clasificación más clara y adecuada del producto que se vende.
- ✓ Se conoce el mercado al que nos vamos a dirigir, es decir en el que se va a colocar el morocho
- ✓ Se ahorra tiempo conociendo el lugar específico en donde se adquirirá el producto.

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), el último censo que se realizó en el año 2010 el resultado de la cantidad de habitantes que existen en la ciudad de Guayaquil es de 2'350.915 habitantes, la cual está dividida en 1'158.221 hombres y 1'192.694 mujeres representando el 100% de la población en la ciudad de Guayaquil.

De acuerdo a la segmentación de mercado para este proyecto nos vamos a dirigir al nivel socio económico bajo y medio el cual el nivel socio-económico bajo representa el 34% y el nivel socio-económico medio al 49.3% lo cual representa 1'958.312.20 habitantes entre las edades de 15 a 49 años de sexos masculino y femenino.

Tabla # 1 Análisis Poblacional según INEC

ANÁLISIS POBLACIONAL - INEC CENSO AÑO 2010							
Total de Poblacion		2.350.915 habitantes					
NIVEL BAJO		NIVEL MEDIO			TOTAL DE NIVEL		
34%		49,3%			83,3%		
799.311,10		1.159.001,10			1.958.312,20		
Edades	%	Habitantes	Hombre-Mujer	Rango	nivel bajo	nivel medio	total de nivel
15 - 19	9.2%	215.292					
20 a 24	9.1%	212.873	27%	15 - 29	215.814,00	312.930,30	528.744,29
25 a 29	8.7%	205.038	15%	30 - 49	119.896,67	173.850,16	293.746,83
30 a 34	8.2%	192.929			Segmento de Mercado		822.491,12
35 a 39	6.9%	162.875	1.269.643				
40 a 44	6.2%	144.996					
45 - 49	5.8%	135.640					

Fuente: INEC <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>

Para poblaciones infinitas se consideran más de 100.000 habitantes y para el tamaño de la muestra para este estudio de mercado, se aplicara con la siguiente fórmula:

$$\frac{n=(z^2 * p * q)}{(error^2)}$$

²Dónde:

n = tamaño de la muestra

z = nivel de confianza del 95% se tiene una z=1,96 (dato obtenido de la tabla)

p = porción elegida al total de la población

q = P=Q=50

Y con un error del 5%

$$\frac{n = (1.96^2 * 0.50 * 0.50)}{(0.05)^2}$$

n = 384 redondeado --> 400 personas

Se consideró esta fórmula para la encuesta ya que el segmento de mercado es de 822.491 habitantes, la fórmula que se plantea se la utiliza a partir de 100.000 habitantes en adelante por la que se considera una población infinita, la cual esta fórmula nos muestra la cantidad de personas que se deben encuestar para la realización del proyecto.

² “Marketing en el Siglo XXI”, Rafael Muñiz González, (2010), Recuperado de: <http://www.marketing-xxi.com/canales-de-distribucion-63.htm>

1.3 Análisis de la Demanda de Mercado

Según (Avalos M., Esquivel G. y Parkin M., 2009) nos indica que la demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores están dispuestos a comprar en el mercado.

Kotler, Philip (s.f.) Dirección de Mercadotecnia. Recuperado de <http://brd.unid.edu.mx/recursos/Mercadotecnia/MM01/Lecturas%20principales/1.%20Direccion%20de%20mercadotecnia.pdf>

La demanda es: “Que para un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes definido, en una área geográfica definida, dentro de un periodo definido, en un ambiente o ámbito de mercadotecnia definido bajo un programa de mercadotecnia definido”

El incremento de la población ha provocado cambios en los demandantes ya que cada vez requieren de una fácil y rápida elaboración de los alimentos como una alternativa de optimizar el tiempo. Este producto es ideal para personas que prefieren bebidas naturales y tradicionales como lo es el morocho. Y es por esto que se realizó una encuesta en la cual presenta los siguientes resultados:

A continuación un cuadro acerca del incremento de la población del año 2001 al año 2010 según los últimos censos realizados.

Tabla # 2: Rango de Edades – Crecimiento de Población Año 2001-2010

Rango de edad	2001	%	2010	%
De 95 y más años	9.743	0,3%	2.281	0,1%
De 90 a 94 años	11.995	0,4%	5.712	0,2%
De 85 a 89 años	17.350	0,5%	13.655	0,4%
De 80 a 84 años	25.477	0,8%	25.924	0,7%
De 75 a 79 años	37.182	1,1%	37.219	1,0%
De 70 a 74 años	51.412	1,6%	53.901	1,5%
De 65 a 69 años	45.703	1,4%	56.752	1,6%
De 60 a 64 años	94.293	2,8%	118.685	3,3%
De 55 a 59 años	91.994	2,8%	138.010	3,8%
De 50 a 54 años	130.270	3,9%	166.684	4,6%
De 45 a 49 años	158.124	4,8%	204.345	5,6%
De 40 a 44 años	200.728	6,1%	220.145	6,0%
De 35 a 39 años	229.555	6,9%	249.779	6,9%
De 30 a 34 años	255.593	7,7%	289.594	7,9%
De 25 a 29 años	276.926	8,4%	307.034	8,4%
De 20 a 24 años	336.609	10,2%	321.308	8,8%
De 15 a 19 años	321.456	9,7%	338.370	9,3%
De 10 a 14 años	332.561	10,1%	373.511	10,2%
De 5 a 9 años	341.476	10,3%	362.896	10,0%
De 0 a 4 años	340.587	10,3%	359.678	9,9%
Total	3.309.034	100,0%	3.645.483	100,0%

Fuente: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/quayas.pdf>

En el cuadro nos muestra el incremento de población del año 2001 al año 2010, en el rango de edades (15 – 49 años) el cual fue realizado la encuesta nos muestra cómo ha ido incrementándose durante esos años la población y en la cual cada vez la población exige más en los productos sobre todo en la rápida elaboración de los alimentos siempre y cuando estos alimentos tengan un control de sanidad y calidad para el consumo humano.

1.4 Encuestas y Gráficos

Se demostrara por medio de gráficos las preguntas y respuestas de las encuestas que dieron como resultados para este proyecto:

➤ **¿Le gusta el morocho?**

Si → 407 → 78%

No → 112 → 22%

GRAFICO # 1



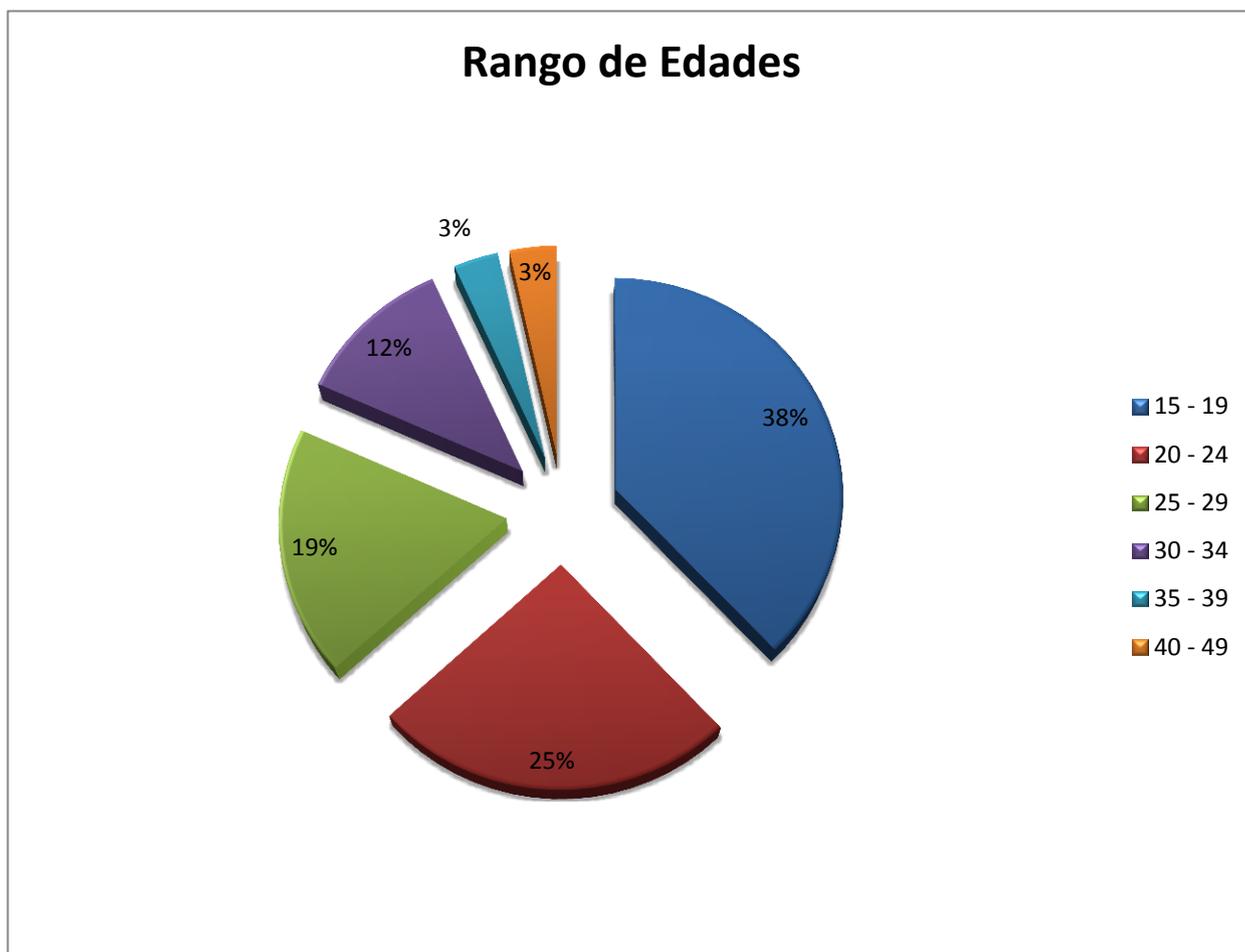
Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

De las 519 encuestas el 78% que representa 407 personas respondió que si le gusta el morocho y el 22% restante que corresponde 112 personas respondieron que no les gusta esta bebida.

- El rango de edades del cual se consume morocho lo demuestra el siguiente gráfico:

GRAFICO # 2



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

Tabla # 3 - Aceptación del producto por Rango de Edades

Tabla de Aceptacion del producto						
Edades	Encuestados	Si	No	Total Si / No	Si %	No %
15 - 19	197	164	33	197	40%	29%
20 - 24	131	102	29	131	25%	26%
25 - 29	96	76	20	96	19%	18%
30 - 34	60	42	18	60	10%	16%
35 - 39	17	12	5	17	3%	4%
40 - 49	18	11	7	18	3%	6%
	519	407	112	519	100%	100%
		78%	22%			

Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

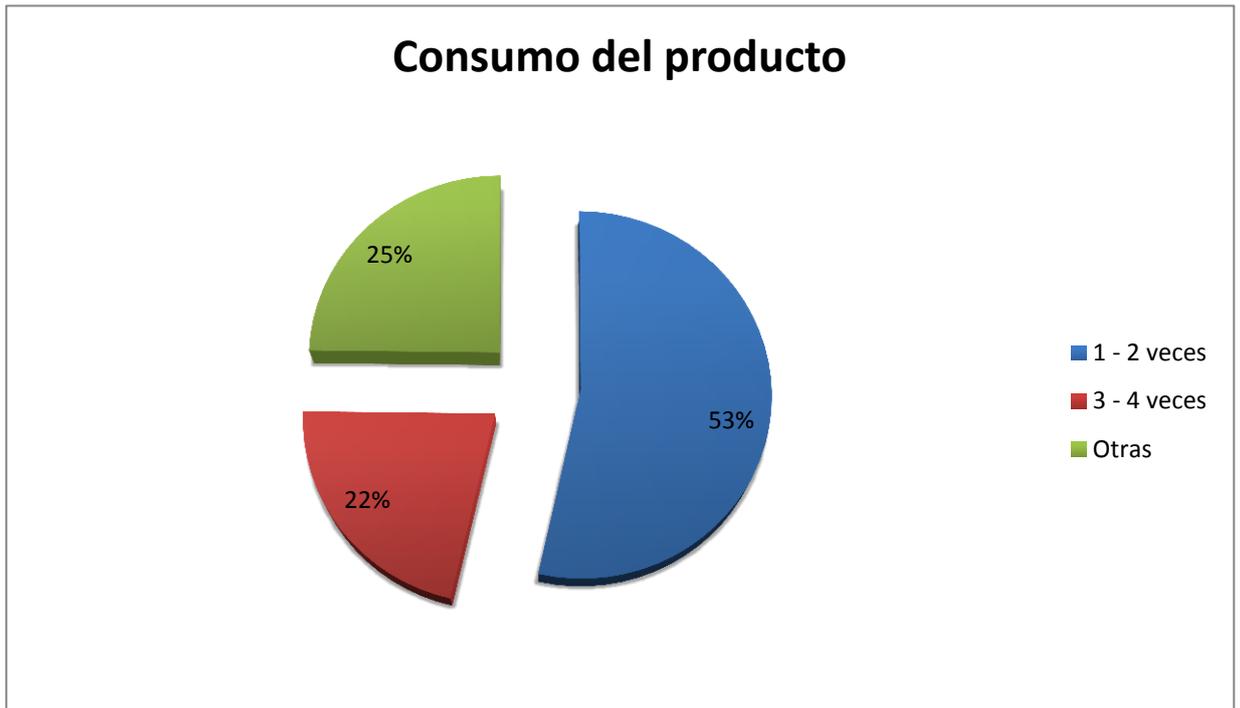
Tomando los datos de la encuesta por rangos de edades de aceptación del producto se distribuye como lo muestra la tabla. Un total de 519 personas fueron encuestadas, de los cuales solo 407 personas consumen el morocho lo que representa un 78% y 112 personas no lo consumen lo que representa el 22%.

El mercado objetivo para los que consumen el producto comprende desde las edades de 15 a 34 años lo que representa el 94% de las 384 personas de esas edades que si lo consumen y las edades de 35 a 49 años lo consumen muy poco lo que representa el 6% de las 23 personas comprendidas en esas edades, lo que en total representan las 407 personas que afirmaron en consumirlo.

➤ **¿Cuántas veces al mes consume esta bebida del morocho?**

1 – 2 veces → 218 → 53%
3 – 4 veces → 88 → 22%
Otras (rara vez) → 101 → 25%

GRAFICO # 3



Fuente: Encuestas

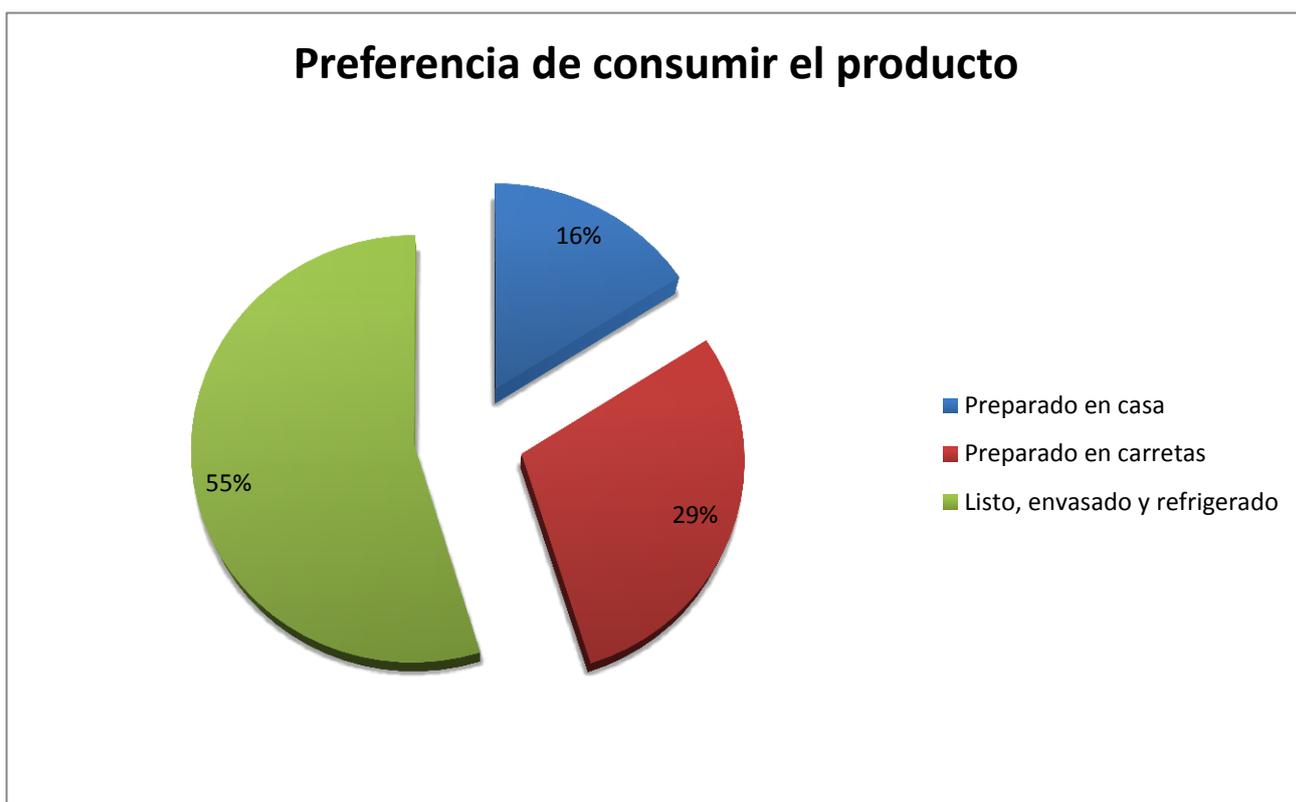
Elaboración: Autora

El resultado a esta pregunta presento su mayor porcentaje en la cantidad de veces que consumen esta bebida a la semana fue del 53% lo que representa 1 - 2 veces a la semana y el que le sigue fue del 25% que pertenece a otra lo que significa que rara vez lo consumen en la semana y por ultimo esta el 22% que es de 3 a 4 veces que consumen el morocho. De los 519 encuestados solo respondieron 407 personas y el cual la mayor veces que se consume el morocho es de 1 a 2 veces a la semana y el restante que no respondieron a estas preguntas son los que anteriormente habían respondido que no les gusta el morocho.

➤ ¿Cómo Ud. preferiría consumir esta bebida del morocho?

Preparado en casa → 65 → 16%
Preparado en carretas → 119 → 29%
Envasado y refrigerado → 223 → 55%

GRAFICO # 4



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

El consumidor preferiría consumir el morocho según encuestas realizadas envasado y refrigerado lo cual obtuvo un porcentaje mayor que las otras dos opciones, el 55% representa 223 personas de las 407 encuestados que respondieron con un si al gusto del morocho, el 29% prefiere consumirlo en carretas y por último el 16% lo prefieren preparado en casa.

➤ **¿Le gustaría que lleve pasas esta bebida?**

Si → 263 → 65%

No → 144 → 35%

GRAFICO # 5



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

La preferencia del consumidor por que la bebida lleve pasas dio como resultado el 65% con respuestas positivas y el 35% respuestas negativas, la mayor parte prefieren que la bebida sea con pasas según encuesta.

➤ ¿En un futuro estaría dispuesto a adquirir el morocho envasado?

Si → 339 → 83%

No → 68 → 17%

GRAFICO # 6



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

El 83% resulto que si estarían dispuestos en adquirir en un futuro esta bebida en un envase aséptico lo cual representa 339 personas y el 17% se negaría en comprar esta bebida envasada en algún envase aséptico.

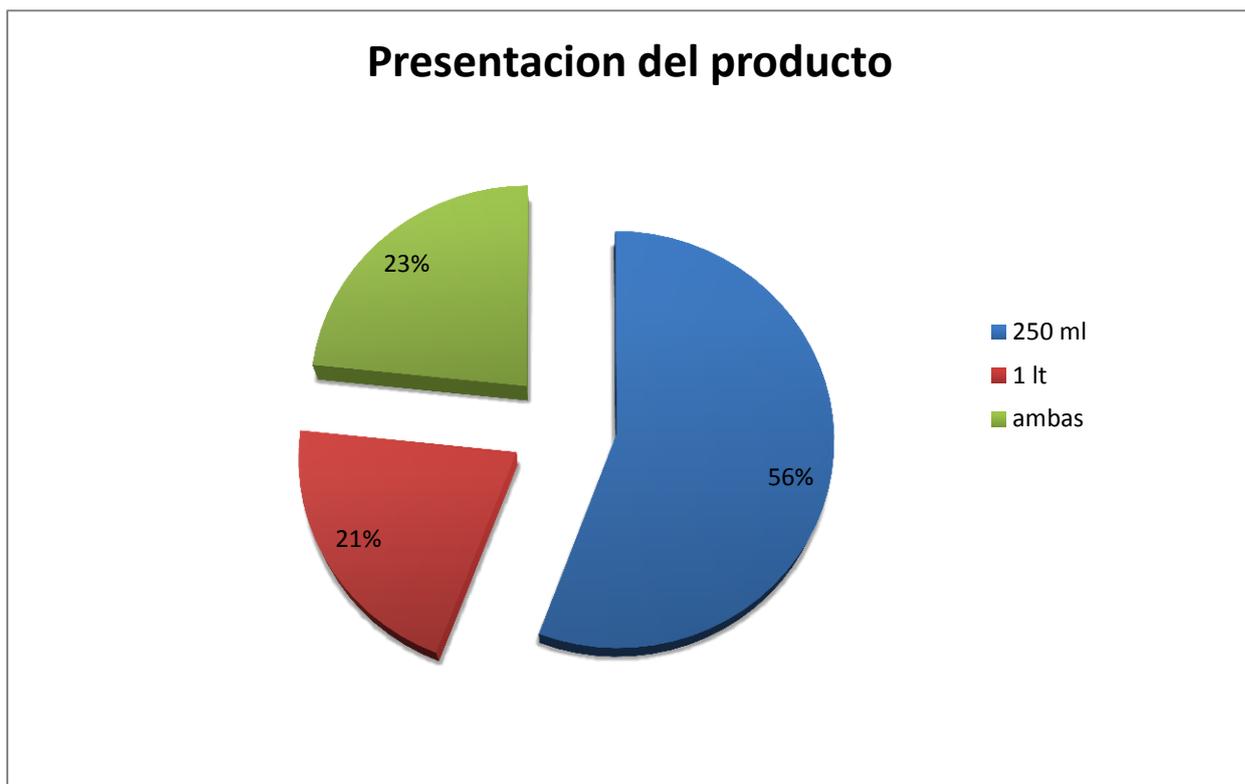
➤ ¿Ud. en qué presentación prefiere adquirir la bebida?

Envase de 250 cm³ → 227 → 56%

Envase de 1 lt → 85 → 21%

Ambos envases → 95 → 23%

GRAFICO # 7



Fuente: Encuestas

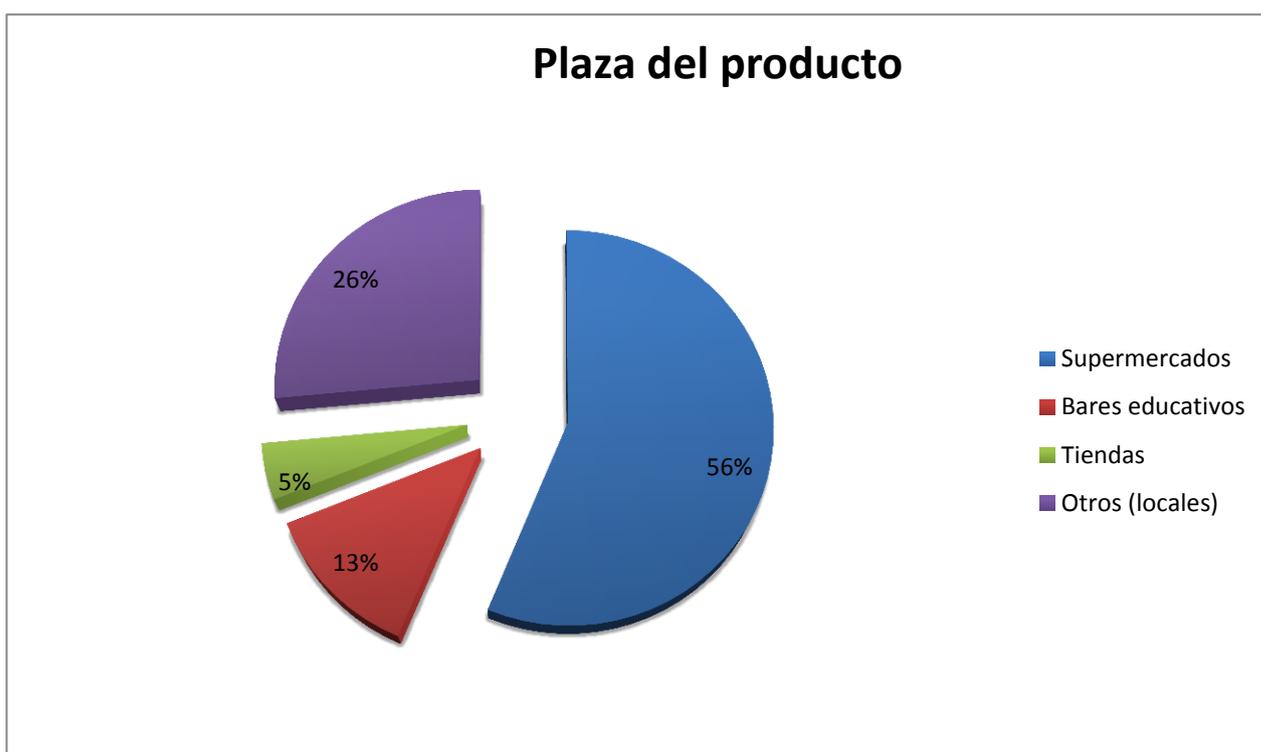
Elaboración: Autora

Las personas encuestadas prefieren adquirir la bebida en un envase de 250 cm³ lo que representa un 56%

➤ ¿Ud. en qué lugares preferiría adquirir la bebida?

Supermercados → 340 → 56%
Bares Educativos → 76 → 13%
Tiendas → 28 → 5%
Otros (locales) → 160 → 26%

GRAFICO # 8



Fuente: Encuestas

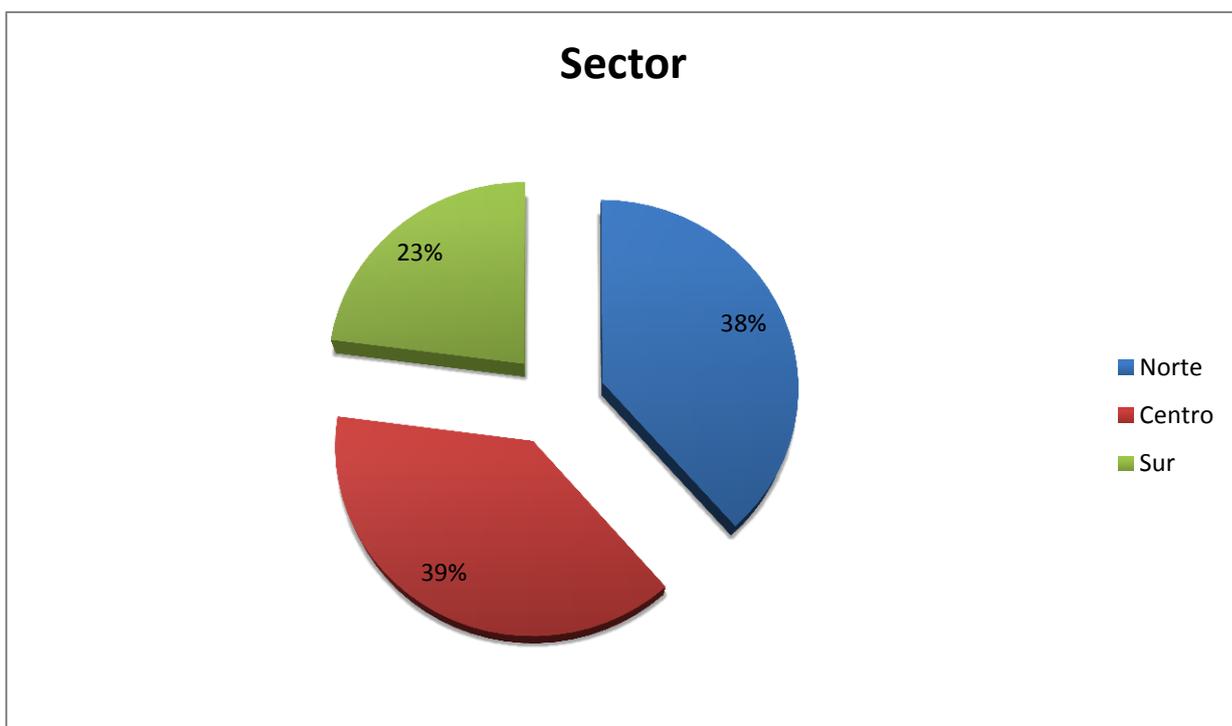
Elaboración: Autora

Dio como resultado que en lugares que se prefiere adquirir esta bebida es en supermercado con un 56%, en esta parte da como resultado de 604 ya que hubo respuestas donde elegían más de 1 opción, también se obtuvo un 26% donde se prefiere adquirir el producto y es en locales (otros), un 13% en bares ya sea de escuelas o colegios y por ultimo un 5% en tiendas que fue el menor resultado en comparación a las demás opciones de preferencias de lugares para adquirir este producto.

Y por último el sector en el que se muestra mayor disposición para adquirir el morocho está entre el norte y centro de la ciudad según resultados de la encuesta como se puede observar en el grafico siguiente:

Norte	200
Centro	200
Sur	119

GRAFICO # 9



Fuente: Encuestas

Elaboración: Autora

Ver Anexo # 2 – Encuesta por Rangos de Edades

1.5 Posicionamiento del mercado

Para (Etzel, Stanton y Walker, 2009) indican que la posición es como los clientes ven el producto en relación con la competencia y que el posicionamiento es la unión de todos los elementos del producto para mantenerse en la mente del mercado.

Cuando se lanza un producto al mercado lo primero que se requiere es posicionarse en la mente del consumidor y a la vez comunicar los beneficios que el producto ofrece.

Una vez que se ha determinado la segmentación de mercado que fue determinada por medio de encuestas, el segmento de mercado se ubicó en el rango de edades entre 15 a 34 años de edad que prefieren consumir el morocho, lo que representa el 78% de los encuestados de las 407 personas que consumen el producto según resultados de la encuesta.

Se puede decir que el morocho es un producto que ya se encuentra posicionado en el mercado y es una oportunidad ya que se ha podido comprobar por la cantidad de vendedores ambulantes que comercializan este producto y al momento de lanzar el morocho al mercado con una estrategia diferente que será industrializado pasando por un proceso de estandarización, calidad y sanidad, lo cual hace una diferenciación, ofreciéndolo en un envase aséptico conservando el mismo valor nutritivo.

1.6 Estrategias de posicionamiento

Para Etzel et al (2009: 249) nos menciona acerca de 3 posicionamientos del producto:

- ✓ Posicionamiento en relación con un competidor
- ✓ Posicionamiento en relación con una clase o atributo de producto y
- ✓ Posicionamiento por precio y calidad

La estrategia de posicionamiento en relación con una clase o atributo de producto consiste en asociar el producto con algún atributo, por ejemplo unas empresas de cualquier producto que ofrezcan en el mercado ya sea ropa, zapatos entre otros colocan en sus productos como “made in USA”, “made in Japan”, u otras organizaciones tienen atributos como “sin azúcar”, “fumar produce cáncer”, etc.

Para el morocho colocar un atributo que capte la atención del cliente sería:

“El sabor de lo nuestro”

1.7 Análisis de la Oferta

Para Gregory Mankiw (2009: 73) define a la oferta como, “la cantidad ofrecida de cualquier bien o servicio es el monto que los vendedores están dispuestos a vender”.

Dentro del este análisis de oferta el precio es un papel importante ya que con el precio se determinaría la rentabilidad de la empresa, es decir si el morocho se lanza con un precio alto la cantidad que se ofrece del morocho es alta, en otras palabras vender el morocho sería muy rentable y así mismo si el precio es bajo y al vender el morocho no sería tan rentable y se produciría menos.

En el análisis de la oferta una vez que se ha investigado por medio de encuestas el mercado deseado se debe diferenciar la oferta del producto de su competencia.

1.8 Análisis de competencia

Para (Kotler, Direccion de Mercadotecnia, 2008) Dentro de este análisis se debe identificar a la competencia directa e indirecta del producto:

- La competencia directa es cuando se vende el producto igual o similar y
- La competencia indirecta son productos que nos pueden sustituir en el mercado.

La competencia para el morocho se estructuraría de la siguiente manera:

- Competencia directa son los mismos vendedores ambulantes que comercializan el morocho en carretillas por las calles.
- Competencia indirecta en cambio son productos que nos pueden sustituir en el mercado como lo es el yogur, la avena, jugos y otras bebidas que pueden reemplazar al morocho.

Tabla # 4 - Competencia Directa

Competencia Directa
Venta de morochos en carretas

Tabla # 5 – Competencia Indirecta

Competencia Indirecta
Otras bebidas nutritivas como: <ul style="list-style-type: none">• Avena• Yogurt• Jugos

1.9 Análisis del precio

Armstrong y Kotler (2012) el precio es la cantidad de dinero que se cobra y que los clientes dan a cambio este dinero para obtener el beneficio de tener que usar el producto o servicio que se esté ofreciendo.

Hay que tomar en cuenta que el precio influye mucho en la decisión de los compradores y que no es fácil fijar precios de un producto. Un precio alto proporciona un margen elevado para la empresa pero no para los consumidores y aunque deseen el producto el consumidor acabaran adquiriendo otro producto sustituto que sería de la competencia ya que les resultaría más económico, en cambio un precio más bajo resultaría favorable para el consumidor, pero se perdería la oportunidad de que se obtenga un margen significativo en la venta de cada unidad.

Entonces para la fijación de precio para el morocho seria en términos medios que beneficie a ambos tanto para la empresa como para el consumidor, considerando ya que el precio es un elemento importante en la determinación del mercado y de la rentabilidad de la compañía.

Etzel, Stanton y Walker (2009: 340) nos hablan de la importancia del precio e indican que el precio es importante en la economía, en la mente del consumidor y en la empresa.

En nuestra economía es importante el precio del producto por que influye en los salarios, intereses, rentas, comisiones, entre otros.

En la mente del consumidor, algunos clientes se interesan por precios bajos y otros en cambio prefieren calidad, servicio e imagen que el producto llegue a tener sin importar el precio. Esto ya depende de cada cliente al momento de adquirir su producto.

En la empresa, el precio es importante en un producto ya que este es el generador de ingresos en una organización, en el cual se debe obtener una utilidad que beneficie a la empresa y a los trabajadores.

1.9.1 Fijación de precio del producto

Costos de la compañía y del producto.

Para la determinación del precio del morocho, la empresa requerirá cobrar un precio que cubra todos sus costos es decir la producción, distribución y la comercialización del producto con el fin de generar un rendimiento favorable para la empresa generando utilidades. (Armstrong 2012: 266)

Tipos de costos

En toda empresa existen dos tipos de costos:

- ✓ Costos fijos y
- ✓ Costos variables

Los costos fijos son los costos que no varían, es lo que la organización paga cada mes como la renta, servicios básicos, sueldos y salarios, intereses, entre otros sea cual sea la producción de la empresa, estos siempre serán costos fijos de una empresa.

Los costos variables en cambio son costos que varían en proporción con el nivel de producción, estos costos variables son los insumos que la empresa requiere dependiendo del número de unidades que se vaya a producir. (Armstrong 2012: 267)

Para fijar el precio del morocho se tomaría como referencia el precio de los competidores tanto directos como indirectos:

Tabla # 6 - Precios de Competencia Directa

Competencia Directa	Precio de Venta
Venta de morochos en carretas	\$ 0,80

Elaboración: Autora

Tabla # 7 - Precios de Competencia Indirecta

Competencia Indirecta	Precio Promedio de Venta
Otras bebidas nutritivas	\$ 0,75

Elaboración: Autora

Tabla # 8 - Precio Promedio de los productos de la Competencia Indirecta

Presentacion de 250 ml	
Otras Bebidas Nutritivas	Precios
Yogurth	0,75
Avena	0,85
Jugos	0,65
Promedio	0,75

Presentacion 1 lt	
Otras Bebidas Nutritivas	Precios
Yogurth	2,00
Avena	2,25
Jugos	1,80
Promedio	2,02

Fuente: Estudio de Mercado Elaboración: Autora.

Entonces el precio promedio del morocho se determinaría así:

Tabla # 9 – Precio Promedio del Producto

Precio Promedio Morocho Presentación 250 cm³	
Presentación en Envase Aséptico	0,70

Tabla # 10 – Precio Promedio del Producto

Precio Promedio Morocho Presentación 1 lt	
Presentación en Envase Aséptico	1,30

Tabla # 11 – Precio Promedio del Producto

Precio Promedio Morocho Presentación 1 lt	
Presentación en Montacargas Manuales con Tanques térmicos	1,10

Elaboración: Autora

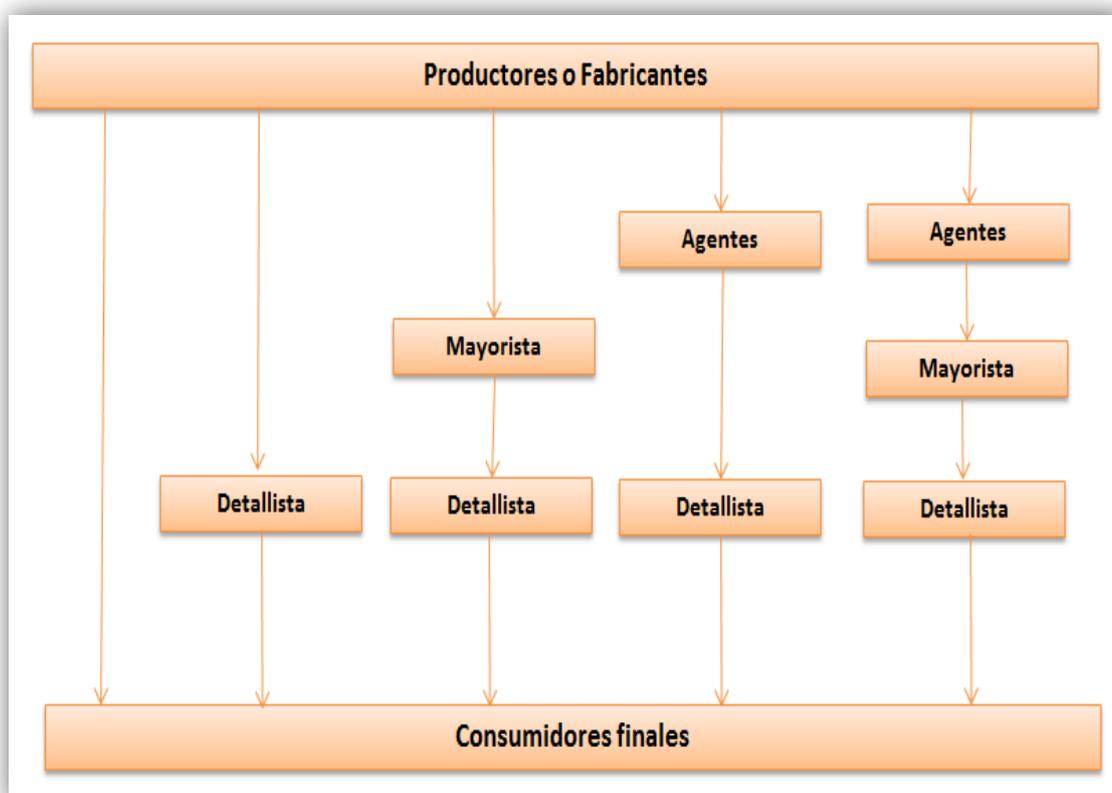
1.10 Análisis de la Comercialización

Para Etzel et al (2009: 404) establece que el canal de distribución es el traspaso del producto del fabricante al consumidor final con el fin de que el producto llegue al cliente sin hacerle algún cambio.

Existen otras personas que ayudan en el proceso de distribución y estos son los intermediarios, los intermediarios son los que se encargan de hacer llegar o transferir el producto a su lugar destino.

Estos canales de distribución son 5:

Tabla # 12 – Canales de Distribución



Fuente: Libro de Fundamentos de Marketing

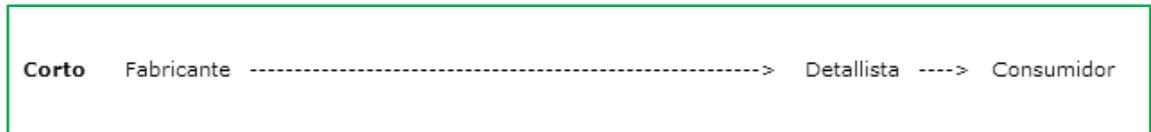
Elaboración: Autora

1. El primer canal que es de productor a consumidor es el más sencillo, no tiene intermediarios y es cuando el fabricante entrega directamente el producto al consumidor y en este canal el fabricante asume todos los riesgos.
2. El segundo canal es de productor a detallista y este al consumidor, el intermediario aquí es el detallista, en este caso el fabricante cuenta con el detallista que se encarga de hacer contacto.
3. El tercer canal es de fabricante a mayoristas, estos a los detallistas y de estos a los consumidores, este canal en cambio contiene dos niveles de intermediarios que son mayoristas que realizan ventas al por mayor a otras empresas y los minoristas que se encargan de venderlos al consumidor final.
4. El cuarto canal es de productor a agentes, de estos a detallistas y de finalmente a los consumidores; los productores prefieren dirigirse con agentes intermediarios para llegar al mercado detallistas y que este mercado se encarga de llegar con los consumidores finales.
5. El ultimo canal es de fabricante a agente, de ahí a mayorista a detallista y finalmente al consumidor; este canal es similar al anterior con la diferencia de que actúa el detallista en el cual el productor o fabricante se dirigen con agentes intermediarios para que estos trabajen con mayoristas y estos mayoristas distribuyen a grandes tiendas minoristas y que finalmente los minoristas se encargan de la distribución del producto al consumidor final.

El canal de distribución para la comercialización del morocho será:

El segundo canal es de fabricante a detallista y este al consumidor, el intermediario aquí es el detallista o minorista, en este caso el fabricante cuenta con el detallista que se encarga de hacer contacto. Los detallistas o minoristas son los almacenes, supermercados, hipermercados, gasolineras, boutiques, entre otros.

Tabla # 13 – Canal de Distribución del Producto Morocho



Fuente: Libro de Fundamentos de Marketing

Elaboración: Autora.

Este canal de distribución que se escogió para el producto son por los resultados que presento la encuesta en donde el consumidor prefiere adquirir el producto y el mayor porcentaje para la adquisición de este producto se presentó en los supermercados lo que representa el 56% y la empresa se dedicara a distribuir el producto a los Comisariatos, Supermaxi, MegaMaxi y entre otros supermercados de la Ciudad.

El mercado objetivo para la adquisición de este producto está entre supermercados y otros (locales) que obtiene el 26%, son los porcentajes más altos para la adquisición del producto.

CAPITULO 2

2. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

2. Estudio Organizacional

Según Coulter y Robbins (2009: 182) definir la misión “obligan a los directores a identificar cuidadosamente el alcance de sus productos o servicios.”

En otras palabras la misión es el propósito de una organización, con el cual se conocerá la actividad que desarrolla y ofrece la empresa hacia el mercado al cual se dirige.

La misión de la empresa será:

2.1 Misión

Es una empresa comprometida a la responsabilidad social creada para mejorar las condiciones de vida y el nivel de ingresos de los pequeños productores y a la vez satisfacer saludablemente al consumidor, suministrando y afianzando un producto de excelente calidad mediante un trabajo de mejora continua en la empresa y contribuyendo al desarrollo del país.

La visión en cambio es lo que la empresa se propone ser en un futuro lo que se desea en unos años y que por lo tanto es un compromiso que se debe cumplir en un largo plazo.

La visión de la empresa será:

2.2 Visión

Ser una empresa sólida y de mayor rentabilidad, buscando un nivel de posicionamiento en el mercado y ofreciendo el producto con altos estándares de calidad y alto grado de compromiso con los clientes.

2.3 Valores.

- ✓ Ser éticos
- ✓ Responsabilidad Social
- ✓ Integridad
- ✓ Flexibilidad
- ✓ Trabajo en Equipo
- ✓ Excelencia
- ✓ Liderazgo
- ✓ Respeto
- ✓ Entusiasmo

En otras palabras dirigir nuestra empresa con equidad y honradez, cumpliendo requisitos legales, comerciales y compromisos con nuestros clientes.

2.4 Estructura Organizacional

Para Coulter y Robbins (2009: 234) la estructura organizacional “es la distribución formal de los empleos dentro de una organización.”

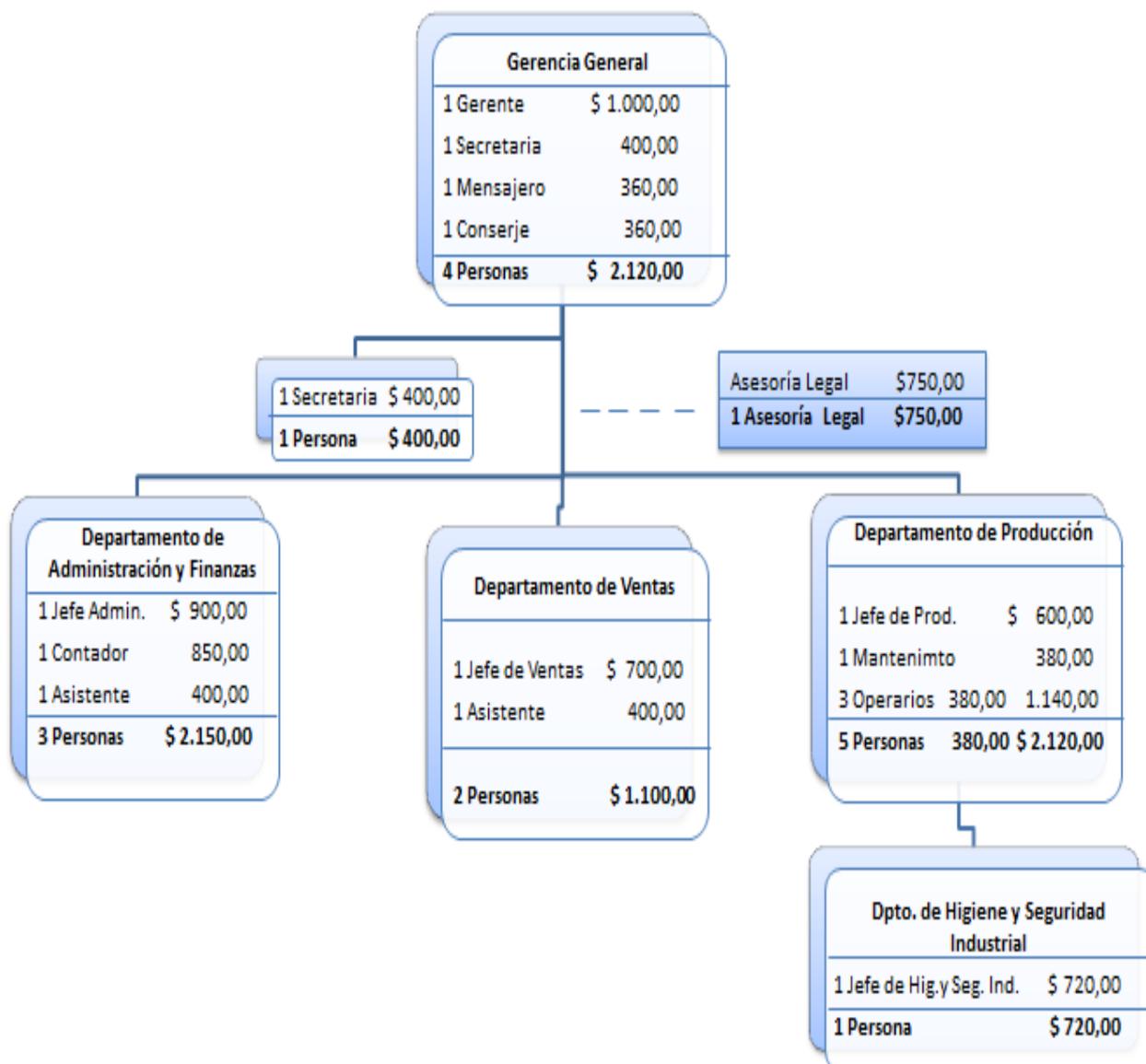
La estructura de la empresa será una estructura simple debido al tamaño y al proceso de la empresa y dicha estructura constataran de un total de 14 empleados.

2.4.1 Organigrama de Posicionamiento de Personal

La empresa se dividirá en tres áreas:

- ✓ Departamento de Administración y Finanzas
- ✓ Departamento de Ventas
- ✓ Departamento de Producción

Tabla # 14 - Organigrama de Posicionamiento de Personal



Elaboración: Autora.

Descripción y Funciones de cada Departamento

Gerente General

- ✓ Representar legalmente a la empresa en todas las gestiones necesarias.
- ✓ Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización.
- ✓ Establecer metas y objetivos específicos para la empresa.
- ✓ Ejercer la dirección administrativa, operativa y financiera de la empresa.
- ✓ Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo.

Departamento de Administración y Finanzas:

- ✓ Administrar, planificar y controlar las actividades de la empresa.
- ✓ Selección y contratación del personal cuando haya vacantes.
- ✓ Elaboración de contratos de trabajos y así mismo liquidaciones del sueldo del personal.
- ✓ Elaboración de roles de pagos.
- ✓ Compra de materiales, insumos y entre otros que requiera la empresa.
- ✓ Emisión y control de facturas de ventas.
- ✓ Emisión de ch/ para pagos de proveedores.
- ✓ Llevar el correcto registro contable de los movimientos de cuentas de la empresa.
- ✓ Mantener el registro contable actualizado en el sistema.
- ✓ Cumplir con las obligaciones tributarias en las fechas determinadas.
- ✓ Cobros a los clientes de las facturas de ventas a crédito y contado.
- ✓ Pagos de impuestos.
- ✓ Analizar e interpretar los balances y estados financieros.

Departamento de Ventas:

- ✓ Se encargara de dar a conocer el producto al mercado.
- ✓ Elaborar estrategias para la comercialización del producto.
- ✓ Se encargara de la distribución del mismo.
- ✓ Verificar que el producto se encuentre en buen estado.
- ✓ Incentivar las ventas a través de promociones, publicidad, entre otros.
- ✓ Elaborar estrategias para la captación de clientes.
- ✓ Realizar proyecciones de ventas del mes y anual.

Departamento de Producción:

- ✓ Control de calidad.
- ✓ Se encarga del proceso de producción.
- ✓ Se encargaran que las maquinarias se encuentren en buen estado.
- ✓ Se encargaran del manejo de bodega del producto terminado y que este sea almacenado en un lugar de buenas condiciones, evitando algún daño en el producto.
- ✓ Análisis y Control del insumo con el que se va a trabajar.
- ✓ Higiene y seguridad industrial.

Cada una de estos departamentos se conformara de la siguiente manera:

- ✓ Gerencia General
 -  Gerente General
 -  Secretaria
 -  Mensajero
 -  Conserje

- ✓ Departamento de Administración y Finanzas
 -  Jefe Administrativo
 -  Contador
 -  Asistente

- ✓ Departamento de Ventas
 -  Jefe de Ventas
 -  Asistente

- ✓ Departamento de Producción
 -  Jefe de Producción
 -  Mantenimiento
 -  Operarios (3)
 -  Jefe de Higiene y Seguridad Industrial

2.5 FODA

Fortalezas – Oportunidades – Debilidades – Amenazas

Coulter y Robbins (2009) indican que el FODA comprende dos análisis que es el externo e interno; en el análisis externo encontramos a las oportunidades y amenazas que son tendencias positivas y negativas para la empresa respectivamente y el análisis interno comprende las fortalezas y debilidades que son actividades o recursos que la empresa tiene o no.

En si el FODA es una herramienta en el que se observa la situación actual de la empresa permitiendo obtener un diagnóstico de los factores internos y externos de la organización y después de obtener la información necesaria se procedería a tomar decisiones.

2.5.1 Análisis FODA

Grafico # 10 – Grafico Análisis FODA

Factores Externos / Factores Internos	Fortalezas	Debilidades
Oportunidades	FO Estrategia para Maximizar F y O	DO Estrategia para Minimizar D y Maximizar O
Amenazas	FA Estrategia para Maximizar F y Minimizar A	DA Estrategia para Minimizar D y A

Fuente gráfico: <http://www.ideasparapymes.com/contenidos/mercadotecnia-empresarial-analisis-FODA.html>

A continuación el FODA de la empresa acerca del producto que se lanzara al mercado: El morocho

FORTALEZAS

- ✚ Producto de buena calidad.
- ✚ Envase que brinda facilidad de consumo.
- ✚ Diversificación en la presentación del producto.
- ✚ Proceso de industrialización que mantiene las propiedades del producto intactas.

OPORTUNIDADES

- ✚ Crecimiento por consumir productos de rápida preparación.
- ✚ Oportunidades para los pequeños productores en industrializar el morocho para la venta del mismo.
- ✚ Nuevas tendencias de alimentación.

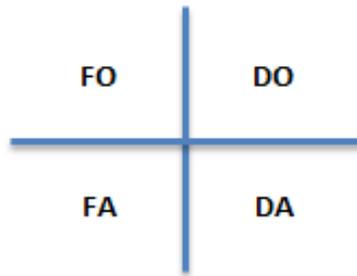
DEBILIDADES

- ✚ Alta competencia en el sector.
- ✚ Altos costos de maquinarias y equipos.

AMENAZAS

- ✚ Competencia de productos sustitutos.
- ✚ Nueva demanda con nuevas necesidades que requieran cambios en los productos.
- ✚ Incumplimiento por parte de nuestros proveedores.
- ✚ Aumento de precios en la materia prima.

2.5.2 Estrategias del FODA



Estrategias → FO → Fortalezas – Oportunidades

Usar fortalezas internas de la empresa para tomar ventajas de las oportunidades externas.

Estrategias → DO → Debilidades – Oportunidades

Mejorar las debilidades de la empresa y así tomar ventaja de las oportunidades externas.

Estrategias → FA → Fortalezas – Amenazas

Usar fortalezas internas para evitar las amenazas externas para la empresa.

Estrategias → DA → Debilidades – Amenazas

Reducir las debilidades internas de la empresa para así ir evitando las amenazas del entorno que se lleguen a presentar.

Tabla # 15 – Estrategias de la Matriz FODA

ESTRATEGIAS MATRIZ FODA	FORTALEZAS - F	DEBILIDADES - D
	<ul style="list-style-type: none"> * Producto de buena calidad. * Envase que brinda facilidad de consumo. * Diversificación en la presentación del producto. * Proceso de industrialización que mantiene las propiedades del producto intactas. 	<ul style="list-style-type: none"> * Alta competencia en el sector. * Altos costos de maquinarias y equipos.
OPORTUNIDADES - O	ESTRATEGIAS - FO	ESTRATEGIAS - DO
<ul style="list-style-type: none"> * Crecimiento expansivo por consumir productos de rápida preparación. * Oportunidades para los pequeños productores en industrializar el morocho para la venta del mismo. 	<ul style="list-style-type: none"> * Liderar en diferenciación del producto por su buena calidad. * Emprendedores que lideren en el mercado para la industrialización del morocho y así aumentar la demanda del mismo. 	<ul style="list-style-type: none"> * Mantener un stock de seguridad para evitar inconvenientes en la entrega de productos. * Aprovechar los medios de publicidad para atraer nuevos clientes y aumentar las ventas.
AMENAZAS - A	ESTRATEGIAS - FA	ESTRATEGIAS - DA
<ul style="list-style-type: none"> * Competencia de productos sustitutos. * Nueva demanda con nuevas necesidades que requieran cambios en los productos. * Incumplimiento por parte de nuestros proveedores. * Aumento de precios en la materia prima. 	<ul style="list-style-type: none"> * Desarrollar un programa de marketing para la rotación del producto. * Generar un negocio de riesgo compartido con los proveedores. 	<ul style="list-style-type: none"> * Publicidad y/o diversificación sobre el producto. * Integración hacia atrás.

Fuente: Marketing Estratégico del autor Wilensky Alberto
 Elaboración: Autora.

2.6 Estrategias de Penetración en el Mercado

Según (Wilensky Alberto, 2010)

El marketing es una estrategia en el que abarca las 4P que son:

- ✚ Producto
- ✚ Precio
- ✚ Promoción
- ✚ Plaza

2.6.1 Estrategia de Producto

El producto es lo que se ofrece en el mercado para la adquisición y consumo en el que se satisface una necesidad.

2.6.2 Ciclo de vida del producto

El producto tiene un ciclo de vida y que consta de 4 etapas:

- ✚ Etapa de Introducción
- ✚ Etapa de Crecimiento
- ✚ Etapa de Madurez
- ✚ Etapa de Declinación

En la etapa de introducción, en esta etapa de introducción se lanzara el producto para ser comercializado y conocido en el mercado. Hay que considerar que en esta etapa de introducción es la etapa más arriesgada y costosa del producto porque genera gastos en el desarrollo y lanzamiento del producto y sobre todo porque hay un crecimiento lento en las ventas, en esta etapa ya que se está dando a conocer el producto y tampoco hay ganancias para la empresa.

En la etapa de crecimiento es la etapa de aceptación del producto en el mercado, en esta etapa suben las ventas y ganancias, se recupera lo que se ha invertido para el desarrollo y comercialización del producto.

En la etapa de la madurez, en esta etapa las ventas siguen creciendo y la marca e imagen del producto ya es conocida en el mercado.

En la etapa de declinación es el último ciclo de vida del producto y se da por algunas razones, unas de ellas es que se crea otro producto nuevo y mejor con menor costo y que satisface la misma necesidad del consumidor y la necesidad por el producto va desapareciendo poco a poco. (Etzel et al 2009: 255)

El morocho se encontrara en la etapa de introducción, no es un producto nuevo para el mercado pero si es diferente en su proceso de producción y presentación, la cual generara gastos para el lanzamiento del morocho y por el momento nos encontraremos en la etapa de introducción hasta observar la aceptación del producto en el mercado y avance con las demás etapas del ciclo de vida del producto.

Grafico # 11 - Ciclo de vida de un producto



Fuente: <http://www.pdcahome.com/ccv/>

2.6.3 Características del Producto

2.6.3.1 Marca

Para Armstrong y Kotler (2012: 208) menciona que “una marca es un nombre, termino, signo, símbolo, diseño o una combinación de estos elementos, que identifica al fabricante o vendedor de un producto o servicio.”

Las marcas son la identificación del producto para los consumidores y a la vez ayudan a los compradores que obtendrán calidad y beneficio del producto.

Características que una marca debe tener:

- Recordar el nombre del producto
- Fácil de pronunciarlo, deletrear y recordar
- Que sea distintivo

2.6.3.2 Slogan

El slogan es un lema publicitario, una frase que promociona e identifica al producto con el fin de llamar la atención al cliente y así diferenciarlo de la competencia.

Grafico # 12 – Slogan del producto



2.6.3.3 Etiqueta

Para (Etzet, Stanton y Walker, 2009, pág. 289) menciona que “La etiqueta es la parte de un producto que transmite información sobre el producto y el vendedor. La etiqueta puede ser parte del empaque o puede estar adherida al producto.”

En otras palabras la etiqueta es una de las características importante en el producto ya que nos permite identificar y saber el nombre del producto.

Existen 3 tipos de etiquetas:

- ✓ Etiqueta de marca
- ✓ Etiqueta descriptiva
- ✓ Etiqueta de grado

La etiqueta de marca, esta etiqueta es sencillamente sola aplicada al producto o al empaque.

La etiqueta descriptiva da información acerca del uso del producto, su cuidado, desempeño u otras características.

La etiqueta de grado identifica la calidad juzgada del producto mediante una letra, un número o una palabra.

La etiqueta del morocho que se usara será la etiqueta descriptiva ya que en esta se describirá los ingredientes y la tabla nutricional acerca del producto que este proporcione.

La Tabla Nutricional del Morocho presenta los siguientes contenidos:

Tabla Nutricional del Producto

Informe Nutricional		
Contenido de porcion		250 cm³
Porciones por envase:		1
Cantidad por porcion		% Valor diario
Grasa Total	6g	8%
Grasa Trans	0g	0%
Colesterol	10mg	3%
Sodio	100mg	4%
Carbohidratos	13g	4%
Azucares	10g	
Proteinas	5g	8%
Calcio		25%
Hierro		35%
Vitamina A		35%
Vitamina B1		35%
Vitamina B2		35%
Vitamina B3		35%

Los porcentajes de los valores diarios estan basados en una dieta de 2000 calorías

Este contenido del producto presenta una concentración baja en grasas totales, azúcares y sal; el cual para la nueva norma de etiquetado indica que el producto se lo puede consumir y el producto contiene ingredientes de valor nutritivo.

2.6.3.3.1 Normas de Etiquetado

Según: Suplemento – Registro Oficial N° 134 – Viernes 29 de Noviembre del 2013. Ver Anexo # 3

Art. 7.- En materia de etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano, se prohíbe:

- a) Afirmar que consumiendo un producto por sí solo, se llenan los requerimientos nutricionales de una persona;
- b) Utilizar logos, certificaciones y/o sellos de asociaciones, sociedades, fundaciones, federaciones y de grupos colegiados, que estén relacionados a la calidad y composición del producto;
- c) Las marcas de conformidad relacionados con certificaciones de sistemas de calidad, procesos y otros, excepto las marcas de conformidad de certificaciones que han sido otorgadas al producto;
- d) Declarar que el producto cuenta con ingredientes o propiedades de las cuales carezca o atribuir un valor nutritivo superior o distinto al que se declare en el Registro Sanitario;
- e) Declarar propiedades nutricionales, incumpliendo los valores de referencia establecidos en las normas y reglamentos técnicos de etiquetado nutricional;
- f) Realizar comparaciones en menoscabo de otros productos;
- g) Declarar propiedades saludables, que no puedan comprobarse;
- h) Atribuir propiedades preventivas o acción terapéutica para aliviar, tratar o curar una enfermedad;
- i) Utilizar imágenes de niños, niñas, y adolescentes;
- j) Utilizar imágenes que no correspondan a las características del producto;
- k) Declarar frecuencia de consumo;
- l) Utilizar imágenes de profesionales de la salud.
- m) Utilizar imágenes de celebridades en productos con contenido alto o medio de componentes definidos en la TABLA no. 1.
- n) Utilizar imágenes de personas o animales, reales o ficticias en productos con contenido alto o medio de componentes definidos en la TABLA No. 1.

TABLA No 1.- CONTENIDO DE COMPONENTES Y CONCENTRACIONES PERMITIDAS

Nivel	CONCENTRACION "BAJA"	CONCENTRACION "MEDIA"	CONCENTRACION "ALTA"
Grasas Totales	Menor o igual a 3 gramos en 100 gramos	Mayor a 3 y menor a 20 gramos en 100 gramos	Igual o mayor a 20 gramos en 100 gramos
	Menor o igual a 1,5 gramos en 100 mililitros	Mayor a 1,5 y menor a 10 gramos en 100 mililitros	Igual o mayor a 10 gramos en 100 mililitros
Azúcares	Menor o igual a 5 gramos en 100 gramos	Mayor a 5 y menor a 15 gramos en 100 gramos	Igual o mayor a 15 gramos en 100 gramos.
	Menor o igual a 2,5 gramos en 100 mililitros	Mayor a 2,5 y menor a 7,5 gramos en 100 mililitros	Igual o mayor a 7,5 gramos en 100 mililitros
Sal	Menor o igual a 0,3 gramos en 100 gramos	Mayor a 0,3 menor a 1,5 gramos en 100 gramos	Igual o mayor a 1.5 gramos en 100 gramos.
	Menor o igual a 0,3 gramos en 100 mililitros	Mayor a 0,3 y menor a 1,5 gramos en 100 mililitros	Igual o mayor a 1.5 gramos en 100 mililitros.
	(0,3 gramos de sal contiene 120 miligramos de sodio)	(0.3 a 1,5 gramos de sal contiene entre 120 a 600 miligramos de sodio)	(1.5 gramos de sal contiene 600 miligramos de sodio)

Art. 12.- Todo alimento procesado para el consumo humano, debe cumplir con el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 022 de Rotulado de productos alimenticios procesados, envasados y empaquetados; adicionalmente se colocará un sistema gráfico con barras de colores colocadas de manera horizontal. Estos colores serán: rojo, amarillo y verde según la concentración de los componentes:

- a) La barra de color rojo está asignado para los componentes de alto contenido y tendrá la frase "ALTO EN ...".
- b) La barra de color amarillo está asignado para los componentes de medio contenido y tendrá la frase "MEDIO EN ...".
- c) La barra de color verde está asignado para los componentes de bajo contenido y tendrá la frase "BAJO EN ...".

Dependiendo de la naturaleza del producto cada componente estará representado por una barra de acuerdo a lo señalado en la TABLA No. 1.

El sistema gráfico debe estar debidamente enmarcado en un cuadrado de fondo gris o blanco dependiendo de los colores predominantes de la etiqueta, ocupar el porcentaje que le corresponde de acuerdo al área del panel principal del envase de conformidad a la siguiente tabla.

TABLA No 2.- ÁREAS DEL SISTEMA GRÁFICO

Área del sistema gráfico	Área de la cara principal de exhibición en cm ²
≥ 6,25 cm ²	19,5 - 32
20 %	33 - 161
15 %	162 en adelante

El área del sistema gráfico debe estar situada en el extremo superior izquierdo del panel principal.

El sistema gráfico no debe estar oculto por ningún objeto o implemento para el consumo o uso del mismo o productos promocionales.

Características del sistema gráfico para contenido de componentes y concentraciones permitidas establecidas en la TABLA No. 1.

El sistema gráfico estará en el extremo superior izquierdo del panel principal del envase del alimento procesado ocupando el área correspondiente de dicho panel de conformidad a la TABLA No. 2 del artículo 12 del presente Reglamento, incluyéndose la siguiente información:

1. Frase: “ALTO EN...” seguida del componente.
2. Frase: “MEDIO EN...” seguida del componente.
3. Frase: “BAJO EN...” seguida del componente.

El sistema gráfico debe respetar los porcentajes (%) de las proporciones indicadas en las siguientes gráficas:

Grafico # 13 – Grafico de Contenido de Etiqueta del Producto

SISTEMA GRÁFICO:

PORCENTAJES RELATIVOS DE LA ETIQUETA EN RELACIÓN AL TAMAÑO TOTAL



PORCENTAJES REALES DE LAS BARRAS
TAMAÑO RELATIVO



Ver Anexo # 3 – Norma de Etiquetado

De acuerdo a lo referido anteriormente a la publicación del Diario El Comercio y que este ya fue publicado en el Registro Oficial # 134, la etiqueta que irá al envase del producto morocho será la siguiente:

Grafico # 14 – Etiqueta del Producto Morocho



La etiqueta para el producto morocho con pasas y sin pasas será la siguiente:

Grafico # 15 – Etiqueta del Morocho sin pasas



Elaboración: Autora

Grafico # 16 – Etiqueta del Morocho con pasas

Ingredientes

- Leche
- Leche en polvo
- Grano de maíz partido
- Canela
- Clavo de olor
- Maicena
- Pasas

Los porcentajes de los valores diarios están basados en una dieta de 2000 calorías

PRODUCTO CON BAJO CONTENIDO DE GRASAS TOTALES, GRASAS SATURADAS Y SODIO (SAL).

Consuma diariamente frutas y verduras.
Realice diariamente actividad física.

Cont. Neto: 250 ml

Informe Nutricional

Contenido de porción	250 ml
Porciones por envase:	1
Cantidad por porción	
Grasa Total	6g 8%
Grasa Trans	0g 0%
Colesterol	10mg 3%
Sodio	100mg 4%
Carbohidratos	13g 4%
Azúcares	10g
Proteínas	5g 8%
Calcio	25%
Hierro	35%
Vitamina A	35%
Vitamina B1	35%
Vitamina B2	35%
Vitamina B3	35%

Reg. San. 6714INHCAN0310

Elaboración: Autora

2.6.3.4 Envase o empaque

Según Armstrong y Kotler (2012, 209) “El empaque o envase implica diseñar y producir el recipiente o envoltura de un producto.”

Todo producto lleva un envase y en este caso al morocho se le diseñara un envase aséptico para así proteger el producto de cualquier daño y damos seguridad a nuestros clientes de que nuestros productos están protegidos y bien cuidados.

Importancia del empaque

- ✓ Protege al producto durante el envío en camino al consumidor
- ✓ Protege al producto después de su compra
- ✓ Ayuda a lograr la aceptación del producto

El envase del morocho para comercializarlo será el siguiente:

Grafico # 17: Presentación del Envase del Producto



Como todo envase tiene su etiqueta, el envase con la etiqueta del producto será el siguiente:

Grafico # 18

Envase Con pasas





Grafico # 19

Envase

Sin pasas

En los resultados de la encuesta se encontró un mercado pequeño en el que existen personas que prefieren consumir morocho en carretillas, para no dejar ese mercado fuera se optara también por vender el morocho en montacargas manuales con tanques térmicos de dos ruedas de 20 litros, el cual se iniciaran con 20 d estos montacargas manuales.

Los montacargas manuales serán como lo muestra la siguiente imagen:

Grafico # 20 – Montacargas Manuales para la distribución del Producto



2.6.3.5 Requisitos y Trámites para obtener el Registro Sanitario

“De las Reformas al Código de Salud” (2013). Recuperado el 21 de Febrero del 2013, de <http://comercioexterior.com.ec/qs/sites/default/files/Requisitos%20para%20Obtener%20el%20Permiso%20Sanitario.pdf>

TITULO 11

DE LAS REFORMAS AL CODIGO DE SALUD

Art. 99.- Sustitúyase el Título IV del libro II del Código de Salud por el siguiente:

TÍTULO IV

DEL REGISTRO SANITARIO

Art. 100.- Los alimentos procesados o aditivos, medicamentos en general, productos naturales procesados, drogas, insumos o dispositivos médicos, productos médicos naturales y homeopáticos unisistas, cosméticos, productos higiénicos o perfumes, y plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola, fabricados en el Ecuador o en el exterior, deberán contar con Registro Sanitario para su producción, almacenamiento, transportación, comercialización y consumo. El cumplimiento de esa norma será sancionado de conformidad con la ley, sin perjuicio de la responsabilidad del culpable de resarcir plenamente cualquier daño que se produjere a terceros con motivo de tal cumplimiento.

Art. 101.- El registro sanitario para alimentos procesados o aditivos, productos naturales procesados, cosméticos, productos higiénicos o perfumes, y plaguicidas de uso doméstico, industrial o agrícola, o para las empresas que los produzcan, será otorgado por el Ministerio de Salud Pública, a través de las Subsecretarías y las Direcciones Provinciales que determine el reglamento correspondiente y a través del Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical Leopoldo Izquieta Pérez. El Registro Sanitario para medicamentos en general, medicamentos genéricos, drogas, insumos o dispositivos médicos, productos médicos naturales y homeopáticos unisistas, se registrará por dispuesto en la Ley de Producción, Importación, Comercialización y Expendio de Medicamentos Genéricos de Uso Humano.

Art. 104.- El Registro Sanitario se entenderá concedido en caso de que, existiendo el informe técnico favorable, el Ministerio de Salud Pública a través de las dependencias o subsecretarías correspondientes no hubiese

otorgado el Registro Sanitario en el plazo de treinta días a partir de la recepción del informe, o no lo hubiere negado justificadamente. En este caso, el número del Registro Sanitario será el que conste en el informe del instituto o laboratorio acreditado al que deberá preceder el nombre del referido instituto o laboratorio, sin perjuicio de la facultad del Ministerio de Salud Pública para cancelar el Registro Sanitario de conformidad con la Ley.

Art. 107.- El Registro Sanitario tendrá una vigencia de diez años contados a partir de la fecha de su otorgamiento.

Art. 109.- En caso de cambios en la presentación, marca, o empaque u otras modificaciones similares de un producto que contare con Registro Sanitario, solamente se requerirá de un nuevo Registro Sanitario si en cambio fuere de tal naturaleza que pudiere tener efecto en la calidad y seguridad del producto o su aptitud de uso, conforme a lo que establezca el reglamento correspondiente.

Ver Anexo # 4 – Registro Sanitario

2.6.4 Estrategias de Promoción

El fin de una promoción consiste en aumentar las ventas de una empresa y comunicar a los clientes, dando a recordar la existencia del producto. La promoción que se utilizara para nuestro producto será en publicidad BTL.

La publicidad BTL se hará por medio de vallas publicitarias y que estas serán colocadas en el norte y centro de la ciudad.

En el norte la valla publicitaria será colocada en la Av. de las Américas y en el centro estará ubicada en el Malecón Simón Bolívar ya que son calles donde transitan más vehículos.

Tiene un costo de \$45,00 por metro y serán de 6 metros lo cual da un total de \$270,00 por cada valla publicitaria que se imprima y mantenerlo en la valla obtendrá un costo de \$200,00 cada mes, esta publicidad permanecerá por 3 meses lo que dará un total de \$870,00 incluido la impresión.

A continuación la valla publicitaria como será mostrada para captar la atención del consumidor:

Grafico # 21 – Valla Publicitaria



Elaboración: Autora

Otra estrategia de promoción será la degustación del producto, el cual se contratara a una modelo o Promotora de Venta que brinde el producto y lo dé a conocer, dando publicidad para que sea una venta más segura.

Estas degustaciones se realizaran en supermercados, en colegios y en calles durante 3 meses, el cual costara \$340,00 contratar a la persona que realizara este trabajo.

2.6.5 MIPYMES

Según Catalina García, (2011) indica “La prioridad para crear empresa es darse cuenta de que la gente necesita de ese producto o servicio, después de un buen plan de negocio, tener un adecuado conocimiento del entorno, y construir un equipo humano acorde con ese plan”

Es por este unos de los motivos por el cual se desarrolla este proyecto ya que aparte de estudiar e investigar el mercado para el lanzamiento del producto, se generara un Consorcio de Pequeños Productores que harán que ellos por medio de este proyecto se disminuya el desempleo formando parte de la empresa y obteniendo ingresos fijos, mejorando así la calidad de vida de estos productores y a la vez generara fuentes de trabajos.

²PYMES significa Pequeñas y Medianas Empresas.

2.6.5.1 Fortalezas de las MIPYMES

Las fortalezas de las MIPYMES son las siguientes:

- ✓ Generan el 60% del Empleo
- ✓ Participan del 50% de la Producción
- ✓ Capacidad de Generación de Empleo
- ✓ Amplia capacidad de adaptación
- ✓ Representan el 95% de las unidades productivas

² Fuente recuperada de:
<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1442/5/Capitulo%202.pdf>

2.6.5.2 Debilidades de las MIPYMES

- ✓ Insuficiente e inadecuada tecnología y maquinaria
- ✓ Insuficiente capacitación del talento humano
- ✓ Insuficiencia de financiamiento

2.6.5.3 Potencialidades de las MYPIMES

- ✓ Son factores claves para generar riqueza y empleo
- ✓ Es el sector que mayormente utiliza insumos y materias primas nacionales
- ✓ Tiene posibilidades de obtener nichos de exportación para bienes no tradicionales generados en el sector
- ✓ Es el factor clave para dinamizar la economía de regiones y provincias deprimidas.
- ✓ Es flexible para asociarse y enfrentar exigencias del mercado
- ✓ Mantiene alta capacidad para proveer bienes y servicios a la gran industria (subcontratación)

2.6.5.4 De los Órganos de Regulación de las MIPYMES

³El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

- ✓ Aprobar las políticas, planes, programas y proyectos recomendados por el organismo ejecutor, así como monitorear y evaluar la gestión de los entes encargados de la ejecución, considerando las particularidades culturales, sociales y ambientales de cada zona y articulando las medidas necesarias para el apoyo técnico y financiero.
- ✓ Formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno.
- ✓ Autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo

³ Código de la Producción

Fuente recuperada de:

<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1442/5/Capitulo%202.pdf>

MIPYMES, centros de investigación y desarrollo tecnológico, incubadoras de empresas, nodos de transferencia o laboratorios, que se requieran para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con las leyes pertinentes de cada sector.

- ✓ Coordinar con los organismos especializados, públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial, orientados a promover la participación de las MIPYMES en el comercio internacional.
- ✓ Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES.
- ✓ Promover la aplicación de los principios, criterios necesarios para la certificación de la calidad en el ámbito de las MIPYMES, determinados por la autoridad competente en la materia.
- ✓ Impulsar la implementación de programas de producción limpia y responsabilidad social por parte de las MIPYMES.
- ✓ Impulsar la implementación de herramientas de información y de desarrollo organizacional, que apoyen la vinculación entre las instituciones públicas y privadas que participan en el desarrollo empresarial de las MIPYMES.

2.6.5.5 Características de las MIPYMES

⁴En Ecuador, de acuerdo a su tamaño, las empresas tienen las categorías siguientes:

- ✓ Microempresas: emplean hasta 10 trabajadores.
- ✓ Talleres artesanales: se caracterizan por tener una labor manual, con no más de 20 operarios.
- ✓ Pequeña Industria: puede tener hasta 50 obreros.
- ✓ Mediana Industria: alberga de 50 a 99 obreros.
- ✓ Grandes Empresas: son aquellas que tienen más de 100 trabajadores.

⁴ Fuente Recuperada: Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha – CAPEIPI * Ponencia: Marco Barrera

2.6.5.6 Objetivos de los Estados Financieros de las Pequeñas y Medianas Empresas.

El objetivo de los Estados Financieros de las MIPYMES es proporcionar información sobre el rendimiento de la empresa, situación financiera y flujos de efectivo, esta información debe ser comprensible, relevante, íntegra y sobre todo claridad al momento de su presentación para la toma de decisiones en la que se evaluará la capacidad que tiene la empresa para continuar en funcionamiento.

CAPITULO 3

3. PROCESO DE PRODUCCION DEL PRODUCTO MOROCHO

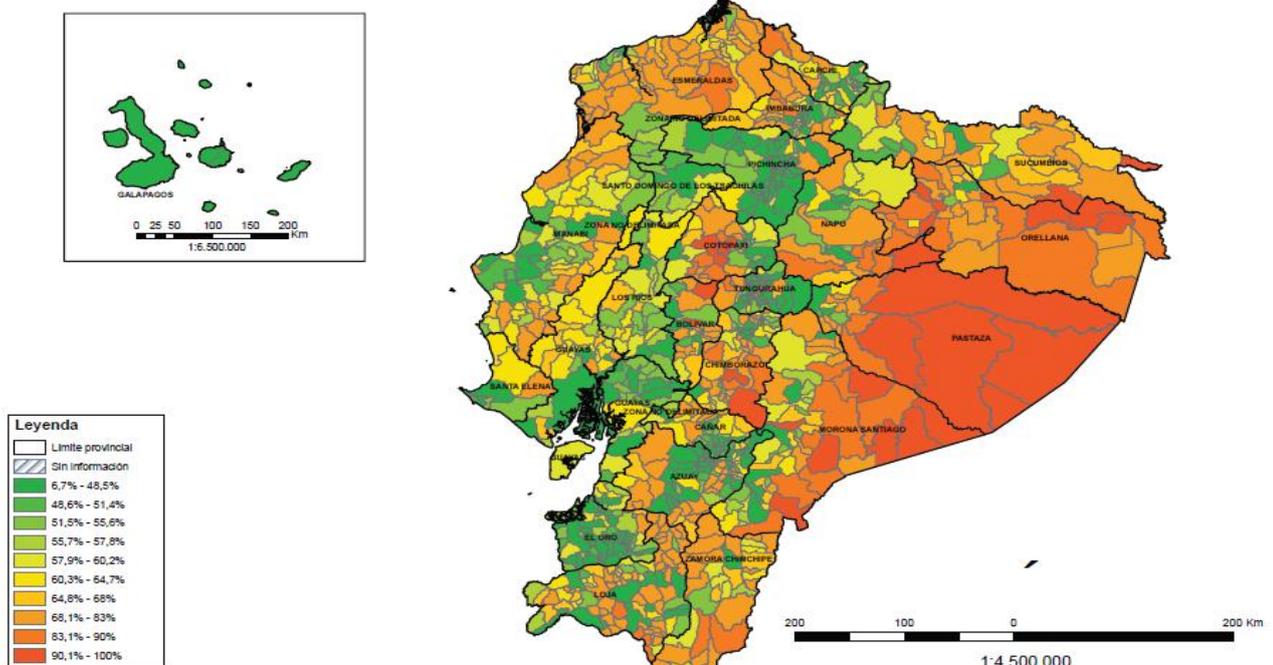
3.1 Localización.

Nuestra planta de producción se encontrara ubicada en la Ciudad de Guayaquil Km 7.50 Vía Daule.

Nuestra Ciudad presenta un índice de pobreza el cual este nuevo proyecto ayudara a que este índice disminuya, sobre todo a los que se dedican a la venta de este producto en las calles, tendrán la oportunidad de obtener un trabajo e ingresos estables que ayudaran a mejorar su nivel de vida y a la vez ayudara a mejorar el desarrollo de nuestro país.

Grafico # 22 - Índice de Pobreza Año 2010

Incidencia de la pobreza, por parroquias 2010



Fuente: INEC

En el gráfico anterior nos detalla los índices de pobreza que existe en nuestro país, el proyecto estará ubicado para la Zona 8 que es en la Ciudad de Guayaquil, el cual el índice de pobreza está en el rango del 64,8% al 68%.

Las metas para este proyecto según el Objetivo 9 del PNBV son las siguientes:

- ✓ Alcanzar el 55% de la PEA (Población Económicamente Activa) con ocupación plena
- ✓ Disminuir el subempleo de la PEA al 40%
- ✓ Reducir el desempleo juvenil en 15% (18-29 años)
- ✓ Reducir la informalidad laboral al 42%
- ✓ Erradicar el trabajo infantil de 5 a 14 años
- ✓ Alcanzar el 21% de trabajadores capacitados
- ✓ Aumentar la PEA afiliada a la Seguridad Social Contributiva al 60% y a nivel rural al 50%

Fuente: Plan Nacional del Buen Vivir

3.2 Proceso de Producción del Morocho Industrializado.

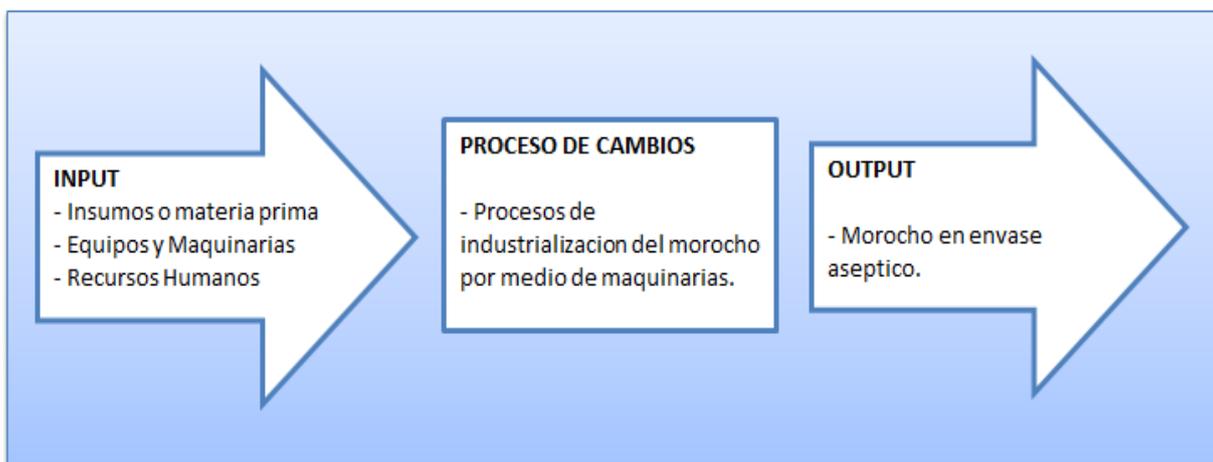
En el departamento de producción de la empresa se realizarán las siguientes funciones:

- ✓ Análisis y control del producto.
- ✓ Higiene y seguridad industrial.
- ✓ Control de producción e inventarios.
- ✓ Control de calidad.

Para (James Harrington, 2008, pág. 9) un proceso es “cualquier actividad o grupo de actividades que emplee un insumo, le agregue valor a este y suministre un producto a un cliente externo o interno. Los procesos utilizan los recursos de una organización para suministrar resultados definitivos.”

En un proceso intervienen los inputs, procesos de cambio y output de un producto o servicio.

Grafico # 23 – Proceso del Input y Output del Producto



Fuente: Libro de Procesos autor Braulio Mejía

Elaboración: Autora

Para la producción del morocho se requiere de los siguientes ingredientes:

- ✓ Grano de maíz partido (morocho)
- ✓ Leche en líquido
- ✓ Leche en polvo
- ✓ Maicena
- ✓ Canela
- ✓ Clavo de olor
- ✓ Azúcar
- ✓ Pasas

El proceso de producción del morocho será de la siguiente manera:

Se trabajara en una maquinaria de capacidad de 200 litros para realizar la producción del morocho, la cual se necesitara las siguientes cantidades de ingredientes para la producción del mismo en una producción de 8 horas diarias de trabajo:

Para poder conseguir la cantidad requerida para la producción del morocho se tomó como muestra de la cantidad de 15 litros de morocho preparado, la cual se le pregunto a un comerciante de esta bebida de lo que usa en 15 litros de morocho, se realizara una regla de tres para determinar las cantidades:

Si en 15 litros de morocho preparado se requiere de una libra de morocho, en una maquinaria de capacidad de 200 litros; ¿Cuántas libras de morocho se necesitara?

15 lts de morocho ← 1 lb de grano morocho
 400 lts (capac de maq) → X

= $(400 \cdot 1) / 15 \rightarrow 26.67 \rightarrow 26.67$ lbs de grano de morocho es lo que se necesitara

15 lts de morocho ← 6 lts de leche
 400 lts (capac de maq) → X

= $(400 \cdot 6) / 15 \rightarrow 160$ litros de leche

15 lts de morocho ← 0,5 media libra de leche en polvo
 400 lts (capac de maq) → X

= $(400 \cdot 0,5) / 15 \rightarrow 13.33 \rightarrow 13.33$ libras de leche en polvo (la vaquita)

15 lts de morocho ← 0,5 libra de canela
 400 lts (capac de maq) → X

= $(400 \cdot 0,5) / 15 \rightarrow 13.33 \rightarrow 13.33$ libras de canela

15 lts de morocho ← 0,5 libra de clavo de olor
 400 lts (capac de maq) → X

= $(400 \cdot 0,5) / 15 \rightarrow 13.33 \rightarrow 13.33$ libras de clavo de olor

15 lts de morocho ← 1 libra de maicena
 400 lts (capac de maq) → X

= $(400 \cdot 1) / 15 \rightarrow 26.67 \rightarrow 26.67$ libras de maicena

Los cálculos que se acabaron de determinar para conocer la cantidad de ingredientes que se necesitara en una maquinaria de capacidad de 400 litros la cual llevara un proceso de 4 horas, estas son las cantidades necesarias para la producción en una maquinaria de capacidad de 400 litros:

- ✓ 27 libras de granos de morocho
- ✓ 160 litros de leche
- ✓ 13 libras de leche en polvo
- ✓ 13 libras de canela
- ✓ 13 libras de clavo de olor
- ✓ 13 libras de maicena
- ✓ 27 libras de azúcar
- ✓ 13 libras de pasas

El proceso de producción del morocho se demora 4 horas, la cual se trabajara 8 horas diarias, es decir que en el día se realizaran 2 procesos de producción para la industrialización del morocho, la cual se necesitara determinar otras cantidades de ingredientes para el proceso de 8 horas diarias y es la siguiente:

- ✓ 54 libras de granos de morocho
- ✓ 320 litros de leche
- ✓ 26 libras de leche en polvo
- ✓ 26 libras de canela
- ✓ 26 libras de clavo de olor
- ✓ 54 libras de maicena
- ✓ 26 libras de azúcar
- ✓ 26 libras de pasas

Entonces una vez determinada la cantidad necesaria en los dos procesos de producción durante las 8 horas diarias de trabajo, se establecerá nuevas cantidades de ingredientes durante un mes para la producción:

- ✓ 1395 libras de granos de morocho
- ✓ 8320 litros de leche
- ✓ 685 libras de leche en polvo
- ✓ 685 libras de canela
- ✓ 685 libras de azúcar
- ✓ 685 libras de clavo de olor
- ✓ 1395 libras de maicena
- ✓ 676 libras de pasas

En la primera producción de 4 horas:

Se envasara la producción del morocho en envases de 250 ml, en un litro saldrán 4 envases de 250 cm³ y la capacidad de la maquinaria para la producción del morocho es de 400 litros y se realizaran 2 procesos diarios que da 800 litros de producción de morocho.

De la capacidad de 400 lts solo 200 lts se usara para envases de 250 cm³ y los 200 lts restantes será para los envases de 1 lt de la cual se producirán 800 envases de 250 cm³ (200 lts x 4 envases de 250 cm³) y 200 envases de 1 lt, en total se producirán 1000 envases diarios y que mensualmente serán 26000 envases, lo cual 20800 envases serán de 250 cm³ y 5200 envases de 1 lt ya que en la encuesta nos dio como resultados que la mayoría prefiere consumir morocho en envases de 250 cm³ lo que representa el 56% y el 21% prefieren adquirir el producto en envases de 1 lt.

- Envases de 250 cm³ → 20800 envases mensuales
- Envases de 1 litro → 5200 envases mensuales

En la segunda producción de las siguientes 4 horas se producirá 400 lts, las cuales serán para vender el producto en carretillas pero en máquinas asépticas de 20 lts diarios ya que por medio de la encuesta se determinó que el 29% prefieren consumir el morocho en carretillas y para esto se dejara que se produzca y comercialice el morocho en montacargas de tanques térmicos.

En el proceso de producción del morocho lo primero que se debe realizar es la recepción de la leche en tanques de enfriamiento que se mantendrá en 3°C, una vez que la leche ya está receptada y en los tanques de enfriamiento este pasara al proceso de clarificación el cual servirá para eliminar impurezas, separar sólidos y partículas innecesarias que contenga la leche cruda el cual permanecerá a una temperatura de 95°C.

Después de los procesos anteriores esta pasara al proceso de homogeneización el cual servirá para eliminar el glóbulo de grasa y evitar que se forme la nata.

Una vez terminada la homogeneización de la leche, se procede a realizar la pasteurización que servirá para eliminar los microorganismos patógenos y evitar enfermedades para el consumidor.

Después de la pasteurización pasara al proceso de control y calidad.

En este proceso de la leche se necesitaran 3 horas y mientras ocurre el proceso de la leche, se debe realizar el remojo del grano de maíz partido que es el morocho con abundante agua en tanques especiales durante 3 horas para que se suavice o ablande el grano, las mismas horas que ocupara el proceso de la leche también lo ocupara el remojo del maíz partido.

Una vez acabado el proceso de pasteurización de la leche y el proceso del remojo del grano de maíz ya este blando, estos pasaran a la maquinaria mezcladora donde hervirán junto con los demás ingredientes que son la maicena, la leche en polvo, la canela y clavo de olor el cual hervirán en menos de una hora.

Una vez terminado el proceso de producción del morocho este pasaran a las máquinas de enfriamiento para que finalmente el producto sea envasado.

Según (Mejia Braulio, 2010, págs. 52-53)

Los diagramas de flujos o flujogramas utilizan símbolos ampliamente reconocidos.

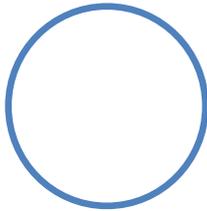
Los símbolos a usarse para el diagrama de flujos para la producción del morocho serán los siguientes:



Límites: Indica el principio y el fin del proceso.



Acción: Se utiliza para representar una actividad, por ejemplo recibir, elaborar, verificar, entregar, etc.



Inspección: Indica que el proceso se ha detenido. Involucra una inspección por alguien diferente a quien desarrolla la actividad.

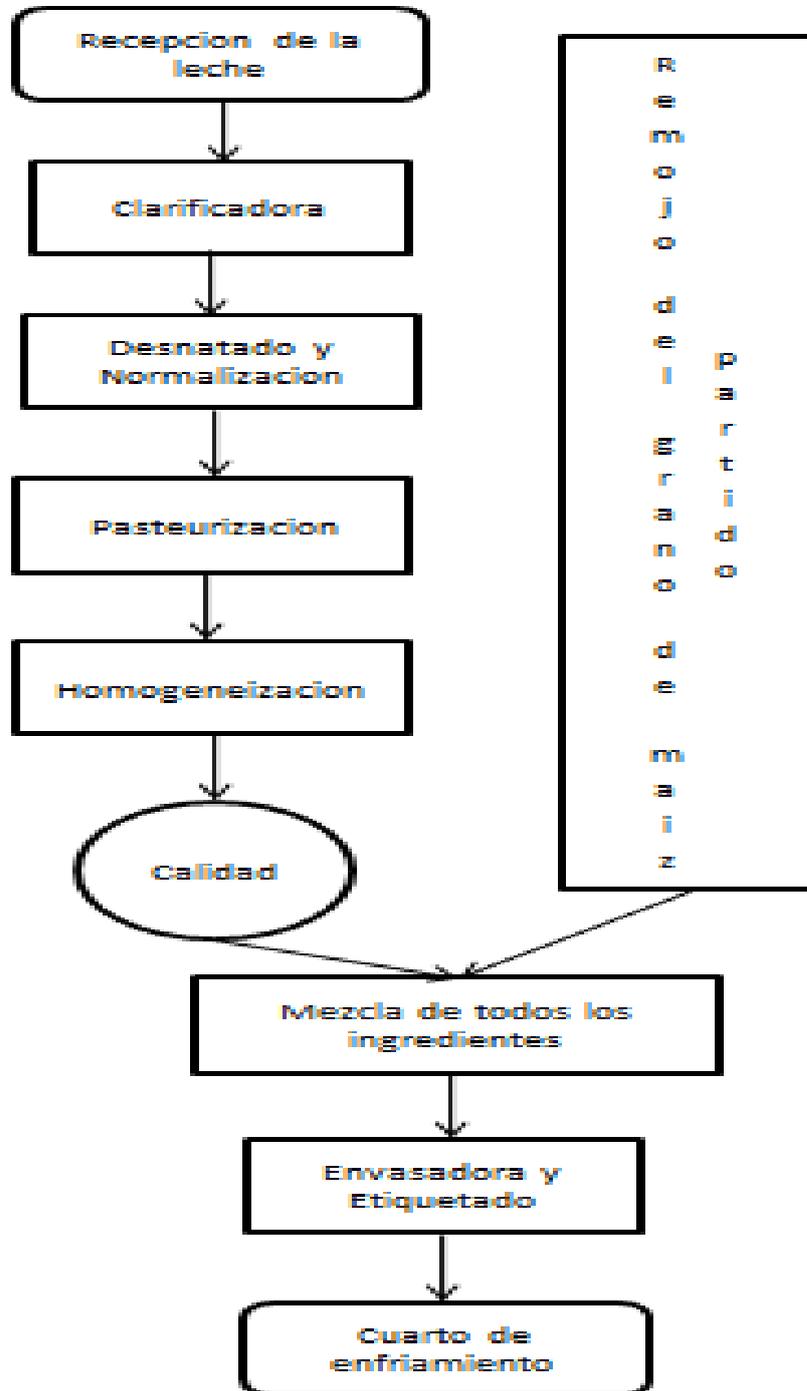


Sentido de flujo: La flecha indica la dirección de flujo, puede ser horizontal, ascendente o descendente.

3.3 Diagrama o Flujo de Producción

El diagrama de flujo de producción será de la siguiente manera:

Tabla # 16 - Diagrama o Flujo de Producción.



Fuente: Libro de Procesos, Según Braulio Mejía
Elaboración: Autora

Maquinarias para el proceso de producción del morocho

Las maquinarias que se usaran para este proceso serán las siguientes:

➤ Recepción de leche



Maquinaria donde se almacenara la leche a una temperatura de 3 grados (3°).

➤ Clarificadora



Esta maquinaria de clarificadora sirve para separar sólidos y sedimentos innecesarios como el polvo y partículas muy pequeñas que se encuentran en la leche. En esta maquinaria debe permanecer la leche a 95°C dejándola durante 15 minutos.

➤ Pasteurización



En este proceso de la pasteurización sirve para la destrucción de todos los organismos patógenos que contiene la leche cruda, evitando cualquier enfermedad que se le pueda transmitir al consumidor.

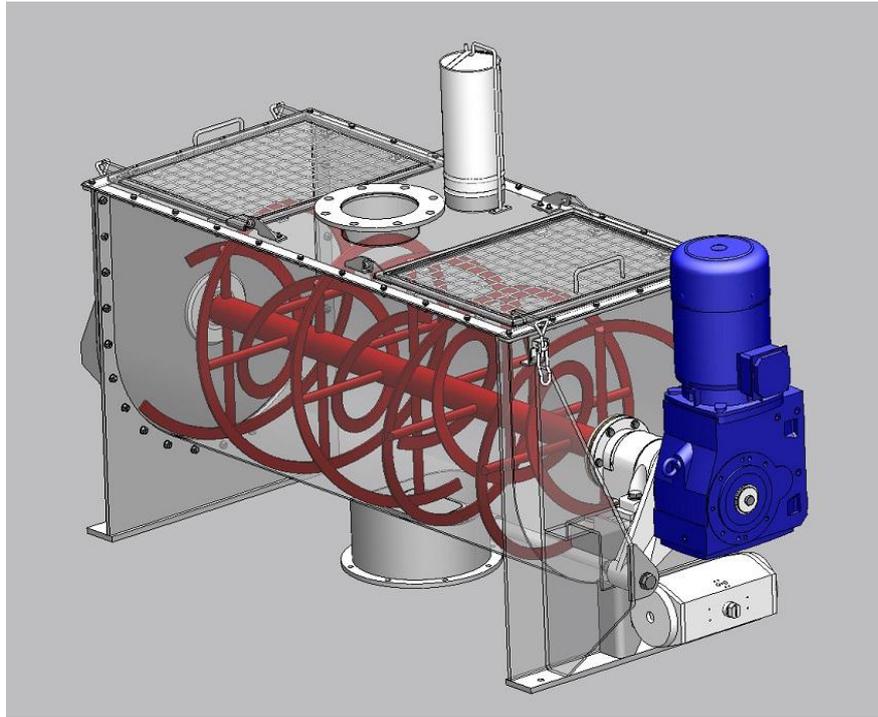
➤ Homogeneización



Esta maquinaria de homogeneización servirá para disminuir el glóbulo de grasa para evitar que se forme la nata, esta se mantiene a 5°C.

➤ Mezcladora

Esta maquinaria servirá para mezclar todos los ingredientes una vez concluido la elaboración de la leche y el remojo del maíz partido. Esta maquinaria tiene una capacidad de 100 a 50.000 litros.



➤ Máquina de Envasado y Etiquetado



En esta maquinaria se realizara el envasado y etiquetado del producto terminado una vez concluido el proceso del producto.

3.4 Costos Fijos y Variables

3.4.1 Costos Fijos

Los costos fijos son los costos que no varían como lo es la renta, servicios básicos, sueldos y salarios, intereses, entre otros sea cual sea la actividad de la empresa se debe pagar mensualmente.

Como Costo Fijo la empresa Ecuamorocho tiene los sueldos, que a continuación se detalla:

Para el año 2014 tenemos el siguiente detalle en el cual se divide en:

- ✓ Mano de Obra Directa
- ✓ Mano de Obra Indirecta

En el que la empresa aplicara todos los beneficios sociales para los trabajadores como es el Aporte Social en el que se detalla el 9,45% del Aporte Personal, 11.15% Aporte Patronal y el 1% del Iece-Secap. Cada empleado recibirá sus Beneficios Sociales como vacaciones, décimo tercero y décimo cuarto sueldo en las fechas que son pagadas cada Beneficio Social. Al cumplir el año la empresa le pagara los Fondos de Reserva como corresponde por ley.

Tabla # 17 Detalle Mensual del Sueldo del Personal

ESTRUCTURA DE GASTOS DEL PERSONAL Y BENEFICIOS SOCIALES MENSUAL											
DETALLES			APORTES MENSUALES				BENEFICIOS SOCIALES				TOTAL
			Aporte IESS	Sueldo Neto	Aporte Patronal	Iece - Secap	Decimo Tercer Sueldo	Decimo Cuarto Sueldo		Vacaciones	
Cantidad	Cargo	Sueldo Mensual	9,45%		11,15%	1%	12	340,00	12	24	
MANO DE OBRA INDIRECTA	1	Gerente General	900,00	85,05	814,95	100,35	9,00	75,00	28,33	37,50	1.150,18
	1	Secretaria	360,00	34,02	325,98	40,14	3,60	30,00	28,33	15,00	477,07
	1	Mensajero	340,00	32,13	307,87	37,91	3,40	28,33	28,33	14,17	452,14
	1	Conserje	340,00	32,13	307,87	37,91	3,40	28,33	28,33	14,17	452,14
	1	Jefe Administrativo	700,00	66,15	633,85	78,05	7,00	58,33	28,33	29,17	900,88
	1	Contador	750,00	70,88	679,13	83,63	7,50	62,50	28,33	31,25	963,21
	1	Asistente	360,00	34,02	325,98	40,14	3,60	30,00	28,33	15,00	477,07
	1	Jefe de Ventas	650,00	61,43	588,58	72,48	6,50	54,17	28,33	27,08	838,56
MANO DE OBRA DIRECTA	1	Asistente	360,00	34,02	325,98	40,14	3,60	30,00	28,33	15,00	477,07
	1	Jefe de Produccion	500,00	47,25	452,75	55,75	5,00	41,67	28,33	20,83	651,58
	1	Jefe de Hig. y Seq. Ind.	550,00	51,98	498,03	61,33	5,50	45,83	28,33	22,92	713,91
	1	Mantenimiento	360,00	34,02	325,98	40,14	3,60	30,00	28,33	15,00	477,07
	1	Operario 1	360,00	34,02	325,98	40,14	3,60	30,00	28,33	15,00	477,07
	1	Operario 2	360,00	34,02	325,98	40,14	3,60	30,00	28,33	15,00	477,07
	1	Operario 3	360,00	34,02	325,98	40,14	3,60	30,00	28,33	15,00	477,07
15	TOTAL	7.250,00	685,13	6.564,88	808,38	72,50	604,17	425,00	302,08	9.462,13	

Fuente: Libro de Evaluación de Proyectos autor Gabriel Baca

Elaboración: Autora – Estructura Sueldo Personal

A continuación detalle de Pagos de Sueldo al Personal anual, en el cual se detalla lo que cada empleado ha percibido durante el año en la empresa y lo que percibirá durante los últimos 4 años en la empresa con aumentos de sueldo de cada personal, este aumento es de acuerdo a la tasa de inflación proyectada en los años 2014 al 2018 en la que se considera una tasa de inflación del 3,85%.

Tabla # 18 Detalle Anual del Sueldo del Personal

ESTRUCTURA DE GASTOS DEL PERSONAL Y BENEFICIOS SOCIALES ANUAL - 2014											
DETALLES			APORTES MENSUALES				BENEFICIOS SOCIALES				TOTAL
			Aporte IESS	Sueldo Neto	Aporte Patronal	Iece - Secap	Decimo Tercer Sueldo	Decimo Cuarto Sueldo		Vacaciones	
Cantidad	Cargo	Sueldo Anual	9,45%		11,15%	1%	12	340,00	12	24	
MANO DE OBRA INDIRECTA	1	Gerente	10.800,00	1.020,60	9.779,40	1.204,20	108,00	900,00	340,00	450,00	13.802,20
	1	Secretaria	4.320,00	408,24	3.911,76	481,68	43,20	360,00	340,00	180,00	5.724,88
	1	Mensajero	4.080,00	385,56	3.694,44	454,92	40,80	340,00	340,00	170,00	5.425,72
	1	Conserje	4.080,00	385,56	3.694,44	454,92	40,80	340,00	340,00	170,00	5.425,72
	1	Jefe Administrativo	8.400,00	793,80	7.606,20	936,60	84,00	700,00	340,00	350,00	10.810,60
	1	Contador	9.000,00	850,50	8.149,50	1.003,50	90,00	750,00	340,00	375,00	11.558,50
	1	Asistente	4.320,00	408,24	3.911,76	481,68	43,20	360,00	340,00	180,00	5.724,88
	1	Jefe de Ventas	7.800,00	737,10	7.062,90	869,70	78,00	650,00	340,00	325,00	10.062,70
MANO DE OBRA DIRECTA	1	Asistente	4.320,00	408,24	3.911,76	481,68	43,20	360,00	340,00	180,00	5.724,88
	1	Jefe de Produccion	6.000,00	567,00	5.433,00	669,00	60,00	500,00	340,00	250,00	7.819,00
	1	Jefe de Hig. y Seg. Ind.	6.600,00	623,70	5.976,30	735,90	66,00	550,00	340,00	275,00	8.566,90
	1	Mantenimiento	4.320,00	408,24	3.911,76	481,68	43,20	360,00	340,00	180,00	5.724,88
	1	Operario 1	4.320,00	408,24	3.911,76	481,68	43,20	360,00	340,00	180,00	5.724,88
	1	Operario 2	4.320,00	408,24	3.911,76	481,68	43,20	360,00	340,00	180,00	5.724,88
	1	Operario 3	4.320,00	408,24	3.911,76	481,68	43,20	360,00	340,00	180,00	5.724,88
15	TOTAL	87.000,00	8.221,50	78.778,50	9.700,50	870,00	7.250,00	5.100,00	3.625,00	113.545,50	

Fuente: Libro de Evaluación de Proyectos autor Gabriel Baca

Elaboración: Autora – Estructura Sueldo Personal

Ahora a cada empleado con la Nueva Resolución del IESS se le descontara del Aporte Personal el 9,45%.

Ver Anexo # 5: Resolución 460 – Incremento a 9,45%

A continuación detallo los sueldos proyectados que recibirán los empleados durante los siguientes años:

Tabla # 19 – Detalle del Sueldo del Personal Mensual del 2015

ESTRUCTURA DE GASTOS DEL PERSONAL Y BENEFICIOS SOCIALES MENSUAL												
DETALLES			APORTES MENSUALES				BENEFICIOS SOCIALES					TOTAL
			Aporte IESS	Sueldo Neto	Aporte Patronal	lece - Secap	Decimo Tercer Sueldo	Decimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Fondo de Reserva		
Cantidad	Cargo	Sueldo Mensual	9,45%		11,15%	1%	12	360,00	12	24	8,33%	
MANO DE OBRA INDIRECTA	1	Gerente	934,65	88,32	846,33	104,21	9,35	77,89	30,00	38,94	77,86	1.272,90
	1	Secretaria	373,86	35,33	338,53	41,69	3,74	31,16	30,00	15,58	31,14	527,16
	1	Mensajero	353,09	33,37	319,72	39,37	3,53	29,42	30,00	14,71	29,41	499,54
	1	Conserje	353,09	33,37	319,72	39,37	3,53	29,42	30,00	14,71	29,41	499,54
	1	Jefe Administrativo	726,95	68,70	658,25	81,05	7,27	60,58	30,00	30,29	60,55	996,70
	1	Contador	778,88	73,60	705,27	86,84	7,79	64,91	30,00	32,45	64,88	1.065,75
	1	Asistente	373,86	35,33	338,53	41,69	3,74	31,16	30,00	15,58	31,14	527,16
	1	Jefe de Ventas	675,03	63,79	611,24	75,27	6,75	56,25	30,00	28,13	56,23	927,65
	1	Secretaria	373,86	35,33	338,53	41,69	3,74	31,16	30,00	15,58	31,14	527,16
MANO DE OBRA DIRECTA	1	Jefe de Produccion	519,25	49,07	470,18	57,90	5,19	43,27	30,00	21,64	43,25	720,50
	1	Jefe de Hig. y Seg. Ind.	571,18	53,98	517,20	63,69	5,71	47,60	30,00	23,80	47,58	789,55
	1	Mantenimiento	373,86	35,33	338,53	41,69	3,74	31,16	30,00	15,58	31,14	527,16
	1	Operario 1	373,86	35,33	338,53	41,69	3,74	31,16	30,00	15,58	31,14	527,16
	1	Operario 2	373,86	35,33	338,53	41,69	3,74	31,16	30,00	15,58	31,14	527,16
	1	Operario 3	373,86	35,33	338,53	41,69	3,74	31,16	30,00	15,58	31,14	527,16
15	TOTAL	7.529,13	711,50	6.817,62	839,50	75,29	627,43	450,00	313,71	627,18	10.462,23	

Fuente: Libro de Evaluación de Proyectos autor Gabriel Baca
 Elaboración: Autora – Estructura Sueldo Personal

Tabla # 20 – Detalle del Sueldo del Personal Anual del 2015

ESTRUCTURA DE GASTOS DEL PERSONAL Y BENEFICIOS SOCIALES ANUAL - 2015												
DETALLES			APORTES MENSUALES				BENEFICIOS SOCIALES					TOTAL
			Aporte IESS	Sueldo Neto	Aporte Patronal	lece - Secap	Decimo Tercer Sueldo	Decimo Cuarto Sueldo		Vacaciones	Fondo de Reserva	
Cantidad	Cargo	Sueldo Anual	9,45%		11,15%	1%	12	360,00	12	24	8,33%	
MANO DE OBRA INDIRECTA	1	Gerente	11.215,80	1.059,89	10.155,91	1.250,56	112,16	934,65	360,00	467,33	934,28	15.274,77
	1	Secretaria	4.486,32	423,96	4.062,36	500,22	44,86	373,86	360,00	186,93	373,71	6.325,91
	1	Mensajero	4.237,08	400,40	3.836,68	472,43	42,37	353,09	360,00	176,55	352,95	5.994,47
	1	Conserje	4.237,08	400,40	3.836,68	472,43	42,37	353,09	360,00	176,55	352,95	5.994,47
	1	Jefe Administrativo	8.723,40	824,36	7.899,04	972,66	87,23	726,95	360,00	363,48	726,66	11.960,38
	1	Contador	9.346,50	883,24	8.463,26	1.042,13	93,47	778,88	360,00	389,44	778,56	12.788,98
	1	Asistente	4.486,32	423,96	4.062,36	500,22	44,86	373,86	360,00	186,93	373,71	6.325,91
	1	Jefe de Ventas	8.100,30	765,48	7.334,82	903,18	81,00	675,03	360,00	337,51	674,75	11.131,78
MANO DE OBRA DIRECTA	1	Secretaria	4.486,32	423,96	4.062,36	500,22	44,86	373,86	360,00	186,93	373,71	6.325,91
	1	Jefe de Produccion	6.231,00	588,83	5.642,17	694,76	62,31	519,25	360,00	259,63	519,04	8.645,98
	1	Jefe de Hig. y Seg. Ind.	6.854,10	647,71	6.206,39	764,23	68,54	571,18	360,00	285,59	570,95	9.474,58
	1	Mantenimiento	4.486,32	423,96	4.062,36	500,22	44,86	373,86	360,00	186,93	373,71	6.325,91
	1	Operario 1	4.486,32	423,96	4.062,36	500,22	44,86	373,86	360,00	186,93	373,71	6.325,91
	1	Operario 2	4.486,32	423,96	4.062,36	500,22	44,86	373,86	360,00	186,93	373,71	6.325,91
1	Operario 3	4.486,32	423,96	4.062,36	500,22	44,86	373,86	360,00	186,93	373,71	6.325,91	
15	TOTAL	90.349,50	8.538,03	81.811,47	10.073,97	903,50	7.529,13	5.400,00	3.764,56	7.526,11	125.546,77	

Fuente: Libro de Evaluación de Proyectos autor Gabriel Baca

Elaboración: Autora – Estructura Sueldo Personal

Tabla # 21 – Detalle del Sueldo del Personal Mensual del 2016

ESTRUCTURA DE GASTOS DEL PERSONAL Y BENEFICIOS SOCIALES MENSUAL												
DETALLES			APORTES MENSUALES					BENEFICIOS SOCIALES				
			Aporte IESS	Sueldo Neto	Aporte Patronal	lece - Secap	Decimo Tercer Sueldo	Decimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Fondo de Reserva	TOTAL	
Cantidad	Cargo	Sueldo Mensual	9,45%		11,15%	1%	12	380,00	12	24	8,33%	
MANO DE OBRA INDIRECTA	1	Gerente	970,63	91,72	878,91	108,23	9,71	80,89	31,67	40,44	80,85	1.322,42
	1	Secretaria	388,25	36,69	351,56	43,29	3,88	32,35	31,67	16,18	32,34	547,97
	1	Mensajero	366,68	34,65	332,03	40,89	3,67	30,56	31,67	15,28	30,54	519,28
	1	Conserje	366,68	34,65	332,03	40,89	3,67	30,56	31,67	15,28	30,54	519,28
	1	Jefe Administrativo	754,94	71,34	683,60	84,18	7,55	62,91	31,67	31,46	62,89	1.035,58
	1	Contador	808,86	76,44	732,42	90,19	8,09	67,41	31,67	33,70	67,38	1.107,29
	1	Asistente	388,25	36,69	351,56	43,29	3,88	32,35	31,67	16,18	32,34	547,97
	1	Jefe de Ventas	701,01	66,25	634,77	78,16	7,01	58,42	31,67	29,21	58,39	963,87
MANO DE OBRA DIRECTA	1	Secretaria	388,25	36,69	351,56	43,29	3,88	32,35	31,67	16,18	32,34	547,97
	1	Jefe de Produccion	539,24	50,96	488,28	60,13	5,39	44,94	31,67	22,47	44,92	748,75
	1	Jefe de Hig. y Seg. Ind.	593,17	56,05	537,11	66,14	5,93	49,43	31,67	24,72	49,41	820,46
	1	Mantenimiento	388,25	36,69	351,56	43,29	3,88	32,35	31,67	16,18	32,34	547,97
	1	Operario 1	388,25	36,69	351,56	43,29	3,88	32,35	31,67	16,18	32,34	547,97
	1	Operario 2	388,25	36,69	351,56	43,29	3,88	32,35	31,67	16,18	32,34	547,97
1	Operario 3	388,25	36,69	351,56	43,29	3,88	32,35	31,67	16,18	32,34	547,97	
15	TOTAL	7.819,00	738,90	7.080,10	871,82	78,19	651,58	475,00	325,79	651,32	10.872,70	

Fuente: Libro de Evaluación de Proyectos autor Gabriel Baca

Elaboración: Autora – Estructura Sueldo Personal

Tabla # 22 – Detalle del Sueldo del Personal Anual del 2016

ESTRUCTURA DE GASTOS DEL PERSONAL Y BENEFICIOS SOCIALES ANUAL - 2016												
DETALLES			APORTES MENSUALES				BENEFICIOS SOCIALES					TOTAL
			Aporte IESS	Sueldo Neto	Aporte Patronal	lece - Secap	Decimo Tercer Sueldo	Decimo Cuarto Sueldo		Vacaciones	Fondo de Reserva	
Cantidad	Cargo	Sueldo Anual	9,45%		11,15%	1%	12	380,00	12	24	8,33%	
MANO DE OBRA INDIRECTA	1	Gerente	11.647,61	1.100,70	10.546,91	1.298,71	116,48	970,63	380,00	485,32	970,25	15.868,99
	1	Secretaria	4.659,04	440,28	4.218,76	519,48	46,59	388,25	380,00	194,13	388,10	6.575,60
	1	Mensajero	4.400,21	415,82	3.984,39	490,62	44,00	366,68	380,00	183,34	366,54	6.231,40
	1	Conserje	4.400,21	415,82	3.984,39	490,62	44,00	366,68	380,00	183,34	366,54	6.231,40
	1	Jefe Administrativo	9.059,25	856,10	8.203,15	1.010,11	90,59	754,94	380,00	377,47	754,64	12.426,99
	1	Contador	9.706,34	917,25	8.789,09	1.082,26	97,06	808,86	380,00	404,43	808,54	13.287,49
	1	Asistente	4.659,04	440,28	4.218,76	519,48	46,59	388,25	380,00	194,13	388,10	6.575,60
	1	Jefe de Ventas	8.412,16	794,95	7.617,21	937,96	84,12	701,01	380,00	350,51	700,73	11.566,49
MANO DE OBRA DIRECTA	1	Secretaria	4.659,04	440,28	4.218,76	519,48	46,59	388,25	380,00	194,13	388,10	6.575,60
	1	Jefe de Produccion	6.470,89	611,50	5.859,39	721,50	64,71	539,24	380,00	269,62	539,03	8.984,99
	1	Jefe de Hig. y Seg. Ind.	7.117,98	672,65	6.445,33	793,66	71,18	593,17	380,00	296,58	592,93	9.845,49
	1	Mantenimiento	4.659,04	440,28	4.218,76	519,48	46,59	388,25	380,00	194,13	388,10	6.575,60
	1	Operario 1	4.659,04	440,28	4.218,76	519,48	46,59	388,25	380,00	194,13	388,10	6.575,60
	1	Operario 2	4.659,04	440,28	4.218,76	519,48	46,59	388,25	380,00	194,13	388,10	6.575,60
	1	Operario 3	4.659,04	440,28	4.218,76	519,48	46,59	388,25	380,00	194,13	388,10	6.575,60
15	TOTAL	93.827,96	8.866,74	84.961,21	10.461,82	938,28	7.819,00	5.700,00	3.909,50	7.815,87	130.472,42	

Fuente: Libro de Evaluación de Proyectos autor Gabriel Baca

Elaboración: Autora – Estructura Sueldo Personal

Tabla # 23 – Detalle del Sueldo del Personal Mensual del 2017

ESTRUCTURA DE GASTOS DEL PERSONAL Y BENEFICIOS SOCIALES MENSUAL												
DETALLES			APORTES MENSUALES				BENEFICIOS SOCIALES					TOTAL
			Aporte IESS	Sueldo Neto	Aporte Patronal	lece - Secap	Decimo Tercer Sueldo	Decimo Cuarto Sueldo		Vacaciones	Fondo de Reserva	
Cantidad	Cargo	Sueldo Mensual	9,45%		11,15%	1%	12	400,00	12	24	8,33%	
MANO DE OBRA INDIRECTA	1	Gerente	1.008,00	95,26	912,75	112,39	10,08	84,00	33,33	42,00	83,97	1.373,78
	1	Secretaria	403,20	38,10	365,10	44,96	4,03	33,60	33,33	16,80	33,59	569,51
	1	Mensajero	380,80	35,99	344,82	42,46	3,81	31,73	33,33	15,87	31,72	539,72
	1	Conserje	380,80	35,99	344,82	42,46	3,81	31,73	33,33	15,87	31,72	539,72
	1	Jefe Administrativo	784,00	74,09	709,91	87,42	7,84	65,33	33,33	32,67	65,31	1.075,90
	1	Contador	840,00	79,38	760,62	93,66	8,40	70,00	33,33	35,00	69,97	1.150,37
	1	Asistente	403,20	38,10	365,10	44,96	4,03	33,60	33,33	16,80	33,59	569,51
	1	Jefe de Ventas	728,00	68,80	659,21	81,17	7,28	60,67	33,33	30,33	60,64	1.001,43
MANO DE OBRA DIRECTA	1	Secretaria	403,20	38,10	365,10	44,96	4,03	33,60	33,33	16,80	33,59	569,51
	1	Jefe de Produccion	560,00	52,92	507,08	62,44	5,60	46,67	33,33	23,33	46,65	778,02
	1	Jefe de Hig. y Seg. Ind.	616,00	58,21	557,79	68,68	6,16	51,33	33,33	25,67	51,31	852,49
	1	Mantenimiento	403,20	38,10	365,10	44,96	4,03	33,60	33,33	16,80	33,59	569,51
	1	Operario 1	403,20	38,10	365,10	44,96	4,03	33,60	33,33	16,80	33,59	569,51
	1	Operario 2	403,20	38,10	365,10	44,96	4,03	33,60	33,33	16,80	33,59	569,51
	1	Operario 3	403,20	38,10	365,10	44,96	4,03	33,60	33,33	16,80	33,59	569,51
15	TOTAL	8.120,03	767,34	7.352,69	905,38	81,20	676,67	500,00	338,33	676,40	11.298,01	

Fuente: Libro de Evaluación de Proyectos autor Gabriel Baca

Elaboración: Autora – Estructura Sueldo Personal

Tabla # 24 – Detalle del Sueldo del Personal Anual del 2017

ESTRUCTURA DE GASTOS DEL PERSONAL Y BENEFICIOS SOCIALES ANUAL - 2017												
DETALLES			APORTES MENSUALES				BENEFICIOS SOCIALES					
			Aporte IESS	Sueldo Neto	Aporte Patronal	lece - Secap	Decimo Tercer Sueldo	Decimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Fondo de Reserva	TOTAL	
Cantidad	Cargo	Sueldo Anual	9,45%		11,15%	1%	12	400,00	12	24	8,33%	
MANO DE OBRA INDIRECTA	1	Gerente	12.096,04	1.143,08	10.952,97	1.348,71	120,96	1.008,00	400,00	504,00	1.007,60	16.485,32
	1	Secretaria	4.838,42	457,23	4.381,19	539,48	48,38	403,20	400,00	201,60	403,04	6.834,13
	1	Mensajero	4.569,62	431,83	4.137,79	509,51	45,70	380,80	400,00	190,40	380,65	6.476,67
	1	Conserje	4.569,62	431,83	4.137,79	509,51	45,70	380,80	400,00	190,40	380,65	6.476,67
	1	Jefe Administrativo	9.408,03	889,06	8.518,97	1.049,00	94,08	784,00	400,00	392,00	783,69	12.910,80
	1	Contador	10.080,03	952,56	9.127,47	1.123,92	100,80	840,00	400,00	420,00	839,67	13.804,43
	1	Asistente	4.838,42	457,23	4.381,19	539,48	48,38	403,20	400,00	201,60	403,04	6.834,13
	1	Jefe de Ventas	8.736,03	825,55	7.910,47	974,07	87,36	728,00	400,00	364,00	727,71	12.017,17
MANO DE OBRA DIRECTA	1	Secretaria	4.838,42	457,23	4.381,19	539,48	48,38	403,20	400,00	201,60	403,04	6.834,13
	1	Jefe de Produccion	6.720,02	635,04	6.084,98	749,28	67,20	560,00	400,00	280,00	559,78	9.336,29
	1	Jefe de Hig. y Seg. Ind.	7.392,03	698,55	6.693,48	824,21	73,92	616,00	400,00	308,00	615,76	10.229,92
	1	Mantenimiento	4.838,42	457,23	4.381,19	539,48	48,38	403,20	400,00	201,60	403,04	6.834,13
	1	Operario 1	4.838,42	457,23	4.381,19	539,48	48,38	403,20	400,00	201,60	403,04	6.834,13
	1	Operario 2	4.838,42	457,23	4.381,19	539,48	48,38	403,20	400,00	201,60	403,04	6.834,13
	1	Operario 3	4.838,42	457,23	4.381,19	539,48	48,38	403,20	400,00	201,60	403,04	6.834,13
	15	TOTAL	97.440,33	9.208,11	88.232,22	10.864,60	974,40	8.120,03	6.000,00	4.060,01	8.116,78	135.576,15

Fuente: Libro de Evaluación de Proyectos autor Gabriel Baca

Elaboración: Autora – Estructura Sueldo Personal

Tabla # 25 – Detalle del Sueldo del Personal Mensual del 2018

ESTRUCTURA DE GASTOS DEL PERSONAL Y BENEFICIOS SOCIALES MENSUAL												
DETALLES			APORTES MENSUALES				BENEFICIOS SOCIALES					
			Aporte IESS	Sueldo Neto	Aporte Patronal	lece - Secap	Decimo Tercer Sueldo	Decimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Fondo de Reserva	TOTAL	
Cantidad	Cargo	Sueldo Mensual	9,45%		11,15%	1%	12	420,00	12	24	8,33%	
MANO DE OBRA INDIRECTA	1	Gerente	1.046,81	98,92	947,89	116,72	10,47	87,23	35,00	43,62	87,20	1.427,05
	1	Secretaria	418,72	39,57	379,16	46,69	4,19	34,89	35,00	17,45	34,88	591,82
	1	Mensajero	395,46	37,37	358,09	44,09	3,95	32,96	35,00	16,48	32,94	560,89
	1	Conserje	395,46	37,37	358,09	44,09	3,95	32,96	35,00	16,48	32,94	560,89
	1	Jefe Administrativo	814,19	76,94	737,25	90,78	8,14	67,85	35,00	33,92	67,82	1.117,71
	1	Contador	872,34	82,44	789,91	97,27	8,72	72,70	35,00	36,35	72,67	1.195,04
	1	Asistente	418,72	39,57	379,16	46,69	4,19	34,89	35,00	17,45	34,88	591,82
	1	Jefe de Ventas	756,03	71,44	684,59	84,30	7,56	63,00	35,00	31,50	62,98	1.040,37
MANO DE OBRA DIRECTA	1	Secretaria	418,72	39,57	379,16	46,69	4,19	34,89	35,00	17,45	34,88	591,82
	1	Jefe de Produccion	581,56	54,96	526,60	64,84	5,82	48,46	35,00	24,23	48,44	808,36
	1	Jefe de Hig. y Seg. Ind.	639,72	60,45	579,26	71,33	6,40	53,31	35,00	26,65	53,29	885,70
	1	Mantenimiento	418,72	39,57	379,16	46,69	4,19	34,89	35,00	17,45	34,88	591,82
	1	Operario 1	418,72	39,57	379,16	46,69	4,19	34,89	35,00	17,45	34,88	591,82
	1	Operario 2	418,72	39,57	379,16	46,69	4,19	34,89	35,00	17,45	34,88	591,82
1	Operario 3	418,72	39,57	379,16	46,69	4,19	34,89	35,00	17,45	34,88	591,82	
15	TOTAL	8.432,65	796,89	7.635,76	940,24	84,33	702,72	525,00	351,36	702,44	11.738,74	

Fuente: Libro de Evaluación de Proyectos autor Gabriel Baca

Elaboración: Autora – Estructura Sueldo Personal

Tabla # 26 – Detalle del Sueldo del Personal Anual del 2018

ESTRUCTURA DE GASTOS DEL PERSONAL Y BENEFICIOS SOCIALES ANUAL - 2018												
DETALLES			APORTES MENSUALES				BENEFICIOS SOCIALES					TOTAL
			Aporte IESS	Sueldo Neto	Aporte Patronal	lece - Secap	Decimo Tercer Sueldo	Decimo Cuarto Sueldo	Vacaciones	Fondo de Reserva		
Cantidad	Cargo	Sueldo Anual	9,45%		11,15%	1%	12	420,00	12	24	8,33%	
MANO DE OBRA INDIRECTA	1	Gerente	12.561,74	1.187,08	11.374,65	1.400,63	125,62	1.046,81	420,00	523,41	1.046,39	17.124,60
	1	Secretaria	5.024,70	474,83	4.549,86	560,25	50,25	418,72	420,00	209,36	418,56	7.101,84
	1	Mensajero	4.745,55	448,45	4.297,09	529,13	47,46	395,46	420,00	197,73	395,30	6.730,63
	1	Conserje	4.745,55	448,45	4.297,09	529,13	47,46	395,46	420,00	197,73	395,30	6.730,63
	1	Jefe Administrativo	9.770,24	923,29	8.846,95	1.089,38	97,70	814,19	420,00	407,09	813,86	13.412,47
	1	Contador	10.468,12	989,24	9.478,88	1.167,19	104,68	872,34	420,00	436,17	871,99	14.340,50
	1	Asistente	5.024,70	474,83	4.549,86	560,25	50,25	418,72	420,00	209,36	418,56	7.101,84
	1	Jefe de Ventas	9.072,37	857,34	8.215,03	1.011,57	90,72	756,03	420,00	378,02	755,73	12.484,43
MANO DE OBRA DIRECTA	1	Secretaria	5.024,70	474,83	4.549,86	560,25	50,25	418,72	420,00	209,36	418,56	7.101,84
	1	Jefe de Produccion	6.978,74	659,49	6.319,25	778,13	69,79	581,56	420,00	290,78	581,33	9.700,33
	1	Jefe de Hig. y Seg. Ind.	7.676,62	725,44	6.951,18	855,94	76,77	639,72	420,00	319,86	639,46	10.628,37
	1	Mantenimiento	5.024,70	474,83	4.549,86	560,25	50,25	418,72	420,00	209,36	418,56	7.101,84
	1	Operario 1	5.024,70	474,83	4.549,86	560,25	50,25	418,72	420,00	209,36	418,56	7.101,84
	1	Operario 2	5.024,70	474,83	4.549,86	560,25	50,25	418,72	420,00	209,36	418,56	7.101,84
	1	Operario 3	5.024,70	474,83	4.549,86	560,25	50,25	418,72	420,00	209,36	418,56	7.101,84
15	TOTAL	101.191,78	9.562,62	91.629,16	11.282,88	1.011,92	8.432,65	6.300,00	4.216,32	8.429,28	140.864,84	

Fuente: Libro de Evaluación de Proyectos autor Gabriel Baca
Elaboración: Autora – Estructura Sueldo Personal

Como Costo Fijo también tenemos los Servicios Básicos que la empresa debe pagar. A continuación se detalla lo siguiente:

Tabla # 27 – Detalle Mensual y Anual de Servicios Básicos

Costos Fijos		
Detalle de Servicios Básicos – 2014		
Detalle	Valor mensual	Valor Anual
Energía Eléctrica	230,00	2.760,00
Agua Potable	60,00	720,00
Teléfono	40,00	480,00
Total	330,00	3.960,00

Elaboración: Autora – Servicios Básicos

Ver Anexo # 6: Detalles Mensuales y Anuales de los Servicios Básicos Proyectados en los siguientes años.

3.4.2 Costos Variables

Los costos variables son los costos que varían dependiendo de la producción que obtenga la empresa. En cualquier empresa de producción los costos variables van hacer la materia prima ya que este depende del nivel de producción que la empresa vaya a requerir.

En la Empresa Ecuamorocho los costos de producción se realizaran dos procesos de producción, cada uno será de 4 horas en la cual se cuenta con una capacidad de 400 lts en cada proceso.

En el Primer Proceso de Producción se producirá envases de 250 ml y de 1 lt con una capacidad de 400 lts, en el que la en el cual se producirán 1000 envases del cual estarán distribuidos en 800 envases de 250 ml y 200 envases de 1 lt. Es decir que una vez terminado el Prime Proceso de Producción este se dividirá en 200 lts para los 800 envases de 250 ml y 200 lts restantes para los envases de 1 lt.

A continuación detalle del Primer Proceso de Producción del Producto en el que se determinara el costo unitario del producto de cada presentación del envase del producto:

**Tabla # 28 – Detalle de Costos de Producción – Primera Producción
Envase de 250 ml**

ENVASE DE 250 ML - PRIMERA PRODUCCION				
CANTIDAD REQUERIDA PARA LA PRODUCCION AL DIA				
INSUMOS	C.U	EN 4 HORAS	PORCION	TOTAL
Morocho (grano)	0,35	27	libras	9,33
Leche	0,42	160	litros	67,20
Leche en polvo	0,37	13	libras	4,93
Azúcar	0,32	13	libras	4,27
Pasas	0,26	13	libras	3,38
Maicena	0,27	27	libras	7,20
Canela	0,22	13	libras	2,93
Clavo de olor	0,22	13	libras	2,93
TOTAL				102,18
Envase (250 ml)	0,07	800		56,00
Etiqueta	0,05	800		40,00

Elaboración: Autora

Tabla # 29: Detalle de Costos de Producción – Primera Producción Envase de 1 lt

ENVASE DE 1L - PRIMERA PRODUCCION				
CANTIDAD REQUERIDA PARA LA PRODUCCION AL DIA				
INSUMOS	C.U	EN 4 HORAS	PORCION	TOTAL
Morocho (grano)	0,35	27	libras	9,33
Leche	0,42	160	litros	67,20
Leche en polvo	0,37	13	libras	4,93
Azúcar	0,32	13	libras	4,27
Pasas	0,26	13	libras	3,38
Maicena	0,27	27	libras	7,20
Canela	0,22	13	libras	2,93
Clavo de olor	0,22	13	libras	2,93
TOTAL				102,18
Envase (1 lt)	0,12	200		24,00
Etiqueta	0,05	200		10,00

Elaboración: Autora

En el Segundo Proceso de Producción se trabajara con la misma capacidad de 400 lts en el cual este se producirá la misma cantidad que la primera producción para distribuir el producto en Montacargas de Tanques Térmicos con 2 ruedas, se distribuirá de esta manera también ya que en las encuestas que se realizó un 29% prefieren consumir el producto en carretillas y así no dejar a un lado ese mercado.

Tabla # 30: Detalle de Costos de Producción – Segunda Producción Montacargas Manuales de Tanques Térmicos

MONTACARGAS MANUALES - SEGUNDA PRODUCCION				
CANTIDAD REQUERIDA PARA LA PRODUCCION AL DIA				
INSUMOS	C.U	EN 4 HORAS	PORCION	TOTAL
Morocho (grano)	0,35	27	libras	9,45
Leche	0,42	160	litros	67,20
Leche en polvo	0,37	13	libras	4,81
Azúcar	0,32	13	libras	4,16
Pasas	0,26	13	libras	3,38
Maicena	0,27	27	libras	7,29
Canela	0,22	13	libras	2,86
Clavo de olor	0,22	13	libras	2,86
TOTAL				102,01
Vasos – tarrinas	0,20	400		80,00
Etiqueta	0,05	400		20,00

Elaboración: Autora

El costo unitario de cada presentación de producto se presenta en la siguiente tabla:

Tabla # 31 – Detalle de Costo Unitario de cada Presentación del Producto

DETALLE	COSTO
Costo Envase de 250 ml	0,18
Costo Envase de 1 lt	0,43
Costo Montacargas	0,51

Elaboración: Autora – Costo Unitario del Producto

En el siguiente detalle se mostrara las cantidades que se requieren de materia prima en 8 horas y un mes de producción del producto durante los dos procesos que habrá diariamente en la empresa.

Tabla # 32: Cantidad de Ingredientes para la Producción del Producto

Detalle	Cantidad	Costo x lt / lb	en 8 horas	en 1 mes	Costos en 8 horas	Costos en 1 mes
Morocho (grano)	libras	0,35	54	1395	18,78	488,40
Leche	litros	0,42	320	8320	134,40	3.494,40
Leche en polvo	libras	0,37	26	685	9,74	253,34
Azúcar	libras	0,32	26	685	8,43	219,11
Pasas	libras	0,26	26	676	6,76	175,76
Maicena	libras	0,27	54	1395	14,49	376,76
Canela	libras	0,22	26	685	5,79	150,61
Clavo de olor	libras	0,22	26	685	5,79	150,61
envase (250 ml)		0,07	800	20800	56,00	1.456,00
envase (1 lt)		0,12	200	5200	24,00	624,00
Etiqueta		0,05	1400	36400	70,00	1.820,00
Vasos		0,20	400	10400	80,00	2.080,00
Totales		2,87	3.359	87.325	434,19	11.288,99

Elaboración: Autora

Ver Anexo # 7: Costos de Producción Año 2015 – 2018 de acuerdo a la Inflación.

3.4.3 Activos Fijos

⁵Los Activos Fijos son la inversión que tendrá la empresa para empezar su negocio.

Según la NEC 12 Normas Ecuatorianas de Contabilidad 12 – Propiedad, Planta y Equipo, nos indican que son activos tangibles:

- a) Son retenidos por una empresa para ser usados en la producción o abastecimientos de bienes o servicios para rentar a terceros o para propósitos administrativos y se espera sean usados durante más de un periodo.
- b) Depreciación es la distribución sistemática de la cantidad depreciable de un activo durante su vida útil.
- c) Cantidad Depreciable es el costo de un activo u otra cantidad que sustituye al costo en los Estados Financieros, menos el valor residual.
- d) Vida Útil es el periodo de tiempo durante el cual espera una empresa usar un activo o el número de unidades de producción o similares que una empresa espera obtener de un activo.
- e) Costo es la cantidad de efectivo o equivalentes de efectivo pagados o el valor justo de otra compensación entregada para adquirir un activo en el momento de su adquisición o construcción.

⁵ Fuente Recuperada de: (<http://www.kva.com.ec/imagesFTP/8000.NEC12.pdf>)

A continuación detalle de maquinarias que se usara para la Producción de la Empresa:

Tabla # 33: Detalle de Activos Fijos

PRESUPUESTO DE INVERSION DE ACTIVOS FIJOS			
CANTIDAD	DETALLE	VALOR UNITARI	VALOR TOTAL
	EQUIPOS DE COMPUTACION		
5	Computadoras	850,00	4.250,00
2	Impresoras	180,00	360,00
5	UPS	70,00	350,00
12	Total Equipos de Computacion	1.100,00	4.960,00
	MUEBLES Y ENSERES		
5	Escritorios	250,00	1.250,00
5	Sillas giratorias	120,00	600,00
2	Sillas de espera	50,00	100,00
1	Varios de Oficina	300,00	300,00
13	Total Muebles y Enseres	720,00	2.250,00
	VEHICULO		
1	Camioneta	15.000,00	15.000,00
1	Total Vehiculo	15.000,00	15.000,00
	MAQUINARIAS Y EQUIPOS		
1	Maquinaria Receptor de Leche	10.000,00	10.000,00
1	Maquinaria Clarificador	6.000,00	6.000,00
1	Maquinaria Pasteurizador	20.000,00	20.000,00
1	Maquinaria Homogeneizador	16.000,00	16.000,00
1	Maquinaria Mezclador	10.000,00	10.000,00
1	Maquinaria Envado y Etiquetado	15.000,00	15.000,00
1	Maquinaria de Enfriamiento	5.000,00	5.000,00
20	Montacargas manuales con Taque Termico de dos	150,00	3.000,00
27	Total Maquinarias y Equipos	82.150,00	85.000,00
53	TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	98.970,00	107.210,00

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

CAPITULO 4

4. ANALISIS ECONOMICO – FINANCIERO

Según (Gabriel Baca, 2010) “Un análisis financiero consiste en la aplicación de un conjunto de técnicas e instrumentos analíticos a los estados financieros para deducir una serie de medidas y relaciones que son significativas y útiles para la toma de decisiones.”

⁶En la parte financiera para las MIPYMES se enfocan principalmente de acuerdo a las NIIF es la Presentación de los Estados Financieros y que abarca los siguientes:

- ✓ Estado de Situación Financiera
- ✓ Estado de Resultados
- ✓ Estado de Flujo del Efectivo

Las partidas que deben ser presentadas en los Estados Financieros son:

- ✓ Efectivo
- ✓ Cuentas por Cobrar
- ✓ Inversiones
- ✓ Propiedad, Planta y Equipos
- ✓ Proveedores y Otras Cuentas Por Pagar
- ✓ Impuestos sobre las ganancias
- ✓ Pasivos no Corrientes e intereses
- ✓ Patrimonio
- ✓ Capital y Reservas
- ✓ Resultados de Ejercicios

⁶ Fuente recuperada de: Análisis Práctico y Guía de Implementación del NIIF. Jorge E. Zapata 2da Edición.

4.1 Plan de Inversiones

Para el análisis de este proyecto se determinó el siguiente Plan de Inversiones que detalla a continuación:

Tabla # 34 – Plan de Inversiones

INVERSIONES FIJAS			
A <u>Activos Fijos Tangibles para la Produccion</u>		Años	
Maquinarias y Equipos	85.000,00	10	8.500,00
Vehiculo	15.000,00	5	3.000,00
Total de Inversion Fija (A)	100.000,00		11.500,00
B <u>Activos Fijos Tangibles para Administracion</u>			
Muebles y Equipos de Oficina	2.250,00	10	225,00
Equipos de Computacion	4.960,00	3	1.653,33
Total de Inversion Fija (B)	7.210,00		1.878,33
C TOTAL DE LA INVERSION FIJA (A+B)	107.210,00		
DEPRECIACION TOTAL (A+B)			13.378,33
D CAPITAL DE TRABAJO			
Sueldos y Salarios (3 meses)	28.386,38		
Insumos (3 meses)	33.868,63		
Interes (3 meses)	6.255,00		
Otros (3 meses)	990,00		
Valor Total del Capital de Trabajo	69.500,00		
E INVERSION TOTAL DEL PROYECTO (C+D)	176.710,00		
FINANCIAMIENTO DE LA INVERSION			
Aporte Socios	107.210,00	61%	
Prestamo	69.500,00	39%	
TOTAL DE INVERSION	176.710,00	100%	

Fuente: Libro de Ingeniería Económica, Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

Este Plan de Inversiones se detalla lo que necesitara la empresa para el inicio de sus actividades, en la parte de producción se requerirá de maquinarias lo cual da un total de \$107.210,00 en la inversión de Activos Fijos. (Detallado en el Capítulo 3 – Activos Fijos)

En lo que respecta al Capital de Trabajo se determinó lo que se consumirá y pagara durante 3 meses lo que da como un total de \$69.500,00 de Capital de Trabajo.

La Inversión Total del Proyecto tanto de Activos Fijos como de Capital de Trabajo será de \$176.710,00. Para poder iniciar las actividades de la empresa, se realizara un préstamo al Banco a un plazo de 5 años con 2 meses de gracia, lo que cubrirá la inversión. Detallo a continuación la Tabla de Amortización del Préstamo que se realizara para la Inversión del Proyecto:

Tabla # 35 – Tabla de Amortización del Préstamo

TABLA DE AMORTIZACION

Préstamo	69.500,00	
Tasa de Interés	3,00%	
Plazo	60	Meses
Periodo de Gracia	2	Meses

Dividendos	Préstamo	Intereses	Amortización	Dividendo
1	69.500,00	2.085,00	0,00	2.085,00
2	69.500,00	2.085,00	0,00	2.085,00
3	69.500,00	2.085,00	457,90	2.542,90
4	69.042,10	2.071,26	471,64	2.542,90
5	68.570,46	2.057,11	485,79	2.542,90
6	68.084,68	2.042,54	500,36	2.542,90
7	67.584,32	2.027,53	515,37	2.542,90
8	67.068,95	2.012,07	530,83	2.542,90
9	66.538,12	1.996,14	546,76	2.542,90
10	65.991,36	1.979,74	563,16	2.542,90
11	65.428,20	1.962,85	580,05	2.542,90
12	64.848,15	1.945,44	597,45	2.542,90
13	64.250,70	1.927,52	615,38	2.542,90
14	63.635,32	1.909,06	633,84	2.542,90
15	63.001,48	1.890,04	652,86	2.542,90
16	62.348,62	1.870,46	672,44	2.542,90
17	61.676,18	1.850,29	692,61	2.542,90
18	60.983,57	1.829,51	713,39	2.542,90
19	60.270,17	1.808,11	734,79	2.542,90
20	59.535,38	1.786,06	756,84	2.542,90

21	58.778,54	1.763,36	779,54	2.542,90
22	57.999,00	1.739,97	802,93	2.542,90
23	57.196,07	1.715,88	827,02	2.542,90
24	56.369,05	1.691,07	851,83	2.542,90
25	55.517,22	1.665,52	877,38	2.542,90
26	54.639,84	1.639,20	903,70	2.542,90
27	53.736,14	1.612,08	930,82	2.542,90
28	52.805,32	1.584,16	958,74	2.542,90
29	51.846,58	1.555,40	987,50	2.542,90
30	50.859,08	1.525,77	1.017,13	2.542,90
31	49.841,95	1.495,26	1.047,64	2.542,90
32	48.794,31	1.463,83	1.079,07	2.542,90
33	47.715,24	1.431,46	1.111,44	2.542,90
34	46.603,80	1.398,11	1.144,79	2.542,90
35	45.459,01	1.363,77	1.179,13	2.542,90
36	44.279,88	1.328,40	1.214,50	2.542,90
37	43.065,38	1.291,96	1.250,94	2.542,90
38	41.814,44	1.254,43	1.288,47	2.542,90
39	40.525,98	1.215,78	1.327,12	2.542,90
40	39.198,86	1.175,97	1.366,93	2.542,90
41	37.831,92	1.134,96	1.407,94	2.542,90
42	36.423,98	1.092,72	1.450,18	2.542,90
43	34.973,80	1.049,21	1.493,69	2.542,90
44	33.480,12	1.004,40	1.538,50	2.542,90
45	31.941,62	958,25	1.584,65	2.542,90
46	30.356,97	910,71	1.632,19	2.542,90
47	28.724,78	861,74	1.681,16	2.542,90
48	27.043,62	811,31	1.731,59	2.542,90
49	25.312,03	759,36	1.783,54	2.542,90
50	23.528,49	705,85	1.837,04	2.542,90
51	21.691,45	650,74	1.892,16	2.542,90
52	19.799,29	593,98	1.948,92	2.542,90
53	17.850,37	535,51	2.007,39	2.542,90
54	15.842,98	475,29	2.067,61	2.542,90
55	13.775,37	413,26	2.129,64	2.542,90
56	11.645,74	349,37	2.193,53	2.542,90
57	9.452,21	283,57	2.259,33	2.542,90
58	7.192,87	215,79	2.327,11	2.542,90
59	4.865,76	145,97	2.396,93	2.542,90
60	2.468,83	74,07	2.468,83	2.542,90
SUMAN		82.158,17	69.500,00	151.658,17

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

En cuanto a la otra parte de la Inversión se la cubrirá por Capital Social que aportara la Asociación de Trabajadores Agrícolas El Bosque Verde, esta Asociación se la localizo por medio de la lista de Organizaciones que se registraron en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria la cual nos ayudara a financiar la inversión aportando un capital de \$107.210,00 que ayudara para la Inversión del Proyecto en sus inicios de actividades como empresa.

Detalle Capital Social que aportara la Asociación de Trabajadores Agrícolas El Bosque Verde:

Tabla # 36 – Detalle del Capital Social

CAPITAL SOCIAL		
DETALLE	APORTACIONES	%
Asociación de Trabajadores Agrícolas El Bosque Verde	107.210,00	100%
Total de Aportación	107.210,00	100%

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

4.1.1 Financiamiento de la Inversión

La Asociación aportara con el 61% del capital que corresponde a \$107.210,00 y el Banco que nos otorgara un Crédito de \$69.500,00 que cubrirá el 39% de la Inversión del Proyecto, para que la empresa pueda iniciar con sus operaciones.

Tabla # 37 – Detalle de Inversión y Financiamiento de la Empresa

INVERSION Y FINANCIAMIENTO DE LA EMPRESA		
Aporte Socios	107.210,00	61%
Préstamo (Largo Plazo)	69.500,00	39%
TOTAL DE INVERSION	176.710,00	100%

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

4.2 Costos de Producción

La Empresa Ecuamorocho lanzara al mercado tres presentaciones del producto, las cuales son:

- ✓ Envase de 250 cm³
- ✓ Envase de 1 lt
- ✓ Montacargas de Tanques Térmicos (especie de carretillas)

Se realizara Proyecciones de Costos a los 5 años, lo cual se demostrara lo que se producirá cada mes, esta proyección se basara en el comportamiento de consumo masivo trimestralmente, a continuación detallo:

Tabla # 38 – Detalle de Comportamiento de Consumo Masivo – Trimestral

203.725 envases de 250 ml al año					
Comportamiento de Consumo Masivo Año 2014 - Trimestralmente					
1,20	28,57%	Primer trimestre	58.207	3 meses	
1,10	26,19%	Segundo trimestre	53.357	3 meses	
1,00	23,81%	Tercer trimestre	48.506	3 meses	
0,90	21,43%	Cuarto trimestre	43.655	3 meses	
4,20	100%	1 año	203.725	envases de 250 cm³	
62.323 envases de 1 lt al año					
1,20	28,57%	Primer trimestre	17.807	3 meses	
1,10	26,19%	Segundo trimestre	16.323	3 meses	
1,00	23,81%	Tercer trimestre	14.839	3 meses	
0,90	21,43%	Cuarto trimestre	13.355	3 meses	
4,20	100%	1 año	62.323	envases de 1 lt	

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

En esta tabla donde se detalla el comportamiento de consumo masivo indicara lo que cada trimestre se producirá por cada presentación del producto, en la tabla nos muestra tanto para el envase de 250 cm³ y de 1 lt, en cuanto a la presentación por medio de montacargas de tanques térmicos se mantendrá en sus 20 litros ya que la capacidad de cada montacargas son de 20 lts y estos 20 lts se venderá diariamente. A continuación detallo lo que se producirá cada mes por cada presentación en el año 2014:

Tabla # 39: Proyección de Costos – Envases de 250 cm³ – Año 2014

PROYECCION DE COSTOS - AÑO 2014 - MENSUAL		
PRESENTACION DEL PRODUCTO	COSTOS	
Periodo	25%	250 cm³
	Envase 250 cm³	0,18
Enero	19.402	3.567,39
Febrero	19.402	3.567,39
Marzo	19.402	3.567,39
Abril	17.786	3.270,11
Mayo	17.786	3.270,11
Junio	17.786	3.270,11
Julio	16.169	2.972,83
Agosto	16.169	2.972,83
Septiembre	16.169	2.972,83
Octubre	14.552	2.675,54
Noviembre	14.552	2.675,54
Diciembre	14.552	2.675,54
TOTAL	203.725	37.457,61

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

Tabla # 40: Proyección de Costos – Envases de 1 It – Año 2014

PROYECCION DE COSTOS - AÑO 2014 - MENSUAL		
PRESENTACION DEL PRODUCTO	COSTOS	
Periodo	25%	1 It
	Envase 1 It	0,43
Enero	5.936	2.525,29
Febrero	5.936	2.525,29
Marzo	5.936	2.525,29
Abril	5.441	2.314,85
Mayo	5.441	2.314,85
Junio	5.441	2.314,85
Julio	4.946	2.104,41
Agosto	4.946	2.104,41
Septiembre	4.946	2.104,41
Octubre	4.452	1.893,97
Noviembre	4.452	1.893,97
Diciembre	4.452	1.893,97
TOTAL	62.323	26.515,59

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

Tabla # 41: Proyección de Costos – Montacargas de Tanques Térmicos Año 2014

PROYECCION DE COSTOS - AÑO 2014 - MENSUAL		
PRESENTACION DEL PRODUCTO	COSTOS	
Periodo	50%	Montacargas
	Montacargas	0,51
Enero	10.400	5.252,26
Febrero	10.400	5.252,26
Marzo	10.400	5.252,26
Abril	10.400	5.252,26
Mayo	10.400	5.252,26
Junio	10.400	5.252,26
Julio	10.400	5.252,26
Agosto	10.400	5.252,26
Septiembre	10.400	5.252,26
Octubre	10.400	5.252,26
Noviembre	10.400	5.252,26
Diciembre	10.400	5.252,26
TOTAL	124.800	63.027,12

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

En la siguiente tabla se detalla un consolidado de las Proyecciones de Costos de todas las presentaciones del producto:

Tabla # 42 – Consolidado de Proyección de Costos – Año 2014

PROYECCION DE COSTOS - AÑO 2014 – MENSUAL							
Periodo	PRESENTACION DEL PRODUCTO			COSTOS			Costos Mensuales de las 3 presentaciones
	25% Envase 250 ml	25% Envase 1 lt	Carretilla 20 lts	250 cm ³ 0,18	1 lt 0,43	Carretilla 0,51	
Enero	19.402	5.936	10.400	3.567,39	2.525,29	5.252,26	11.344,95
Febrero	19.402	5.936	10.400	3.567,39	2.525,29	5.252,26	11.344,95
Marzo	19.402	5.936	10.400	3.567,39	2.525,29	5.252,26	11.344,95
Abril	17.786	5.441	10.400	3.270,11	2.314,85	5.252,26	10.837,22
Mayo	17.786	5.441	10.400	3.270,11	2.314,85	5.252,26	10.837,22
Junio	17.786	5.441	10.400	3.270,11	2.314,85	5.252,26	10.837,22
Julio	16.169	4.946	10.400	2.972,83	2.104,41	5.252,26	10.329,50
Agosto	16.169	4.946	10.400	2.972,83	2.104,41	5.252,26	10.329,50
Septiembre	16.169	4.946	10.400	2.972,83	2.104,41	5.252,26	10.329,50
Octubre	14.552	4.452	10.400	2.675,54	1.893,97	5.252,26	9.821,77
Noviembre	14.552	4.452	10.400	2.675,54	1.893,97	5.252,26	9.821,77
Diciembre	14.552	4.452	10.400	2.675,54	1.893,97	5.252,26	9.821,77
TOTAL	203.725	62.323	124.800	37.457,61	26.515,59	63.027,12	127.000,32

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

En el año 2015 la Proyección de Costos se proyectara a un 5% de aumento en la producción de cada año y lo mismo ocurrirá en los años proyectados del 2016 al 2018.

Ver Anexo # 8 - Proyecciones de Costos Año 2015 al 2018

4.3 Proyección de Ingresos

Las proyecciones de ingresos que se mostrara a continuación son las cantidades que la empresa desea generar durante el año proyectado y los siguientes años. Se realizó Proyecciones de Ventas de 5 años con un aumento en cada año del 5% al igual que en las Proyecciones de Costos, estas proyecciones de ingresos ayudara a mantener a la empresa estable pudiendo operar normalmente con sus actividades.

Tabla # 43 – Proyección de Ingresos Año 2014

PROYECCIONES DE INGRESOS - AÑO 2014							
Periodo	Presentación del Producto			PVP			Costos Mensuales de las 3 presentaciones
	25% Envase 250cm ³	25% Envase 1 lt	Carretilla 20 lts	250 cm ³ 0,70	1 lt 1,30	Carretilla 1,10	
Enero	19.402	5.936	10.400	13.581,67	7.716,18	11.440,00	32.737,85
Febrero	19.402	5.936	10.400	13.581,67	7.716,18	11.440,00	32.737,85
Marzo	19.402	5.936	10.400	13.581,67	7.716,18	11.440,00	32.737,85
Abril	17.786	5.441	10.400	12.449,86	7.073,17	11.440,00	30.963,03
Mayo	17.786	5.441	10.400	12.449,86	7.073,17	11.440,00	30.963,03
Junio	17.786	5.441	10.400	12.449,86	7.073,17	11.440,00	30.963,03
Julio	16.169	4.946	10.400	11.318,06	6.430,15	11.440,00	29.188,21
Agosto	16.169	4.946	10.400	11.318,06	6.430,15	11.440,00	29.188,21
Septiembre	16.169	4.946	10.400	11.318,06	6.430,15	11.440,00	29.188,21
Octubre	14.552	4.452	10.400	10.186,25	5.787,14	11.440,00	27.413,39
Noviembre	14.552	4.452	10.400	10.186,25	5.787,14	11.440,00	27.413,39
Diciembre	14.552	4.452	10.400	10.186,25	5.787,14	11.440,00	27.413,39
TOTAL	203.725	62.323	124.800	142.607,50	81.019,90	137.280,00	360.907,40

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

Ver Anexo # 9 – Proyecciones de Ingresos Año 2015 al 2018

Tabla # 44 – Resumen de Proyección de Ingresos Año 2014 al 2018

DETALLE	AÑOS					TOTAL 2014-2018
	2014	2015	2016	2017	2018	
Venta - Envase 250 cm ³	142.607,50	155.502,78	169.564,12	184.896,96	201.616,27	854.187,63
Venta - Envase 1 lt	81.019,90	88.346,12	96.334,82	105.045,90	114.544,67	485.291,42
Montacargas con Tanque Térmico	137.280,00	142.565,28	148.054,04	153.754,12	159.673,66	741.327,10
TOTAL INGRESOS	360.907,40	386.414,19	413.952,99	443.696,98	475.834,60	2.080.806,16

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

4.4 Flujo de Caja

El Flujo de Caja es la parte fundamental de los Estados Financieros ya que se puede determinar la liquidez que tiene la empresa.

El Flujo de Caja son las entradas y salidas de dinero que tiene u obtendrá la empresa en un periodo determinado, este flujo servirá para determinar la liquidez de la compañía. En si el Flujo de Caja nos proporciona información de los ingresos y egresos que obtendrá la empresa

A continuación el Flujo de Caja Consolidado Proyectado en donde se detallara los Ingresos Operacionales que será la Recuperación de Cartera de los Ingresos Proyectados en cada año, también detalla los Egresos Operacionales la cual se registrara los Pagos a los Proveedores, Pagos de Nomina de Sueldos, Publicidad, Depreciación y Gastos de Administración; la diferencia de los Ingresos y Egresos Operacionales se determinara el Flujo Operacional. En el Flujo de Caja también detallara los Ingresos No Operacionales que son las Depreciaciones de los Activos Fijos y Egresos No Operacionales en el que se registrara los pagos de los Intereses del Préstamo, Pagos del Capital, Impuestos, Utilidades y Beneficios Sociales; y la diferencia de Ingresos y Egresos No Operacionales nos dará como resultado el Flujo No Operacional. Para determinar el Flujo Neto Generado se obtendrá de la diferencia del Flujo Operacional, una vez determinado el Flujo Neto, finalmente se determinara el VAN y TIR y así se evalúa si la empresa es capaz de generar flujos positivos o no dentro del periodo determinado.

Tabla # 45 – Flujo de Caja Consolidado Año 2014 – 2018

		FLUJO DE CAJA PROYECTADO AÑO 2014 - 2018					
			AÑOS				
Tasa	DESCRIPCION	0	1	2	3	4	5
0,15			2014	2015	2016	2017	2018
	Ingresos Operacionales						
	Recuperacion de Ventas		\$ 278.667,24	\$ 380.759,69	\$ 407.855,79	\$ 437.119,69	\$ 468.736,55
	Total		\$ 278.667,24	\$ 380.759,69	\$ 407.855,79	\$ 437.119,69	\$ 468.736,55
	Egresos Operacionales						
	Pago a Proveedores		\$ 127.000,32	\$ 135.211,64	\$ 144.039,48	\$ 153.534,72	\$ 163.752,67
	Mano de Obra Directa		\$ 57.120,00	\$ 59.319,12	\$ 61.602,91	\$ 63.974,62	\$ 66.437,64
	Mano de Obra Indirecta		\$ 29.880,00	\$ 31.030,38	\$ 32.225,05	\$ 33.465,71	\$ 34.754,14
	Gastos de Ventas		\$ 6.600,00	\$ 6.854,10	\$ 7.117,98	\$ 7.392,03	\$ 7.676,62
	Depreciacion		\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17
	Gastos de Administracion		\$ 3.960,00	\$ 4.112,46	\$ 4.270,79	\$ 4.435,22	\$ 4.605,97
	Total de Inversion	\$ 176.710,00					
	Total	\$ 176.710,00	\$ 237.938,49	\$ 249.905,87	\$ 262.634,37	\$ 276.180,46	\$ 290.605,22
	Flujo Operacional		\$ 40.728,75	\$ 130.853,81	\$ 145.221,42	\$ 160.939,24	\$ 178.131,34
	Ingresos No Operacionales						
	Prestamo	\$ 69.500,00					
	Depreciacion		\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17
	Total	\$ 69.500,00	\$ 13.378,17				
	Egresos No Operacionales						
	Intereses		\$ 24.349,69	\$ 21.781,32	\$ 18.062,95	\$ 12.761,44	\$ 5.202,76
	Pagos del Capital		\$ 5.249,30	\$ 8.733,47	\$ 12.451,84	\$ 17.753,35	\$ 25.312,03
	Pagos de Impuestos		\$ 0,00	\$ 13.591,60	\$ 14.511,56	\$ 17.075,25	\$ 19.890,67
	Participacion de Utilidades		\$ 0,00	\$ 10.902,36	\$ 11.640,29	\$ 13.696,72	\$ 15.955,08
	Beneficios Sociales		\$ 20.687,54	\$ 28.391,59	\$ 29.492,34	\$ 30.634,51	\$ 31.819,68
	Total		\$ 50.286,54	\$ 83.400,34	\$ 86.158,98	\$ 91.921,27	\$ 98.180,23
	Flujo No Operacional		(\$ 36.908,37)	(\$ 70.022,17)	(\$ 72.780,82)	(\$ 78.543,10)	(\$ 84.802,07)
	Inversion de Accionistas	(\$ 107.210,00)					
	Flujo Neto Generado	(\$ 107.210,00)	\$ 3.820,38	\$ 60.831,64	\$ 72.440,60	\$ 82.396,14	\$ 93.329,27
						VAN	\$ 72.392,88
						TIR	36,56%
	Saldo Inicial de Caja	\$ 69.500,00					
	Flujo Caja Acumulado	\$ 73.320,38	\$ 134.152,03	\$ 206.592,63	\$ 288.988,76	\$ 382.318,04	

Nota: Valor del Año Cero lo podrá visualizar en el Balance Inicial

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

El Flujo de Caja proyectado a los 5 años nos dio como resultado de un VAN de \$72.392,88 y una TIR del 36,56%, la tasa de descuento para el cálculo del VAN es del 15% de descuento.

El VAN se calcula restando la inversión inicial con los flujos de cada año y cuando un VAN es mayor a cero significa que se está recuperando la inversión inicial, y si el TIR es un valor alto y positivo nos está indicando que el proyecto es rentable.

Nota: La recuperación de este proyecto es de 2 años, 8 meses y 10 días de su inversión inicial, a continuación detalle de la recuperación de la inversión:

Año 2014	Ene - Dic	\$ 3.820,38	} \$ 107.210,00
Año 2015	Ene - Dic	\$ 60.831,64	
Año 2016	8 meses y 10 días	\$ 42.557,98	
	Enero	\$ 3.151,30	
	Febrero	\$ 3.151,30	
	Marzo	\$ 2.676,30	
	Abril	(\$ 14.033,53)	
	Mayo	\$ 12.118,33	
	Junio	\$ 12.118,33	
	Julio	\$ 10.611,71	
	Agosto	\$ 10.611,71	
	Septiembre - 10 días	\$ 2.152,52	

Fuente: Flujo de Caja

Elaboración: Autora

Ver Anexo # 10 – Flujo de Caja Mensual del Año 2014 al 2018

4.5 Estado de Resultados o Estado de Pérdidas y Ganancias

El Estado de Resultados tiene otro nombre también llamado Estado de Pérdidas y Ganancias, este Estado de Resultados muestra los ingresos y egresos que obtiene la compañía que al final da como un resultado una Utilidad o Pérdida dependiendo como le haya ido a la empresa durante el año en sus actividades.

En el Estado de Resultado que presenta la empresa nos muestra la Utilidad que va obteniendo cada año, en el año 2014 en el que inicia sus actividades la empresa llega a obtener una utilidad de \$72.682,37 esta utilidad es antes de participación de trabajadores e impuestos, esta utilidad se debe clasificar en beneficiar el 15% de Participación de Trabajadores y el 22% que se debe pagar de Impuesto a la Renta, después de haber repartido esta utilidad tanto a trabajadores como al SRI la empresa queda con una Utilidad Neta de \$48.188,41 lo cual queda para el siguiente año y así sucede en los siguientes años.

A continuación detallo Estado de Resultados de la empresa Ecuamorocho del Año 2014 al 2018 proyectado:

Tabla # 46 – Estado de Resultado Proyectado

ESTADO DE RESULTADO AÑO 2014 - 2018

DESCRIPCION	AÑOS				
	1 2014	2 2015	3 2016	4 2017	5 2018
Ingresos Operacionales					
Ventas	360.907,40	386.414,19	413.952,99	443.696,98	475.834,60
Costo de Ventas	127.000,32	135.211,64	144.039,48	153.534,72	163.752,67
Total	233.907,08	251.202,54	269.913,51	290.162,27	312.081,92
Egresos Operacionales					
Mano de Obra Directa	57.120,00	59.319,12	61.602,91	63.974,62	66.437,64
Mano de Obra Indirecta	29.880,00	31.030,38	32.225,05	33.465,71	34.754,14
Beneficios Sociales	20.687,54	28.391,59	29.492,34	30.634,51	31.819,68
Gastos de Ventas	6.600,00	6.854,10	7.117,98	7.392,03	7.676,62
Depreciacion	13.378,17	13.378,17	13.378,17	13.378,17	13.378,17
Gastos de Administracion	3.960,00	4.112,46	4.270,79	4.435,22	4.605,97
Total	131.625,71	143.085,81	148.087,23	153.280,25	158.672,23
Flujo Operacional	102.281,37	108.116,73	121.826,28	136.882,02	153.409,70
Egresos No Operacionales					
Intereses	24.349,69	21.781,32	18.062,95	12.761,44	5.202,76
Pagos del Capital	5.249,30	8.733,47	12.451,84	17.753,35	25.312,03
Total	29.598,99	30.514,79	30.514,79	30.514,79	30.514,79
Flujo No Operacional	(29.598,99)	(30.514,79)	(30.514,79)	(30.514,79)	(30.514,79)
Utilidad antes de Participacion	72.682,37	77.601,93	91.311,48	106.367,23	122.894,90
Participacion de Trabajadores (15%)	10.902,36	11.640,29	13.696,72	15.955,08	18.434,24
Utilidad antes de Impuestos	61.780,02	65.961,64	77.614,76	90.412,14	104.460,67
Impuesto s la Renta (22%)	13.591,60	14.511,56	17.075,25	19.890,67	22.981,35
Utilidad Neta del Ejercicio	48.188,41	51.450,08	60.539,51	70.521,47	81.479,32

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

4.6 Estado de Situación Inicial

El Balance de Situación Inicial es otro informe financiero que se realiza cuando la empresa empieza sus actividades y se realiza este Estado para reflejar los Activos, Pasivos u Obligaciones y Patrimonio que obtiene la empresa.

Tabla # 47 – Balance General Inicial

ESTADO DE SITUACION INICIAL		AL 01 DE ENERO DEL 2014	
ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Caja y Bancos	\$ 69.500,00	<u>Cuentas y Documentos por Pagar</u>	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 69.500,00	Proveedores	\$ 0,00
		Obligaciones Bancarias	\$ 0,00
ACTIVO FIJO		TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 0,00
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPOS			
<u>Maquinarias y Equipos</u>		PASIVO NO CORRIENTE	
Maquinaria Receptor de Leche	\$ 10.000,00	<u>Deudas a Largo Plazo</u>	
Maquinaria Clarificador	\$ 6.000,00	Otras Deudas a Largo Plazo	\$ 69.500,00
Maquinaria Pasteurizador	\$ 20.000,00	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ 0,00
Maquinaria Homogeneizador	\$ 16.000,00		\$ 69.500,00
Maquinaria Mezclador	\$ 10.000,00		
Maquinaria Envado y Etiquetado	\$ 15.000,00	TOTAL PASIVOS	\$ 69.500,00
Montacargas manuales con Taque Termico	\$ 3.000,00		
Maquinaria de Enfriamiento	\$ 5.000,00	PATRIMONIO	
<i>Total Maquinarias y Equipos</i>	<i>\$ 85.000,00</i>	Capital Social	\$ 107.210,00
<u>Muebles y Enseres</u>		Reserva Legal	\$ 0,00
Escritorios	\$ 1.250,00	Utilidad Neta	\$ 0,00
Sillas giratorias	\$ 600,00	TOTAL PATRIMONIO	\$ 107.210,00
Sillas de espera	\$ 100,00		
Varios de Oficina	\$ 300,00		
<i>Total Muebles y Enseres</i>	<i>\$ 2.250,00</i>		
<u>Equipos de Computacion</u>			
Computadoras	\$ 4.250,00		
Impresoras	\$ 360,00		
UPS	\$ 350,00		
<i>Total Equipos de Computacion</i>	<i>\$ 4.960,00</i>		
<u>Vehiculo</u>			
Camioneta	\$ 15.000,00		
<i>Total Vehiculo</i>	<i>\$ 15.000,00</i>		
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 107.210,00		
TOTAL ACTIVOS	\$ 176.710,00	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 176.710,00

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

Ver Anexo # 11 – Balance General Projectado del Año 2015 al 2018

4.7 VAN y TIR

El VAN y TIR son indicadores de la rentabilidad de un proyecto, al calcular ambos indicadores y dan como resultado un VAN positivo o mayor que cero y una TIR alta nos está indicando que el proyecto es muy rentable y que una vez obtenido ambos indicadores se llega a tomar la decisión de aceptar o rechazar el proyecto de inversión, en este caso la Empresa Ecuamorocho al realizar los análisis y estudios necesarios se llegó a la conclusión de que el proyecto es rentable.

Tabla # 48 – VAN y TIR

Flujo Neto Generado (\$ 107.210,00) \$ 3.820,38 \$ 60.831,64 \$ 72.440,60 \$ 82.396,14 \$ 93.329,27

VAN	\$ 72.392,88
TIR	36,56%

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

4.8 Balance General

A diferencia del Estado de Situación Inicial que se realiza al inicio de sus actividades, el Balance General Final se lo realiza cada término de año en donde se demuestra el estado real de la empresa en que se encuentra, demuestra sus Activos lo que posee la empresa, sus Pasivos que son sus deudas u Obligaciones y el Patrimonio que es la diferencia del Activo con el Pasivo que queda para la empresa y el beneficio de los trabajadores.

Tabla # 49 – Balance General

BALANCE GENERAL PROYECTADO 2014

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014

ACTIVO	PASIVO
ACTIVO CORRIENTE	PASIVO CORRIENTE
Caja y Bancos	<i>Cuentas y Documentos por Pagar</i>
Cuentas y Documentos por Cobrar	Proveedores
Inventario en Procesos	Obligaciones Bancarias
Pagos Anticipados	TOTAL PASIVO CORRIENTE
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 0,00
ACTIVO FIJO	PASIVOS ACUMULADOS POR PAGAR
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPOS	Beneficios Sociales
<i>Maquinarias y Equipos</i>	Provisiones Varias
Maquinaria Receptor de Leche	Retenciones por Pagar
Maquinaria Clarificador	Impuesto a la Renta
Maquinaria Pasteurizador	Utilidad de Trabajadores
Maquinaria Homogeneizador	TOTAL PASIVOS ACUMULADOS POR PAGAR
Maquinaria Mezclador	\$ 31.234,10
Maquinaria Envado y Etiquetado	
Montacargas manuales con Taque Terminado	OTRAS CUENTAS POR PAGAR
Maquinaria de Enfriamiento	Sueldo Por Pagar
<i>Total Maquinarias y Equipos</i>	TOTAL OTRAS CUENTAS POR PAGAR
<i>Muebles y Enseres</i>	\$ 0,00
Escritorios	
Sillas giratorias	PASIVO NO CORRIENTE
Sillas de espera	<i>Deudas a Largo Plazo</i>
Varios de Oficina	Institucion Financiera
<i>Total Muebles y Enseres</i>	Otras Deudas a Largo Plazo
<i>Equipos de Computacion</i>	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE
Computadoras	\$ 64.250,70
Impresoras	
UPS	TOTAL PASIVOS
<i>Total Equipos de Computacion</i>	\$ 95.484,79
<i>Vehiculo</i>	
Camioneta	PATRIMONIO
<i>Total Vehiculo</i>	Capital Social
	Reserva Legal
(-) Depreciaciones de Activos Fijos	Utilidad Neta
(-) Total de Depreciaciones de Activos Fijos	TOTAL PATRIMONIO
	\$ 166.119,41
TOTAL ACTIVO FIJO	
\$ 93.831,83	
Activo Diferido	
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	
\$ 0,00	
Otros Activos	
TOTAL OTROS ACTIVO	
\$ 0,00	
TOTAL ACTIVOS	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO
\$ 261.604,21	\$ 261.604,21

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

4.9 Análisis de Sensibilidad

En el Análisis de Sensibilidad que se detallara a continuación será un aumento de costos en los insumos pero en la materia prima que más afecte para la producción y en este caso será la leche, tanto la leche de polvo como la leche de vaca. En el primer escenario se le aumentara un 5% a este insumo en cada año lo cual se obtiene como resultado una TIR y VAN positiva, lo cual nos indica que la empresa está dispuesta a soportar este aumento en este insumo.

Tabla # 50 – Análisis de Sensibilidad – Aumento del 5% en Insumo

		FLUJO DE CAJA PROYECTADO AÑO 2014 - 2018						
Aumento AS	5%		AÑOS					
Tasa	0,15	DESCRIPCION	0	1	2	3	4	5
				2014	2015	2016	2017	2018
		Ingresos Operacionales						
		Recuperacion de Ventas		\$ 278.667,24	\$ 380.759,69	\$ 407.855,79	\$ 437.119,69	\$ 468.736,55
		Total		\$ 278.667,24	\$ 380.759,69	\$ 407.855,79	\$ 437.119,69	\$ 468.736,55
		Egresos Operacionales						
		Pago a Proveedores		\$ 129.144,86	\$ 135.602,11	\$ 142.382,21	\$ 149.501,32	\$ 156.976,39
		Mano de Obra Directa		\$ 57.120,00	\$ 59.319,12	\$ 61.602,91	\$ 63.974,62	\$ 66.437,64
		Mano de Obra Indirecta		\$ 29.880,00	\$ 31.030,38	\$ 32.225,05	\$ 33.465,71	\$ 34.754,14
		Gastos de Ventas		\$ 6.600,00	\$ 6.854,10	\$ 7.117,98	\$ 7.392,03	\$ 7.676,62
		Depreciacion		\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17
		Gastos de Administracion		\$ 3.960,00	\$ 4.112,46	\$ 4.270,79	\$ 4.435,22	\$ 4.605,97
		Total de Inversion	\$ 176.710,00					
		Total	\$ 176.710,00	\$ 240.083,03	\$ 250.296,34	\$ 260.977,11	\$ 272.147,06	\$ 283.828,93
		Flujo Operacional		\$ 38.584,21	\$ 130.463,35	\$ 146.878,68	\$ 164.972,63	\$ 184.907,62
		Ingresos No Operacionales						
		Prestamo	\$ 69.500,00					
		Depreciacion		\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17
		Total	\$ 69.500,00	\$ 13.378,17				
		Egresos No Operacionales						
		Intereses		\$ 24.349,69	\$ 21.781,32	\$ 18.062,95	\$ 12.761,44	\$ 5.202,76
		Pagos del Capital		\$ 5.249,30	\$ 8.733,47	\$ 12.451,84	\$ 17.753,35	\$ 25.312,03
		Pagos de Impuestos		\$ 0,00	\$ 13.591,60	\$ 14.511,56	\$ 17.075,25	\$ 19.890,67
		Participacion de Utilidades		\$ 0,00	\$ 10.902,36	\$ 11.640,29	\$ 13.696,72	\$ 15.955,08
		Beneficios Sociales		\$ 20.687,54	\$ 28.391,59	\$ 29.492,34	\$ 30.634,51	\$ 31.819,68
		Total		\$ 50.286,54	\$ 83.400,34	\$ 86.158,98	\$ 91.921,27	\$ 98.180,23
		Flujo No Operacional		(\$ 36.908,37)	(\$ 70.022,17)	(\$ 72.780,82)	(\$ 78.543,10)	(\$ 84.802,07)
		Inversion de Accionistas	(\$ 107.210,00)					
		Flujo Neto generado	(\$ 107.210,00)	\$ 1.675,84	\$ 60.441,18	\$ 74.097,86	\$ 86.429,53	\$ 100.105,56
							VAN	\$ 76.396,99
							TIR	37,12%

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

Ahora analizaremos otro escenario de un aumento del 7% en el insumo (leche), el cual nos sigue dando una TIR y VAN positiva lo que indica que aun la empresa está dispuesta a soportar este incremento.

Tabla # 51 – Análisis de Sensibilidad – Aumento del 7% en Insumo

		FLUJO DE CAJA PROYECTADO AÑO 2014 - 2018						
Aumento AS	7%		AÑOS					
		DESCRIPCION	0	1	2	3	4	5
Tasa	0,15			2014	2015	2016	2017	2018
		Ingresos Operacionales						
		Recuperacion de Ventas		\$ 278.667,24	\$ 380.759,69	\$ 407.855,79	\$ 437.119,69	\$ 468.736,55
		Total		\$ 278.667,24	\$ 380.759,69	\$ 407.855,79	\$ 437.119,69	\$ 468.736,55
		Egresos Operacionales						
		Pago a Proveedores		\$ 130.002,68	\$ 139.102,87	\$ 148.840,07	\$ 159.258,87	\$ 170.406,99
		Mano de Obra Directa		\$ 57.120,00	\$ 59.319,12	\$ 61.602,91	\$ 63.974,62	\$ 66.437,64
		Mano de Obra Indirecta		\$ 29.880,00	\$ 31.030,38	\$ 32.225,05	\$ 33.465,71	\$ 34.754,14
		Gastos de Ventas		\$ 6.600,00	\$ 6.854,10	\$ 7.117,98	\$ 7.392,03	\$ 7.676,62
		Depreciacion		\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17
		Gastos de Administracion		\$ 3.960,00	\$ 4.112,46	\$ 4.270,79	\$ 4.435,22	\$ 4.605,97
		Total de Inversion	\$ 176.710,00					
		Total	\$ 176.710,00	\$ 240.940,85	\$ 253.797,10	\$ 267.434,97	\$ 281.904,61	\$ 297.259,54
		Flujo Operacional		\$ 37.726,39	\$ 126.962,59	\$ 140.420,82	\$ 155.215,08	\$ 171.477,02
		Ingresos No Operacionales						
		Prestamo	\$ 69.500,00					
		Depreciacion		\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17
		Total	\$ 69.500,00	\$ 13.378,17				
		Egresos No Operacionales						
		Intereses		\$ 24.349,69	\$ 21.781,32	\$ 18.062,95	\$ 12.761,44	\$ 5.202,76
		Pagos del Capital		\$ 5.249,30	\$ 8.733,47	\$ 12.451,84	\$ 17.753,35	\$ 25.312,03
		Pagos de Impuestos		\$ 0,00	\$ 13.591,60	\$ 14.511,56	\$ 17.075,25	\$ 19.890,67
		Participacion de Utilidades		\$ 0,00	\$ 10.902,36	\$ 11.640,29	\$ 13.696,72	\$ 15.955,08
		Beneficios Sociales		\$ 20.687,54	\$ 28.391,59	\$ 29.492,34	\$ 30.634,51	\$ 31.819,68
		Total		\$ 50.286,54	\$ 83.400,34	\$ 86.158,98	\$ 91.921,27	\$ 98.180,23
		Flujo No Operacional		(\$ 36.908,37)	(\$ 70.022,17)	(\$ 72.780,82)	(\$ 78.543,10)	(\$ 84.802,07)
		Inversion de Accionistas	(\$ 107.210,00)					
		Flujo Neto generado	(\$ 107.210,00)	\$ 818,03	\$ 56.940,42	\$ 67.640,01	\$ 76.671,98	\$ 86.674,95
							VAN	\$ 59.096,60
							TIR	32,88%

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

En el siguiente detalle se incrementara el 9% el cual nos da como resultado de un VAN de \$41.066,02 y una TIR del 29,09% aun la empresa soportaría un aumento de este al insumo ya que indica un VAN positivo y rentable para la empresa, pero en el primer año se observa un problema de liquidez mínimo que afectaría en ese año.

Tabla # 52 – Análisis de Sensibilidad – Aumento del 9% en Insumo

		FLUJO DE CAJA PROYECTADO AÑO 2014 - 2018					
Aumento AS	9%	AÑOS					
		0	1	2	3	4	5
Tasa	0,15	DESCRIPCION	2014	2015	2016	2017	2018
		Ingresos Operacionales					
		Recuperacion de Ventas	\$ 278.667,24	\$ 380.759,69	\$ 407.855,79	\$ 437.119,69	\$ 468.736,55
		Total	\$ 278.667,24	\$ 380.759,69	\$ 407.855,79	\$ 437.119,69	\$ 468.736,55
		Egresos Operacionales					
		Pago a Proveedores	\$ 130.860,50	\$ 142.637,94	\$ 155.475,36	\$ 169.468,14	\$ 184.720,27
		Mano de Obra Directa	\$ 57.120,00	\$ 59.319,12	\$ 61.602,91	\$ 63.974,62	\$ 66.437,64
		Mano de Obra Indirecta	\$ 29.880,00	\$ 31.030,38	\$ 32.225,05	\$ 33.465,71	\$ 34.754,14
		Gastos de Ventas	\$ 6.600,00	\$ 6.854,10	\$ 7.117,98	\$ 7.392,03	\$ 7.676,62
		Depreciacion	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17
		Gastos de Administracion	\$ 3.960,00	\$ 4.112,46	\$ 4.270,79	\$ 4.435,22	\$ 4.605,97
		Total de Inversion	\$ 176.710,00				
		Total	\$ 176.710,00	\$ 241.798,66	\$ 257.332,17	\$ 274.070,25	\$ 292.113,88
		Flujo Operacional	\$ 36.868,58	\$ 123.427,52	\$ 133.785,54	\$ 145.005,82	\$ 157.163,74
		Ingresos No Operacionales					
		Prestamo	\$ 69.500,00				
		Depreciacion	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17
		Total	\$ 69.500,00	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17
		Egresos No Operacionales					
		Intereses	\$ 24.349,69	\$ 21.781,32	\$ 18.062,95	\$ 12.761,44	\$ 5.202,76
		Pagos del Capital	\$ 5.249,30	\$ 8.733,47	\$ 12.451,84	\$ 17.753,35	\$ 25.312,03
		Pagos de Impuestos	\$ 0,00	\$ 13.591,60	\$ 14.511,56	\$ 17.075,25	\$ 19.890,67
		Participacion de Utilidades	\$ 0,00	\$ 10.902,36	\$ 11.640,29	\$ 13.696,72	\$ 15.955,08
		Beneficios Sociales	\$ 20.687,54	\$ 28.391,59	\$ 29.492,34	\$ 30.634,51	\$ 31.819,68
		Total	\$ 50.286,54	\$ 83.400,34	\$ 86.158,98	\$ 91.921,27	\$ 98.180,23
		Flujo No Operacional	(\$ 36.908,37)	(\$ 70.022,17)	(\$ 72.780,82)	(\$ 78.543,10)	(\$ 84.802,07)
		Inversion de Accionistas	(\$ 107.210,00)				
		Flujo Neto generado	(\$ 107.210,00)	(\$ 39,79)	\$ 53.405,35	\$ 61.004,72	\$ 66.462,71
							\$ 72.361,68
						VAN	\$ 41.066,02
						TIR	28,09%

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

Como observamos en el escenario anterior del aumento del 9% nos dio un resultado positivo y solo hasta un 13% la empresa obtiene una TIR rentable, en este otro escenario podemos observar un incremento del 14% da como resultado un VAN negativo de **-\$7.374,06** y por lo consiguiente la TIR da un resultado del 12,13% lo que indica que la empresa no estaría dispuesta a recibir un aumento de esta naturaleza ya que llega a un límite máximo de sus gastos y con este aumento la empresa bajaría su rendimiento, el VAN es negativo lo que significa que no recupera su inversión inicial, pero aun así se obtiene una TIR positiva.

Tabla # 53 – Análisis de Sensibilidad – Aumento del 14% en Insumo

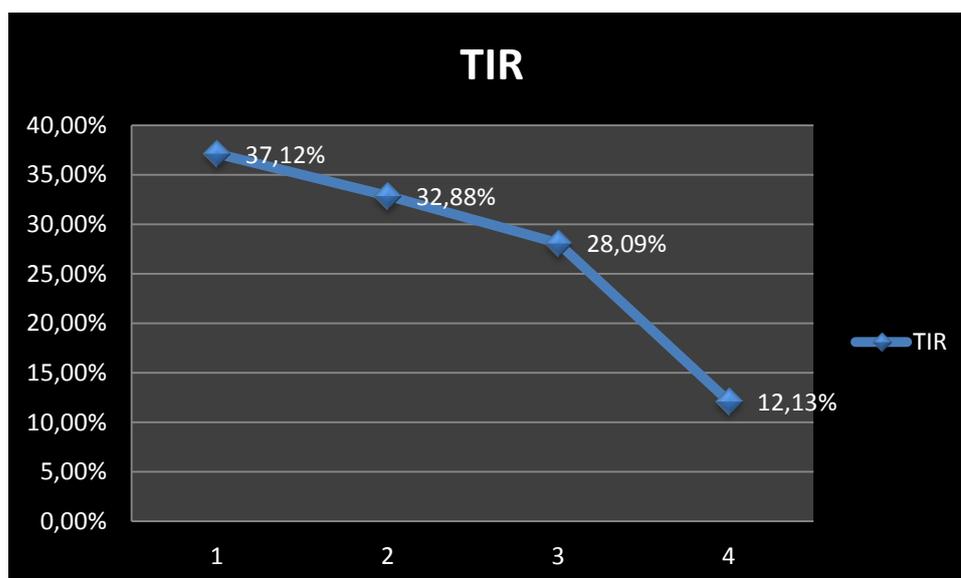
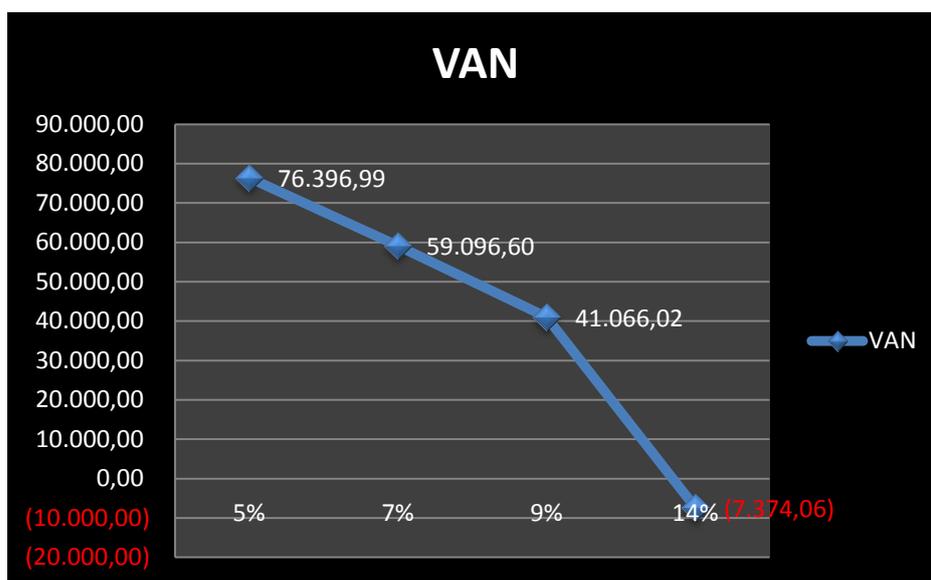
		FLUJO DE CAJA PROYECTADO AÑO 2014 - 2018					
Aumento AS	14%	AÑOS					
		0	1	2	3	4	5
Tasa	0,15	DESCRIPCION	2014	2015	2016	2017	2018
		Ingresos Operacionales					
		Recuperacion de Ventas	\$ 278.667,24	\$ 380.759,69	\$ 407.855,79	\$ 437.119,69	\$ 468.736,55
		Total	\$ 278.667,24	\$ 380.759,69	\$ 407.855,79	\$ 437.119,69	\$ 468.736,55
		Egresos Operacionales					
		Pago a Proveedores	\$ 133.005,04	\$ 151.625,74	\$ 172.853,35	\$ 197.052,81	\$ 224.640,21
		Mano de Obra Directa	\$ 57.120,00	\$ 59.319,12	\$ 61.602,91	\$ 63.974,62	\$ 66.437,64
		Mano de Obra Indirecta	\$ 29.880,00	\$ 31.030,38	\$ 32.225,05	\$ 33.465,71	\$ 34.754,14
		Gastos de Ventas	\$ 6.600,00	\$ 6.854,10	\$ 7.117,98	\$ 7.392,03	\$ 7.676,62
		Depreciacion	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17
		Gastos de Administracion	\$ 3.960,00	\$ 4.112,46	\$ 4.270,79	\$ 4.435,22	\$ 4.605,97
		Total de Inversion	\$ 176.710,00				
		Total	\$ 176.710,00	\$ 243.943,21	\$ 266.319,97	\$ 291.448,24	\$ 319.698,56
		Flujo Operacional	\$ 34.724,04	\$ 114.439,72	\$ 116.407,55	\$ 117.421,14	\$ 117.243,80
		Ingresos No Operacionales					
		Prestamo	\$ 69.500,00				
		Depreciacion	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17
		Total	\$ 69.500,00	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17
		Egresos No Operacionales					
		Intereses	\$ 24.349,69	\$ 21.781,32	\$ 18.062,95	\$ 12.761,44	\$ 5.202,76
		Pagos del Capital	\$ 5.249,30	\$ 8.733,47	\$ 12.451,84	\$ 17.753,35	\$ 25.312,03
		Pagos de Impuestos	\$ 0,00	\$ 13.591,60	\$ 14.511,56	\$ 17.075,25	\$ 19.890,67
		Participacion de Utilidades	\$ 0,00	\$ 10.902,36	\$ 11.640,29	\$ 13.696,72	\$ 15.955,08
		Beneficios Sociales	\$ 20.687,54	\$ 28.391,59	\$ 29.492,34	\$ 30.634,51	\$ 31.819,68
		Total	\$ 50.286,54	\$ 83.400,34	\$ 86.158,98	\$ 91.921,27	\$ 98.180,23
		Flujo No Operacional	(\$ 36.908,37)	(\$ 70.022,17)	(\$ 72.780,82)	(\$ 78.543,10)	(\$ 84.802,07)
		Inversion de Accionistas	(\$ 107.210,00)				
		Flujo Neto generado	(\$ 107.210,00)	(\$ 2.184,33)	\$ 44.417,55	\$ 43.626,73	\$ 38.878,04
							VAN
							(\$ 7.374,06)
							TIR
							12,13%

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

En el siguiente grafico se mostrara los diferentes escenarios del Análisis de Sensibilidad, lo cual demuestra cómo la empresa se ve en buenas condiciones hasta que llega a su punto máximo de no soportar tanto incremento de gastos en la materia prima principal del producto.

Grafico # 24 – Análisis de Sensibilidad en Insumos – VAN y TIR

DETALLE	5%	7%	9%	14%
VAN	76.396,99	59.096,60	41.066,02	(7.374,06)
TIR	37,12%	32,88%	28,09%	12,13%



Fuente: Análisis de Sensibilidad (Flujo de Caja) Elaboración: Autora
 En el siguiente escenario se mostrara un incremento en Sueldos y Beneficios Sociales en el que nos demostrara si la empresa está dispuesta a

resistir este aumento en este rubro de gasto. Este aumento del 5% en este rubro en el primer año se ve afectado con un problema de liquidez lo cual no es beneficioso para la empresa.

Tabla # 54 – Aumento de Sueldos y Beneficios Sociales 5%

		FLUJO DE CAJA PROYECTADO AÑO 2014 - 2018							
Aumento AS	5%		AÑOS						
		DESCRIPCION	0	1	2	3	4	5	
Tasa	0,15			2014	2015	2016	2017	2018	
		Ingresos Operacionales							
		Recuperacion de Ventas		\$ 278.667,24	\$ 380.759,69	\$ 407.855,79	\$ 437.119,69	\$ 468.736,55	
		Total		\$ 278.667,24	\$ 380.759,69	\$ 407.855,79	\$ 437.119,69	\$ 468.736,55	
		Egresos Operacionales							
		Pago a Proveedores		\$ 127.000,32	\$ 135.211,64	\$ 144.039,48	\$ 153.534,72	\$ 163.752,67	
		Mano de Obra Directa		\$ 31.374,00	\$ 32.942,70	\$ 34.589,84	\$ 36.319,33	\$ 38.135,29	
		Mano de Obra Indirecta		\$ 59.976,00	\$ 62.974,80	\$ 66.123,54	\$ 69.429,72	\$ 72.901,20	
		Gastos de Ventas		\$ 6.600,00	\$ 6.854,10	\$ 7.117,98	\$ 7.392,03	\$ 7.676,62	
		Depreciacion		\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	
		Gastos de Administracion		\$ 3.960,00	\$ 4.112,46	\$ 4.270,79	\$ 4.435,22	\$ 4.605,97	
		Total de la Inversion		\$ 176.710,00					
		Total		\$ 176.710,00	\$ 242.288,49	\$ 255.473,87	\$ 269.519,79	\$ 284.489,17	\$ 300.449,93
		Flujo Operacional		\$ 36.378,75	\$ 125.285,81	\$ 138.336,00	\$ 152.630,53	\$ 168.286,63	
		Ingresos No Operacionales							
		Prestamo		\$ 69.500,00					
		Depreciacion		\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	
		Total		\$ 69.500,00	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	
		Egresos No Operacionales							
		Intereses		\$ 24.349,69	\$ 21.781,32	\$ 18.062,95	\$ 12.761,44	\$ 5.202,76	
		Pagos del Capital		\$ 5.249,30	\$ 8.733,47	\$ 12.451,84	\$ 17.753,35	\$ 25.312,03	
		Pagos de Impuestos		\$ 0,00	\$ 13.591,60	\$ 14.511,56	\$ 17.075,25	\$ 19.890,67	
		Participacion de Utilidades		\$ 0,00	\$ 10.902,36	\$ 11.640,29	\$ 13.696,72	\$ 15.955,08	
		Beneficios Sociales		\$ 27.617,78	\$ 28.998,66	\$ 30.448,60	\$ 31.971,03	\$ 33.569,58	
		Total		\$ 57.216,77	\$ 84.007,42	\$ 87.115,24	\$ 93.257,79	\$ 99.930,13	
		Flujo No Operacional		(\$ 43.838,60)	(\$ 70.629,25)	(\$ 73.737,07)	(\$ 79.879,62)	(\$ 86.551,96)	
		Inversion de Accionistas		(\$ 107.210,00)					
		Flujo Neto generado		(\$ 107.210,00)	(\$ 7.459,85)	\$ 54.656,57	\$ 64.598,92	\$ 72.750,90	\$ 81.734,67
							VAN	\$ 45.511,63	
							TIR	28,69%	

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

En este otro escenario de Análisis de Sensibilidad se incrementa al 7% lo que nos da como resultado una VAN y TIR positiva lo que no afecta a la

empresa al aumentar este rubro, a partir del segundo año no se ve afectado con liquidez.

Tabla # 55 – Aumento de Sueldos y Beneficios Sociales 7%

		FLUJO DE CAJA PROYECTADO AÑO 2014 - 2018						
Aumento AS	7%	AÑOS						
		0	1	2	3	4	5	
Tasa	0,15	DESCRIPCION						
			2014	2015	2016	2017	2018	
		Ingresos Operacionales						
			\$ 278.667,24	\$ 380.759,69	\$ 407.855,79	\$ 437.119,69	\$ 468.736,55	
			<u>\$ 278.667,24</u>	<u>\$ 380.759,69</u>	<u>\$ 407.855,79</u>	<u>\$ 437.119,69</u>	<u>\$ 468.736,55</u>	
		Egresos Operacionales						
			\$ 127.000,32	\$ 135.211,64	\$ 144.039,48	\$ 153.534,72	\$ 163.752,67	
			\$ 31.971,60	\$ 34.209,61	\$ 36.604,28	\$ 39.166,58	\$ 41.908,25	
			\$ 61.118,40	\$ 65.396,69	\$ 69.974,46	\$ 74.872,67	\$ 80.113,75	
			\$ 6.600,00	\$ 6.854,10	\$ 7.117,98	\$ 7.392,03	\$ 7.676,62	
			\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	
			\$ 3.960,00	\$ 4.112,46	\$ 4.270,79	\$ 4.435,22	\$ 4.605,97	
			\$ 176.710,00					
			<u>\$ 176.710,00</u>	<u>\$ 244.028,49</u>	<u>\$ 259.162,67</u>	<u>\$ 275.385,16</u>	<u>\$ 292.779,38</u>	<u>\$ 311.435,43</u>
		Flujo Operacional	\$ 34.638,75	\$ 121.597,01	\$ 132.470,63	\$ 144.340,32	\$ 157.301,12	
		Ingresos No Operacionales						
			\$ 69.500,00					
			\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	
			<u>\$ 69.500,00</u>	<u>\$ 13.378,17</u>	<u>\$ 13.378,17</u>	<u>\$ 13.378,17</u>	<u>\$ 13.378,17</u>	
		Egresos No Operacionales						
			\$ 24.349,69	\$ 21.781,32	\$ 18.062,95	\$ 12.761,44	\$ 5.202,76	
			\$ 5.249,30	\$ 8.733,47	\$ 12.451,84	\$ 17.753,35	\$ 25.312,03	
			\$ 0,00	\$ 13.591,60	\$ 14.511,56	\$ 17.075,25	\$ 19.890,67	
			\$ 0,00	\$ 10.902,36	\$ 11.640,29	\$ 13.696,72	\$ 15.955,08	
			\$ 28.046,69	\$ 30.009,95	\$ 32.110,65	\$ 34.358,40	\$ 36.763,48	
			<u>\$ 57.645,68</u>	<u>\$ 85.018,71</u>	<u>\$ 88.777,30</u>	<u>\$ 95.645,16</u>	<u>\$ 103.124,03</u>	
		Flujo No Operacional	(\$ 44.267,51)	(\$ 71.640,54)	(\$ 75.399,13)	(\$ 82.266,99)	(\$ 89.745,86)	
		Inversion de Accionistas	(\$ 107.210,00)					
		Flujo Neto generado	(\$ 107.210,00)	(\$ 9.628,76)	\$ 49.956,48	\$ 57.071,50	\$ 62.073,33	\$ 67.555,26
						VAN	\$ 25.038,61	
						TIR	22,92%	

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

En el escenario siguiente hay un aumento del 9% en el que aun demuestra una TIR aun rentable, pero aún se observa un problema de liquidez en el

primer año, pero a partir del segundo año se recupera el flujo, como podemos observarlo en el siguiente detalle:

Tabla # 56 – Aumento de Sueldos y Beneficios Sociales 9%

		FLUJO DE CAJA PROYECTADO AÑO 2014 - 2018					
Aumento AS	9%	AÑOS					
		0	1	2	3	4	5
Tasa	0,15	DESCRIPCION	2014	2015	2016	2017	2018
		Ingresos Operacionales					
		Recuperacion de Ventas	\$ 278.667,24	\$ 380.759,69	\$ 407.855,79	\$ 437.119,69	\$ 468.736,55
		Total	\$ 278.667,24	\$ 380.759,69	\$ 407.855,79	\$ 437.119,69	\$ 468.736,55
		Egresos Operacionales					
		Pago a Proveedores	\$ 127.000,32	\$ 135.211,64	\$ 144.039,48	\$ 153.534,72	\$ 163.752,67
		Mano de Obra Directa	\$ 32.569,20	\$ 35.500,43	\$ 38.695,47	\$ 42.178,06	\$ 45.974,08
		Mano de Obra Indirecta	\$ 62.260,80	\$ 67.864,27	\$ 73.972,06	\$ 80.629,54	\$ 87.886,20
		Gastos de Ventas	\$ 6.600,00	\$ 6.854,10	\$ 7.117,98	\$ 7.392,03	\$ 7.676,62
		Depreciacion	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17
		Gastos de Administracion	\$ 3.960,00	\$ 4.112,46	\$ 4.270,79	\$ 4.435,22	\$ 4.605,97
		Total de Inversion	\$ 176.710,00				
		Total	\$ 176.710,00	\$ 245.768,49	\$ 262.921,07	\$ 281.473,94	\$ 301.547,72
		Flujo Operacional	\$ 32.898,75	\$ 117.838,61	\$ 126.381,85	\$ 135.571,97	\$ 145.462,84
		Ingresos No Operacionales					
		Prestamo	\$ 69.500,00				
		Depreciacion	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17
		Total	\$ 69.500,00	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17
		Egresos No Operacionales					
		Intereses	\$ 24.349,69	\$ 21.781,32	\$ 18.062,95	\$ 12.761,44	\$ 5.202,76
		Pagos del Capital	\$ 5.249,30	\$ 8.733,47	\$ 12.451,84	\$ 17.753,35	\$ 25.312,03
		Pagos de Impuestos	\$ 0,00	\$ 13.591,60	\$ 14.511,56	\$ 17.075,25	\$ 19.890,67
		Participacion de Utilidades	\$ 0,00	\$ 10.902,36	\$ 11.640,29	\$ 13.696,72	\$ 15.955,08
		Beneficios Sociales	\$ 28.475,60	\$ 31.038,40	\$ 33.831,85	\$ 36.876,72	\$ 40.195,63
		Total	\$ 58.074,59	\$ 86.047,15	\$ 90.498,50	\$ 98.163,49	\$ 106.556,18
		Flujo No Operacional	(\$ 44.696,42)	(\$ 72.668,98)	(\$ 77.120,33)	(\$ 84.785,32)	(\$ 93.178,01)
		Inversion de Accionistas	(\$ 107.210,00)				
		Flujo Neto generado	(\$ 107.210,00)	(\$ 11.797,67)	\$ 45.169,63	\$ 49.261,52	\$ 50.786,65
						VAN	\$ 3.572,50
						TIR	16,21%

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

En este siguiente escenario habrá un aumento del 13% que nos da como resultado un VAN negativo de **-\$10.720,61** y una TIR negativa de **-2,87%** lo

que para la empresa significaría que no sería rentable al incrementar el 14% y solo soportaría hasta un aumento del 12% en este rubro, lo que finalmente la empresa adquiriría una pérdida y problema de liquidez con ese incremento en sueldos y beneficios.

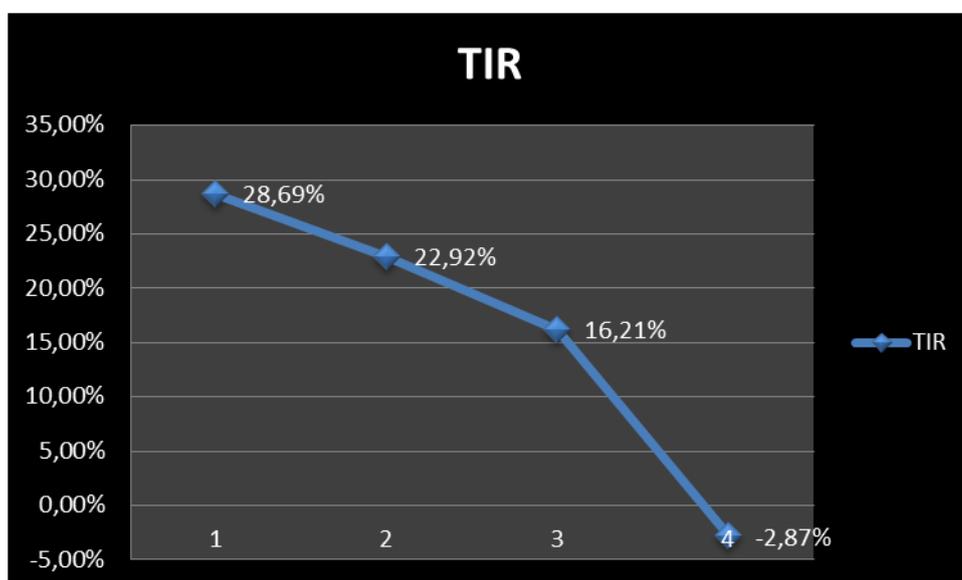
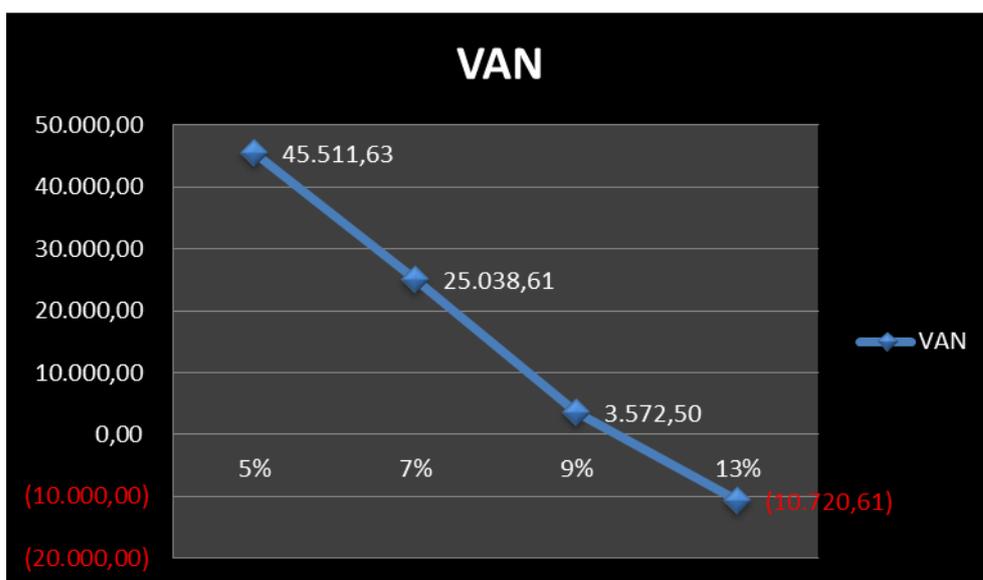
Tabla # 57 – Aumento de Sueldos y Beneficios Sociales 13%

		FLUJO DE CAJA PROYECTADO AÑO 2014 - 2018						
Aumento AS	13%	AÑOS						
		0	1	2	3	4	5	
Tasa	0,15	DESCRIPCION	2014	2015	2016	2017	2018	
		Ingresos Operacionales						
		Recuperacion de Ventas	\$ 278.667,24	\$ 380.759,69	\$ 407.855,79	\$ 437.119,69	\$ 468.736,55	
		Total	\$ 278.667,24	\$ 380.759,69	\$ 407.855,79	\$ 437.119,69	\$ 468.736,55	
		Egresos Operacionales						
		Pago a Proveedores	\$ 127.000,32	\$ 135.211,64	\$ 144.039,48	\$ 153.534,72	\$ 163.752,67	
		Mano de Obra Directa	\$ 33.764,40	\$ 38.153,77	\$ 43.113,76	\$ 48.718,55	\$ 55.051,96	
		Mano de Obra Indirecta	\$ 64.545,60	\$ 72.936,53	\$ 82.418,28	\$ 93.132,65	\$ 105.239,90	
		Gastos de Ventas	\$ 6.600,00	\$ 6.854,10	\$ 7.117,98	\$ 7.392,03	\$ 7.676,62	
		Depreciacion	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	
		Gastos de Administracion	\$ 3.960,00	\$ 4.112,46	\$ 4.270,79	\$ 4.435,22	\$ 4.605,97	
		Total de Inversion	\$ 176.710,00					
		Total	\$ 176.710,00	\$ 249.248,49	\$ 270.646,67	\$ 294.338,46	\$ 320.591,33	\$ 349.705,29
		Flujo Operacional	\$ 29.418,75	\$ 110.113,01	\$ 113.517,33	\$ 116.528,37	\$ 119.031,26	
		Ingresos No Operacionales						
		Prestamo	\$ 69.500,00					
		Depreciacion	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	
		Total	\$ 69.500,00	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	
		Egresos No Operacionales						
		Intereses	\$ 24.349,69	\$ 21.781,32	\$ 18.062,95	\$ 12.761,44	\$ 5.202,76	
		Pagos del Capital	\$ 5.249,30	\$ 8.733,47	\$ 12.451,84	\$ 17.753,35	\$ 25.312,03	
		Pagos de Impuestos	\$ 0,00	\$ 13.591,60	\$ 14.511,56	\$ 17.075,25	\$ 19.890,67	
		Participacion de Utilidades	\$ 0,00	\$ 10.902,36	\$ 11.640,29	\$ 13.696,72	\$ 15.955,08	
		Beneficios Sociales	\$ 29.333,42	\$ 33.146,76	\$ 37.455,84	\$ 42.325,10	\$ 47.827,36	
		Total	\$ 58.932,41	\$ 88.155,51	\$ 94.122,48	\$ 103.611,86	\$ 114.187,91	
		Flujo No Operacional	(\$ 45.554,24)	(\$ 74.777,34)	(\$ 80.744,32)	(\$ 90.233,69)	(\$ 100.809,74)	
		Inversion de Accionistas	(\$ 107.210,00)					
		Flujo Neto generado	(\$ 107.210,00)	(\$ 16.135,49)	\$ 35.335,67	\$ 32.773,02	\$ 26.294,67	\$ 18.221,52
						VAN	(\$ 10.720,61)	
						TIR	-2,87%	

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

Grafico # 25 – Análisis de Sensibilidad en Aumento de Sueldos – VAN y TIR

DETALLE	5%	7%	9%	13%
VAN	45.511,63	25.038,61	3.572,50	(10.720,61)
TIR	28,69%	22,92%	16,21%	-2,87%



Fuente: Análisis de Sensibilidad (Flujo de Caja)
Elaboración: Autora

Por ultimo tenemos un escenario combinado entre el Insumo principal del producto (leche) y Sueldos más Beneficios Sociales donde nos indica que la empresa solo estará dispuesta a soportar hasta un 11% de incremento en estos rubros, pasado de este incremento la empresa empezara a mostrar problemas de liquidez.

**Tabla # 58 – Aumento de Insumos y Sueldos más Beneficios Sociales
11%**

		FLUJO DE CAJA PROYECTADO AÑO 2014 - 2018					
Aumento AS	11%	AÑOS					
		0	1	2	3	4	5
Tasa	0,15	DESCRIPCION	2014	2015	2016	2017	2018
		Ingresos Operacionales					
		Recuperacion de Ventas	\$ 278.667,24	\$ 380.759,69	\$ 407.855,79	\$ 437.119,69	\$ 468.736,55
		Total	\$ 278.667,24	\$ 380.759,69	\$ 407.855,79	\$ 437.119,69	\$ 468.736,55
		Egresos Operacionales					
		Pago a Proveedores	\$ 129.144,86	\$ 143.350,80	\$ 159.119,39	\$ 176.622,52	\$ 196.051,00
		Mano de Obra Directa	\$ 57.120,00	\$ 63.403,20	\$ 70.377,55	\$ 78.119,08	\$ 86.712,18
		Mano de Obra Indirecta	\$ 29.880,00	\$ 33.166,80	\$ 36.815,15	\$ 40.864,81	\$ 45.359,94
		Gastos de Ventas	\$ 6.600,00	\$ 6.854,10	\$ 7.117,98	\$ 7.392,03	\$ 7.676,62
		Depreciacion	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17
		Gastos de Administracion	\$ 3.960,00	\$ 4.112,46	\$ 4.270,79	\$ 4.435,22	\$ 4.605,97
		Total de la Inversion	\$ 176.710,00				
		Total	\$ 176.710,00	\$ 240.083,03	\$ 264.265,53	\$ 291.079,03	\$ 320.811,83
		Flujo Operacional	\$ 38.584,21	\$ 116.494,16	\$ 116.776,76	\$ 116.307,87	\$ 114.952,67
		Ingresos No Operacionales					
		Prestamo	\$ 69.500,00				
		Depreciacion	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17
		Total	\$ 69.500,00	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17	\$ 13.378,17
		Egresos No Operacionales					
		Intereses	\$ 24.349,69	\$ 21.781,32	\$ 18.062,95	\$ 12.761,44	\$ 5.202,76
		Pagos del Capital	\$ 5.249,30	\$ 8.733,47	\$ 12.451,84	\$ 17.753,35	\$ 25.312,03
		Pagos de Impuestos	\$ 0,00	\$ 13.591,60	\$ 14.511,56	\$ 17.075,25	\$ 19.890,67
		Participacion de Utilidades	\$ 0,00	\$ 10.902,36	\$ 11.640,29	\$ 13.696,72	\$ 15.955,08
		Beneficios Sociales	\$ 20.687,54	\$ 22.963,17	\$ 25.489,12	\$ 28.292,92	\$ 31.405,14
		Total	\$ 50.286,54	\$ 77.971,92	\$ 82.155,77	\$ 89.579,69	\$ 97.765,69
		Flujo No Operacional	(\$ 36.908,37)	(\$ 64.593,76)	(\$ 68.777,60)	(\$ 76.201,52)	(\$ 84.387,53)
		Inversion de Accionista	(\$ 107.210,00)				
		Flujo Neto generado	(\$ 107.210,00)	\$ 1.675,84	\$ 51.900,40	\$ 47.999,16	\$ 40.106,35
							\$ 2.764,23
							16,09%

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

4.10 Análisis del Punto de Equilibrio

En el Análisis del Punto de Equilibrio se identificaran los costos y gastos que intervienen en un Proceso de Producción de la empresa e ingresos. El Punto de Equilibrio es útil porque ayuda a determinar si la empresa alcanza a cubrir los costos y gastos de la empresa con relación al ingreso obtenido por la compañía.

A continuación detalle del Análisis del Punto de Equilibrio de la empresa:

Tabla # 59 - Análisis del Punto de Equilibrio Año 2016

ANALISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO	
AÑO - 2016	
EGRESOS	
Costos de Ventas	144.039,48
Costos Administrativos	<u>118.594,90</u>
Total Costos	262.634,37
Produccion Anual	
Envases de 250 cm ³	224.607
Envases de 1 lt	68.711
Montacargas	124.800
Precio del Producto	
Envases de 250 cm ³	0,75
Envases de 1 lt	1,40
Montacargas	1,19
INGRESOS	
Envases de 250 cm ³	169.564,12
Envases de 1 lt	96.334,82
Montacargas	<u>148.054,04</u>
Total de Ingresos	413.952,99
Punto de Equilibrio Envase 250 ml	63,45%
Punto de Equilibrio Envase 1 lt	63,45%
Punto de Equilibrio Montacargas	63,45%

Fuente: Ingeniería Económica autor Leland Blank y Anthony Tarquin
Elaboración: Autora

En este análisis se determinó el total de costos, lo que nos dio en el año 2016 un total de \$262.634,37 y un total de ingresos de \$413.952,99 por cada envase obtengo en envase de 250 cm³ el 41%, envase de 1 lt el 23% y por montacargas el 36%, una vez obtenido esta información de costos e ingresos se procede a realizar el cálculo del Punto de Equilibrio y lo que se obtiene es un 63,45% lo que significa que existe un buen punto de equilibrio en la empresa.

CONCLUSIONES

Una vez concluido el proyecto se llega a las siguientes conclusiones:

Ecuamorocho S.A. se lo analizo con el fin de que crear un consorcio de pequeños productores para poder disminuir la informalidad del trabajo de personas que no obtienen ingresos fijos y no cuentan con un trabajo estable, este proyecto ayudaría a que se disminuya el índice de pobreza y el desempleo que existe en la ciudad de Guayaquil y que las personas consigan mejorar su calidad y nivel de vida.

Al realizar la encuesta lo que se pudo observar es que hay grandes posibilidades de que el producto llamado "Ecuamorocho" sea aceptado en el mercado, pero hay que tomar en cuenta la competencia que hay en el mercado en cuanto a los productos sustitutivos. Con la investigación de mercado se pudo determinar el gusto o preferencia del consumidor al adquirir el producto. Un total de 519 personas fueron encuestadas, de los cuales solo 407 personas consumen el morocho lo que representa un 78% y 112 personas no lo consumen lo que representa el 22%. Lo que significa que la mayor parte del mercado consume el producto. El mercado objetivo para los que consumen el producto comprende desde las edades de 15 a 34 años lo que representa el 94% de las 384 personas de esas edades que si lo consumen y las edades de 35 a 49 años lo consumen muy poco lo que representa el 6% de las 23 personas comprendidas en esas edades, lo que en total representan las 407 personas que afirmaron en consumirlo. Al lanzar en el mercado el producto se lo realizara en 3 presentaciones, todo esto se realiza en base a las encuestas realizadas a las personas de todas las edades en donde se indica que el 55% prefieren consumir el morocho en envasado y refrigerado, y que el 29% prefiere consumirlo en carretillas y los que prefieren consumirlo de esta manera, en este presente proyecto se optara por venderlos en carretillas en las cuales se usaran montacargas manuales con tanques térmicos de dos ruedas en el cual el producto ya es industrializado a través de un mejoramiento de proceso de producción bajo estándares de calidad para ser comercializado. La empresa Ecuamorocho S.A. optó por distribuir el producto a los supermercados ya que por medio de los resultados de la encuesta se detectó que el 56% prefieren adquirir el producto en supermercados y un 26% en locales; los supermercados se encargaran de distribuir el producto al consumidor final y por este motivo se escogió este canal de distribución que será de Fabricante a Detallista y de este al consumidor final.

Las MIPYMES tienen una actividad económica con el propósito de generar ingresos para el dueño de la empresa y sus dependientes en este caso trabajadores mediante las ventas o transformación del producto, que en este caso sería la industrialización del morocho. El Ecuador es un país de micro, pequeñas y medianas empresas que ayudan a generar empleos, estas empresas representan el 90% de las empresas que existen en nuestro país y de las cuales son responsables y han generado empleos a nivel nacional. La empresa Ecuamorocho S.A. es una MIPYME clave para el desarrollo del país, motivo por el cual se analiza este proyecto para la generación del mismo, brindar seguridad social, trabajo digno, y redistribución de la riqueza, por medio de este proyecto servirá para crear plazas de trabajos en especial para personas que trabajan y comercializan este producto informalmente en las calles y que no obtienen ingresos fijos. En otras palabras significaría reducir el desempleo del país y generar impuestos y sobre todo mejorar la competitividad y productividad. Tomando en cuenta el Plan Nacional del Buen Vivir que se estableció en el 2009, este plan se ha venido desarrollando estrategias, lineamientos y objetivos que han permitido que la pobreza en nuestro país vaya disminuyendo cada año y por este motivo se ha comenzado a analizar este proyecto para la generación de consorcios de pequeños productores para mejorar la calidad y nivel de vida y sobre todo se mejora el nivel de ingresos en la población.

En lo que respecta a la parte financiera al analizar las proyecciones de todos los balances que una empresa debe presentar, al realizar las proyecciones de flujos de cajas mensuales de cada año se pudo observar que cada año se obtendría liquidez para cubrir los gastos que incurriría la empresa y al obtener el flujo de caja consolidado de todos los años se procedió a calcular el VAN y TIR para conocer los resultados lo cual nos dio como resultado un VAN positivo de \$72.392,88 y una TIR alta de 36,56% el cual indica que el proyecto será rentable al momento que inicie sus actividades operacionales.

Se realizó el análisis de sensibilidad en el proyecto en lo que respecta al insumo principal del producto en este caso es la leche el cual se incrementó en un 5% y el resto de los rubros de ingresos y gastos se mantendría, al momento del incremento en la leche, lo cual nos da como resultado un VAN positivo y una TIR alta lo que indica que la empresa aun es rentable y que la empresa está dispuesta a soportar este incremento en este insumo para la producción. La empresa está dispuesta a soportar un gasto de este insumo solo hasta un incremento del 13%. Al incrementar un 14% nos da como resultado del VAN negativo lo que indica que no se está recuperando la inversión y que el proyecto no sería rentable en otras palabras estaría en riesgo y no cubriría los gastos que incurriría la empresa.

También se realizó un análisis de sensibilidad con respecto a los Sueldos más Beneficios Sociales, se incrementó un 5% lo cual aún la empresa soporta ese aumento en los sueldos más beneficios de los empleados, en este análisis se incrementó hasta el 9% en aumentos de sueldos y solo la empresa soporta hasta el 12% en aumento. Del 13% en adelante nos lanza un VAN negativo lo cual no es beneficioso para la empresa ya que rendiría perdidas y no obtendría fluidez para los gastos necesarios.

Y por último se combinó el análisis de sensibilidad de un aumento del 11% tanto en Insumos como en Sueldos más Beneficios Sociales lo cual la empresa solo soportaría un aumento de ambos ya que el VAN es positivo y la TIR es alta y de buen rendimiento para la empresa. Después del 11% de aumento en ambos factores la empresa obtendría perdidas lo cual no sería beneficioso para la empresa y empleados.

Finalmente este proyecto se recupera en 2 años, 8 meses y 10 días de lo que se invirtió, lo que a su vez nos indica que el proyecto es rentable por su tiempo de recuperación de la inversión.

RECOMENDACIONES

Promover capacitaciones para las MIPYMES por medio de organismos internacionales y del gobierno para mejorar el aprovechamiento de oportunidades.

Como hay tantas personas que tienen sus negocios en las calles y se ha ido aumentando la informalidad, lo recomendable sería encaminar esa capacidad de iniciativa que tienen las personas por empezar a tener su propio negocio pero demostrándoles que el crecimiento y la competitividad estén de lado de la formalidad y así generar riquezas, empleos e impuestos para un mejor desarrollo en el país.

Sería recomendable que el acceso a instituciones financieras obtenga políticas de financiamientos a tasas de interés asequibles a las MIPYMES.

Las Universidades deberían implementar estos tipos de proyectos que son rentables y que ayudan al mejoramiento y desarrollo del país.

Es necesario crear aperturas de nuevos mercados para disminuir la tasa de desempleo y aparte tener una visión como país para posicionarse en el mercado nuevo producto y el consumidor final tenga opciones, diversificaciones y percepción del valor agregado del producto que se le está ofreciendo.

En conclusión se puede decir que las MIPYMES tienen una gran responsabilidad ante el desarrollo del país y con sus trabajadores ya que son la fuente de empleos y para que se asuma esta responsabilidad es necesario usar todos los recursos posibles para que así la labor y desempeño sean efectivos y puedan cumplirse con cada desarrollo y responsabilidad.

BIBLIOGRAFÍAS

- ✓ Avalos M., Esquivel G. y Parkin M., 2009 “Microeconomía”, México, 7ma Edición, Editorial Pearson Educación.
- ✓ Coulter Mary y Robbins Stephen, 2009, “Administración”, México, 8va Edición, Editorial Pearson Educación.
- ✓ Dr. H. James Harrington, 2008, “Mejoramiento de los procesos de la empresa”, Bogotá, 5ta Edición, Editorial McGraw-Hill.
- ✓ Etzel Michael, Stanton William y Walker Bruce, 2009, “Fundamentos de Marketing”, México, D.F., 14ta. Edición, McGraw-Hill / Interamericana Editores S.A. de C.V.
- ✓ Gabriel Baca Urbina, 2010, “Evaluación de Proyectos”, 5ta Edición, Editorial McGraw-Hill.
- ✓ García Catalina P3 People, 2009, “La Innovación nunca debe parar”, Revista Empresarial Edición 33.
- ✓ Hill Charles W. y Gareth R. Jones, 2011, “Administración Estratégica. Un enfoque integral”, México, 9na Edición, Editorial Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.
- ✓ Kinnear Tomas C. y Taylor James R., 2010, “Investigación de Mercados-Un enfoque aplicado”, Bogotá, 5ta Edición, Editorial McGraw-Hill.
- ✓ Kotler Philip y Gary Armstrong, 2012, “Principios de Marketing”, México, 8va Edición, Editorial Pearson Educación.
- ✓ Leland Blank y Anthony Tarquin, 2006, “Ingeniería Económica”, México, 6ta Edición, Editorial McGraw-Hill / Interamericana Editores.
- ✓ Mejía García Braulio, 2010, “Gerencia de Procesos para la Organización y Control Interno de Empresas”, Colombia, 5ta Edición, Editorial Ecoe-Ediciones MD-MSP.
- ✓ Muñiz González Rafael, 2010, “Marketing en el Siglo XXI”, 3era Edición, Editorial Centros de Estudios Financieros.

- ✓ N. Gregory Mankiw, 2009, “Principios de Economía”, México, D.F., 5ta Edición, Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.
- ✓ Philip Kotler, 2008, “Dirección de Mercadotecnia”, Lima - Perú, 8va Edición, Editorial Pearson Educación.
- ✓ Wilensky Alberto, (2010), “Marketing Estratégico”, 6ta Edición, Buenos Aires-Argentina, Editorial Norma.

Fuentes - Internet

- ✓ <http://plan.senplades.gob.ec/estrategia-territorial-4>
- ✓ Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha – CAPEIPI *
Ponencia: Marco Barrera
- ✓ “Dirección de Mercadotecnia” (2009). Recuperado de <http://brd.unid.edu.mx/recursos/Mercadotecnia/MM01/Lecturas%20principales/1.%20Direccion%20de%20mercadotecnia.pdf>
- ✓ “De las Reformas al Código de Salud” (2013). Recuperado el 21 de Febrero del 2013, de <http://comercioexterior.com.ec/qs/sites/default/files/Requisitos%20para%20Obtener%20el%20Permiso%20Sanitario.pdf>
- ✓ Fuente: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/quayas.pdf>
- ✓ http://www.elcomercio.com/negocios/etiquetas-alimentos-bebidas-Ecuador-salud_0_1031897039.html
- ✓ Fuente: INEC <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/quayas.pdf>
- ✓ Fuente recuperada de: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1442/5/Capitulo%202.pdf> Código de la Producción
- ✓ Kotler, Philip (s.f.) Dirección de Mercadotecnia. Recuperado de <http://brd.unid.edu.mx/recursos/Mercadotecnia/MM01/Lecturas%20principales/1.%20Direccion%20de%20mercadotecnia.pdf>

ANEXOS

ANEXOS

ANEXO # 1

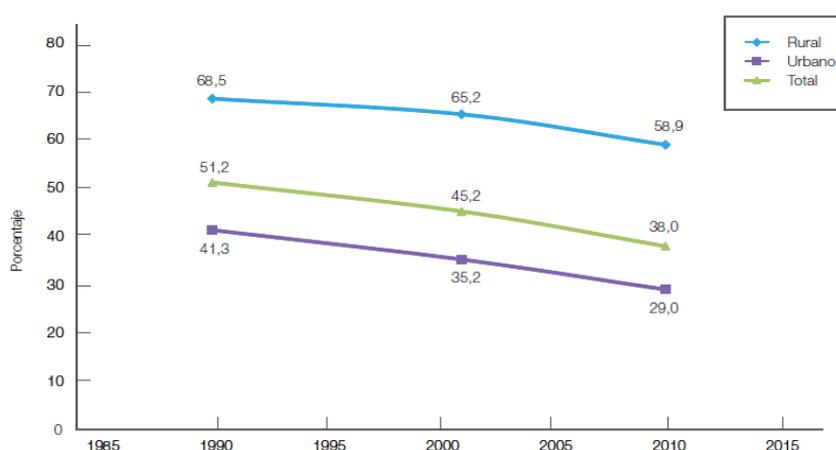
Incidencia de Pobreza 1990, 2001 y 2010

⁷Los censos no tienen información directa sobre ingreso o consumo familiar, que son las variables que se utilizan para estimar la pobreza de los hogares, comparando el consumo (o ingreso) familiar por habitante de cada hogar con el costo de una canasta básica que permita satisfacer las necesidades básicas del hogar. Este inconveniente se ha superado por el método de estimación de áreas pequeñas, que extrae modelos de regresión de una encuesta de hogares que contenga información sobre consumo o ingreso, y proyecta estas variables a cada hogar del censo, aplicando algunas correcciones propias del modelo matemático. Este método se ha desarrollado desde 1995 y ha sido ampliamente difundido y probado. En el caso ecuatoriano se ha empleado el consumo familiar por habitante, para estimar la pobreza a partir de las Encuestas de condiciones de vida (ECV) de 1995 y 2006, que han sido proyectadas a los censos de 1990 (ECV, 1995), 2001 y 2010 (ECV, 2006). Los resultados de las proyecciones de 1990 y 2001 pueden consultarse en otros artículos (Larrea, 2011).

La reducción de la pobreza, que refleja una mejora en los niveles de consumo, y por tanto en el ingreso de los hogares, fue relativamente reducida entre 1990 y 2001, y favoreció principalmente a las ciudades, donde el crecimiento fue mayor (Gráfico 4).

■ Gráfico 4

Incidencia de la pobreza por año y área: 1990-2010



⁷ Fuentes: INEC, Censo de Población y Vivienda, 1990, 2001 y 2010.

Encuestas de condiciones de vida, 1995, 2006. Elaboración: Unidad de Información Socio Ambiental UASB y CEPLAES

En el campo, por el contrario, la pobreza declinó solo 3 puntos, del 68,5% al 65,2%. La mejora urbana fue de 6 puntos (del 45,3% en 1990 al 35,2% en 2001), similar a la total, que bajó entre 51,2% y 45,2%. En el intervalo siguiente, la declinación de la pobreza ha sido algo mayor y ha beneficiado más a las áreas rurales, donde la pobreza en 2010 fue del 58,9%. En este último año, la cifra para el área urbana fue de 29% y el promedio nacional de 38%.

El Gráfico 4 ilustra también la amplitud y persistencia de la brecha rural urbana. En 2010 la incidencia de la pobreza rural duplicaba a la urbana, y la magnitud de la diferencia, de aproximadamente 30 puntos, se ha mantenido casi inalterada.

¿A quiénes ha beneficiado más la reducción de la pobreza?

En el caso del cambio en la pobreza, se han elaborado también regresiones que vinculan los cambios en la pobreza en cada intervalo censal con el consumo por habitante al inicio del período, la proporción urbana y las proporciones de indígenas, afro ecuatorianos y montubios de cada parroquia. Los modelos de reducción de la pobreza han incluido también la escolaridad inicial y la proporción de migrantes internacionales de cada parroquia, tomada del censo de 2001. Esta variable captura el efecto del envío de remesas de los migrantes internacionales en la reducción de la pobreza.

Los modelos, reportados en el anexo estadístico, sugieren que la reducción de la pobreza no necesariamente ha beneficiado preferentemente a las parroquias inicialmente menos favorecidas en ninguno de los dos casos.

En ambos intervalos censales, bajo similares condiciones en el consumo inicial por habitante, las parroquias con mayor proporción urbana se beneficiaron más que las parroquias rurales, y en las parroquias con mayor población indígena recibieron comparativamente menos beneficios. En el caso de los afros ecuatorianos, durante el intervalo 1990-2001, éstos fueron más beneficiados, pero en el intervalo siguiente recibieron menores beneficios.

Para los montubios no se obtuvieron resultados significativos en ninguno de los dos intervalos, y por tanto, puede concluirse que este grupo recibió beneficios comparables al resto de la sociedad.

La relación entre reducción de la pobreza y consumo por habitante al inicio de cada período cambia entre los dos intervalos. En el primero (1990-2001), la pobreza declinó más en las parroquias con menor consumo, pero en el segundo intervalo, la relación se invierte, y las parroquias más ricas se beneficiaron más. El nivel educativo inicial tiene una asociación positiva con la reducción de la pobreza, pero en el segundo intervalo la relación no es significativa.

ANEXO # 2

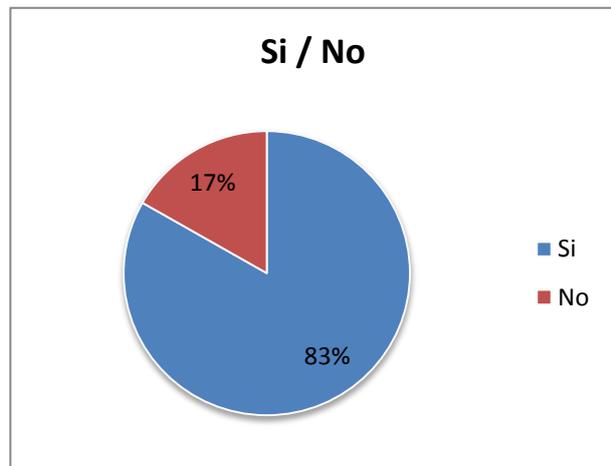
ENCUESTAS POR EDADES

RANGO DE EDAD: 15 – 19 años

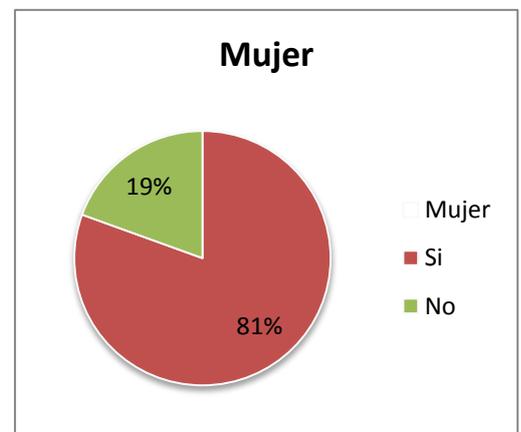
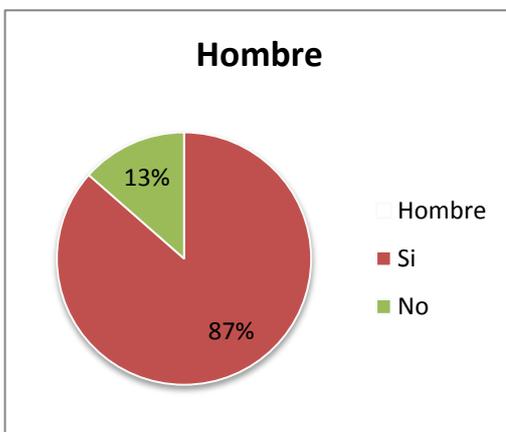
Masculino 90	Norte 89
Femenino 107	Centro 69
	Sur 39

1. ¿Le gusta el morocho?

Si	164
No	33



Hombre		Mujer	
Si	77	Si	87
No	12	No	21

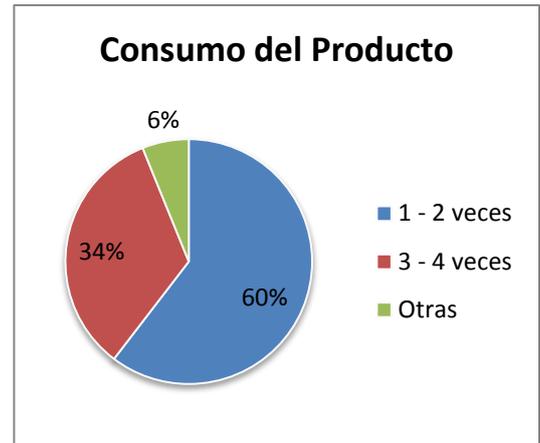


Fuente: Encuesta

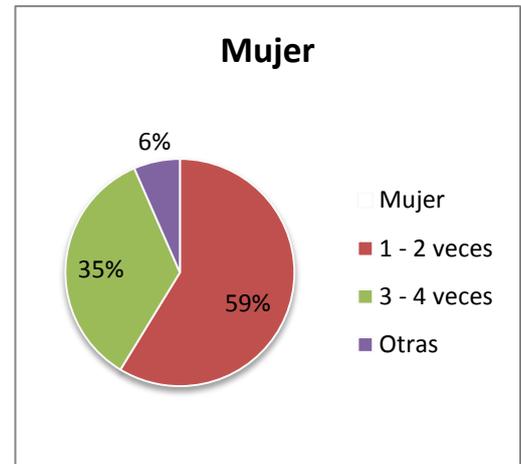
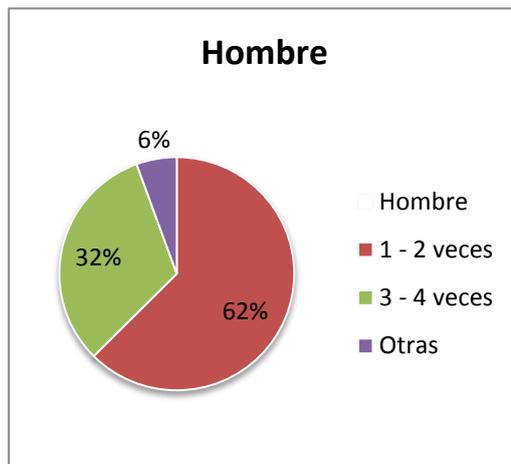
Elaboración: Autora

2. ¿Cuántas veces consume el morocho a la semana?

1 - 2 veces	99
3 - 4 veces	55
Otras	10



Hombre		Mujer	
1 - 2 veces	45	1 - 2 veces	54
3 - 4 veces	23	3 - 4 veces	32
Otras	4	Otras	6

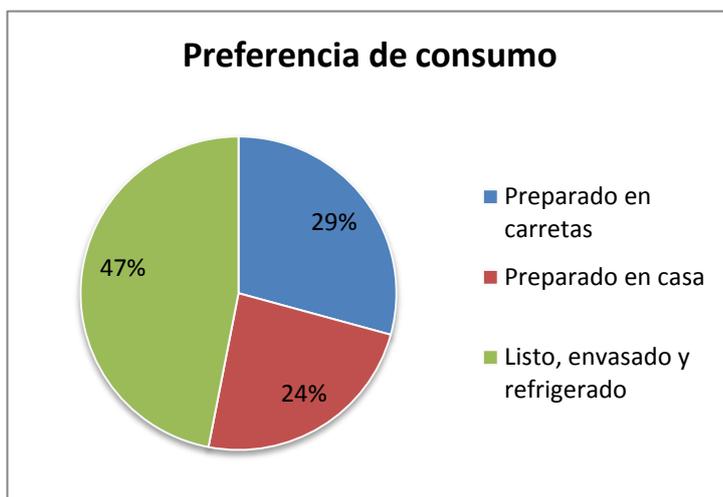


Fuente: Encuesta

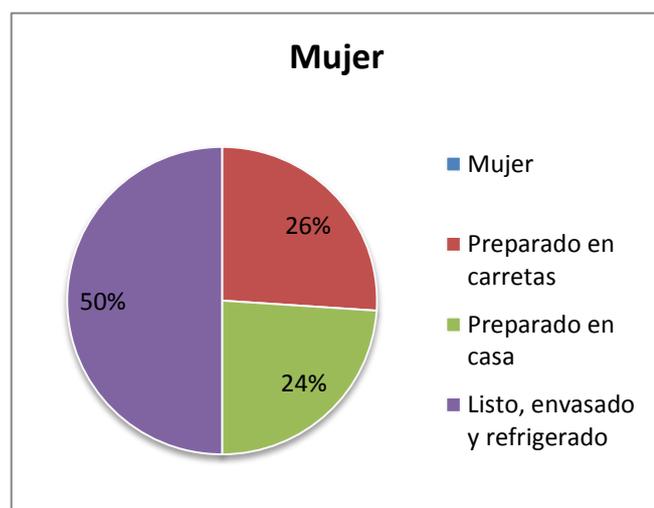
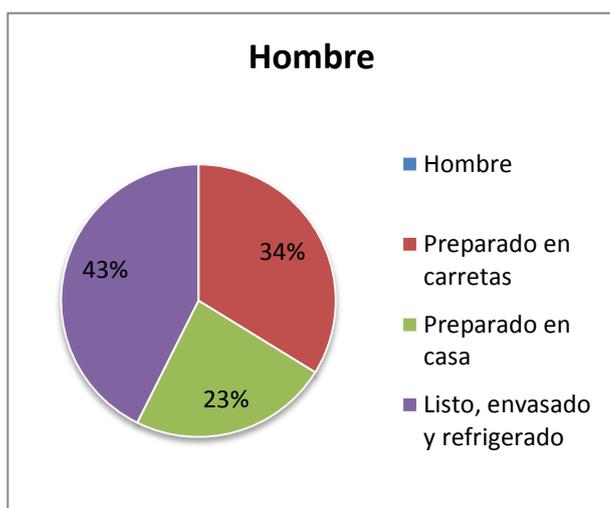
Elaboración: Autora

3. ¿Cómo Ud. preferiría consumir esta bebida?

Preparado en carretas	48
Preparado en casa	39
Listo, envasado y refrigerado	77



Hombre		Mujer	
Preparado en carretas	23	Preparado en carretas	25
Preparado en casa	16	Preparado en casa	23
Listo, envasado y refrigerado	29	Listo, envasado y refrigerado	48

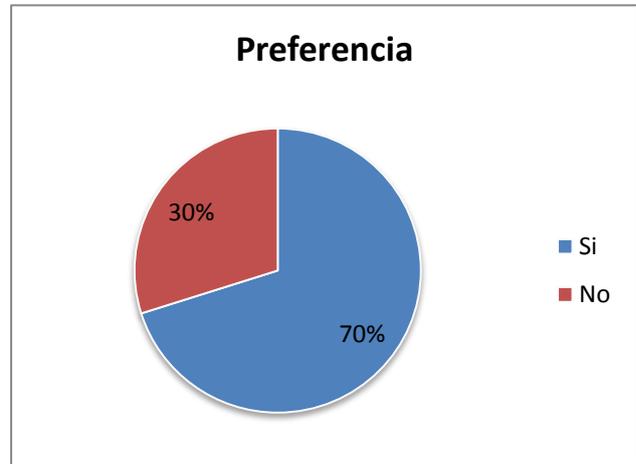


Fuente: Encuesta

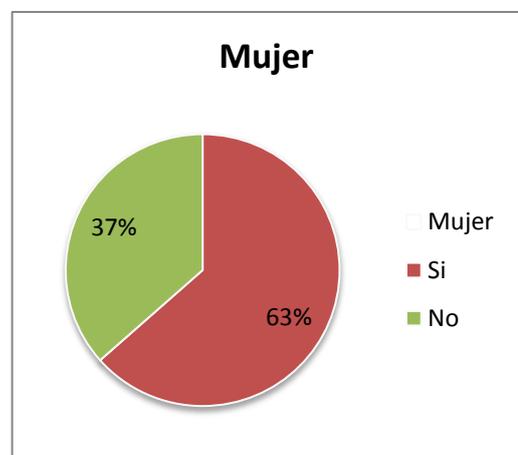
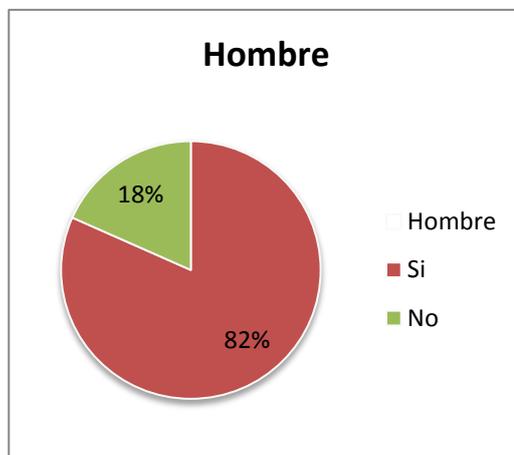
Elaboración: Autora

4. ¿Le gustaría que lleve pasas esta bebida?

Si	115
No	49



Hombre		Mujer	
Si	49	Si	66
No	11	No	38

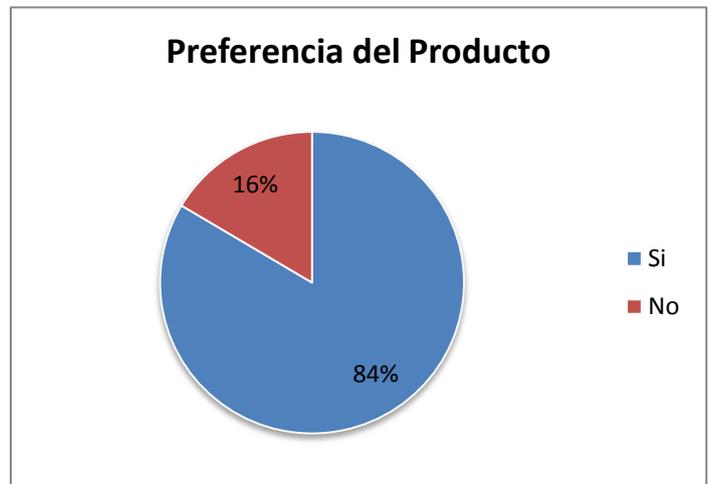


Fuente: Encuesta

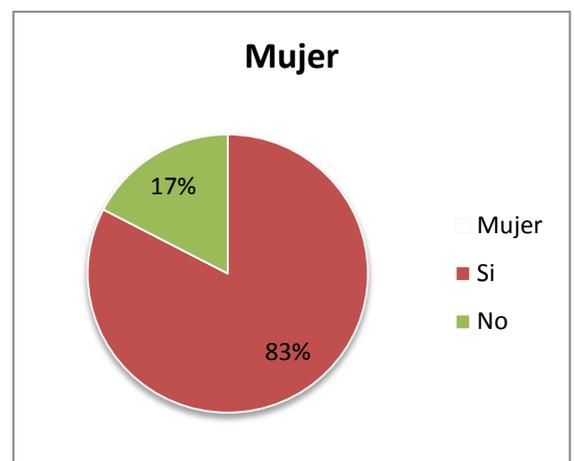
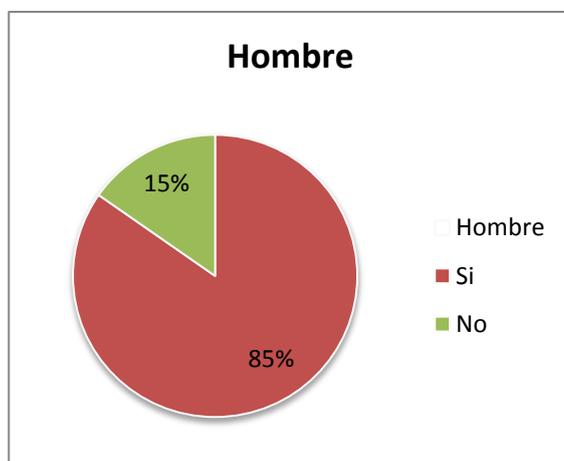
Elaboración: Autora

5. ¿En un futuro estaría dispuesto a adquirir el morocho envasado?

Si	137
No	27



Hombre		Mujer	
Si	61	Si	76
No	11	No	16

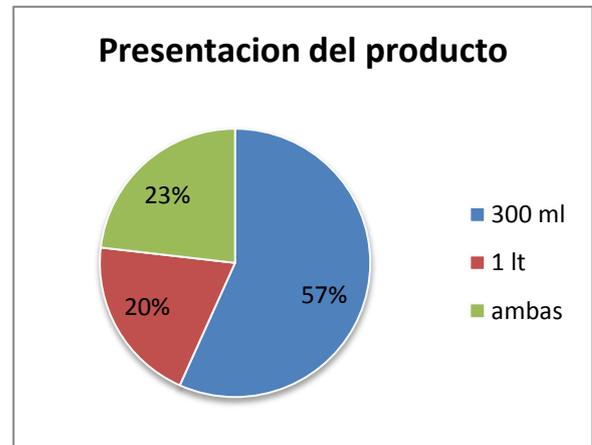


Fuente: Encuesta

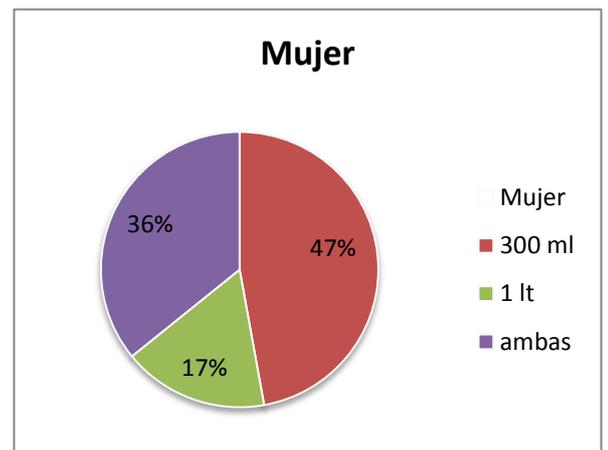
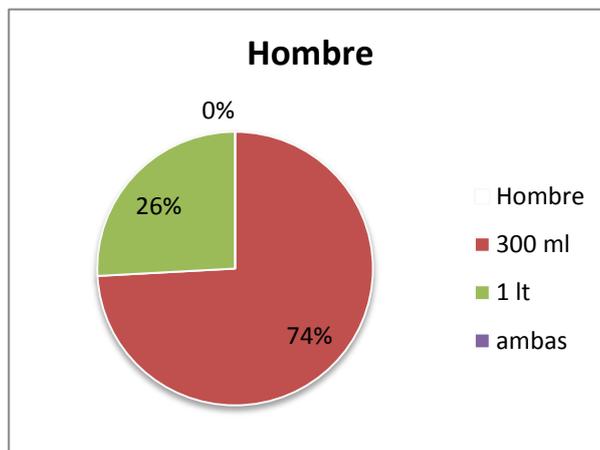
Elaboración: Autora

6. ¿Ud. qué presentación prefiere adquirir la bebida?

300 ml	93
1 lt	33
ambas	38



Hombre		Mujer	
300 ml	43	300 ml	50
1 lt	15	1 lt	18
ambas	0	ambas	38

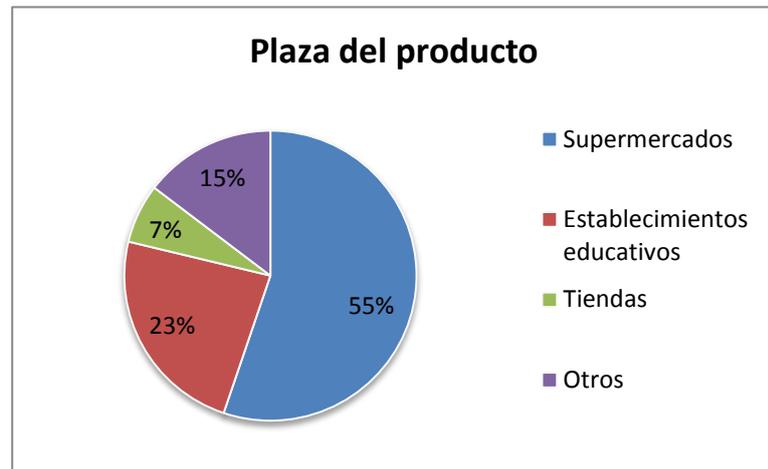


Fuente: Encuesta

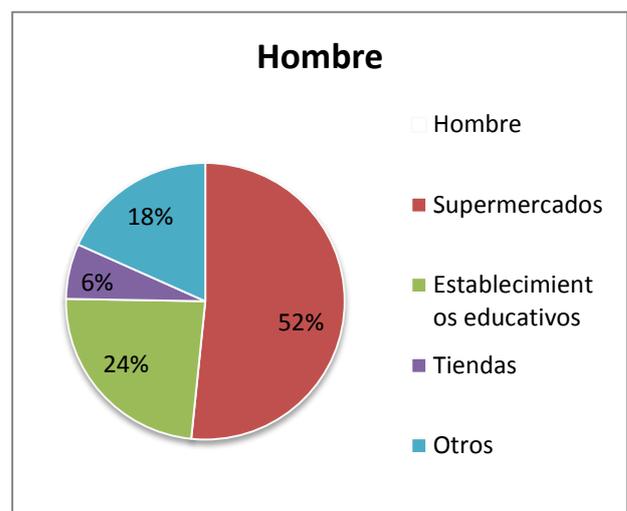
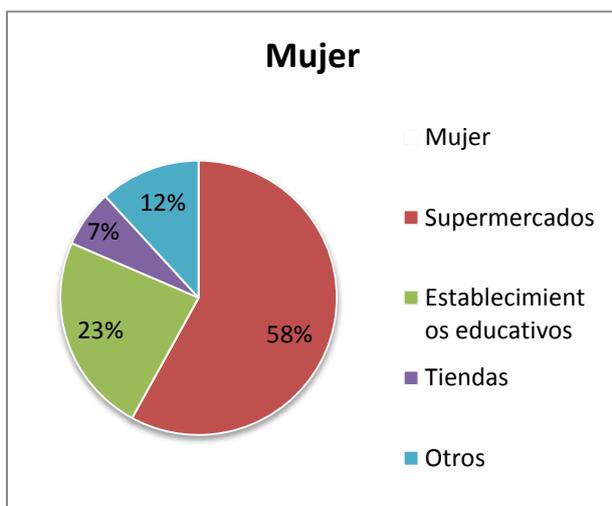
Elaboración: Autora

7. ¿Ud. en qué lugares preferiría adquirir la bebida?

Supermercados	117
Establecimientos educativos	50
Tiendas	14
Otros	31



Hombre		Mujer	
Supermercados	48	Supermercados	69
Establecimientos educativos	22	Establecimientos educativos	28
Tiendas	6	Tiendas	8
Otros	17	Otros	14



Fuente: Encuesta

Elaboración: Autora

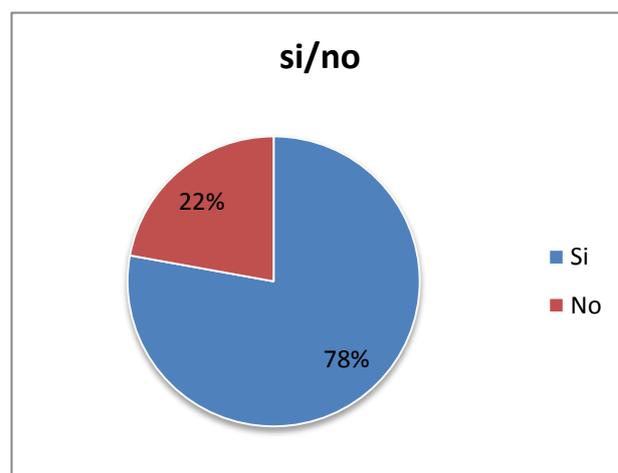
RANGO DE EDAD: 20 – 24 años

Masculino	71
Femenino	60

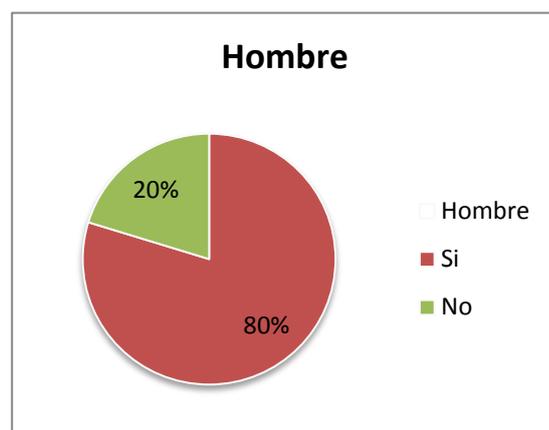
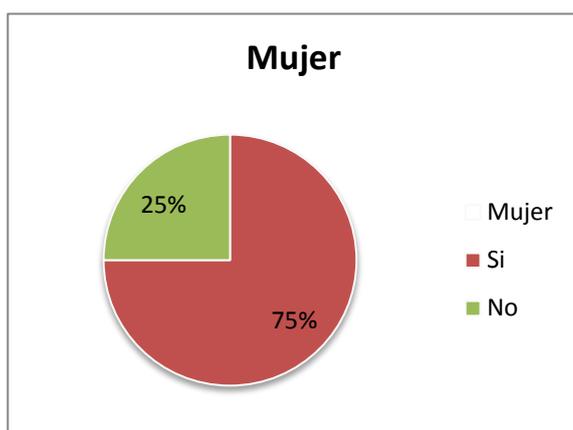
Norte	36
Centro	56
Sur	39

1. ¿Le gusta el morocho?

Si	102
No	29



Hombre		Mujer	
Si	63	Si	39
No	16	No	13

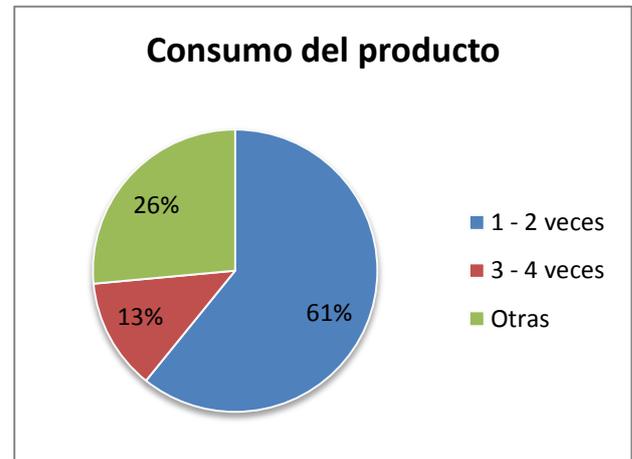


Fuente: Encuesta

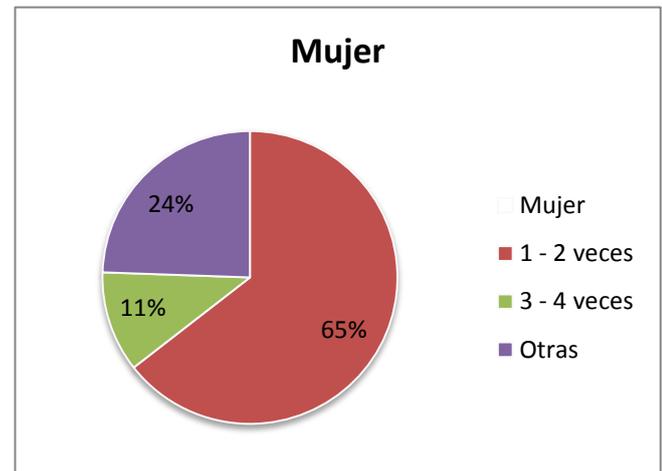
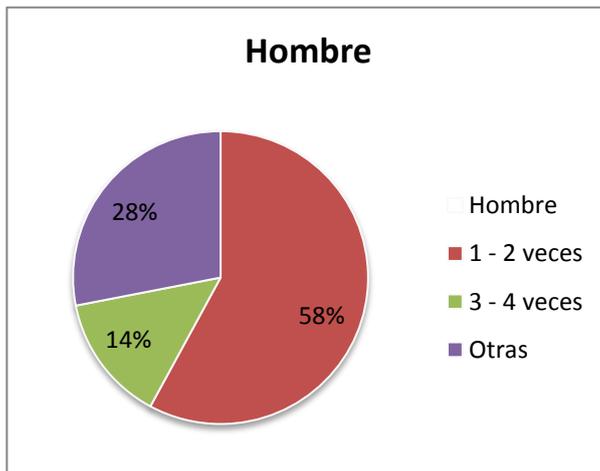
Elaboración: Autora

2. ¿Cuántas veces consume el morocho a la semana?

1 - 2 veces	62
3 - 4 veces	13
Otras	27



Hombre		Mujer	
1 - 2 veces	33	1 - 2 veces	29
3 - 4 veces	8	3 - 4 veces	5
Otras	16	Otras	11

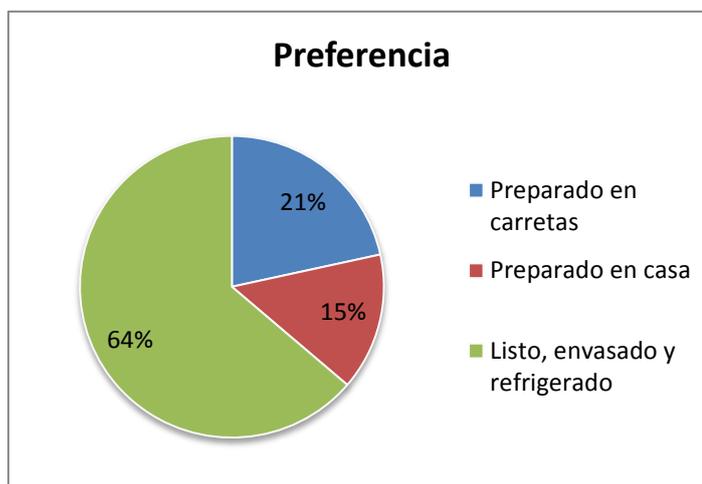


Fuente: Encuesta

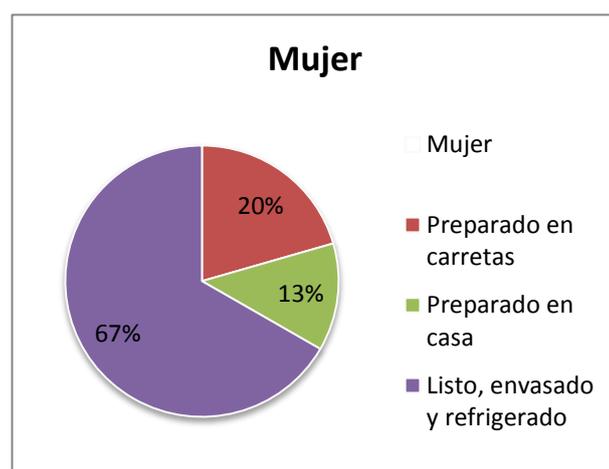
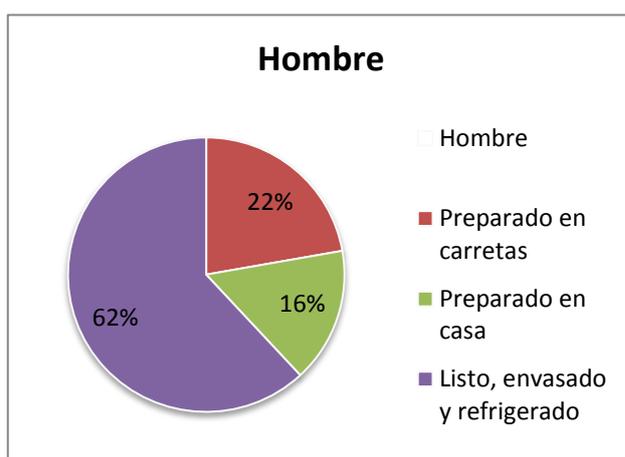
Elaboración: Autora

3. ¿Cómo Ud. preferiría consumir esta bebida?

Preparado en carretas	22
Preparado en casa	15
Listo, envasado y refrigerado	65



Hombre		Mujer	
Preparado en carretas	14	Preparado en carretas	8
Preparado en casa	10	Preparado en casa	5
Listo, envasado y refrigerado	39	Listo, envasado y refrigerado	26



Fuente: Encuesta

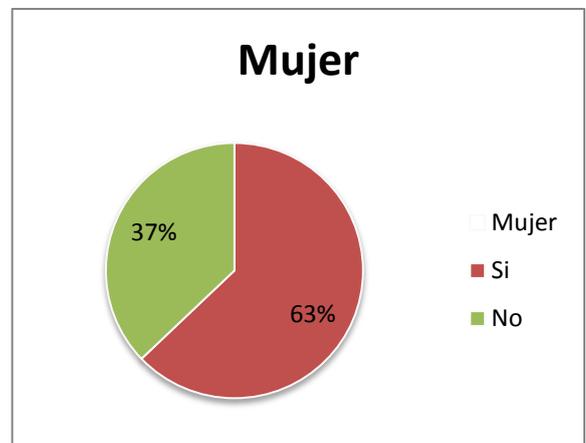
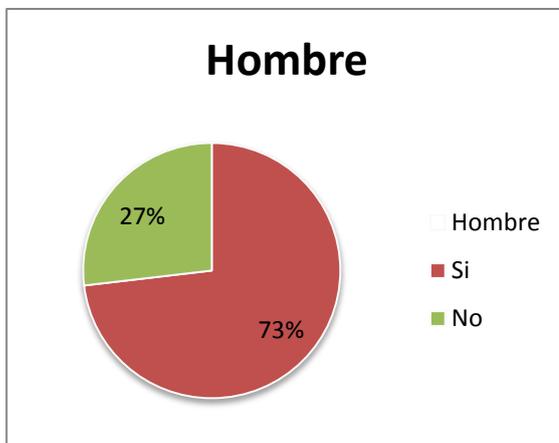
Elaboración: Autora

4. ¿Le gustaría que lleve pasas esta bebida?

Si	71
No	31



Hombre		Mujer	
Si	49	Si	22
No	18	No	13

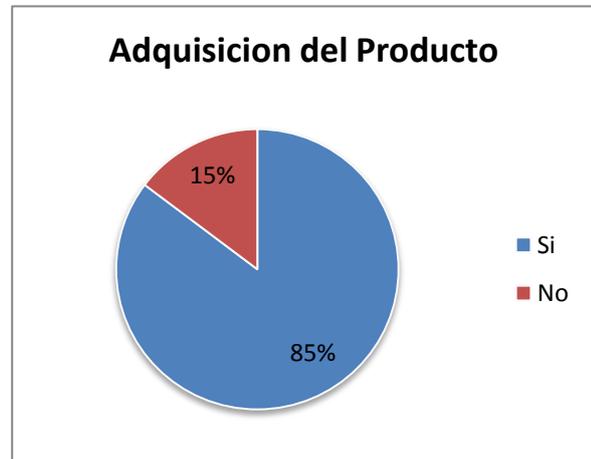


Fuente: Encuesta

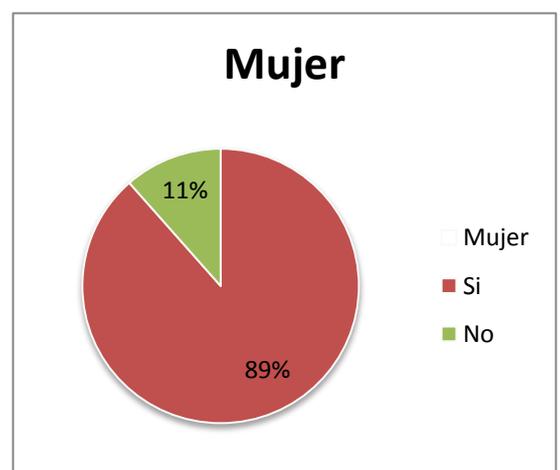
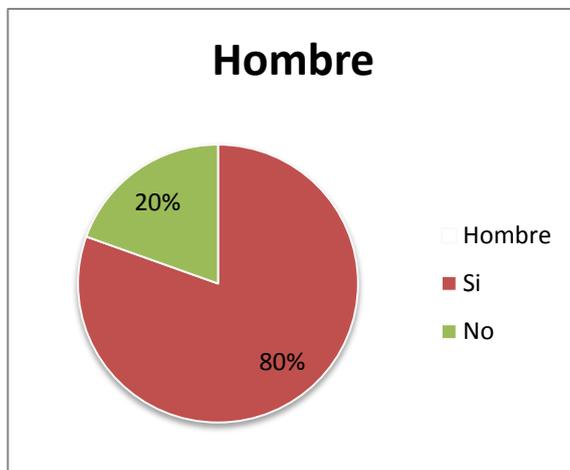
Elaboración: Autora

5. ¿En un futuro estaría dispuesto a adquirir el morocho envasado?

Si	87
No	15



Hombre		Mujer	
Si	33	Si	54
No	8	No	7

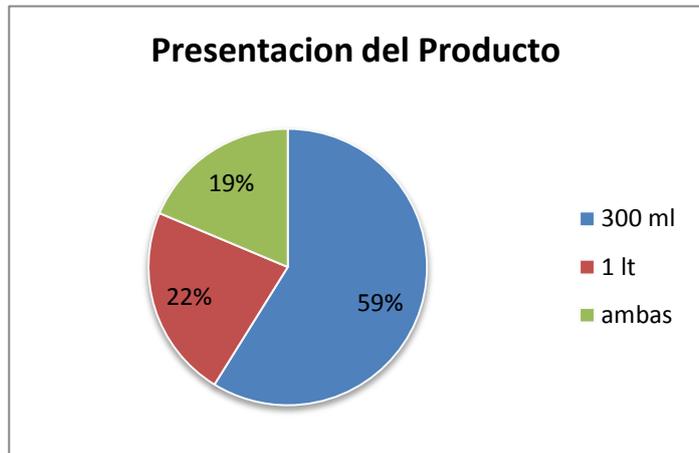


Fuente: Encuesta

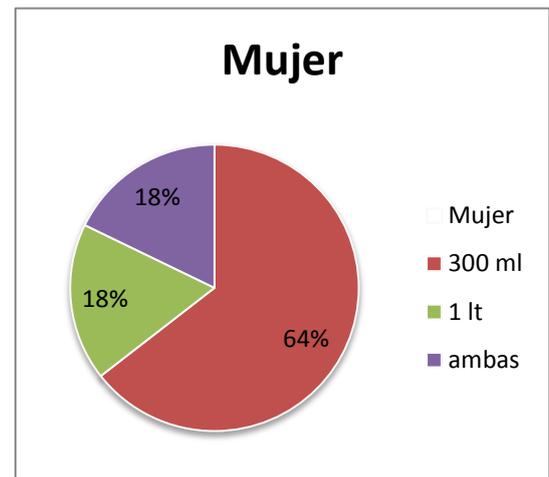
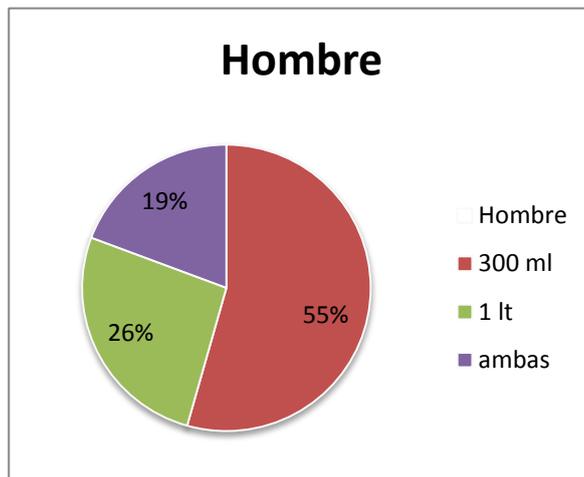
Elaboración: Autora

6. ¿Ud. qué presentación prefiere adquirir la bebida?

300 ml	60
1 lt	23
ambas	19



Hombre		Mujer	
300 ml	31	300 ml	29
1 lt	15	1 lt	8
ambas	11	ambas	8

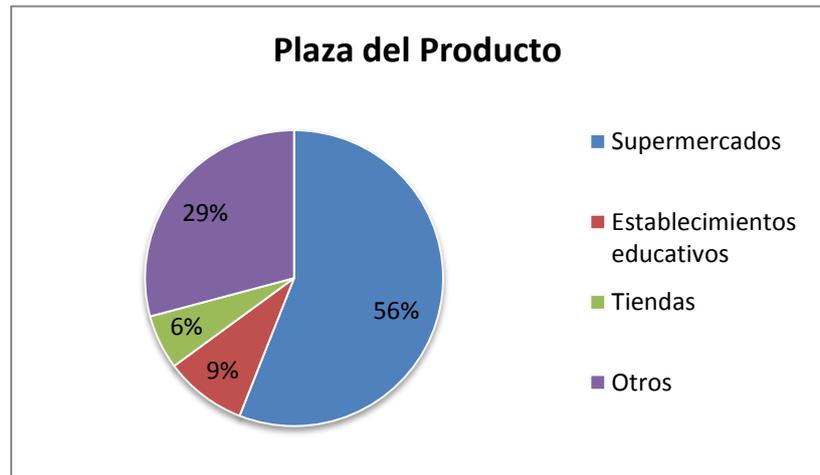


Fuente: Encuesta

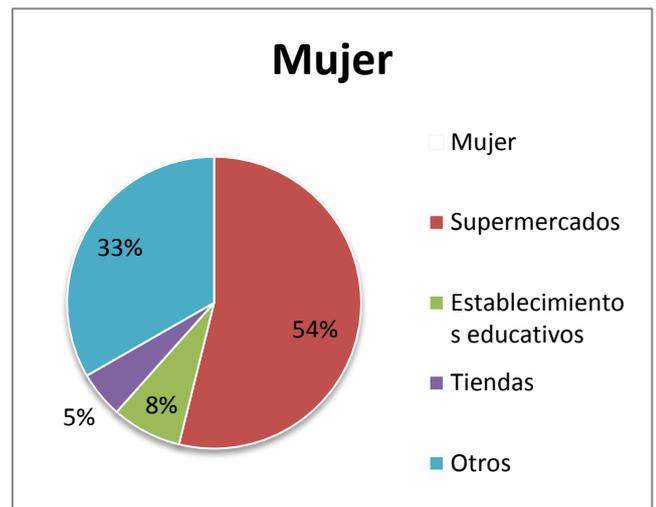
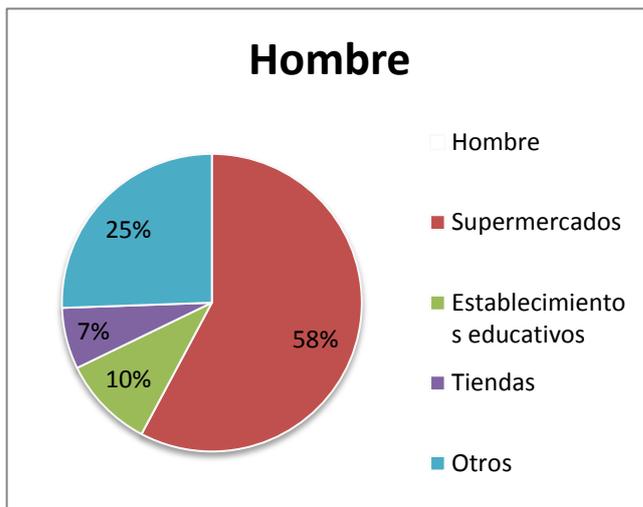
Elaboración: Autora

7. ¿Ud. en qué lugares preferiría adquirir la bebida?

Supermercados	94
Bares educativos	15
Tiendas	10
Otros	49



	Hombre	Mujer
Supermercados	52	42
Bares educativos	9	6
Tiendas	6	4
Otros	23	26



Fuente: Encuesta

Elaboración: Autora

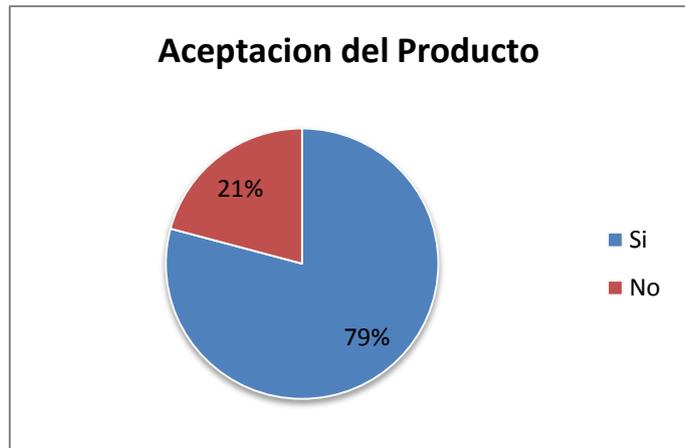
RANGO DE EDAD: 25 – 29 años

Masculino	51
Femenino	45

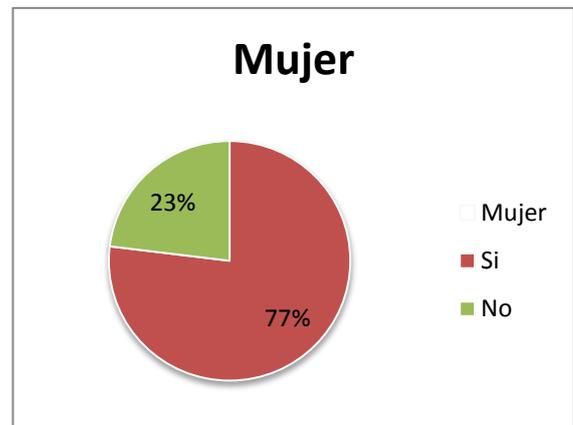
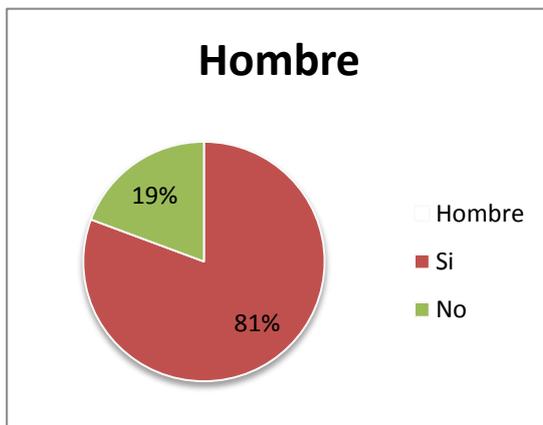
Norte	38
Centro	39
Sur	19

1. ¿Le gusta el morocho?

Si	76
No	20



Hombre		Mujer	
Si	46	Si	30
No	11	No	9

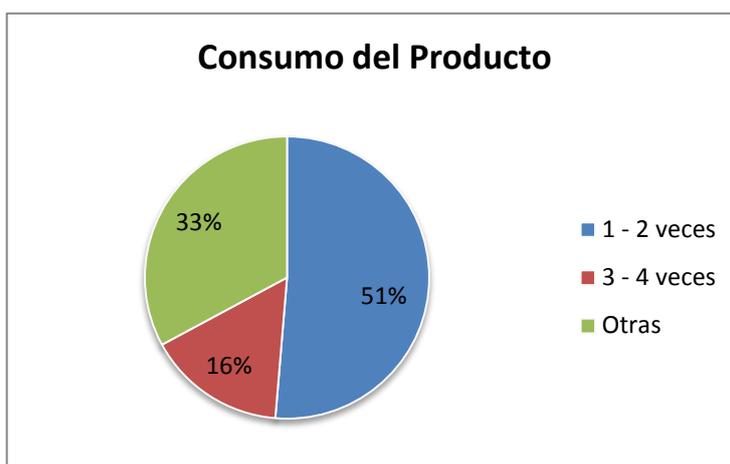


Fuente: Encuesta

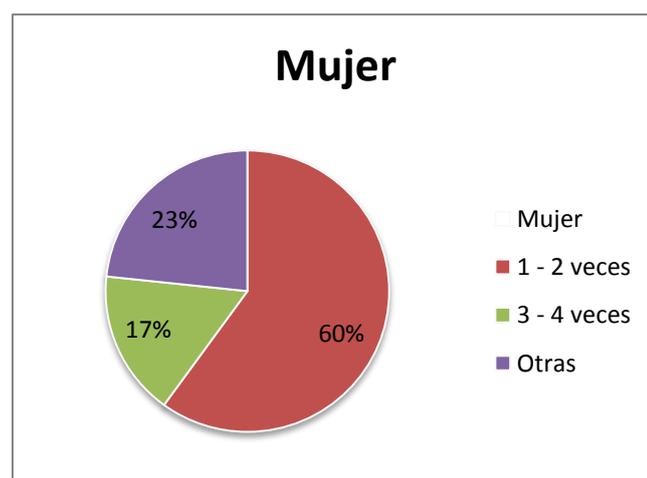
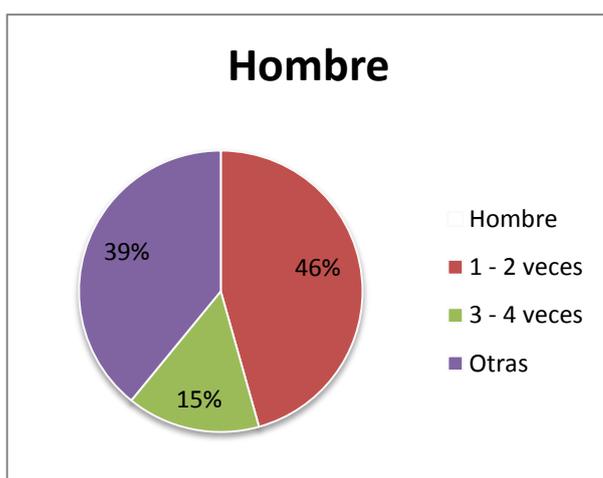
Elaboración: Autora

2. ¿Cuántas veces consume el morocho a la semana?

1 - 2 veces	39
3 - 4 veces	12
Otras	25



Hombre		Mujer	
1 - 2 veces	21	1 - 2 veces	18
3 - 4 veces	7	3 - 4 veces	5
Otras	18	Otras	7

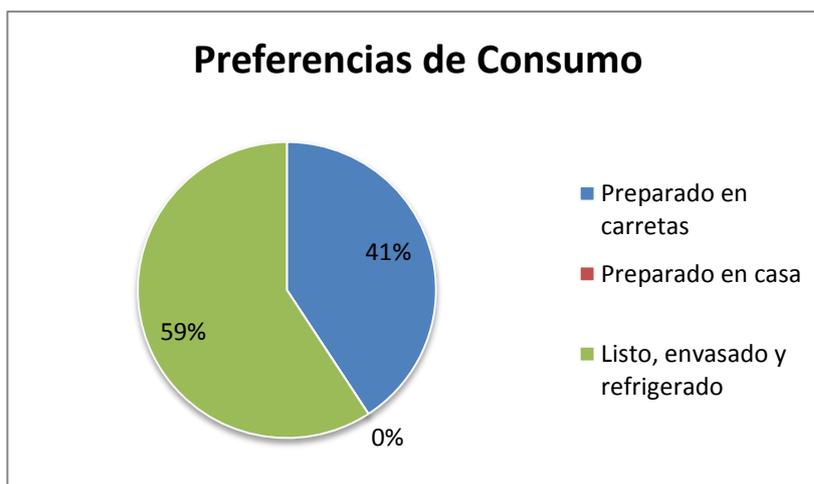


Fuente: Encuesta

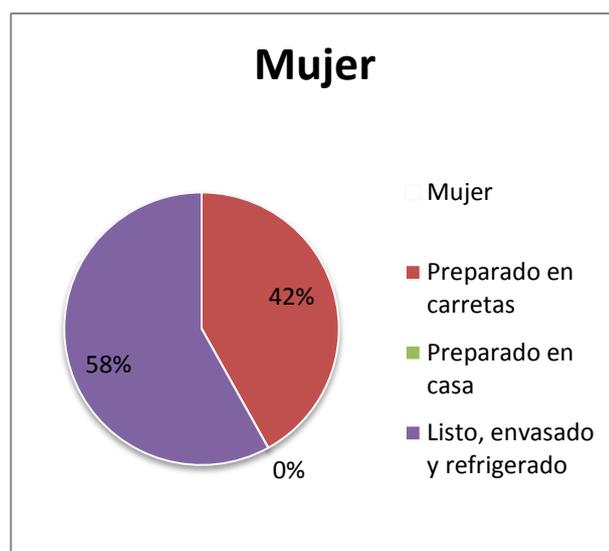
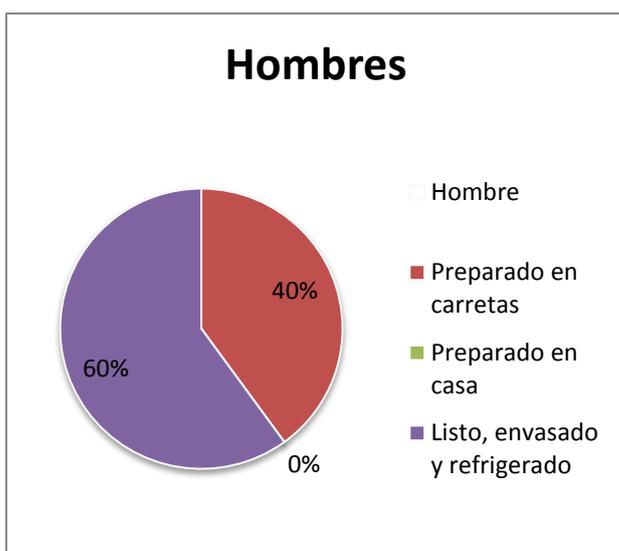
Elaboración: Autora

3. ¿Cómo Ud. preferiría consumir esta bebida?

Preparado en carretas	31
Preparado en casa	0
Listo, envasado y refrigerado	45



	Hombre	Mujer
Preparado en carretas	18	13
Preparado en casa	0	0
Listo, envasado y refrigerado	27	18

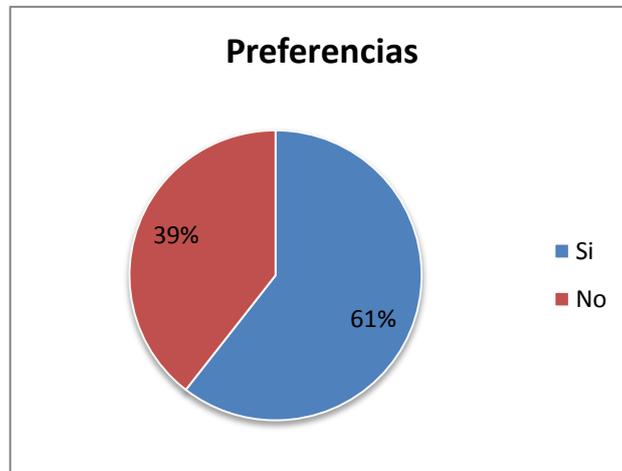


Fuente: Encuesta

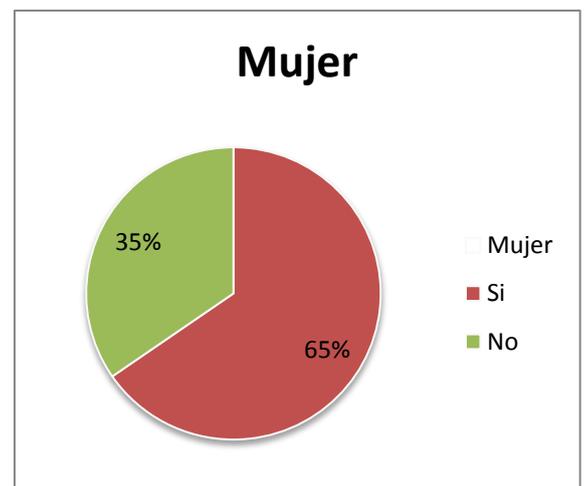
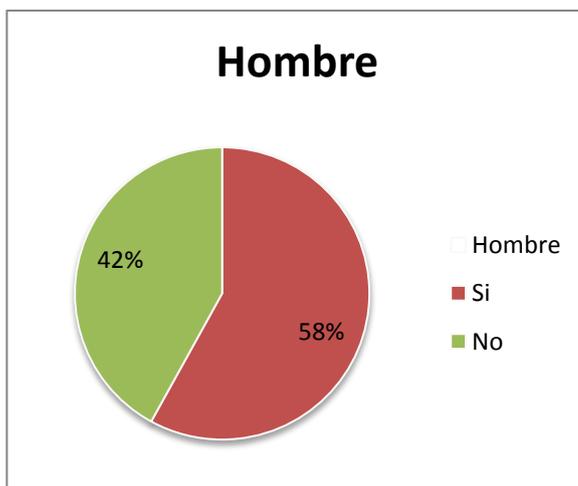
Elaboración: Autora

4. ¿Le gustaría que lleve pasas esta bebida?

Si	46
No	30



Hombre		Mujer	
Si	29	Si	17
No	21	No	9

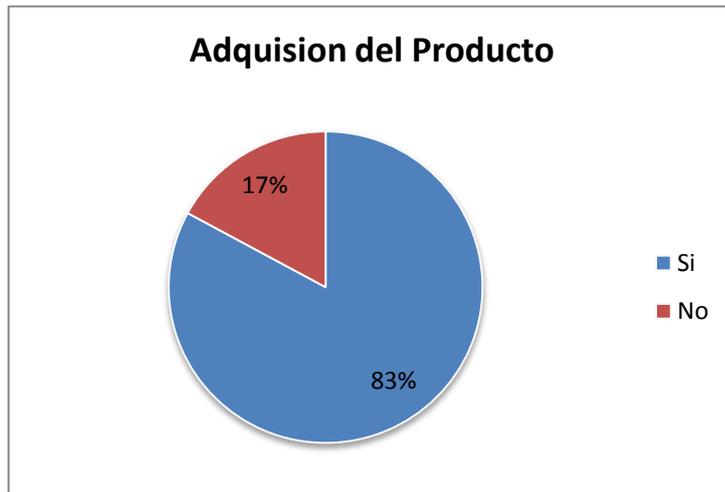


Fuente: Encuesta

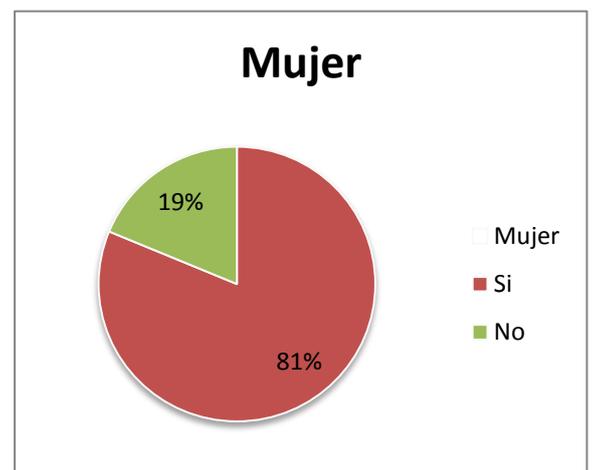
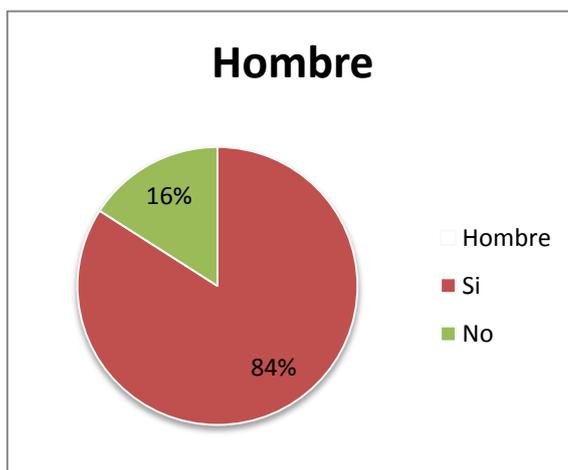
Elaboración: Autora

5. ¿En un futuro estaría dispuesto a adquirir el morocho envasado?

Si	63
No	13



Hombre		Mujer	
Si	37	Si	26
No	7	No	6

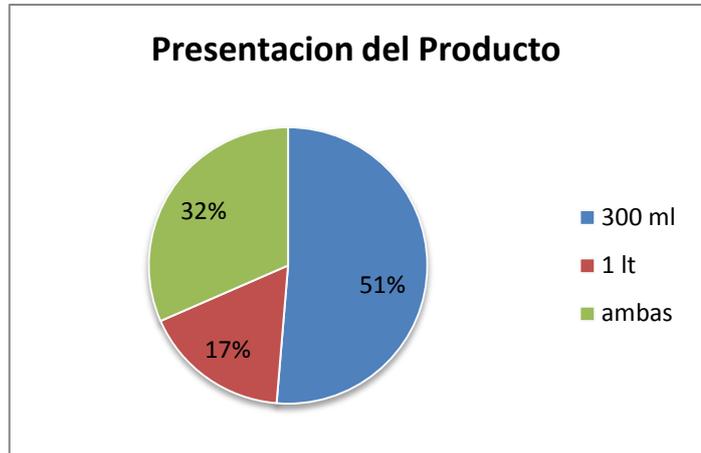


Fuente: Encuesta

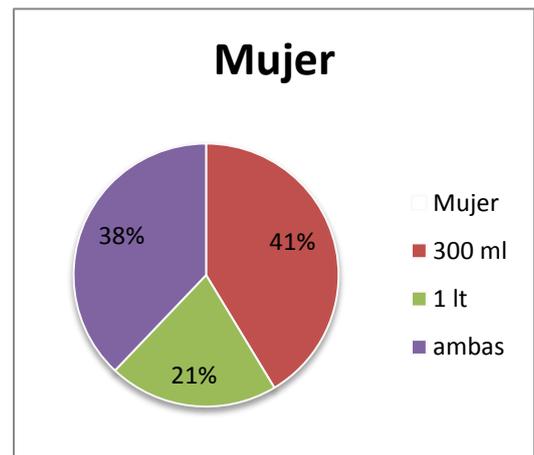
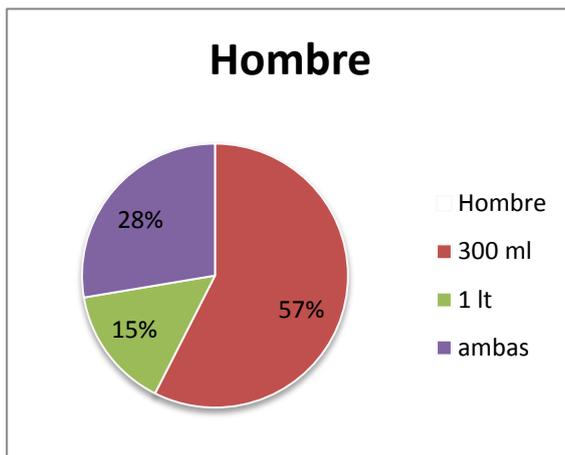
Elaboración: Autora

6. ¿Ud. qué presentación prefiere adquirir la bebida?

300 ml	39
1 lt	13
ambas	24



Hombre		Mujer	
300 ml	27	300 ml	12
1 lt	7	1 lt	6
ambas	13	ambas	11

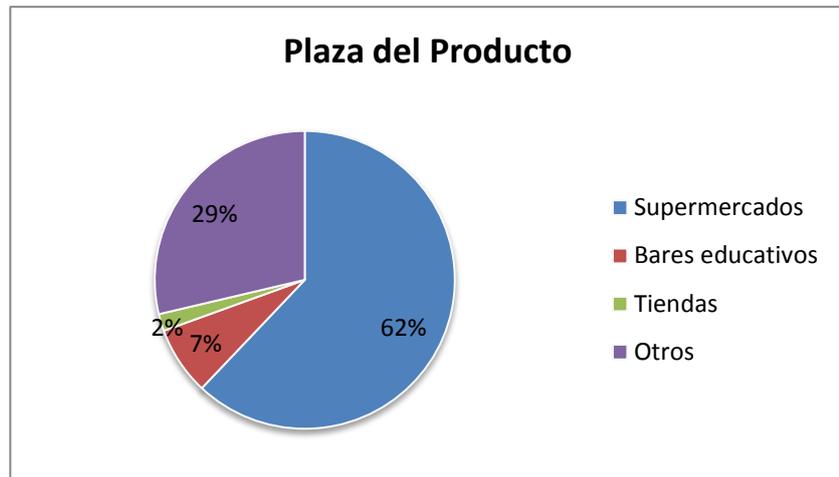


Fuente: Encuesta

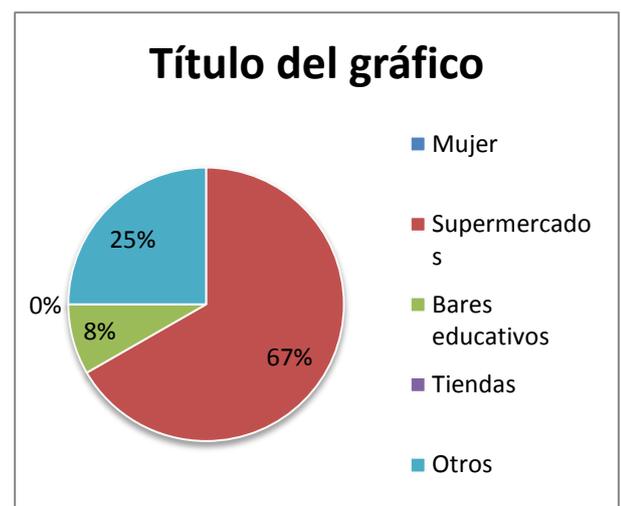
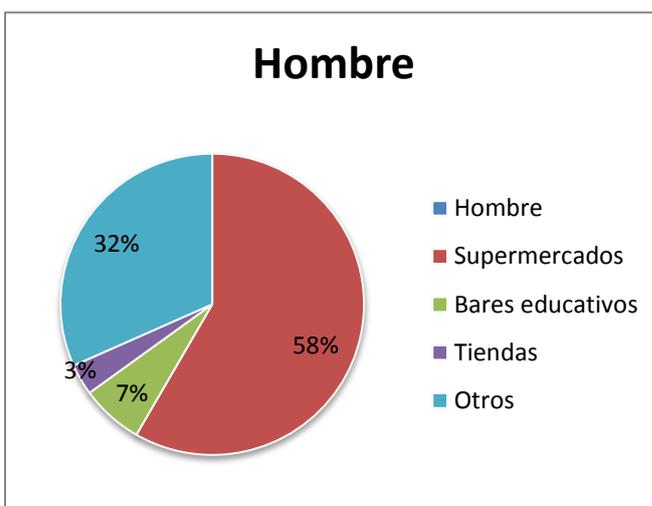
Elaboración: Autora

7. ¿Ud. en qué lugares preferiría adquirir la bebida?

Supermercados	67
Bares educativos	8
Tiendas	2
Otros	31



Hombre		Mujer	
Supermercados	35	Supermercados	32
Bares educativos	4	Bares educativos	4
Tiendas	2	Tiendas	0
Otros	19	Otros	12



Fuente: Encuesta

Elaboración: Autora

RANGO DE EDAD: 30 – 34 años

Masculino	28
Femenino	32

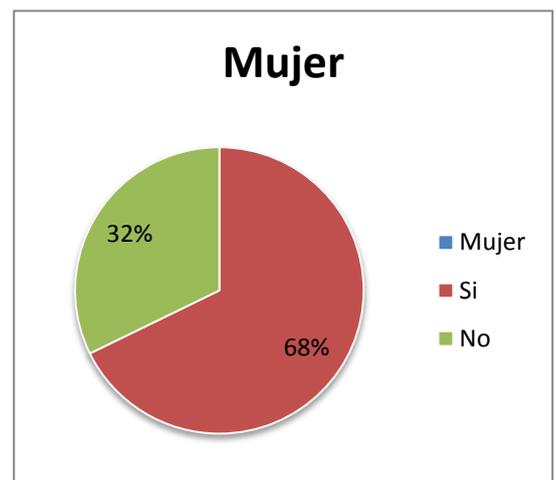
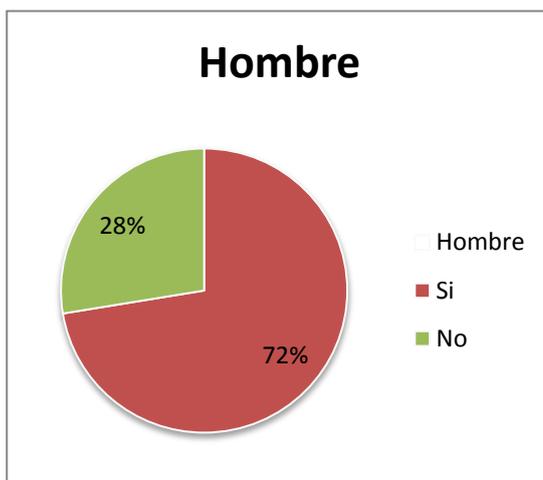
Norte	25
Centro	23
Sur	12

1. ¿Le gusta el morocho?

Si	42
No	18



Hombre		Mujer	
Si	21	Si	21
No	8	No	10

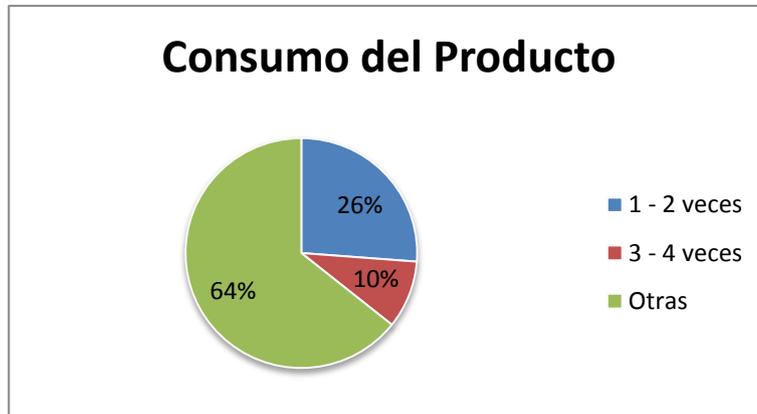


Fuente: Encuesta

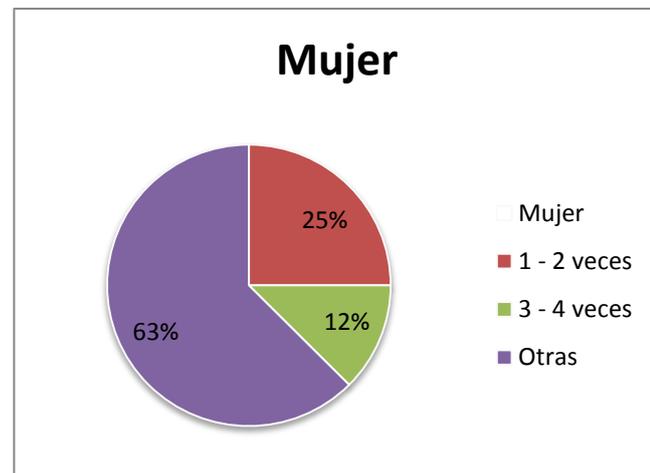
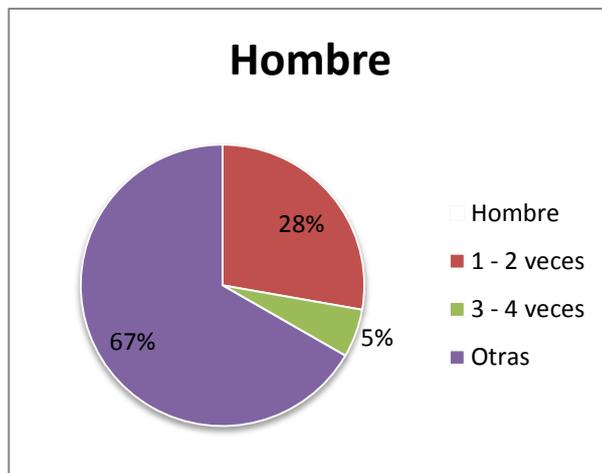
Elaboración: Autora

2. ¿Cuántas veces consume el morocho a la semana?

1 - 2 veces	11
3 - 4 veces	4
Otras	27



Hombre		Mujer	
1 - 2 veces	5	1 - 2 veces	6
3 - 4 veces	1	3 - 4 veces	3
Otras	12	Otras	15

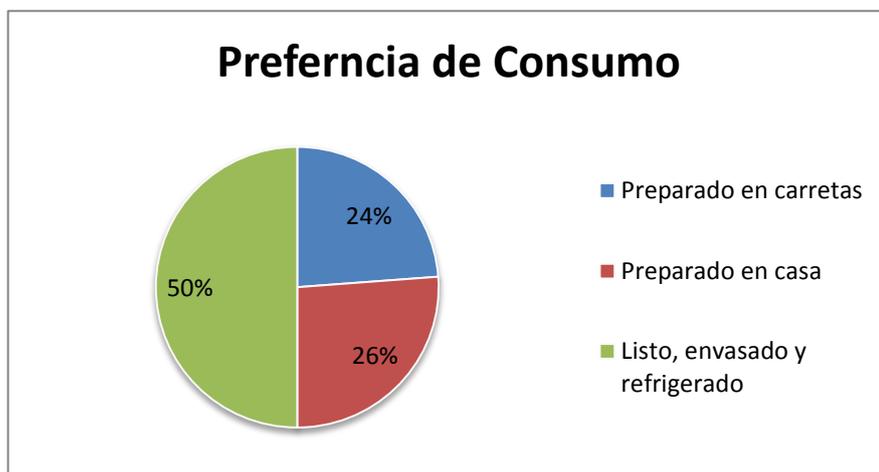


Fuente: Encuesta

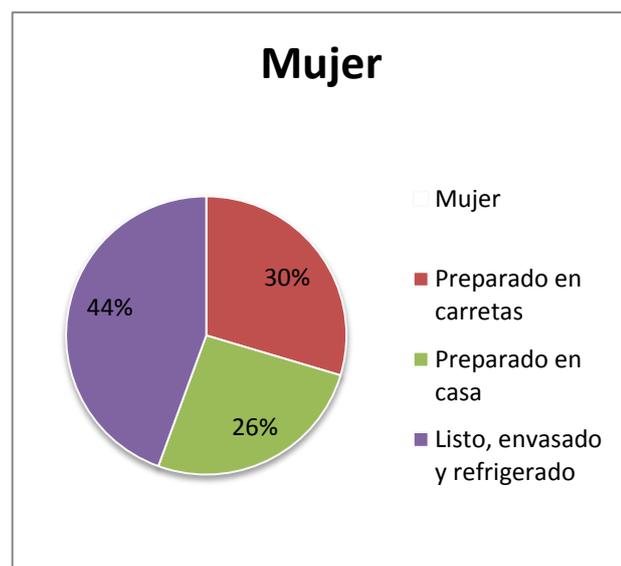
Elaboración: Autora

3. ¿Cómo Ud. preferiría consumir esta bebida?

Preparado en carretas	10
Preparado en casa	11
Listo, envasado y refrigerado	21



	Hombre	Mujer
Preparado en carretas	2	8
Preparado en casa	4	7
Listo, envasado y refrigerado	9	12



Fuente: Encuesta

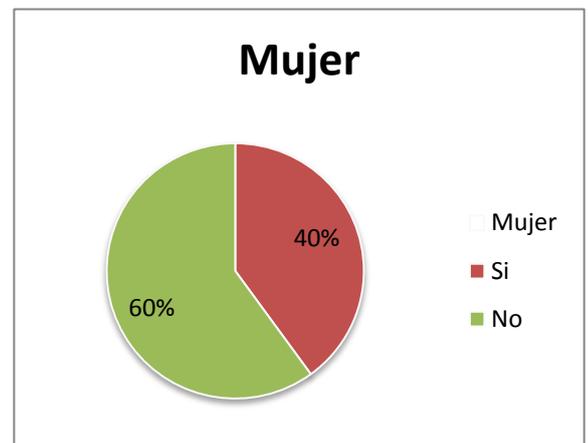
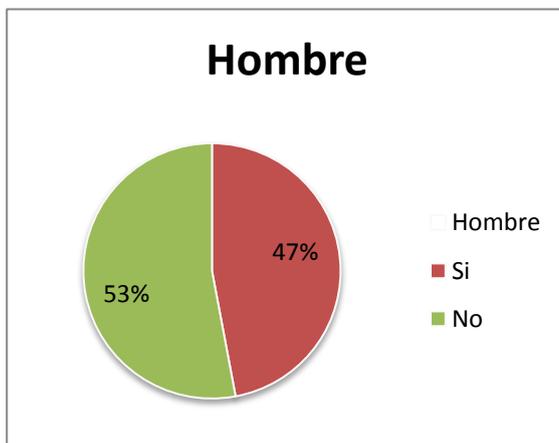
Elaboración: Autora

4. ¿Le gustaría que lleve pasas esta bebida?

Si	18
No	24



Hombre		Mujer	
Si	8	Si	10
No	9	No	15

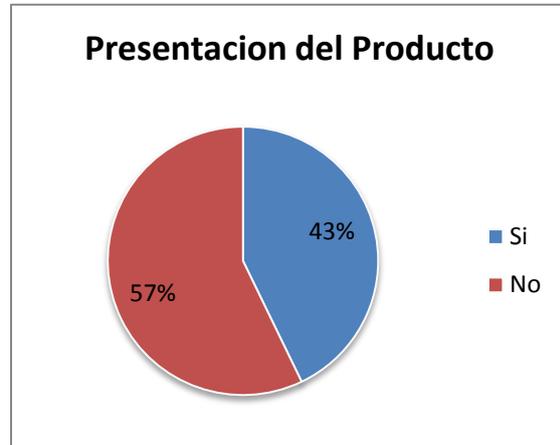


Fuente: Encuesta

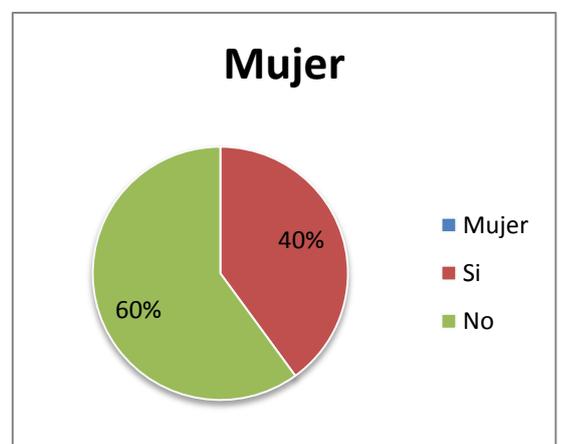
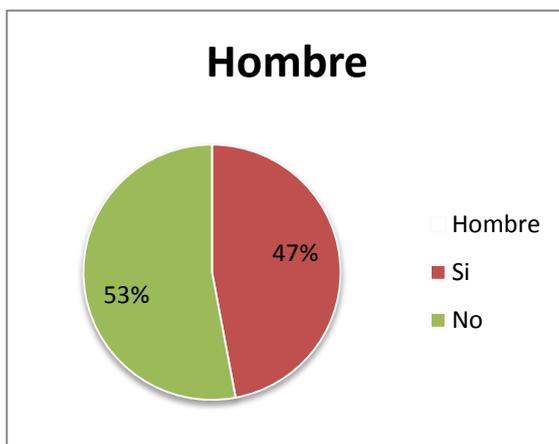
Elaboración: Autora

5. ¿En un futuro estaría dispuesto a adquirir el morocho envasado?

Si	18
No	24



Hombre		Mujer	
Si	8	Si	10
No	9	No	15

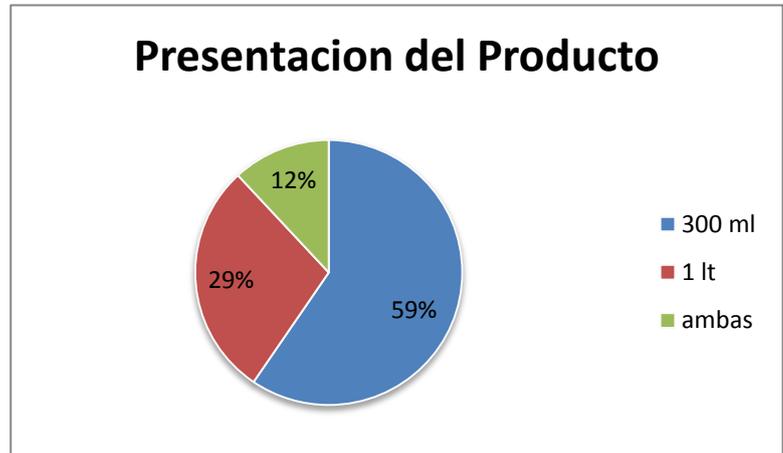


Fuente: Encuesta

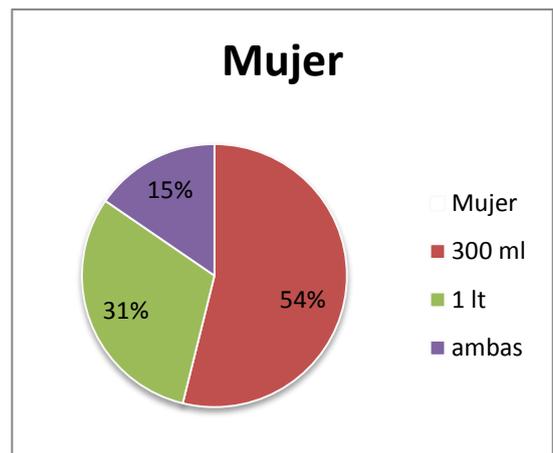
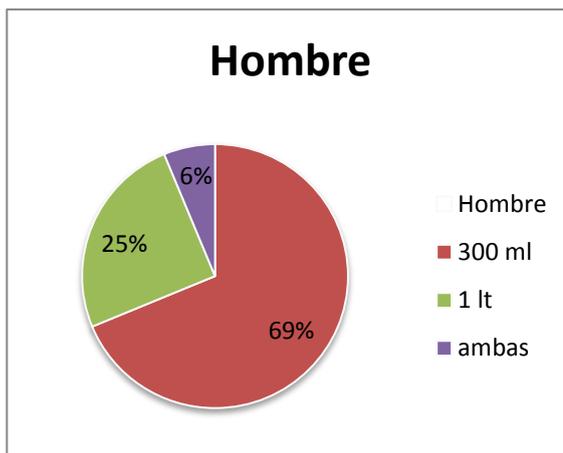
Elaboración: Autora

6. ¿Ud. qué presentación prefiere adquirir la bebida?

300 ml	25
1 lt	12
ambas	5



Hombre		Mujer	
300 ml	11	300 ml	14
1 lt	4	1 lt	8
ambas	1	ambas	4

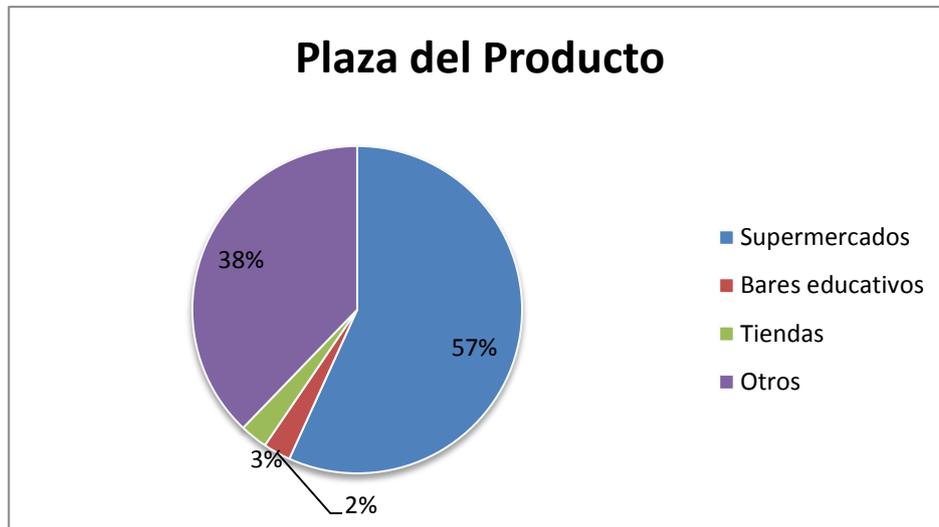


Fuente: Encuesta

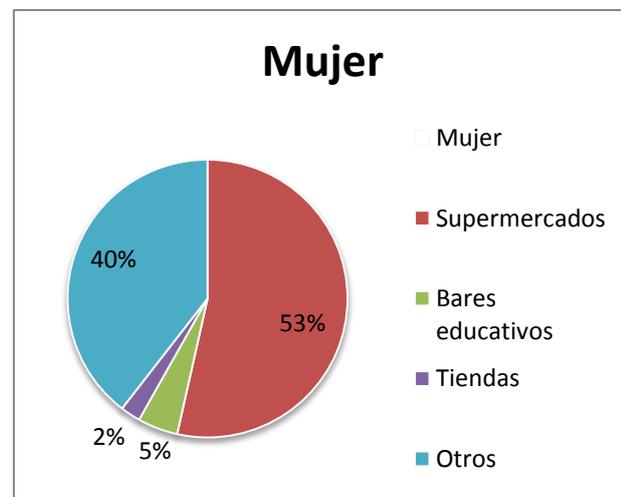
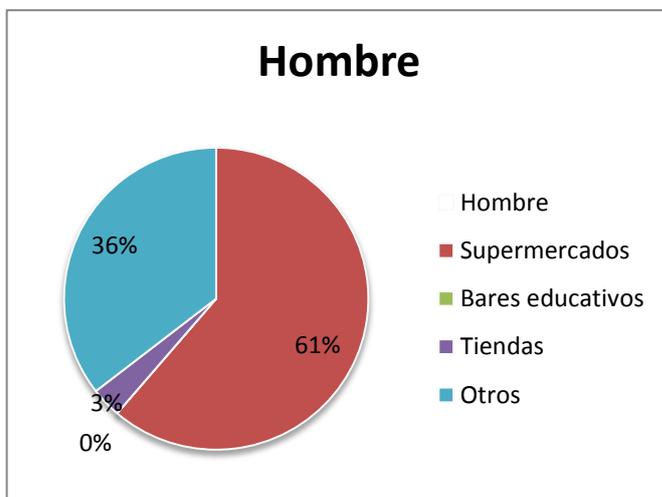
Elaboración: Autora

7. ¿Ud. en qué lugares preferiría adquirir la bebida?

Supermercados	42
Bares educativos	2
Tiendas	2
Otros	28



Hombre		Mujer	
Supermercados	19	Supermercados	23
Bares educativos	0	Bares educativos	2
Tiendas	1	Tiendas	1
Otros	11	Otros	17



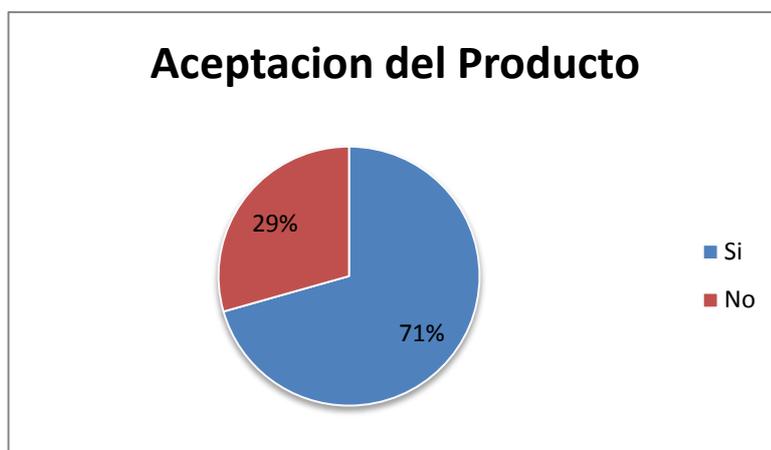
RANGO DE EDAD: 35 – 39 años

Masculino	13
Femenino	4

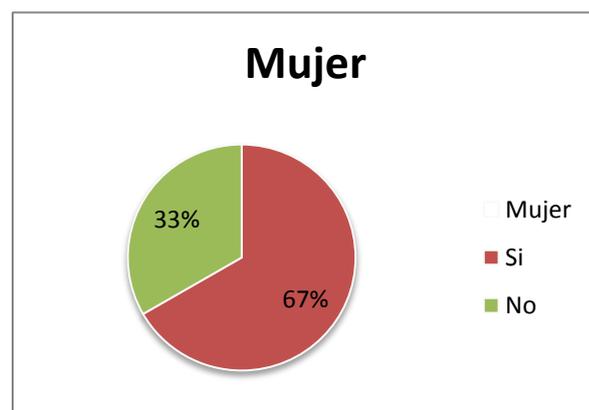
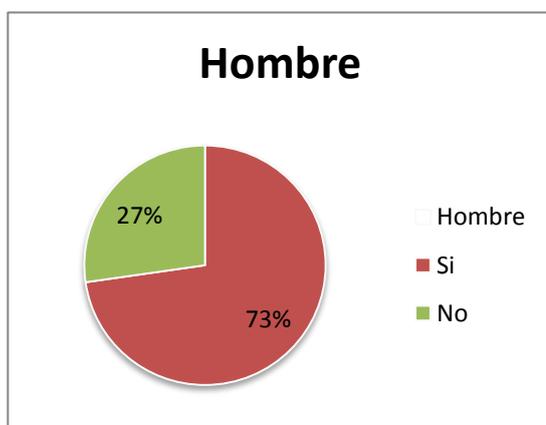
Norte	7
Centro	7
Sur	3

1. ¿Le gusta el morocho?

Si	12
No	5



Hombre		Mujer	
Si	8	Si	4
No	3	No	2

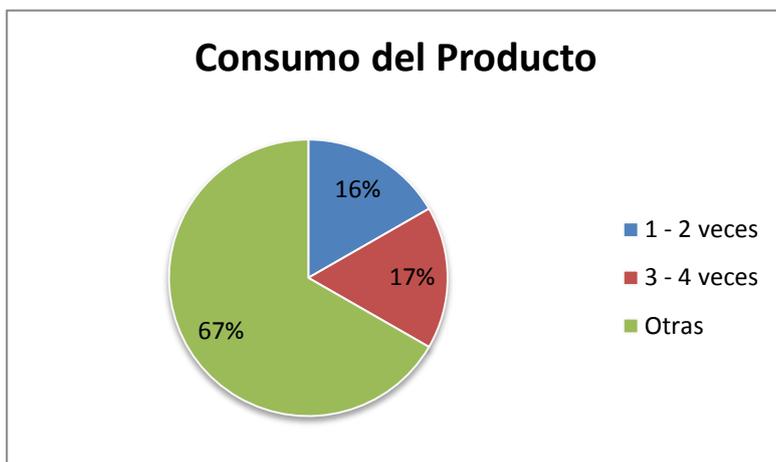


Fuente: Encuesta

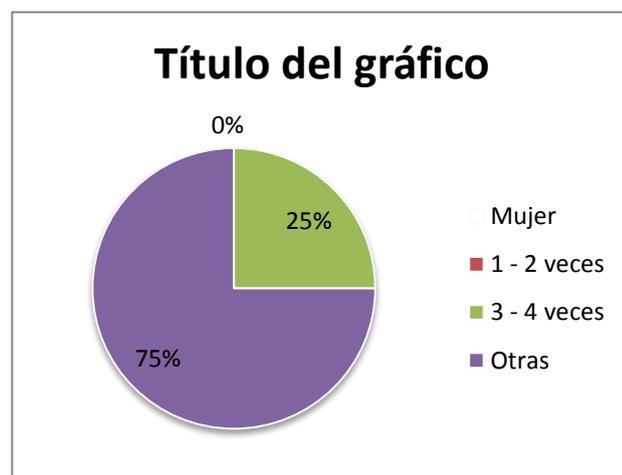
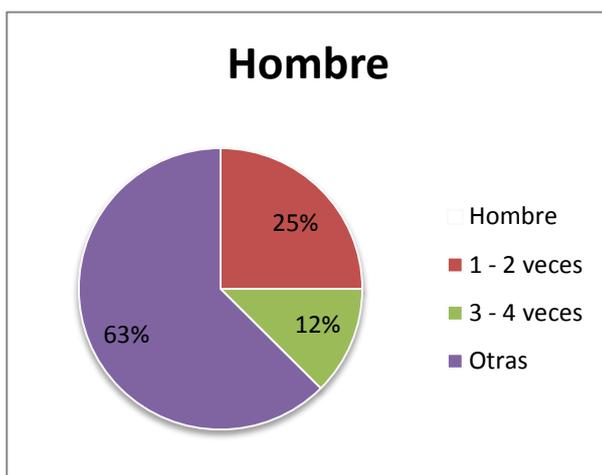
Elaboración: Autora

2. ¿Cuántas veces consume el morocho a la semana?

1 - 2 veces	2
3 - 4 veces	2
Otras	8



Hombre		Mujer	
1 - 2 veces	2	1 - 2 veces	0
3 - 4 veces	1	3 - 4 veces	1
Otras	5	Otras	3

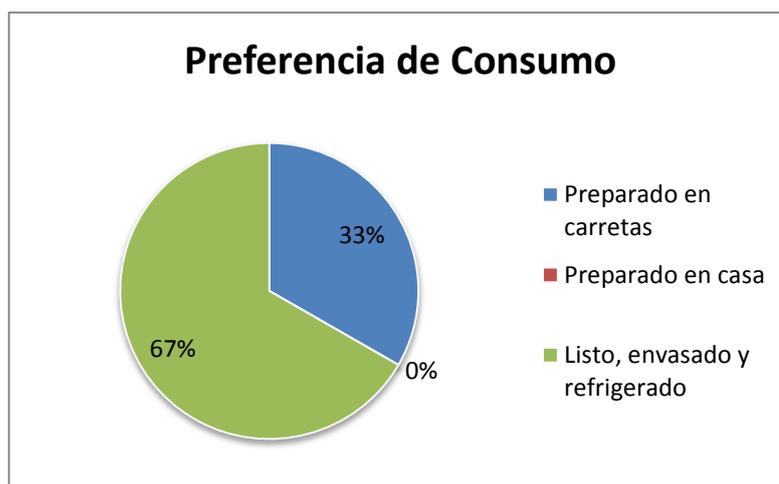


Fuente: Encuesta

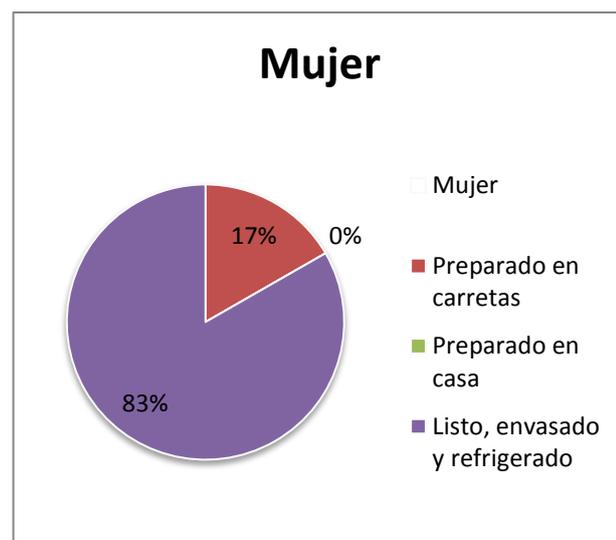
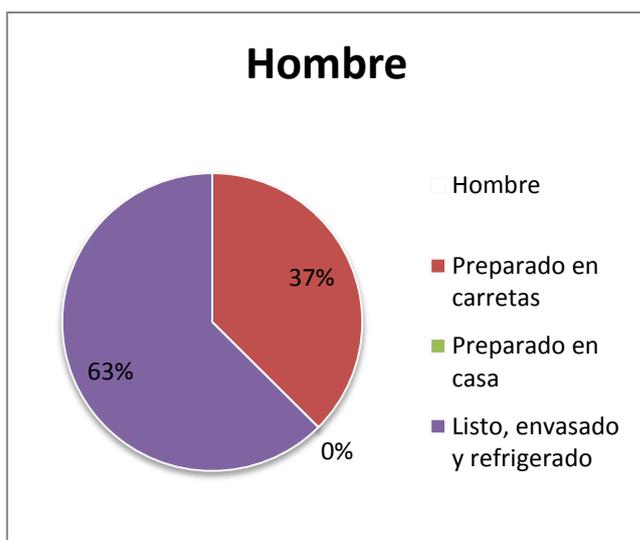
Elaboración: Autora

3. ¿Cómo Ud. preferiría consumir esta bebida?

Preparado en carretas	4
Preparado en casa	0
Listo, envasado y refrigerado	8

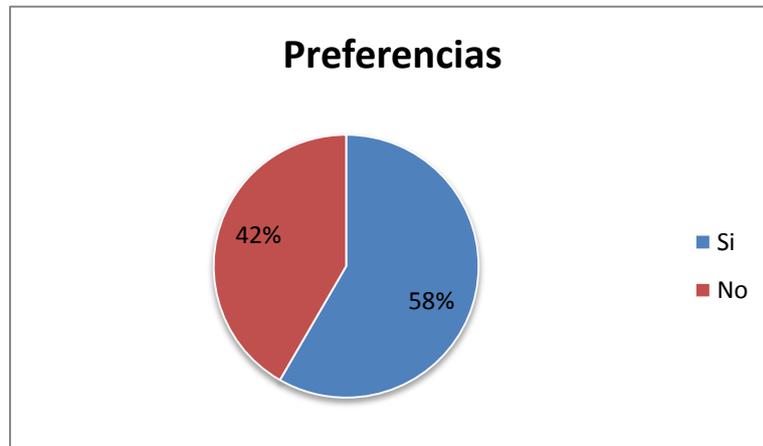


Hombre		Mujer	
Preparado en carretas	3	Preparado en carretas	1
Preparado en casa	0	Preparado en casa	0
Listo, envasado y refrigerado	5	Listo, envasado y refrigerado	5

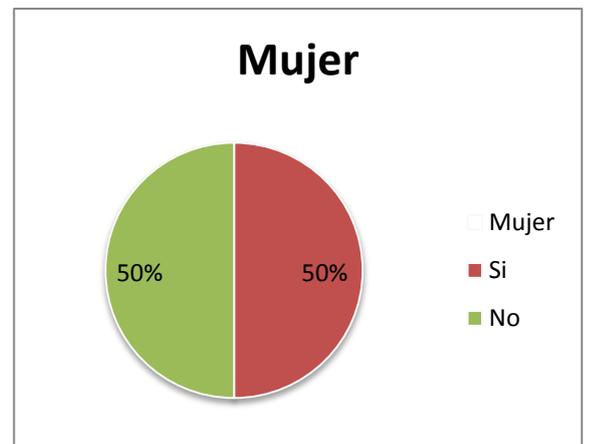
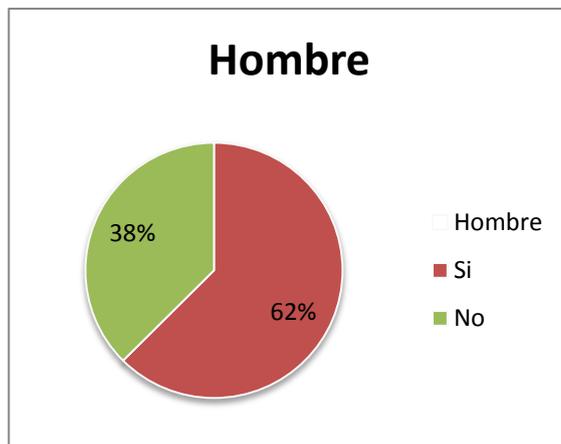


4. ¿Le gustaría que lleve pasas esta bebida?

Si	7
No	5



Hombre		Mujer	
Si	5	Si	2
No	3	No	2

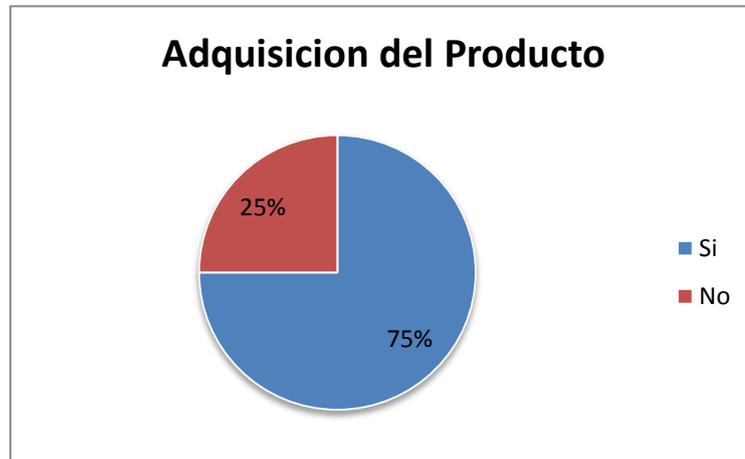


Fuente: Encuesta

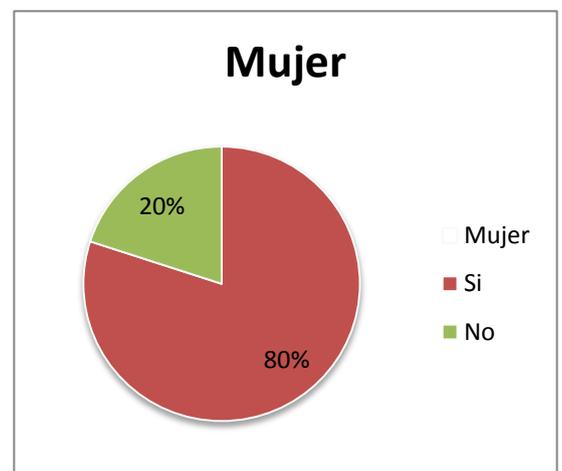
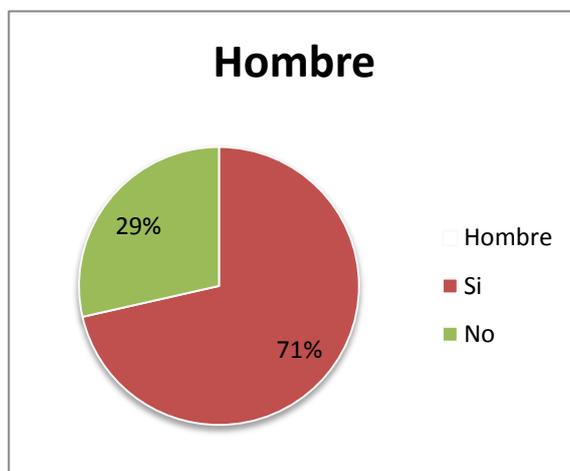
Elaboración: Autora

5. ¿En un futuro estaría dispuesto a adquirir el morocho envasado?

Si	9
No	3



Hombre		Mujer	
Si	5	Si	4
No	2	No	1

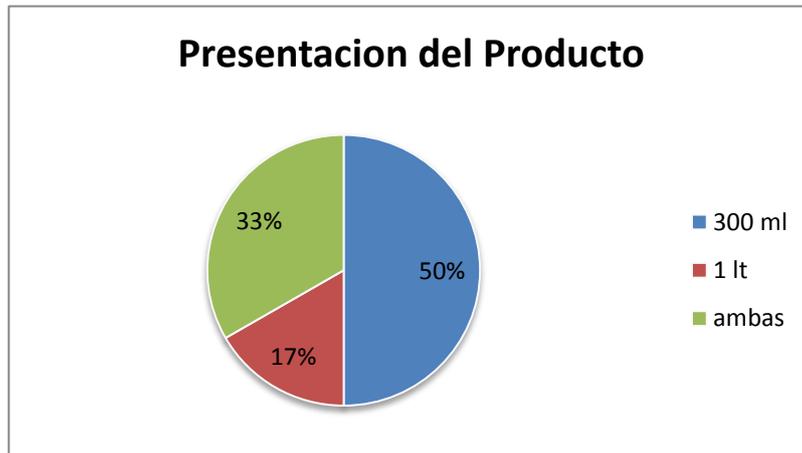


Fuente: Encuesta

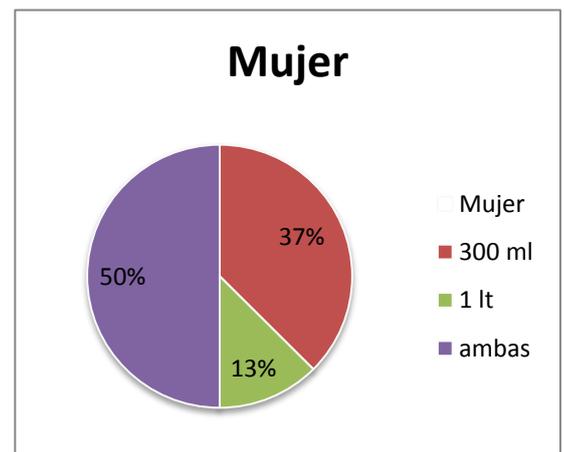
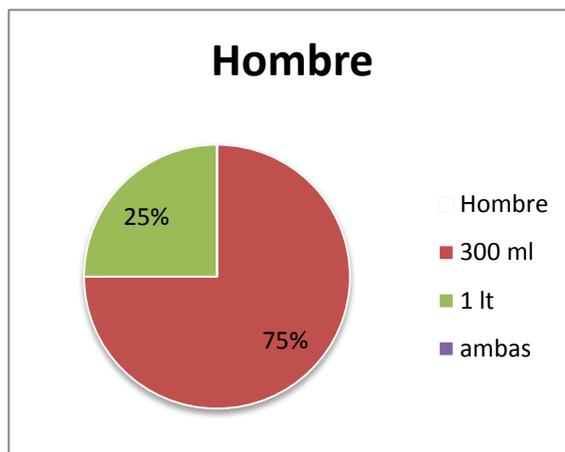
Elaboración: Autora

6. ¿Ud. qué presentación prefiere adquirir la bebida?

300 ml	6
1 lt	2
ambas	4



Hombre		Mujer	
300 ml	3	300 ml	3
1 lt	1	1 lt	1
ambas	0	ambas	4

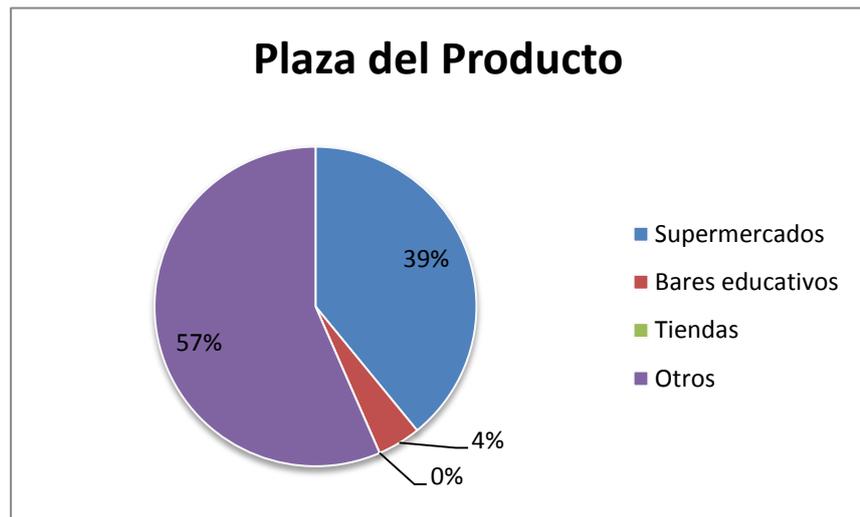


Fuente: Encuesta

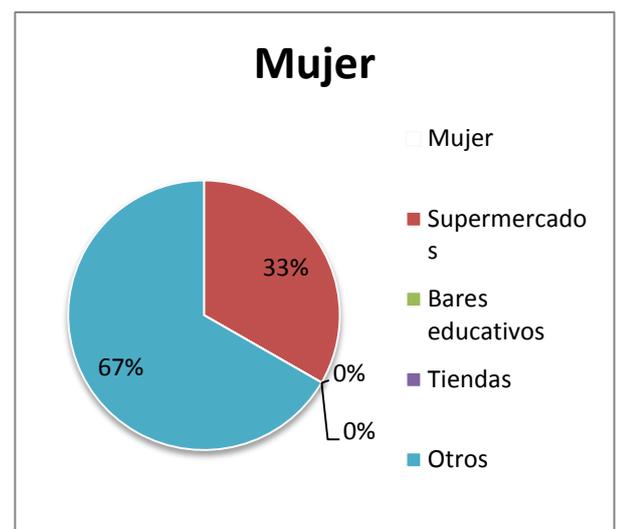
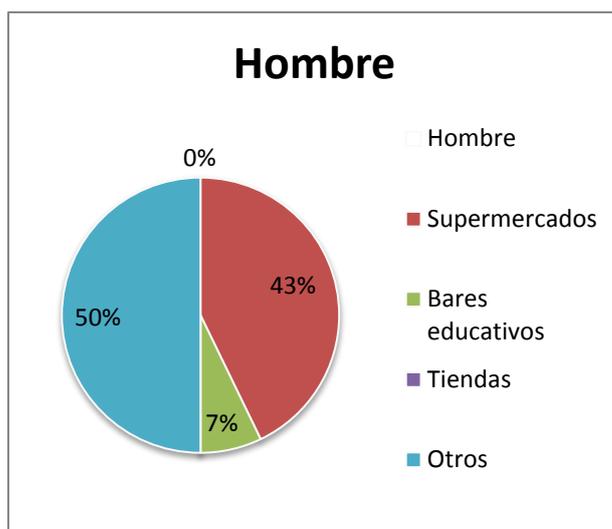
Elaboración: Autora

7. ¿Ud. en qué lugares preferiría adquirir la bebida?

Supermercados	9
Bares educativos	1
Tiendas	0
Otros	13



	Hombre	Mujer
Supermercados	6	3
Bares educativos	1	0
Tiendas	0	0
Otros	7	6



Fuente: Encuesta

Elaboración: Autora

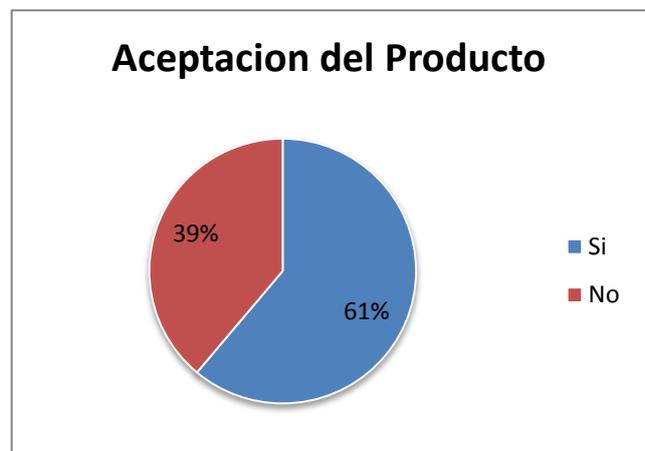
RANGO DE EDAD: 40 – 49 años

Masculino	8
Femenino	10

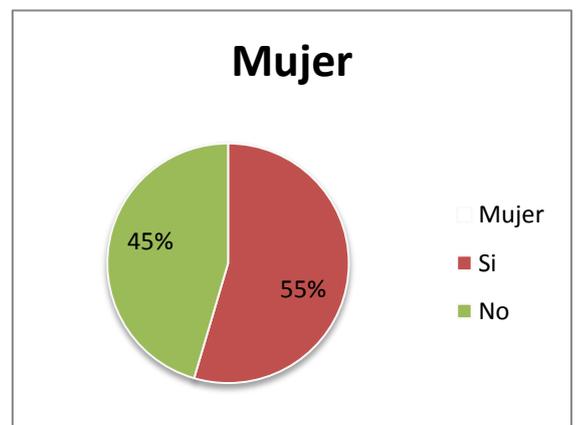
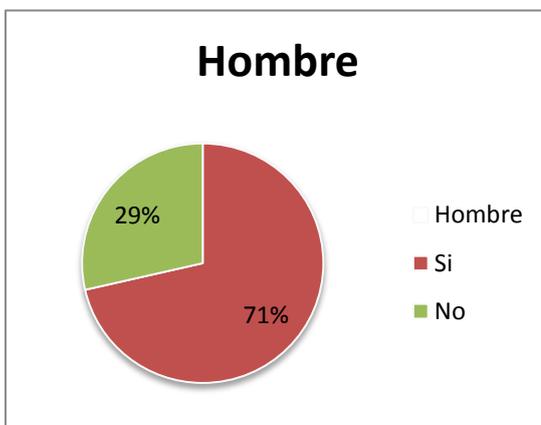
Norte	5
Centro	6
Sur	7

1. ¿Le gusta el morocho?

Si	11
No	7

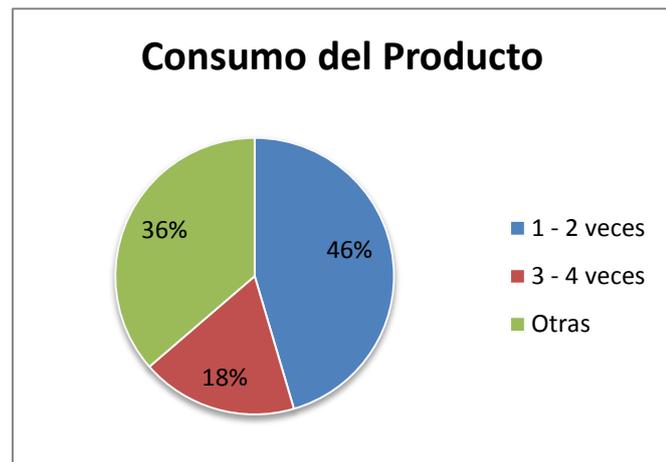


Hombre		Mujer	
Si	5	Si	6
No	2	No	5

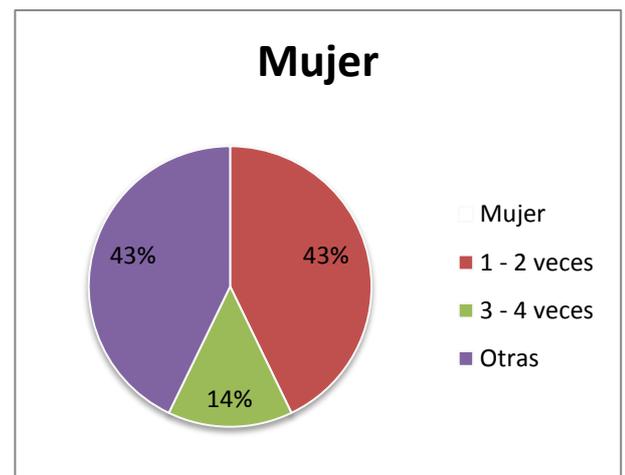
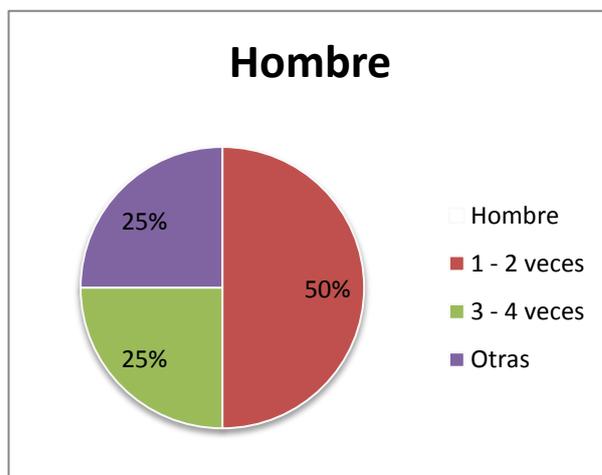


2. ¿Cuántas veces consume el morocho a la semana?

1 - 2 veces	5
3 - 4 veces	2
Otras	4



Hombre		Mujer	
1 - 2 veces	2	1 - 2 veces	3
3 - 4 veces	1	3 - 4 veces	1
Otras	1	Otras	3

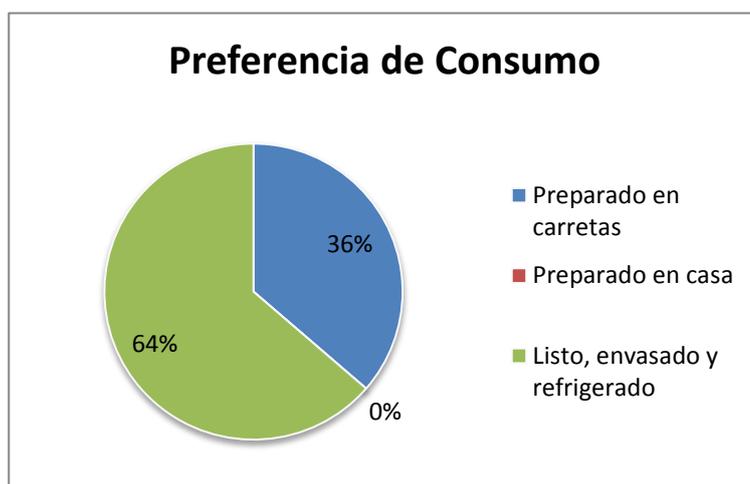


Fuente: Encuesta

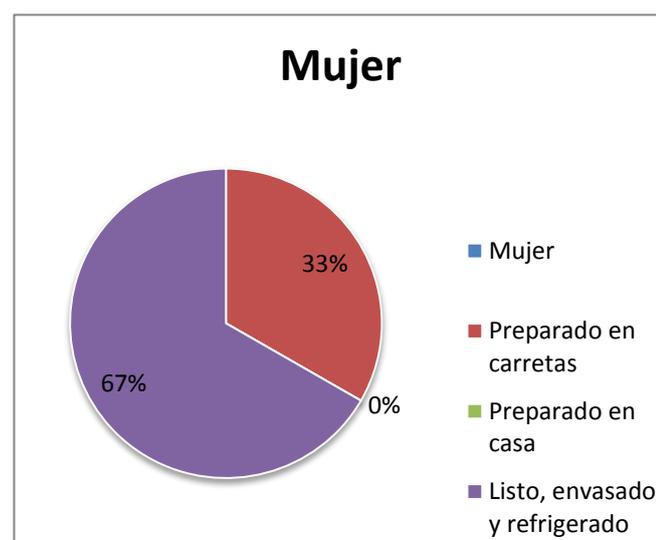
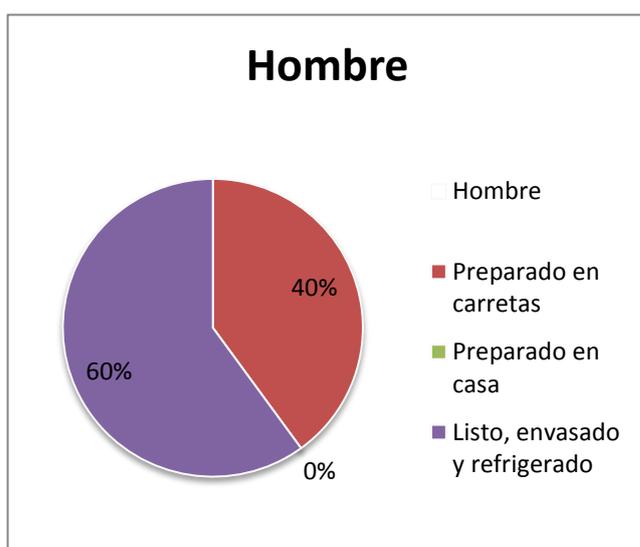
Elaboración: Autora

3. ¿Cómo Ud. preferiría consumir esta bebida?

Preparado en carretas	4
Preparado en casa	0
Listo, envasado y refrigerado	7



Hombre		Mujer	
Preparado en carretas	2	Preparado en carretas	2
Preparado en casa	0	Preparado en casa	0
Listo, envasado y refrigerado	3	Listo, envasado y refrigerado	4

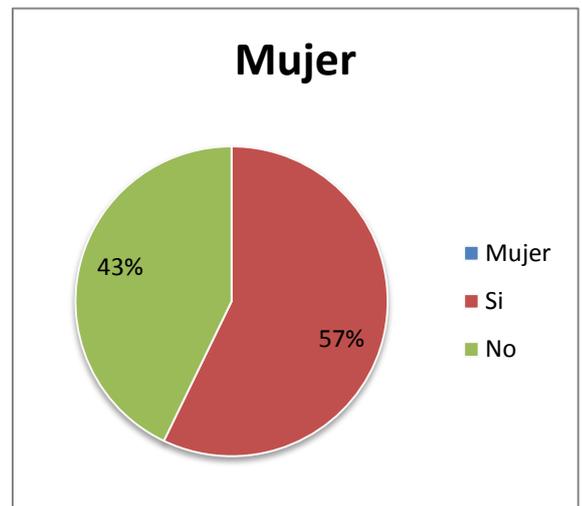
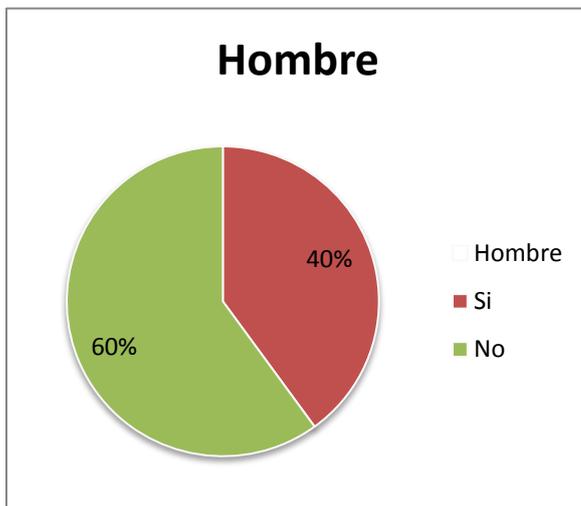


4. ¿Le gustaría que lleve pasas esta bebida?

Si	6
No	5



Hombre		Mujer	
Si	2	Si	4
No	3	No	3

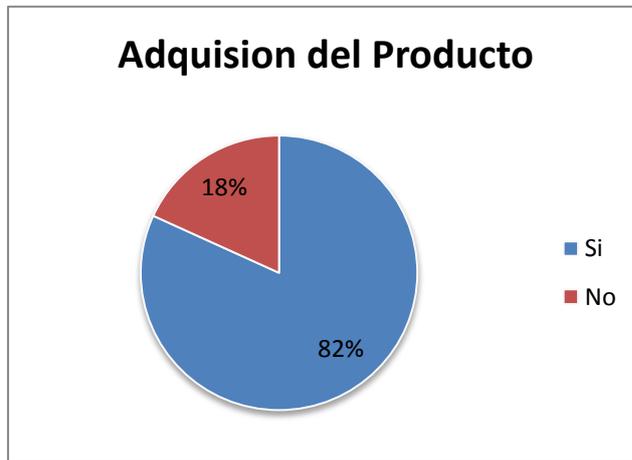


Fuente: Encuesta

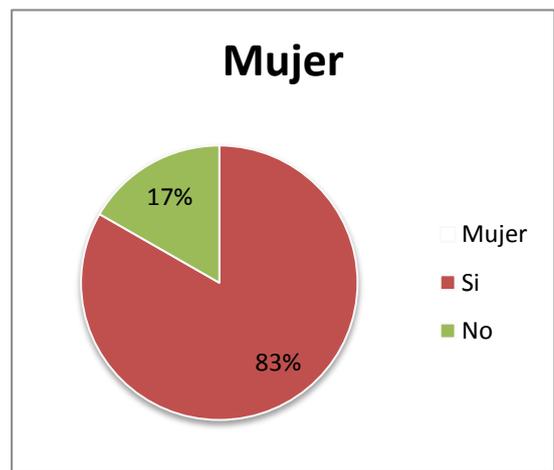
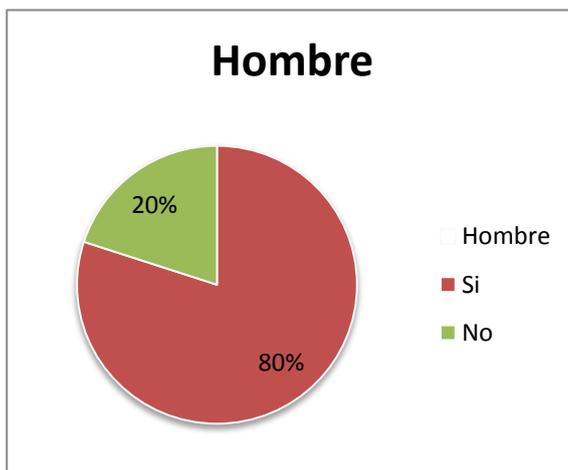
Elaboración: Autora

5. ¿En un futuro estaría dispuesto a adquirir el morocho envasado?

Si	9
No	2



Hombre		Mujer	
Si	4	Si	5
No	1	No	1

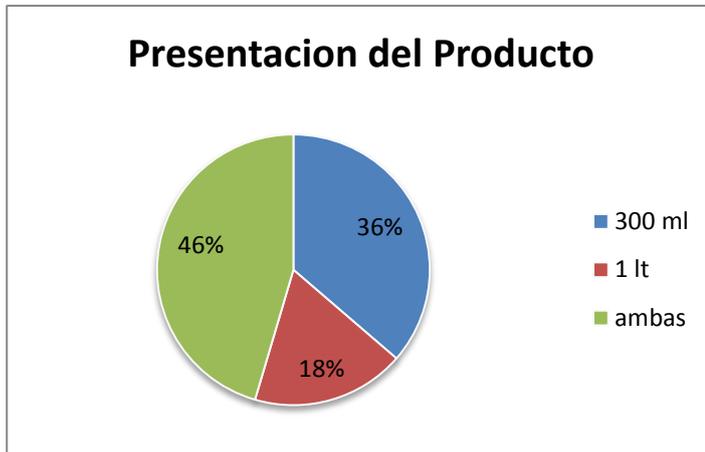


Fuente: Encuesta

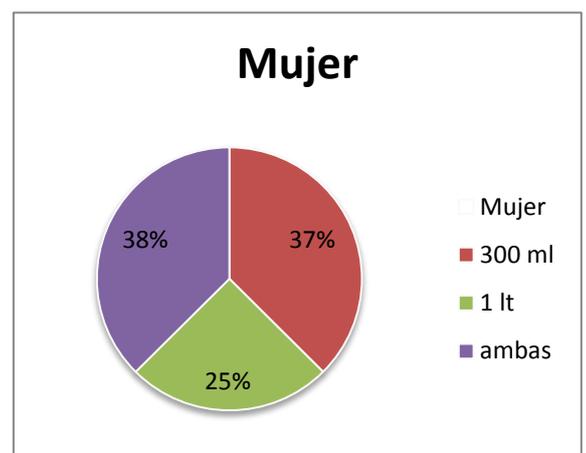
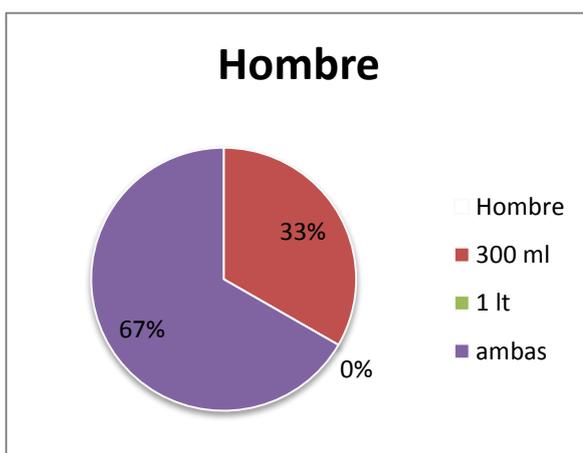
Elaboración: Autora

6. ¿Ud. qué presentación prefiere adquirir la bebida?

300 ml	4
1 lt	2
ambas	5

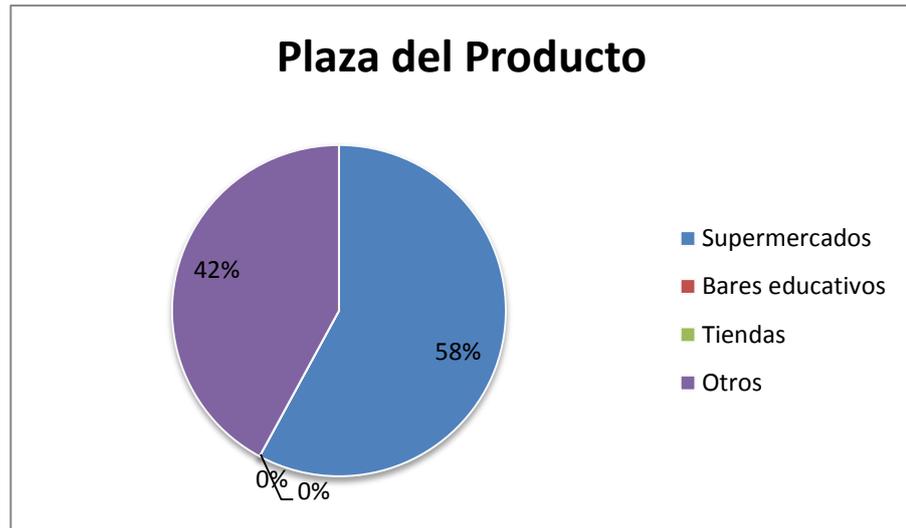


Hombre		Mujer	
300 ml	1	300 ml	3
1 lt	0	1 lt	2
ambas	2	Ambas	3

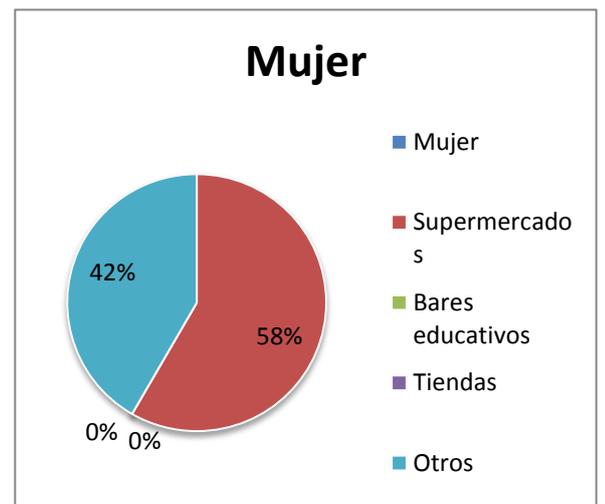
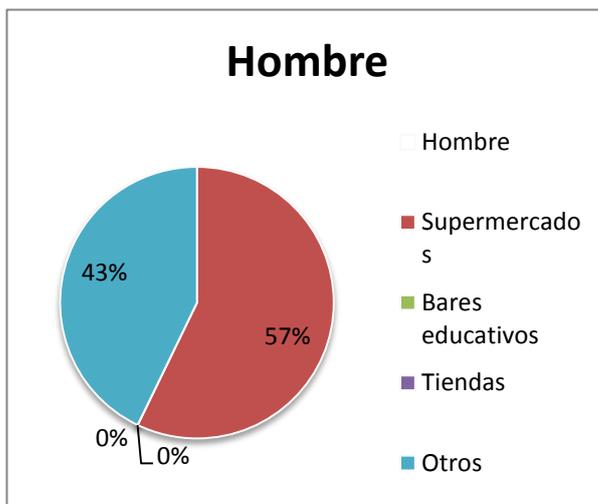


7. ¿Ud. en qué lugares preferiría adquirir la bebida?

Supermercados	11
Bares educativos	0
Tiendas	0
Otros	8



Hombre		Mujer	
Supermercados	4	Supermercados	7
Bares educativos	0	Bares educativos	0
Tiendas	0	Tiendas	0
Otros	3	Otros	5



Fuente: Encuesta

Elaboración: Autora

Anexo # 3

Normas de Etiquetas

2 -- Suplemento -- Registro Oficial Nº 134 -- Viernes 29 de noviembre de 2013

No. 00004522

LA MINISTRA DE SALUD PÚBLICA

Considerando:

Qué; la Constitución de la República del Ecuador, en el artículo 13, ordena que: “Las personas y colectividades tienen derecho al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos; preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus diversas identidades y tradiciones culturales. El Estado ecuatoriano promoverá la soberanía alimentaria.”;

Qué; la Constitución de la República del Ecuador, en el artículo 32, manda que la Salud es un derecho que garantiza el Estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos, entre ellos el derecho al agua, la alimentación, la educación, la cultura física, el trabajo, la seguridad social, los ambientes sanos y otros que sustentan el buen vivir;

Qué; la citada Constitución de la República, en el Art. 52, garantiza a las personas el derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegir con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor;

Qué; la Norma Suprema del Ecuador, en el artículo 361, ordena que el Estado ejercerá la rectoría del sistema nacional de salud a través de la autoridad sanitaria nacional, será responsable de formular la política nacional de salud y normará, regulará y controlará todas las actividades relacionadas con la salud, así como el funcionamiento de las entidades del sector;

Qué; la Carta de Ottawa (1986), adoptada en la Conferencia Internacional de Promoción de la Salud, recomienda a los países signatarios un compromiso a favor de la promoción de la salud, a través de la adopción de Políticas Públicas saludables con componentes tales como la legislación, las medidas fiscales, el sistema tributario y los cambios organizativos; comprometiéndose la Conferencia, a oponerse a las presiones que se ejerzan para favorecer los productos dañinos, los medios y condiciones de vida malsanos, la mala nutrición;

Qué; la Ley Orgánica de Salud, en el artículo 4, prescribe: “ La autoridad sanitaria nacional es el Ministerio de Salud Pública, entidad a la que corresponde el ejercicio de las funciones de rectoría en salud, así como la responsabilidad de la aplicación y vigilancia del cumplimiento de esta Ley, y, las normas que dicte para su plena vigencia serán obligatorias.”;

Qué; la Ley Orgánica de Salud prescribe, en su artículo 18, que “La autoridad sanitaria nacional, en coordinación con los gobiernos seccionales, las cámaras de la producción y centros universitarios desarrollará actividades de información, educación, comunicación y participación comunitaria dirigidas al conocimiento del valor nutricional de los alimentos, su calidad, suficiencia e inocuidad, de conformidad con las normas técnicas que dicte para el efecto el organismo competente y de la presente Ley;

Qué; la Ley Orgánica de Salud dispone, en su artículo 151, que “Los envases de los productos que contengan alimentos genéticamente modificados, sean nacionales o importados, deben incluir obligatoriamente, en forma visible y comprensible en sus etiquetas, el señalamiento de esta condición, además de los otros requisitos que establezca la autoridad sanitaria nacional, de conformidad con la ley y las normas reglamentarias que se dicten para el efecto.”;

Qué; la Ley Orgánica del Régimen de la Soberanía Alimentaria, en el artículo 28 inciso tercero, establece que las leyes que regulan el régimen de salud, la educación, la defensa del consumidor y el sistema de la calidad, establecerán los mecanismos necesarios para promover, determinar y certificar la calidad y el contenido nutricional de los alimentos, así como también para restringir la promoción de alimentos de baja calidad, a través de los medios de comunicación;

Qué; la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en el artículo 4, Derechos del Consumidor, establece: “(...) 4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar”; (...) “6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales”;

Qué; la Estrategia Mundial sobre Régimen Alimentario, Actividad Física y Salud aprobada por los países miembros de la Organización Mundial de la Salud en mayo de 2004, durante la 57ª Asamblea Mundial, alienta a que la empresa privada “Adopte prácticas responsables, en particular con respecto a la promoción y la comercialización de alimentos con alto contenido de grasas saturadas, ácidos grasos trans, azúcares libres o sal, especialmente los dirigidos a los niños;

Qué; en el Reglamento Técnico Ecuatoriano INEN, es su numeral 11.1 describe que “El Instituto Ecuatoriano de Normalización, y las autoridades pertinentes legalmente reconocidas para este efecto, efectuarán las labores de vigilancia y control del cumplimiento de los requisitos del Reglamento Técnico Ecuatoriano, de acuerdo con lo establecido en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y su Reglamento y demás leyes vigentes”;

Qué; con Decreto Ejecutivo 1290 de 30 de agosto de 2012, publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 788 de 13 de Septiembre de 2012, se crea la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), adscrita al Ministerio de Salud Pública, como organismo técnico encargado de la regulación, control técnico y vigilancia sanitaria de productos de uso y consumo humano; así como de los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario establecidos en la Ley Orgánica de Salud y demás normativa aplicable, exceptuando aquellos de servicios de

salud públicos y privados; y, Que; es necesario garantizar la información que consta en los envases de los alimentos procesados del consumo humano, normando el contenido de las etiquetas del mismo con el objeto que el usuario cuente con una información veraz de lo que va a consumir.

EN EJERCICIO DE LAS ATRIBUCIONES LEGALES CONCEDIDAS POR LOS ARTÍCULOS 151 Y 154, NUMERAL 1 DE LA CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR Y POR EL ARTÍCULO 17 DEL ESTATUTO DEL RÉGIMEN JURÍDICO Y ADMINISTRATIVO DE LA FUNCIÓN EJECUTIVA

Acuerda:

EXPEDIR EL REGLAMENTO SANITARIO DE ETIQUETADO DE ALIMENTOS PROCESADOS PARA EL CONSUMO HUMANO

Capítulo I

OBJETO, ALCANCE Y DEFINICIONES

Art. 1.- El presente Reglamento tiene como objeto regular y controlar el etiquetado de los alimentos procesados para el consumo humano, a fin de garantizar el derecho constitucional de las personas a la información oportuna, clara, precisa y no engañosa sobre el contenido y características de estos alimentos, que permita al consumidor la correcta elección para su adquisición y consumo.

Art. 2.- Las disposiciones establecidas en este Reglamento, rigen a todos los alimentos procesados para el consumo humano, que cuenten con Registro Sanitario que se comercialicen en el territorio nacional.

Art. 3.- Para efecto de la aplicación de este Reglamento se entenderá por:

Alimento.- Es todo producto natural o artificial que ingerido aporta al organismo de los seres humanos o de los animales, los materiales y la energía necesarios para el desarrollo de los procesos biológicos. Comprende también las sustancias y mezclas de las mismas que se ingieren por hábito o costumbre, tengan o no valor nutritivo.

Alimento natural.- Es aquel que se utiliza como se presenta en la naturaleza, sin haber sufrido transformación en sus caracteres o en su composición, pudiendo ser sometido a procesos prescritos por razones de higiene, o las necesarias para la separación de las partes no comestibles.

Alimento procesado.- Es toda materia alimenticia, natural o artificial que para el consumo humano ha sido sometida a operaciones tecnológicas necesarias para su transformación, modificación y conservación, que se distribuye y comercializa en envases rotulados bajo una marca de fábrica determinada. El término alimento procesado, se extiende a bebidas alcohólicas, y no alcohólicas, aguas de mesa, condimentos, especias y aditivos alimentarios. Para efectos del presente Reglamento se considerarán

también como alimento procesado a preparados de inicio y continuación para alimentación de lactantes, alimentos complementarios y para regímenes especiales.

Bebida energética.- Son bebidas que en su composición incluyen uno o más componentes de aminoácidos, hidratos de carbono, vitaminas, minerales, cafeína, taurina y glucoronolactona.

Comercializador.- Es la persona natural o jurídica, pública o privada que se dedica a la comercialización al por mayor o menor, de alguno de los productos comprendidos en la disposiciones del presente Reglamento.

Consumidor.- Es toda persona natural o jurídica que como destinatario final, adquiera, utilice o disfrute bienes o servicios, o bien reciba oferta para ello. Cuando la presente Ley mencione al consumidor, dicha denominación incluirá al usuario.

Declaración de propiedades nutricionales.- Se entiende cualquier representación que afirme, sugiera o implique que un alimento posee propiedades nutritivas particulares, incluyendo pero no limitándose a su valor energético y contenido de proteínas, grasas y carbohidratos, así como su contenido de vitaminas y minerales.

Declaración de propiedades saludables.- Es cualquier representación que declara, sugiere o implica que existe una relación entre un alimento, o un constituyente de un alimento, y la salud.

Etiqueta (Rótulo).- Se entiende por rótulo cualquier, expresión, marca, imagen u otro material descriptivo o gráfico que se haya escrito, impreso, estarcido, marcado, marcado en relieve, adherido al envase de un producto, que lo identifica y caracteriza.

Etiquetado (Rotulado).- Cualquier material escrito, impreso o gráfico que contiene el rótulo o etiqueta.

Etiquetado nutricional.- Es toda descripción destinada a informar al consumidor sobre las propiedades nutricionales de un alimento que comprende: la declaración de nutrientes y la información nutricional complementaria.

Fabricante.- Toda empresa u otra entidad del sector público o privado que se dedique al negocio o desempeñe la función (directamente o por conducto de un agente o una entidad controlados por ella o a ella vinculados en virtud de su contrato) de fabricar alguno de los productos comprendidos en la disposiciones del presente reglamento.

Grasas o lípidos.- Sustancias insolubles en agua y solubles en solventes orgánicos, constituidas especialmente por esteres de los ácidos grasos. Este término incluye triglicéridos, fosfolípidos, glucolípidos, ceras y esteroides.

Norma Técnica Ecuatoriana, NTE INEN.- Es el documento expedido por el INEN, oficializado por la Ministra o Ministro de Industrias y Productividad, que establece reglas, condiciones o métodos que resuelven problemas repetitivos, formulado en base a investigaciones y estudios que recogen los resultados consolidados de la ciencia, la tecnología y la experiencia, teniendo en cuenta los criterios de todos los sectores interesados.

Nutriente.- Es toda sustancia química consumida normalmente como componente de un alimento que: proporciona energía, o es necesaria para el crecimiento, desarrollo y el mantenimiento de la salud y la vida, o cuya carencia produce cambios químicos y fisiológicos característicos.

Registro Sanitario.- Certificación otorgada por la Autoridad Sanitaria Nacional, para la importación, exportación y comercialización de los productos de uso y consumo humano señalados en el artículo 137 de la Ley Orgánica de Salud. Dicha certificación es otorgada cuando se cumpla con los requisitos de calidad, seguridad, eficacia y aptitud para consumir y usar dichos productos cumpliendo los trámites establecidos en la Ley Orgánica de Salud y sus reglamentos.

Reglamento Técnico Ecuatoriano.- Documento expedido por el INEN, en el que se establecen las características de un producto o servicio, o los procesos y métodos de producción con ellas relacionados, con inclusión de las disposiciones administrativas aplicables, y cuya observancia es obligatoria. También puede incluir prescripciones en materia de terminología, símbolos, embalaje, marcado o etiquetado aplicables a un producto, proceso o método de producción, o tratar exclusivamente de ellas. Adicionalmente, puede referirse al destino de los productos después de su puesta en circulación o comercialización y cubrir aspectos relativos al uso, reciclaje, reutilización, eliminación o desecho.

Transgénicos.- Dicho de un organismo vivo: Que ha sido modificado mediante la adición de genes exógenos para lograr nuevas propiedades.

Capítulo II

DEL ETIQUETADO DE LOS ALIMENTOS PROCESADOS

Art. 4.- El idioma de la información del etiquetado de los alimentos procesados para el consumo humano estará conforme a lo establecido en el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 022 de Rotulado de Productos Alimenticios, Procesados, Envasados y Empaquetados y podrá además utilizarse lenguas locales predominantes, en términos claros y fácilmente comprensibles para el consumidor al que van dirigidos.

Art. 5.- El etiquetado de los alimentos procesados para el consumo humano, se ajustará a su verdadera naturaleza, composición, calidad, origen y cantidad del alimento envasado, de modo tal que se evite toda concepción errónea de sus cualidades o beneficios y estará fundamentada en las características o especificaciones del alimento, aprobadas en su Registro Sanitario.

Art. 6.- El Ministerio de Salud Pública a través de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) autorizará el etiquetado de los alimentos procesados para el consumo humano, conforme a lo dispuesto en la legislación sanitaria vigente.

Art. 7.- En materia de etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano, se prohíbe:

- a) Afirmar que consumiendo un producto por sí solo, se llenan los requerimientos nutricionales de una persona;
- b) Utilizar logos, certificaciones y/o sellos de asociaciones, sociedades, fundaciones, federaciones y de grupos colegiados, que estén relacionados a la calidad y composición del producto;
- c) Las marcas de conformidad relacionados con certificaciones de sistemas de calidad, procesos y otros, excepto las marcas de conformidad de certificaciones que han sido otorgadas al producto;
- d) Declarar que el producto cuenta con ingredientes o propiedades de las cuales carezca o atribuir un valor nutritivo superior o distinto al que se declare en el Registro Sanitario;
- e) Declarar propiedades nutricionales, incumpliendo los valores de referencia establecidos en las normas y reglamentos técnicos de etiquetado nutricional;
- f) Realizar comparaciones en menoscabo de otros productos;
- g) Declarar propiedades saludables, que no puedan comprobarse;
- h) Atribuir propiedades preventivas o acción terapéutica para aliviar, tratar o curar una enfermedad;
- i) Utilizar imágenes de niños, niñas, y adolescentes;
- j) Utilizar imágenes que no correspondan a las características del producto;
- k) Declarar frecuencia de consumo;
- l) Utilizar imágenes de profesionales de la salud.
- m) Utilizar imágenes de celebridades en productos con contenido alto o medio de componentes definidos en la TABLA no. 1.
- n) Utilizar imágenes de personas o animales, reales o ficticias en productos con contenido alto o medio de componentes definidos en la TABLA No. 1.

Art. 8.- Para aquellos componentes que no tienen valor de referencia en la Norma Técnica Ecuatoriana se considerarán los valores de referencia establecidos en el Codex Alimentarius o en el instrumento que lo sustituya, FAO y OMS.

Art. 9.- Para la valoración del alimento procesado en referencia a los componentes y concentraciones permitidas de grasas, azúcares y sal se debe referir a la siguiente tabla:

TABLA No 1.- CONTENIDO DE COMPONENTES Y CONCENTRACIONES PERMITIDAS

Nivel	CONCENTRACION "BAJA"	CONCENTRACION "MEDIA"	CONCENTRACION "ALTA"
Grasas Totales	Menor o igual a 3 gramos en 100 gramos	Mayor a 3 y menor a 20 gramos en 100 gramos	Igual o mayor a 20 gramos en 100 gramos
	Menor o igual a 1,5 gramos en 100 mililitros	Mayor a 1,5 y menor a 10 gramos en 100 mililitros	Igual o mayor a 10 gramos en 100 mililitros
Azúcares	Menor o igual a 5 gramos en 100 gramos	Mayor a 5 y menor a 15 gramos en 100 gramos	Igual o mayor a 15 gramos en 100 gramos.
	Menor o igual a 2,5 gramos en 100 mililitros	Mayor a 2,5 y menor a 7,5 gramos en 100 mililitros	Igual o mayor a 7,5 gramos en 100 mililitros
Sal	Menor o igual a 0,3 gramos en 100 gramos	Mayor a 0,3 menor a 1,5 gramos en 100 gramos	Igual o mayor a 1.5 gramos en 100 gramos.
	Menor o igual a 0,3 gramos en 100 mililitros	Mayor a 0,3 y menor a 1,5 gramos en 100 mililitros	Igual o mayor a 1.5 gramos en 100 mililitros.
	(0,3 gramos de sal contiene 120 miligramos de sodio)	(0.3 a 1,5 gramos de sal contiene entre 120 a 600 miligramos de sodio)	(1.5 gramos de sal contiene 600 miligramos de sodio)

Art. 10.- Para la comparación del contenido de componentes y concentraciones permitidas de la TABLA No. 1 en alimentos procesados para consumo humano debe estar acorde a las unidades establecidas en la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 1334-2; para el caso de yogures y helados el cálculo y comparación de dichos componentes se lo realizará en mililitros (ml).

Art. 11.- En los alimentos que se consuman reconstituidos, se evaluará los contenidos de componentes en la porción reconstituida.

Art. 12.- Todo alimento procesado para el consumo humano, debe cumplir con el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 022 de Rotulado de productos alimenticios procesados, envasados y empaquetados; adicionalmente se colocará un sistema gráfico con barras de colores colocadas de manera horizontal. Estos colores serán: rojo, amarillo y verde según la concentración de los componentes:

- a) La barra de color rojo está asignado para los componentes de alto contenido y tendrá la frase "ALTO EN ...".
- b) La barra de color amarillo está asignado para los componentes de medio contenido y tendrá la frase "MEDIO EN ...".
- c) La barra de color verde está asignado para los componentes de bajo contenido y tendrá la frase "BAJO EN ...".

Dependiendo de la naturaleza del producto cada componente estará representado por una barra de acuerdo a lo señalado en la TABLA No. 1.

El sistema gráfico debe estar debidamente enmarcado en un cuadrado de fondo gris o blanco dependiendo de los colores predominantes de la etiqueta, ocupar el porcentaje que le corresponde de acuerdo al área del panel principal del envase de conformidad a la siguiente tabla.

TABLA No 2.- ÁREAS DEL SISTEMA GRÁFICO

Área del sistema gráfico	Área de la cara principal de exhibición en cm ²
$\geq 6,25 \text{ cm}^2$	19,5 - 32
20 %	33 - 161
15 %	162 en adelante

El área del sistema gráfico debe estar situada en el extremo superior izquierdo del panel principal.

El sistema gráfico no debe estar oculto por ningún objeto o implemento para el consumo o uso del mismo o productos promocionales.

Los alimentos procesados de envases pequeños con una superficie total para rotulado menor a 19,4 cm² que estén exentos de las disposiciones para rotulado nutricional de conformidad a la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 1334-2, no deberán colocar el sistema gráfico en su envase, sin embargo deberán incluir dicho sistema en el envase externo que los contiene.

Art. 13.- Las consideraciones y características específicas del sistema gráfico se encuentran descritas en el Anexo 1 del presente Reglamento.

Art. 14.- Se excluye la disposición de inclusión del sistema gráfico a los alimentos descritos en el Capítulo de excepciones de Rotulado Nutricional de la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 1334-2, y todos aquellos alimentos procesados que por su naturaleza o composición de origen posee uno o varios de los componentes (grasas, sal, azúcares) y que no se le ha agregado en su proceso alguno de los componentes mencionados, a los preparados de inicio y continuación para alimentación de lactantes, alimentos complementarios y alimentos para regímenes especiales, harinas y aditivos alimentarios.

Art. 15.- Se exceptúa la inclusión del sistema gráfico en el azúcar, sal y grasas de origen animal, sin embargo deben colocar el siguiente mensaje en sus etiquetas: "Por su salud reduzca el consumo de este producto".

Art. 16.- Los productos que contengan dos o más alimentos procesados en su presentación deben realizar la declaración nutricional por cada uno de estos, al igual que el cálculo y comparación del contenido de componentes y concentraciones permitidas y colocar un sistema gráfico de los niveles más altos de los tres componentes en el envase más grande.

Art. 17.- Los productos que contengan entre sus ingredientes uno o varios edulcorantes no calóricos, deben incluir en su etiqueta el siguiente mensaje: “Este producto contiene edulcorante no calórico”.

Art. 18.- Los alimentos procesados y bebidas cuyo contenido sea menor al 50% del alimento natural de base en su formulación, deben incluir en su etiqueta el siguiente mensaje: “Este producto tiene menos del 50% del alimento natural en su contenido”.

Art. 19.- Los mensajes a declararse dispuestos en este Reglamento deben cumplir con lo establecido en el Anexo 1.

Capítulo III BEBIDAS ENERGÉTICAS

Art. 20.- En el etiquetado de bebidas energéticas, que contengan cafeína, taurina y/o glucoronolactona, se incluirán las siguientes frases que complementarían las señaladas en la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2411:

"Producto no recomendado para lactantes, niños, niñas, adolescentes, mujeres embarazadas, mujeres en período de lactancia, personas de la tercera edad, diabéticos, personas sensibles a la cafeína, personas con enfermedades cardiovasculares y gastrointestinales".

“No consumir bebidas energéticas antes, durante y después de realizar actividad física, ni con bebidas alcohólicas”.

Capítulo IV BEBIDAS ALCOHÓLICAS

Art. 21.- En el etiquetado de las bebidas alcohólicas, constará el mensaje de advertencia señalado en el Reglamento General a la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor vigente, cumpliendo con las especificaciones del instructivo correspondiente.

Capítulo V TRANSGÉNICOS

Art. 22.- Conforme lo descrito en el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 022 sobre Rotulado de productos alimenticios, procesados, envasados y empaquetados vigente, todo alimento procesado para el consumo humano que presente en su composición transgénicos, deberá incluir en su etiquetado la siguiente frase: “CONTIENE TRANSGÉNICOS”.

Capítulo VI DECLARACIÓN DE COMPARACIÓN DE NUTRIENTES

Art. 23.- Los alimentos procesados que contemplen una declaración de propiedades que compara los niveles de nutrientes y/o el valor energético de dos o más alimentos deberán contener palabras en castellano que expresen

esta declaración, de conformidad a la Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 1334 - 3.

Capítulo VII CONTROL DEL ETIQUETADO

Art. 24.- Corresponde a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), el control y la vigilancia del etiquetado de alimentos procesados para el consumo humano.

Art. 25.- La etiqueta de los alimentos procesados debe cumplir con lo dispuesto en el Registro Sanitario autorizado por la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA).

Capítulo VIII DE LAS SANCIONES

Art. 26.- En caso de incumplimiento de lo determinado en el presente reglamento, se procederá a la suspensión o cancelación del registro sanitario, de conformidad con la normativa que para el efecto dicte la Autoridad Sanitaria.

DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA.- El etiquetado de alimentos procesados deberá cumplir con las disposiciones de la Ley Orgánica de Salud y la normativa aplicable que establezca el Ministerio de Salud Pública en materia de educación nutricional, higiene y salud, y disposiciones establecidas en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor, en el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 022 de Rotulado de productos alimenticios, procesados, envasados y empaquetados y demás disposiciones aplicables a la materia.

SEGUNDA.- El Ministerio de Salud Pública ejecutará campañas de información, comunicación y educación en las cuales incluirán los contenidos del presente Reglamento, a fin de contribuir a lograr hábitos alimentarios y hábitos de vida saludables en la población ecuatoriana.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA.- Las disposiciones de este Reglamento, serán de obligatorio cumplimiento en el plazo de 180 días contados a partir de la fecha de publicación en el Registro Oficial para las medianas y grandes empresas que fabrican, importan y comercializan productos alimenticios procesados y para las pequeñas empresas que importen. El cambio de etiquetado por motivo de este Reglamento no tendrá ningún costo en la ARCSA.

SEGUNDA.- Las disposiciones de este Reglamento, serán de obligatorio cumplimiento en el plazo de 360 días contados a partir de la fecha de publicación en el Registro Oficial para las pequeñas y microempresas

establecidas en el Art. 106 del Reglamento a la Estructura de Desarrollo Productivo de Inversión del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones y las personas naturales que realicen actividades comerciales y se acojan al Régimen Impositivo Especial (RISE) o se encuentren en la obligación de llevar contabilidad con sujeción a la normativa tributaria vigente.

TERCERA.- Los alimentos procesados que cuenten con el logo de “alimento saludable” deben suprimir dicho logo de sus etiquetas y ajustarse a las disposiciones establecidas en el presente Reglamento.

CUARTA.- A partir de la publicación de este Reglamento en el Registro Oficial, se concede un plazo de 360 días para el agotamiento de producto existente con etiquetas aprobadas en el Registro Sanitario, previo a la emisión de este Reglamento.

QUINTA.- Los representantes legales de los Registros Sanitarios de los alimentos procesados comercializados en territorio nacional que presenten en su composición transgénicos, deberán notificar a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria en un plazo no mayor a 180 días contados a partir de la fecha de publicación en el Registro Oficial.

SEXTA.- Los representantes legales de los registros sanitarios de los alimentos procesados comercializados en territorio nacional que presenten la palabra “light” en su etiqueta deberán declarar según lo previsto en el Art. 23 del presente Reglamento, la “Declaración de comparación de nutrientes”, para lo cual se deberá realizar la modificación del Registro Sanitario a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria en un plazo no mayor a 180 días contados a partir de la fecha de publicación en el Registro Oficial.

SÉPTIMA.- La Autoridad Sanitaria Nacional, en el plazo de noventa días, deberá expedir la reglamentación correspondiente a fin de aplicar las sanciones señaladas en este cuerpo normativo.

DISPOSICIÓN DEROGATORIA

Deróguese toda norma de igual o menor jerarquía, que se oponga a las disposiciones del presente Reglamento.

DISPOSICIÓN FINAL

De la ejecución del presente Acuerdo Ministerial que entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial, encárguese a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), a la Dirección Nacional de Vigilancia y Control Sanitario y a la Unidad de Nutrición de la Dirección Nacional de Promoción.

DADO EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, a 15 de noviembre de 2013.

f.) Carina Vance Mafla, Ministra de Salud Pública.

Características del sistema gráfico para contenido de componentes y concentraciones permitidas establecidas en la TABLA No. 1.

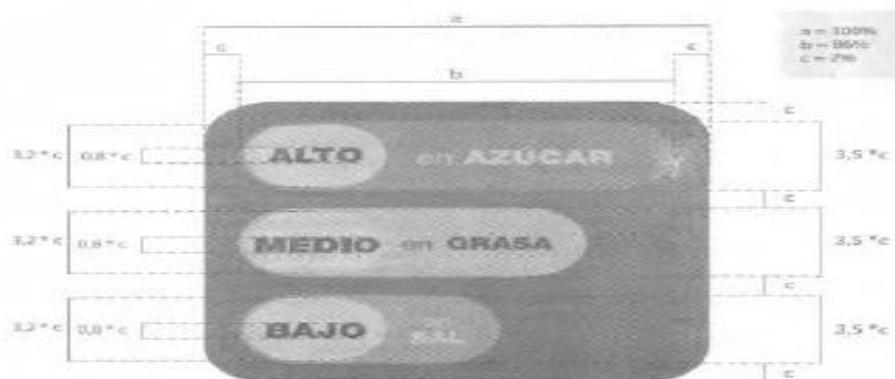
El sistema gráfico estará en el extremo superior izquierdo del panel principal del envase del alimento procesado ocupando el área correspondiente de dicho panel de conformidad a la TABLA No. 2 del artículo 12 del presente Reglamento, incluyéndose la siguiente información:

1. Frase: "ALTO EN..." seguida del componente.
2. Frase: "MEDIO EN..." seguida del componente.
3. Frase: "BAJO EN..." seguida del componente.

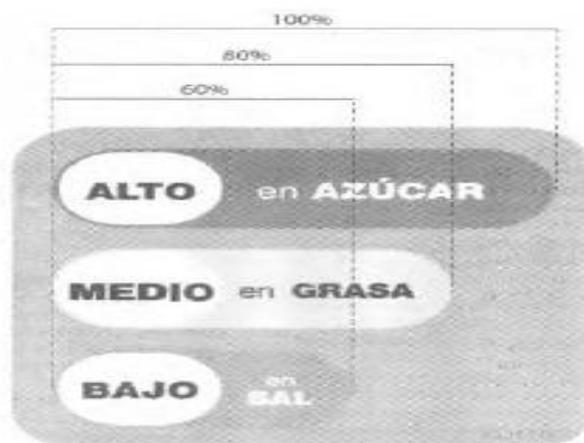
El sistema gráfico debe respetar los porcentajes (%) de las proporciones indicadas en las siguientes gráficas:

SISTEMA GRÁFICO:

PORCENTAJES RELATIVOS DE LA ETIQUETA EN RELACIÓN AL TAMAÑO TOTAL



PORCENTAJES REALES DE LAS BARRAS TAMAÑO RELATIVO



ANEXO # 4

TRAMITE DE OBTENCION DE REGISTRO SANITARIO DE ALIMENTOS MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA DIRECCION NACIONAL DE FARMACIA Y CONTROL SANITARIO CONTROL DE ALIMENTOS.

BASE LEGAL: CODIGO DE LA SALUD (Artículo 100, Título IV, Libro II)

REGLAMENTO DE ALIMENTOS.- R.O. 984 DEL 22 DE JULIO DE 1998
(Capítulos I y II, Título IV)

PARA INSCRIPCION DE PRODUCTOS NACIONALES

CARPETA No. 1

1. SOLICITUD dirigida al Director General de Salud, individual para cada producto sujeto a Registro Sanitario.

MODELO DE SOLICITUD PARA PRODUCTOS NACIONALES: (Original y una copia), individual para cada producto sujeto a Registro Sanitario y deberá contener la siguiente información:

Señor:
DIRECTOR GENERAL DE SALUD
Presente.

De conformidad con el artículo 100 del Código de la Salud, solicito a usted la inscripción (o reinscripción) del siguiente producto:

NOMBRE COMPLETO DEL PRODUCTO:

Específico:.....

Comercial:.....

LOTE: FECHA DE ELABORACION:

TIEMPO MAXIMO DE CONSUMO: FECHA DE VENCIMIENTO:.....

FORMULA CUALI-CUANTITATIVA: Ingredientes en orden decreciente de propiedades usadas, incluyendo aditivos (En caso de productos nacionales debe declarar el número de Registro Sanitario), expresados en unidades del Sistema Internacional, relacionado a 100 g. ó 100 ml.

CONDICIONES DE CONSERVACION:

FORMAS DE PRESENTACION:

ENVASE:MATERIAL DEL ENVASE:

(Interno, inmediato y/o externo)

CONTENIDO (En unidades del Sistema Internacional, de acuerdo a la Ley de Pesas y Medidas).

FABRICANTE:

Nombre (Persona natural o jurídica):

Ciudad:Calle: No.:..... Tel./Fax:.....

SOLICITANTE DEL REGISTRO SANITARIO (Puede ser el mismo fabricante):

Nombre (Persona natural o jurídica):

Dirección.- Calle:.....No:Tel./Fax:

a. GERENTE GENERAL O (f) REPRESENTANTE TECNICO:

REPRESENTANTE LEGAL QUIMICO FARMACEUTICO,

BIOQUIMICO FARMACEUTICO O

INGENIERO EN ALIMENTOS

CON No. REGISTRO EN EL M.S.P.

(f) ABOGADO

No. Matrícula

2. PERMISO DE FUNCIONAMIENTO: Actualizado y otorgado por la Autoridad de Salud (Dirección Provincial de Salud de la jurisdicción en la que se encuentra ubicada la fábrica); (Original a ser devuelto y una copia).
3. CERTIFICACION OTORGADA POR LA AUTORIDAD DE SALUD COMPETENTE de que el establecimiento reúne las disponibilidades técnicas para fabricar el producto. (Original a ser devuelto y una copia); (Corresponde al acta que levanta la Autoridad de Salud una vez que realiza la inspección del establecimiento).
4. INFORMACION TECNICA RELACIONADA CON EL PROCESO DE ELABORACION Y DESCRIPCION DEL EQUIPO UTILIZADO.
5. FORMULA CUALI-CUANTITATIVA: Incluyendo aditivos, en orden decreciente de las proporciones usadas (en porcentaje referido a 100 g. o 100 ml.). Original.
6. CERTIFICADO DE ANALISIS DE CONTROL DE CALIDAD DEL PRODUCTO: Con firma del Técnico Responsable. Original. (Obtenido en cualquier Laboratorio de Control de Alimentos, incluidos los Laboratorios de Control de Calidad del Instituto de Higiene "Leopoldo Izquieta Pérez").
7. ESPECIFICACIONES QUIMICAS DEL MATERIAL UTILIZADO EN LA MANUFACTURA DEL ENVASE. (Otorgado por el fabricante o proveedor de los envases). Con firma del Técnico Responsable. Original.
8. PROYECTO DE ROTULO A UTILIZAR POR CUADRUPLICADO: Dos Originales.
9. INTERPRETACION DEL CODIGO DE LOTE: Con firma del Técnico Responsable.

LOTE: Una cantidad determinada de un alimento producida en condiciones esencialmente iguales.

CODIGO DE LOTE: Modo Simbólico (letras o números, letras y números) acordado por el fabricante para identificar un lote, puede relacionarse con la fecha de elaboración.

10. PAGO DE LA TASA POR EL ANALISIS DE CONTROL DE CALIDAD, PREVIO A LA EMISION DEL REGISTRO SANITARIO: Cheque certificado a nombre del Instituto de Higiene y Malaria Tropical "Leopoldo Izquieta Pérez" por el valor fijado en el respectivo Reglamento.

1. DOCUMENTOS QUE PRUEBEN LA CONSTITUCION, EXISTENCIA Y REPRESENTACION LEGAL DE LA ENTIDAD SOLICITANTE, cuando se trate de persona jurídica. Original.

2. TRES (3) MUESTRAS DEL PRODUCTO ENVASADO EN SU PRESENTACION FINAL Y PERTENECIENTES AL MISMO, LOTE. (Para presentaciones grandes, como por ejemplo: sacos de harina, de azúcar, jamones, etc., se aceptan muestras de 500 gramos cada una, pero en envase de la misma naturaleza).

CARPETAS No. 2

PARA PRODUCTOS NACIONALES:

Ingresar, cada una, con una copia de los siguientes documentos:

1. Solicitud
2. Fórmula cuali-cuantitativa
3. Permiso de Funcionamiento
4. Certificación otorgada por la Autoridad de Salud competente
5. Interpretación del código de lote
6. Certificado de análisis de control de calidad del lote del producto en trámite
7. Información técnica relacionada con el proceso de elaboración y descripción del equipo utilizado
8. Proyecto de rótulo o etiqueta

INSTRUCTIVO GENERAL

1. Los datos de la solicitud deben concordar con los de los rótulos o etiquetas y con los documentos adjuntos.

2. El rótulo o etiqueta de los productos que solicitan inscripción puede o no estar impresa (pero deben presentar facsímil).

3. El rótulo o etiqueta llevará los siguientes datos, (Norma Técnica INEN 1334):

- a. Nombre del producto
- b. Marca Comercial
- c. Identificación del lote
- d. Razón Social de la Empresa
- e. Contenido Neto en unidades del Sistema Internacional
- f. Indicar si se trata de un alimento artificial
- g. Número de Registro Sanitario
- h. Fecha de elaboración
- i. Tiempo máximo de consumo
- j. Lista de Ingredientes
- k. Forma de conservación
- l. Precio de venta al público, P.V.P.
- m. Ciudad y país de origen

4. Cuando un producto alimenticio durante el trámite para la inscripción o reinscripción en el Registro Sanitario fuere objetado, el fabricante deberá hacer una reconsideración en un lapso no mayor de tres meses, debiendo dar cumplimiento a las observaciones emitidas en el informe de objeción.

1. En caso de productos rechazados por análisis, el fabricante deberá remitir nuevas muestras, adjuntando el valor de la tasa correspondiente.

2. El Registro Sanitario tendrá una vigencia de siete (7) años, contados a partir de la fecha de su expedición. Vencida la vigencia podrá renovarse por períodos iguales en los términos establecidos en el Código de la Salud y en el Reglamento de Alimentos.

3. Los alimentos registrados para mantener la vigencia de sus registros deberán pagar anualmente la tasa fijada para tal objeto. El pago deberá efectuarse hasta el 31 de marzo de cada año.

4. La persona responsable de todo alimento inscrito en el Registro Sanitario que lo retire del mercado deberá comunicar a la Dirección General de Salud.

5. No se permitirá la comercialización de un producto alimenticio con la leyenda "REGISTRO SANITARIO EN TRAMITE".

LA DOCUMENTACION Y MUESTRAS DEBEN SER PRESENTADAS EN EL INSTITUTO NACIONAL DE HIGIENE "LEOPOLDO IZQUIETA PEREZ".

INSTITUTO DE HIGIENE-QUITO: Iquique 2045 y Yaguachi.- Teléfonos: (593 - 2) 568041-565858 Fax: (593-2) 552715

INSTITUTO DE HIGIENE-GUAYAQUIL: Julián Coronel 905 y Esmeraldas.- Teléfono: (593-4) 281540 Fax: (593-4) 293189

Fuente:

<http://comercioexterior.com.ec/qs/sites/default/files/Requisitos%20para%20Obrener%20el%20Permiso%20Sanitario.pdf>

Anexo # 5 – Resolución N°. CD. 460



INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL CONSEJO DIRECTIVO

RESOLUCIÓN No. CD. 460

EL CONSEJO DIRECTIVO DEL INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL

CONSIDERANDO:

Que el inciso primero del artículo 34 de la Constitución de la República establece que el derecho a la seguridad social es un derecho irrenunciable de todas las personas, deber y responsabilidad primordial del Estado, que se regirá entre otros por el principio de solidaridad;

Que, de conformidad con lo previsto en el artículo 370 de la Constitución de la República, el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social es una entidad autónoma, regulada por la Ley, responsable de la prestación de las contingencias del seguro universal obligatorio a sus afiliados;

Que el inciso primero del artículo 367 de la Constitución de la República dispone que la protección de las contingencias se hará efectiva a través del seguro universal obligatorio y de sus regímenes especiales;

Que el inciso primero del artículo 371 de la Constitución de la República establece que las prestaciones de la seguridad social se financiarán con el aporte de las personas aseguradas en relación de dependencia y de sus empleadoras o empleadores; con los aportes de las personas independientes aseguradas; con los aportes voluntarios de las ecuatorianas y ecuatorianos domiciliados en el exterior; y con los aportes y contribuciones del Estado;

Que, de conformidad con lo previsto en el artículo 374 de la Constitución de la República, dispone que el Estado estimulará la afiliación voluntaria al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social a las ecuatorianas y ecuatorianos domiciliados en el exterior;

Que es competencia del Consejo Directivo del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social la aprobación de las políticas para la prestación de contingencias a los afiliados voluntarios; y,

Que es necesario dictar la normativa interna en relación al Régimen Especial del Seguro Voluntario del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, en concordancia con lo previsto en la Constitución de la República vigente.

En uso de las facultades legales previstas en los literales c) y f) del artículo 27 de la Ley de Seguridad Social,

RESUELVE:

Expedir el siguiente REGLAMENTO DEL RÉGIMEN ESPECIAL DEL SEGURO VOLUNTARIO DEL INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
Et del 2009 del IESS - La Carabela

M.Sc. Patricia Arias Lara
Presidenta Consejo Directivo
12 DIC 2013



INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL CONSEJO DIRECTIVO

RESOLUCIÓN No. CD. 460

Pág. 2

Artículo 1.- Afiliación voluntaria.- Se afiliarán al Régimen Especial del Seguro Voluntario del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), desde el primer día del mes en que realicen la correspondiente solicitud, las personas mayores de dieciocho (18) años, sin límite de edad, que realicen actividades sin relación de dependencia y tengan capacidad contributiva sobre la materia gravada prevista en este reglamento, que no sean sujetos de afiliación al Seguro General Obligatorio de conformidad con lo señalado en el artículo 2 de la Ley de Seguridad Social y cumplan los requisitos previstos en la Ley y este reglamento.

Quienes gocen de pensiones de vejez o montepío en el IESS, Instituto de Seguridad Social de la Fuerzas Armadas (ISSFA) o Instituto de Seguridad Social de la Policía Nacional (ISSPOL) podrán, en cualquier tiempo, acceder al Régimen Especial del Seguro Voluntario, sin perder su condición de jubilados.

Artículo 2.- Requisitos.- La afiliación voluntaria, dentro o fuera del país, se solicitará a través del portal web oficial del IESS cumpliendo los siguientes requisitos:

1. Ser ciudadano ecuatoriano, en el caso de afiliación en el exterior;
2. Tener cédula de ciudadanía para el caso de afiliación de ecuatorianos; o, cédula de identidad o carné de refugiado, emitido en el Ecuador, para el caso de afiliación de extranjeros dentro del territorio nacional; y,
3. No registrar mora u obligaciones pendientes con el IESS como afiliado voluntario.

Artículo 3.- Avisos de entrada y salida.- El afiliado voluntario podrá registrar su aviso de salida en cualquier momento, pudiendo reactivar su afiliación con un nuevo aviso de entrada.

Independientemente de lo establecido en el artículo 73 de la Ley de Seguridad Social, de no registrarse el pago de aportes del afiliado voluntario, dentro de los treinta (30) días posteriores al mes que corresponda, se registrará su salida en forma automática del Régimen Especial del Seguro Voluntario sin reconocerle cobertura por el tiempo impago. Se podrá acceder nuevamente a este régimen, en cualquier momento, con el respectivo aviso de entrada generado por el propio interesado. De verificarse este caso, el afiliado perderá la continuidad de sus aportes.

Artículo 4.- Materia gravada.- El afiliado voluntario pagará los aportes fijados por el IESS sobre una base de cotización que no será inferior a la remuneración básica unificada del trabajador en general vigente en la República del Ecuador.

Los becarios ecuatorianos en el exterior podrán acceder al Régimen Especial del Seguro Voluntario aportando sobre el cincuenta por ciento (50%) de la base de cotización señalada en el inciso anterior.

El afiliado voluntario pagará sus aportes, en forma mensual, a través de los mecanismos de recaudación establecidos por el IESS.

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
Es lo único del seguro. Lo certifica

Lic. MSc. Patricia Arias Lara
Presidencia Consejo Directivo

12 DIC 2013



INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL CONSEJO DIRECTIVO

RESOLUCIÓN No. CD. 460

Pág. 3

Artículo 5.- Pago de prestaciones económicas.- El IESS entregará las prestaciones económicas que correspondan a sus afiliados en el exterior a través de transferencias bancarias a las cuentas por ellos designadas o por cualquier otro mecanismo establecido por la institución.

Artículo 6.- Continuidad de prestaciones y beneficios.- Los hijos de los afiliados beneficiados por el artículo 102 de la Ley de Seguridad Social al cumplir dieciocho (18) años de edad, contarán con un periodo de protección de sesenta (60) días; y, en el caso de afiliarse voluntariamente al IESS dentro de este periodo, no estarán sujetos a "tiempo de espera" para recibir las prestaciones de salud.

Los afiliados podrán extender las prestaciones de salud, previstas en el mencionado artículo 102, a favor de sus hijos mayores de dieciocho (18) años y menores de veinticinco (25) años de edad, con el aporte adicional de un porcentaje de la materia gravada por cada hijo cubierto, establecido por el Consejo Directivo del IESS. En estos casos tampoco estarán sujetos a "tiempo de espera".

No se aplicará "tiempo de espera" a los afiliados que pasen del Seguro General Obligatorio al Régimen Especial del Seguro Voluntario, o viceversa.

Artículo 7.- Citas médicas.- Los afiliados voluntarios en el exterior podrán solicitar citas médicas, desde su país de residencia, considerando la fecha prevista para su permanencia temporal en el territorio nacional.

Artículo 8.- Terminación de la afiliación voluntaria.- El incumplimiento, en cualquier tiempo, de los requisitos previstos en el artículo 2 de este reglamento dará por terminada, en forma inmediata, la afiliación voluntaria; o, por voluntad del afiliado.

Artículo 9.- Aportación simultánea.- Los afiliados voluntarios podrán aportar, en forma simultánea, a otros regímenes de seguro del IESS.

Los afiliados voluntarios en el exterior podrán aportar, en forma simultánea, a la seguridad social de su país de residencia.

Artículo 10.- Fondo de reserva.- El afiliado voluntario podrá ahorrar en el IESS, de forma mensual, el valor equivalente al 8,33% de la materia gravada de aportación, en calidad de fondo de reserva, para lo cual comunicará su decisión a la institución.

DISPOSICIONES GENERALES

PRIMERA.- Todo afiliado al IESS tendrá libre acceso a su registro de historia laboral; y, de requerirlo, obtendrá su clave en forma directa, automática e inmediata a través del portal web oficial de la institución.

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
Es del deber del organizador certificar

Dr. Sc. Patricia Arias Lara
Presidenta Consejo Directivo
12 DIC 2013



INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL
CONSEJO DIRECTIVO

RESOLUCIÓN No. CD. 460

Pág. 4

SEGUNDA.- Los afiliados al Seguro General Obligatorio y al Régimen Especial del Seguro Voluntario del IESS estarán cubiertos en las siguientes contingencias: enfermedad, maternidad, paternidad, riesgos del trabajo, cesantía, desempleo, vejez, invalidez, discapacidad, muerte y aquellas que defina la Ley. Estas contingencias serán cubiertas por el IESS a través de prestaciones debidamente financiadas.

El cónyuge o conviviente con derecho del afiliado voluntario podrá acceder a la prestación de salud previo el pago, por parte del titular, de una prima adicional determinada por el IESS.

Los afiliados voluntarios accederán a préstamos quirografarios y préstamos hipotecarios para la compra, construcción o remodelación de bienes inmuebles, ubicados en el territorio nacional, de acuerdo a las regulaciones que emita el banco del IESS.

Las condiciones para acceder a estas prestaciones serán las mismas exigidas para los afiliados al Seguro General Obligatorio, de conformidad con la Ley y reglamentación interna.

TERCERA.- El auxilio de funerales, cuando la muerte ocurra en el exterior, incluirá los costos de repatriación del cadáver o restos mortales del afiliado y los gastos de traslado y estadía de un (1) familiar para tal efecto.

CUARTA.- Todos los afiliados del IESS aportarán el 0.10% adicional sobre la materia gravada para financiar las prestaciones previstas en la Ley Orgánica de Discapacidades.

DISPOSICIÓN REFORMATORIA.- Sustitúyase el literal b) de la Disposición Final Tercera de la Resolución No. CD. 390 de 10 de noviembre de 2011, por el siguiente texto:

El Régimen Especial del Seguro Voluntario, a nivel nacional y en el exterior, estará sujeto a la siguiente tabla de distribución de las tasas de aportación al IESS:

CONCEPTO	APORTE PERSONAL
<i>Seguro de Invalidez, Vejez y Muerte</i>	9,74%
<i>Seguro de Salud</i>	5,71%
<i>Seguro de Riesgos del Trabajo</i>	0,55%
<i>Seguro de Cesantía</i>	3,00%
<i>Seguro Social Campesino</i>	0,70%
<i>Gastos de Administración</i>	0,80%
<i>Total de aportes</i>	20,50%

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
Es del país, del trabajo, del ahorro, del crédito, del seguro

Dr. Sc. Eusebio Arias Lara
Presidente del Consejo Directivo

12 DIC 2013



INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL
CONSEJO DIRECTIVO

RESOLUCIÓN No. CD. 460

Pág. 5

DISPOSICIÓN DEROGATORIA.- Deróganse los artículos 18 a 22 de la Resolución No. CD. 301 de 11 de enero de 2010; el artículo 2 de la Resolución No. CD. 304 de 23 de febrero de 2010; los artículos 6 a 9 de la Resolución No. CD. 321 de 02 de junio de 2010; Resolución No. CD. 324 de 08 de julio de 2010; Resolución No. CD. 382 de 07 de septiembre de 2011; el inciso final del numeral 2 de la Disposición Final Primera de la Resolución No. CD. 434 de 08 de noviembre de 2012; y, todas aquellas disposiciones de igual o menor jerarquía que se opongan al presente Reglamento.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

PRIMERA.- Hasta el 27 de diciembre de 2013, la Dirección Nacional de Tecnología de la Información realizará los ajustes necesarios a los aplicativos existentes y desarrollará las herramientas informáticas que sean requeridas por la Dirección Nacional de Afiliación y Cobertura para la implementación del presente Reglamento.

SEGUNDA.- De ser necesario, el IESS regulará la entrega de las prestaciones de salud previstas en la Disposición General Segunda de este reglamento sobre la base de estudios actuariales y creará los instrumentos técnicos necesarios para tal efecto.

DISPOSICIONES FINALES

PRIMERA.- Será responsable de la aplicación y difusión del presente Reglamento el Director General.

SEGUNDA.- El presente Reglamento entrará en vigencia a partir del 01 de enero de 2014, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.

Comuníquese.- Quito, Distrito Metropolitano, 11 de diciembre de 2013.

Fernando Cordero Cueva
PRESIDENTE DEL CONSEJO DIRECTIVO

Francisco Vergara Ortiz
DIRECTOR GENERAL DEL IESS
SECRETARIO DEL CONSEJO DIRECTIVO

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social
Es del todo del empleador. Lo certifica

Dr. MSc. Patricia Arias Lara
Presidente Consejo Directivo

12 DIC 2013

Anexo # 6: Detalles Mensuales y Anuales de los Servicios Básicos Proyectados Años 2015 - 2018

Costos Fijos		
Detalle de Servicios Básicos - 2015		
Detalle	Valor mensual	Valor Anual
Energía Eléctrica	238,86	2.866,26
Agua Potable	62,31	747,72
Teléfono	41,54	498,48
Total	342,71	4.112,46

Costos Fijos		
Detalle de Servicios Básicos – 2016		
Detalle	Valor mensual	Valor Anual
Energía Eléctrica	248,05	2.976,61
Agua Potable	64,71	776,51
Teléfono	43,14	517,67
Total	355,90	4.270,79

Costos Fijos		
Detalle de Servicios Básicos – 2017		
Detalle	Valor mensual	Valor Anual
Energía Eléctrica	257,60	3.091,21
Agua Potable	67,20	806,40
Teléfono	44,80	537,60
Total	369,60	4.435,22

Costos Fijos		
Detalle de Servicios Básicos - 2018		
Detalle	Valor mensual	Valor Anual
Energía Eléctrica	267,52	3.210,22
Agua Potable	69,79	837,45
Teléfono	46,52	558,30
Total	383,83	4.065,97

Fuente: Autora – Detalle de Servicios Básicos

Anexo # 7: Costos de Producción Año 2015 – 2018 de acuerdo a la Inflación.

CANTIDAD DE INSUMOS EN LAS 2 PRODUCCIONES AÑO 2015						
Detalle	Cantidad	Costo x lt / lb	en 8 horas	en 1 mes	Costos en 8 horas	Costos en 1 mes
Morocho (grano)	libras	0,36	54	1395	19,51	507,20
Leche	litros	0,44	320	8320	139,57	3.628,93
Leche en polvo	libras	0,38	26	685	10,12	263,10
Azúcar	libras	0,33	26	685	8,75	227,54
Pasas	libras	0,27	26	676	7,02	182,53
Maicena	libras	0,28	54	1395	15,05	391,27
Canela	libras	0,23	26	685	6,02	156,41
Clavo de olor	libras	0,23	26	685	6,02	156,41
envase (250 ml)		0,07	800	20800	58,16	1.512,06
envase (1 lt)		0,12	200	5200	24,92	648,02
Etiqueta		0,05	1400	36400	72,70	1.890,07
Vasos		0,21	400	10400	83,08	2.160,08
Totales		2,98	3.359	87.325	450,91	11.723,61

CANTIDAD DE INSUMOS EN LAS 2 PRODUCCIONES AÑO 2016						
Detalle	Cantidad	Costo x lt / lb	en 8 horas	en 1 mes	Costos en 8 horas	Costos en 1 mes
Morocho (grano)	libras	0,38	54	1395	20,26	526,73
Leche	litros	0,45	320	8320	144,95	3.768,65
Leche en polvo	libras	0,40	26	685	10,51	273,23
Azúcar	libras	0,35	26	685	9,09	236,30
Pasas	libras	0,28	26	676	7,29	189,55
Maicena	libras	0,29	54	1395	15,63	406,33
Canela	libras	0,24	26	685	6,25	162,43
Clavo de olor	libras	0,24	26	685	6,25	162,43
envase (250 ml)		0,08	800	20800	60,40	1.570,27
envase (1 lt)		0,13	200	5200	25,88	672,97
etiqueta		0,05	1400	36400	75,49	1.962,84
Vasos		0,22	400	10400	86,28	2.243,24
Totales		3,10	3.359	87.325	468,27	12.174,97

Elaboración: Autora

CANTIDAD DE INSUMOS EN LAS 2 PRODUCCIONES AÑO 2017

Detalle	Cantidad	Costo x lt / lb	en 8 horas	en 1 mes	Costos en 8 horas	Costos en 1 mes
Morocho (grano)	libras	0,39	54	1395	21,04	547,01
Leche	litros	0,47	320	8320	150,53	3.913,74
Leche en polvo	libras	0,41	26	685	10,91	283,74
Azúcar	libras	0,36	26	685	9,44	245,40
Pasas	libras	0,29	26	676	7,57	196,85
Maicena	libras	0,30	54	1395	16,23	421,98
Canela	libras	0,25	26	685	6,49	168,68
Clavo de olor	libras	0,25	26	685	6,49	168,68
envase (250 ml)		0,08	800	20800	62,72	1.630,73
envase (1 lt)		0,13	200	5200	26,88	698,88
etiqueta		0,06	1400	36400	78,40	2.038,41
Vasos		0,22	400	10400	89,60	2.329,61
Totales		3,21	3.359	87.325	486,30	12.643,71

CANTIDAD DE INSUMOS EN LAS 2 PRODUCCIONES AÑO 2018

Detalle	Cantidad	Costo x lt / lb	en 8 horas	en 1 mes	Costos en 8 horas	Costos en 1 mes
Morocho (grano)	libras	0,41	54	1395	21,85	568,07
Leche	litros	0,49	320	8320	156,32	4.064,42
Leche en polvo	libras	0,43	26	685	11,33	294,67
Azúcar	libras	0,37	26	685	9,80	254,85
Pasas	libras	0,30	26	676	7,86	204,43
Maicena	libras	0,31	54	1395	16,85	438,22
Canela	libras	0,26	26	685	6,74	175,18
Clavo de olor	libras	0,26	26	685	6,74	175,18
envase (250 ml)		0,08	800	20800	65,13	1.693,51
envase (1 lt)		0,14	200	5200	27,91	725,79
etiqueta		0,06	1400	36400	81,42	2.116,89
Vasos		0,23	400	10400	93,05	2.419,30
Totales		3,34	3.359	87.325	505,02	13.130,49

Elaboración: Autora

Anexo # 8 - Proyecciones de Costos Año 2015 al 2018

En el siguiente detalle de la Proyección de Costos se tomó como base del Año 2014 para el cálculo del siguiente año (2015) considerando un aumento del 5% anual en la producción del producto y así mismo se tomara como base del año anterior un aumento del 5% para el siguiente año (2016), a medida que se aumenta la producción, también aumenta el costo unitario.

A continuación detallo Cuadro de Comportamiento de Consumo Masivo y Consolidado del mismo de lo que se producirá en cada mes y cada año proyectado hasta el año 2018 de las 3 presentaciones del producto que se lanzara al mercado.

Comportamiento de Consumo Masivo Año 2015 – Trimestral

Aumento 5%

213.911 envases de 250 ml al año

Comportamiento de Consumo Masivo Año 2015 – Trimestral

1,20	28,57%	Primer trimestre	61.118	3 meses
1,10	26,19%	Segundo trimestre	56.024	3 meses
1,00	23,81%	Tercer trimestre	50.931	3 meses
0,90	21,43%	Cuarto trimestre	45.838	3 meses
4,20	100%	1 año	213.911	envases de 250 ml

65.439 envases de 1 lt al año

1,20	28,57%	Primer trimestre	18.697	3 meses
1,10	26,19%	Segundo trimestre	17.139	3 meses
1,00	23,81%	Tercer trimestre	15.581	3 meses
0,90	21,43%	Cuarto trimestre	14.023	3 meses
4,20	100%	1 año	65.439	envases de 1 lt

Elaboración: Autora

PROYECCION DE COSTOS - AÑO 2015 - MENSUAL

Periodo	PRESENTACION DEL PRODUCTO			COSTOS			Costos Mensuales de las 3 presentaciones
	25% Envase 250 ml	25% Envase 1 lt	Carretilla 20 lts	250 ml 0,19	1 lt 0,44	Carretilla 0,52	
Enero	20.373	6.232	10.400	3.889,97	2.753,64	5.454,47	12.098,09
Febrero	20.373	6.232	10.400	3.889,97	2.753,64	5.454,47	12.098,09
Marzo	20.373	6.232	10.400	3.889,97	2.753,64	5.454,47	12.098,09
Abril	18.675	5.713	10.400	3.565,81	2.524,17	5.454,47	11.544,45
Mayo	18.675	5.713	10.400	3.565,81	2.524,17	5.454,47	11.544,45
Junio	18.675	5.713	10.400	3.565,81	2.524,17	5.454,47	11.544,45
Julio	16.977	5.194	10.400	3.241,64	2.294,70	5.454,47	10.990,82
Agosto	16.977	5.194	10.400	3.241,64	2.294,70	5.454,47	10.990,82
Septiembre	16.977	5.194	10.400	3.241,64	2.294,70	5.454,47	10.990,82
Octubre	15.279	4.674	10.400	2.917,48	2.065,23	5.454,47	10.437,18
Noviembre	15.279	4.674	10.400	2.917,48	2.065,23	5.454,47	10.437,18
Diciembre	15.279	4.674	10.400	2.917,48	2.065,23	5.454,47	10.437,18
TOTAL	213.911	65.439	124.800	40.844,72	28.913,27	65.453,66	135.211,64

Elaboración: Autora

Comportamiento de Consumo Masivo Año 2016 - Trimestral

Aumento 5%

224.607 envases de 250 ml al año

Comportamiento de Consumo Masivo Año 2016 – Trimestral

1,20	28,57%	Primer trimestre	64.173	3 meses
1,10	26,19%	Segundo trimestre	58.826	3 meses
1,00	23,81%	Tercer trimestre	53.478	3 meses
0,90	21,43%	Cuarto trimestre	48.130	3 meses
4,20	100%	1 año	224.607	envases de 250 ml

68.711 envases de 1 lt al año

1,20	28,57%	Primer trimestre	19.632	3 meses
1,10	26,19%	Segundo trimestre	17.996	3 meses
1,00	23,81%	Tercer trimestre	16.360	3 meses
0,90	21,43%	Cuarto trimestre	14.724	3 meses
4,20	100%	1 año	68.711	envases de 1 lt

Elaboración: Autora

Proyección de Costos – Año 2016

PROYECCION DE COSTOS - AÑO 2016 - MENSUAL							
PRESENTACION DEL PRODUCTO				COSTOS			Costos Mensuales de las 3 presentaciones
Periodo	25%	25%	Carretilla	250 ml	1 lt	Carretilla	
	Envase 250 ml	Envase 1 lt	20 lts	0,20	0,46	0,54	
Enero	21.391	6.544	10.400	4.241,72	3.002,64	5.664,47	12.908,84
Febrero	21.391	6.544	10.400	4.241,72	3.002,64	5.664,47	12.908,84
Marzo	21.391	6.544	10.400	4.241,72	3.002,64	5.664,47	12.908,84
Abril	19.609	5.999	10.400	3.888,25	2.752,42	5.664,47	12.305,14
Mayo	19.609	5.999	10.400	3.888,25	2.752,42	5.664,47	12.305,14
Junio	19.609	5.999	10.400	3.888,25	2.752,42	5.664,47	12.305,14
Julio	17.826	5.453	10.400	3.534,77	2.502,20	5.664,47	11.701,44
Agosto	17.826	5.453	10.400	3.534,77	2.502,20	5.664,47	11.701,44
Septiembre	17.826	5.453	10.400	3.534,77	2.502,20	5.664,47	11.701,44
Octubre	16.043	4.908	10.400	3.181,29	2.251,98	5.664,47	11.097,74
Noviembre	16.043	4.908	10.400	3.181,29	2.251,98	5.664,47	11.097,74
Diciembre	16.043	4.908	10.400	3.181,29	2.251,98	5.664,47	11.097,74
TOTAL	224.607	68.711	124.800	44.538,10	31.527,75	67.973,63	144.039,48

Elaboración: Autora

Comportamiento de Consumo Masivo Año 2017 - Trimestral

5%					
235.837 envases de 250 ml al año					
Comportamiento de Consumo Masivo Año 2017 – Trimestral					
1,20	28,57%	Primer trimestre	67.382	3	meses
1,10	26,19%	Segundo trimestre	61.767	3	meses
1,00	23,81%	Tercer trimestre	56.152	3	meses
0,90	21,43%	Cuarto trimestre	50.537	3	meses
4,20	100%	1 año	235.837	envases de 250 ml	
72.147 envases de 1 lt al año					
1,20	28,57%	Primer trimestre	20.613	3	meses
1,10	26,19%	Segundo trimestre	18.896	3	meses
1,00	23,81%	Tercer trimestre	17.178	3	meses
0,90	21,43%	Cuarto trimestre	15.460	3	meses
4,20	100%	1 año	72.147	envases de 1 lt	

Proyección de Costos - Año 2017

PROYECCION DE COSTOS - AÑO 2017 - MENSUAL							
PRESENTACION DEL PRODUCTO				COSTOS			Costos Mensuales de las 3 presentaciones
Periodo	25% Envase 250 ml	25% Envase 1 lt	Carretilla 20 lts	250 ml 0,21	1 lt 0,48	Carretilla 0,57	
Enero	22.461	6.871	10.400	4.625,28	3.274,16	5.882,55	13.781,99
Febrero	22.461	6.871	10.400	4.625,28	3.274,16	5.882,55	13.781,99
Marzo	22.461	6.871	10.400	4.625,28	3.274,16	5.882,55	13.781,99
Abril	20.589	6.299	10.400	4.239,84	3.001,31	5.882,55	13.123,70
Mayo	20.589	6.299	10.400	4.239,84	3.001,31	5.882,55	13.123,70
Junio	20.589	6.299	10.400	4.239,84	3.001,31	5.882,55	13.123,70
Julio	18.717	5.726	10.400	3.854,40	2.728,46	5.882,55	12.465,42
Agosto	18.717	5.726	10.400	3.854,40	2.728,46	5.882,55	12.465,42
Septiembre	18.717	5.726	10.400	3.854,40	2.728,46	5.882,55	12.465,42
Octubre	16.846	5.153	10.400	3.468,96	2.455,62	5.882,55	11.807,13
Noviembre	16.846	5.153	10.400	3.468,96	2.455,62	5.882,55	11.807,13
Diciembre	16.846	5.153	10.400	3.468,96	2.455,62	5.882,55	11.807,13
TOTAL	235.837	72.147	124.800	48.565,46	34.378,64	70.590,61	153.534,72

Elaboración: Autora

Comportamiento de Consumo Masivo Año 2018 - Trimestral

**Aumento
5%**

247.629 envases de 250 ml al mes

Comportamiento de Consumo Masivo Año 2018 - Trimestral

1,20	28,57%	Primer trimestre	70.751	3 meses
1,10	26,19%	Segundo trimestre	64.855	3 meses
1,00	23,81%	Tercer trimestre	58.959	3 meses
0,90	21,43%	Cuarto trimestre	53.063	3 meses
4,20	100%	1 año	247.629	envases de 250 ml

75.754 envases de 1 lt al mes

1,20	28,57%	Primer trimestre	21.644	3 meses
1,10	26,19%	Segundo trimestre	19.840	3 meses
1,00	23,81%	Tercer trimestre	18.037	3 meses
0,90	21,43%	Cuarto trimestre	16.233	3 meses
4,20	100%	1 año	75.754	envases de 1 lt

Proyección de Costos – Año 2018

PROYECCION DE COSTOS - AÑO 2018 - MENSUAL							
PRESENTACION DEL PRODUCTO				COSTOS			Costos Mensuales de las 3 presentaciones
Periodo	25% Envase 250 ml	25% Envase 1 lt	Carretilla 20 lts	250 ml 0,21	1 lt 0,49	Carretilla 0,59	
Enero	23.584	7.215	10.400	5.043,52	3.570,22	6.109,03	14.722,77
Febrero	23.584	7.215	10.400	5.043,52	3.570,22	6.109,03	14.722,77
Marzo	23.584	7.215	10.400	5.043,52	3.570,22	6.109,03	14.722,77
Abril	21.618	6.613	10.400	4.623,23	3.272,70	6.109,03	14.004,96
Mayo	21.618	6.613	10.400	4.623,23	3.272,70	6.109,03	14.004,96
Junio	21.618	6.613	10.400	4.623,23	3.272,70	6.109,03	14.004,96
Julio	19.653	6.012	10.400	4.202,94	2.975,19	6.109,03	13.287,15
Agosto	19.653	6.012	10.400	4.202,94	2.975,19	6.109,03	13.287,15
Septiembre	19.653	6.012	10.400	4.202,94	2.975,19	6.109,03	13.287,15
Octubre	17.688	5.411	10.400	3.782,64	2.677,67	6.109,03	12.569,34
Noviembre	17.688	5.411	10.400	3.782,64	2.677,67	6.109,03	12.569,34
Diciembre	17.688	5.411	10.400	3.782,64	2.677,67	6.109,03	12.569,34
TOTAL	247.629	75.754	124.800	52.956,99	37.487,33	73.308,35	163.752,67

Elaboración: Autora

Anexo # 9 – Proyecciones de Ingresos Año 2015 al 2018

PROYECCIONES DE INGRESOS - AÑO 2015							
Periodo	Presentación del Producto			PVP			Costos Mensuales de las 3 presentaciones
	25% Envase 250 ml	25% Envase 1 lt	Carretilla 20 lts	250 ml 0,73	1 lt 1,35	Carretilla 1,14	
Enero	20.373	6.232	10.400	14.809,79	8.413,92	11.880,44	35.104,15
Febrero	20.373	6.232	10.400	14.809,79	8.413,92	11.880,44	35.104,15
Marzo	20.373	6.232	10.400	14.809,79	8.413,92	11.880,44	35.104,15
Abril	18.675	5.713	10.400	13.575,64	7.712,76	11.880,44	33.168,84
Mayo	18.675	5.713	10.400	13.575,64	7.712,76	11.880,44	33.168,84
Junio	18.675	5.713	10.400	13.575,64	7.712,76	11.880,44	33.168,84
Julio	16.977	5.194	10.400	12.341,49	7.011,60	11.880,44	31.233,53
Agosto	16.977	5.194	10.400	12.341,49	7.011,60	11.880,44	31.233,53
Septiembre	16.977	5.194	10.400	12.341,49	7.011,60	11.880,44	31.233,53
Octubre	15.279	4.674	10.400	11.107,34	6.310,44	11.880,44	29.298,22
Noviembre	15.279	4.674	10.400	11.107,34	6.310,44	11.880,44	29.298,22
Diciembre	15.279	4.674	10.400	11.107,34	6.310,44	11.880,44	29.298,22
TOTAL	213.911	65.439	124.800	155.502,78	88.346,12	142.565,28	386.414,19

Elaboración: Autora

PROYECCIONES DE INGRESOS - AÑO 2016							
Periodo	Presentación del Producto			PVP			Costos Mensuales de las 3 presentaciones
	25% Envase 250 ml	25% Envase 1 lt	Carretilla 20 lts	250 ml 0,75	1 lt 1,40	Carretilla 1,19	
Enero	21.391	6.544	10.400	16.148,96	9.174,75	12.337,84	37.661,55
Febrero	21.391	6.544	10.400	16.148,96	9.174,75	12.337,84	37.661,55
Marzo	21.391	6.544	10.400	16.148,96	9.174,75	12.337,84	37.661,55
Abril	19.609	5.999	10.400	14.803,22	8.410,18	12.337,84	35.551,24
Mayo	19.609	5.999	10.400	14.803,22	8.410,18	12.337,84	35.551,24
Junio	19.609	5.999	10.400	14.803,22	8.410,18	12.337,84	35.551,24
Julio	17.826	5.453	10.400	13.457,47	7.645,62	12.337,84	33.440,93
Agosto	17.826	5.453	10.400	13.457,47	7.645,62	12.337,84	33.440,93
Septiembre	17.826	5.453	10.400	13.457,47	7.645,62	12.337,84	33.440,93
Octubre	16.043	4.908	10.400	12.111,72	6.881,06	12.337,84	31.330,62
Noviembre	16.043	4.908	10.400	12.111,72	6.881,06	12.337,84	31.330,62
Diciembre	16.043	4.908	10.400	12.111,72	6.881,06	12.337,84	31.330,62
TOTAL	224.607	68.711	124.800	169.564,12	96.334,82	148.054,04	413.952,99

Elaboración: Autora

PROYECCIONES DE INGRESOS - AÑO 2017

Periodo	Presentación del Producto			PVP			Costos Mensuales de las 3 presentaciones
	25% Envase 250 ml	25% Envase 1 lt	Carretilla 20 lts	250 ml 0,78	1 lt 1,46	Carretilla 1,23	
Enero	22.461	6.871	10.400	17.609,23	10.004,37	12.812,84	40.426,45
Febrero	22.461	6.871	10.400	17.609,23	10.004,37	12.812,84	40.426,45
Marzo	22.461	6.871	10.400	17.609,23	10.004,37	12.812,84	40.426,45
Abril	20.589	6.299	10.400	16.141,80	9.170,67	12.812,84	38.125,32
Mayo	20.589	6.299	10.400	16.141,80	9.170,67	12.812,84	38.125,32
Junio	20.589	6.299	10.400	16.141,80	9.170,67	12.812,84	38.125,32
Julio	18.717	5.726	10.400	14.674,36	8.336,98	12.812,84	35.824,18
Agosto	18.717	5.726	10.400	14.674,36	8.336,98	12.812,84	35.824,18
Septiembre	18.717	5.726	10.400	14.674,36	8.336,98	12.812,84	35.824,18
Octubre	16.846	5.153	10.400	13.206,93	7.503,28	12.812,84	33.523,05
Noviembre	16.846	5.153	10.400	13.206,93	7.503,28	12.812,84	33.523,05
Diciembre	16.846	5.153	10.400	13.206,93	7.503,28	12.812,84	33.523,05
TOTAL	235.837	72.147	124.800	184.896,96	105.045,90	153.754,12	443.696,98

PROYECCIONES DE INGRESOS - AÑO 2018

Periodo	Presentación del Producto			PVP			Costos Mensuales de las 3 presentaciones
	25% Envase 250 ml	25% Envase 1 lt	Carretilla 20 lts	250 ml 0,81	1 lt 1,51	Carretilla 1,28	
Enero	23.584	7.215	10.400	19.201,55	10.909,02	13.306,14	43.416,70
Febrero	23.584	7.215	10.400	19.201,55	10.909,02	13.306,14	43.416,70
Marzo	23.584	7.215	10.400	19.201,55	10.909,02	13.306,14	43.416,70
Abril	21.618	6.613	10.400	17.601,42	9.999,93	13.306,14	40.907,49
Mayo	21.618	6.613	10.400	17.601,42	9.999,93	13.306,14	40.907,49
Junio	21.618	6.613	10.400	17.601,42	9.999,93	13.306,14	40.907,49
Julio	19.653	6.012	10.400	16.001,29	9.090,85	13.306,14	38.398,28
Agosto	19.653	6.012	10.400	16.001,29	9.090,85	13.306,14	38.398,28
Septiembre	19.653	6.012	10.400	16.001,29	9.090,85	13.306,14	38.398,28
Octubre	17.688	5.411	10.400	14.401,16	8.181,76	13.306,14	35.889,06
Noviembre	17.688	5.411	10.400	14.401,16	8.181,76	13.306,14	35.889,06
Diciembre	17.688	5.411	10.400	14.401,16	8.181,76	13.306,14	35.889,06
TOTAL	247.629	75.754	124.800	201.616,27	114.544,67	159.673,66	475.834,60

Elaboración: Autora

Anexo # 10 – Flujo de Caja Mensual del Año 2014 al 2018

FLUJO DE CAJA PROYECTADO AÑO 2014

DESCRIPCION	FLUJO DE CAJA PROYECTADO AÑO 2014												Total
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Ingresos Operacionales													
Recuperacion de Ventas	11.440,00	11.440,00	11.440,00	21.297,85	21.297,85	21.297,85	30.963,03	30.963,03	30.963,03	29.188,21	29.188,21	29.188,21	278.667,24
Total	11.440,00	11.440,00	11.440,00	21.297,85	21.297,85	21.297,85	30.963,03	30.963,03	30.963,03	29.188,21	29.188,21	29.188,21	278.667,24
Egresos Operacionales													
Pago a Proveedores	11.344,95	11.344,95	11.344,95	10.837,22	10.837,22	10.837,22	10.329,50	10.329,50	10.329,50	9.821,77	9.821,77	9.821,77	127.000,32
Mano de Obra Directa	4.760,00	4.760,00	4.760,00	4.760,00	4.760,00	4.760,00	4.760,00	4.760,00	4.760,00	4.760,00	4.760,00	4.760,00	57.120,00
Mano de Obra Indirecta	2.490,00	2.490,00	2.490,00	2.490,00	2.490,00	2.490,00	2.490,00	2.490,00	2.490,00	2.490,00	2.490,00	2.490,00	29.880,00
Gastos de Ventas	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	550,00	6.600,00
Depreciacion	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	13.378,17
Gastos de Administracion	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	330,00	3.960,00
Total	20.589,79	20.589,79	20.589,79	20.082,07	20.082,07	20.082,07	19.574,35	19.574,35	19.574,35	19.066,62	19.066,62	19.066,62	237.938,49
Flujo Operacional	(9.149,79)	(9.149,79)	(9.149,79)	1.215,78	1.215,78	1.215,78	11.388,68	11.388,68	11.388,68	10.121,58	10.121,58	10.121,58	40.728,75
Ingresos No Operacionales													
Depreciacion	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	13.378,17
Total	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	13.378,17
Egresos No Operacionales													
Intereses	2.085,00	2.085,00	2.085,00	2.071,26	2.057,11	2.042,54	2.027,53	2.012,07	1.996,14	1.979,74	1.962,85	1.945,44	24.349,69
Pagos del Capital	0,00	0,00	457,90	471,64	485,79	500,36	515,37	530,83	546,76	563,16	580,05	597,45	5.249,30
Pagos de Impuestos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Participacion de Utilidades	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Beneficios Sociales	1.182,96	1.182,96	1.607,96	1.182,96	1.182,96	1.182,96	1.182,96	1.182,96	1.182,96	1.182,96	1.182,96	7.250,00	20.687,54
Total	3.267,96	3.267,96	4.150,86	3.725,86	9.792,90	50.286,54							
Flujo No Operacional	(2.153,11)	(2.153,11)	(3.036,01)	(2.611,01)	(8.678,05)	(36.908,37)							
Flujo Neto generado	(11.302,90)	(11.302,90)	(12.185,80)	(1.395,23)	(1.395,23)	(1.395,23)	8.777,67	8.777,67	8.777,67	7.510,57	7.510,57	1.443,53	3.820,38
Saldo Inicial de Caja	69.500,00	58.197,10	46.894,19	34.708,39	33.313,15	31.917,92	30.522,69	30.522,69	30.522,69	30.522,69	30.522,69	30.522,69	73.320,38
Saldo Final de Caja	58.197,10	46.894,19	34.708,39	33.313,15	31.917,92	30.522,69	73.320,38						

Elaboración: Autora

FLUJO DE CAJA PROYECTADO AÑO 2015

FLUJO DE CAJA PROYECTADO AÑO 2015

DESCRIPCION	MESES												Total
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Ingresos Operacionales													
Recuperacion de Ventas	27.413,39	27.413,39	27.413,39	35.104,15	35.104,15	35.104,15	33.168,84	33.168,84	33.168,84	31.233,53	31.233,53	31.233,53	380.759,69
Total	27.413,39	27.413,39	27.413,39	35.104,15	35.104,15	35.104,15	33.168,84	33.168,84	33.168,84	31.233,53	31.233,53	31.233,53	380.759,69
Egresos Operacionales													
Pago a Proveedores	12.098,09	12.098,09	12.098,09	11.544,45	11.544,45	11.544,45	10.990,82	10.990,82	10.990,82	10.437,18	10.437,18	10.437,18	135.211,64
Mano de Obra Directa	4.943,26	4.943,26	4.943,26	4.943,26	4.943,26	4.943,26	4.943,26	4.943,26	4.943,26	4.943,26	4.943,26	4.943,26	59.319,12
Mano de Obra Indirecta	2.585,87	2.585,87	2.585,87	2.585,87	2.585,87	2.585,87	2.585,87	2.585,87	2.585,87	2.585,87	2.585,87	2.585,87	31.030,38
Gastos de Ventas	571,18	571,18	571,18	571,18	571,18	571,18	571,18	571,18	571,18	571,18	571,18	571,18	6.854,10
Depreciacion	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	13.378,17
Gastos de Administracion	342,71	342,71	342,71	342,71	342,71	342,71	342,71	342,71	342,71	342,71	342,71	342,71	4.112,46
Total	21.655,94	21.655,94	21.655,94	21.102,31	21.102,31	21.102,31	20.548,67	20.548,67	20.548,67	19.995,04	19.995,04	19.995,04	249.905,87
Flujo Operacional	5.757,44	5.757,44	5.757,44	14.001,84	14.001,84	14.001,84	12.620,16	12.620,16	12.620,16	11.238,49	11.238,49	11.238,49	130.853,81
Ingresos No Operacionales													
Depreciacion	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	13.378,17
Total	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	13.378,17
Egresos No Operacionales													
Intereses	1.927,52	1.909,06	1.890,04	1.870,46	1.850,29	1.829,51	1.808,11	1.786,06	1.763,36	1.739,97	1.715,88	1.691,07	21.781,32
Pagos del Capital	615,38	633,84	652,86	672,44	692,61	713,39	734,79	756,84	779,54	802,93	827,02	851,83	8.733,47
Pagos de Impuestos	0,00	0,00	0,00	13.591,60	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	13.591,60
Participacion de Utilidades	0,00	0,00	0,00	10.902,36	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	10.902,36
Beneficios Sociales	1.855,68	1.855,68	2.305,68	1.855,68	1.855,68	1.855,68	1.855,68	1.855,68	1.855,68	1.855,68	1.855,68	7.529,13	28.391,59
Total	4.398,58	4.398,58	4.848,58	28.892,54	4.398,58	10.072,02	83.400,34						
Flujo No Operacional	(3.283,73)	(3.283,73)	(3.733,73)	(27.777,69)	(3.283,73)	(8.957,18)	(70.022,17)						
Flujo Neto generado	2.473,71	2.473,71	2.023,71	(13.775,85)	10.718,11	10.718,11	9.336,43	9.336,43	9.336,43	7.954,76	7.954,76	2.281,31	60.831,64
Saldo Inicial de Caja	73.320,38	75.794,10	78.267,81	80.291,52	66.515,67	77.233,78	87.951,89	97.288,32	106.624,76	115.961,19	123.915,95	131.870,71	134.152,03
Saldo Final de Caja	75.794,10	78.267,81	80.291,52	66.515,67	77.233,78	87.951,89	97.288,32	106.624,76	115.961,19	123.915,95	131.870,71	134.152,03	134.152,03

Elaboración: Autora

FLUJO DE CAJA PROYECTADO AÑO 2016

DESCRIPCION	FLUJO DE CAJA PROYECTADO AÑO 2016												Total
	MESES												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Ingresos Operacionales													
Recuperacion de Ventas	29.298,22	29.298,22	29.298,22	37.661,55	37.661,55	37.661,55	35.551,24	35.551,24	35.551,24	33.440,93	33.440,93	33.440,93	407.855,79
Total	29.298,22	29.298,22	29.298,22	37.661,55	37.661,55	37.661,55	35.551,24	35.551,24	35.551,24	33.440,93	33.440,93	33.440,93	407.855,79
Egresos Operacionales													
Pago a Proveedores	12.908,84	12.908,84	12.908,84	12.305,14	12.305,14	12.305,14	11.701,44	11.701,44	11.701,44	11.097,74	11.097,74	11.097,74	144.039,48
Mano de Obra Directa	5.133,58	5.133,58	5.133,58	5.133,58	5.133,58	5.133,58	5.133,58	5.133,58	5.133,58	5.133,58	5.133,58	5.133,58	61.602,91
Mano de Obra Indirecta	2.685,42	2.685,42	2.685,42	2.685,42	2.685,42	2.685,42	2.685,42	2.685,42	2.685,42	2.685,42	2.685,42	2.685,42	32.225,05
Gastos de Ventas	593,17	593,17	593,17	593,17	593,17	593,17	593,17	593,17	593,17	593,17	593,17	593,17	7.117,98
Depreciacion	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	13.378,17
Gastos de Administracion	355,90	355,90	355,90	355,90	355,90	355,90	355,90	355,90	355,90	355,90	355,90	355,90	4.270,79
Total	22.791,74	22.791,74	22.791,74	22.188,05	22.188,05	22.188,05	21.584,35	21.584,35	21.584,35	20.980,65	20.980,65	20.980,65	262.634,37
Flujo Operacional	6.506,48	6.506,48	6.506,48	15.473,50	15.473,50	15.473,50	13.966,89	13.966,89	13.966,89	12.460,28	12.460,28	12.460,28	145.221,42
Ingresos No Operacionales													
Depreciacion	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	13.378,17
Total	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	13.378,17
Egresos No Operacionales													
Intereses	1.665,52	1.639,20	1.612,08	1.584,16	1.555,40	1.525,77	1.495,26	1.463,83	1.431,46	1.398,11	1.363,77	1.328,40	18.062,95
Pagos del Capital	877,38	903,70	930,82	958,74	987,50	1.017,13	1.047,64	1.079,07	1.111,44	1.144,79	1.179,13	1.214,50	12.451,84
Pagos de Impuestos	0,00	0,00	0,00	14.511,56	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	14.511,56
Participacion de Utilidades	0,00	0,00	0,00	11.640,29	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	11.640,29
Beneficios Sociales	1.927,12	1.927,12	2.402,12	1.927,12	1.927,12	1.927,12	1.927,12	1.927,12	1.927,12	1.927,12	1.927,12	7.819,00	29.492,34
Total	4.470,02	4.470,02	4.945,02	30.621,87	4.470,02	86.158,98							
Flujo No Operacional	(3.355,17)	(3.355,17)	(3.830,17)	(29.507,03)	(3.355,17)	(72.780,82)							
Flujo Neto generado	3.151,30	3.151,30	2.676,30	(14.033,53)	12.118,33	12.118,33	10.611,71	10.611,71	10.611,71	9.105,10	9.105,10	3.213,23	72.440,60
Saldo Inicial de Caja	134.152,03	137.303,33	140.454,63	143.130,93	129.097,40	141.215,73	153.334,05	163.945,77	174.557,48	185.169,20	194.274,30	203.379,40	206.592,63
Saldo Final de Caja	137.303,33	140.454,63	143.130,93	129.097,40	141.215,73	153.334,05	163.945,77	174.557,48	185.169,20	194.274,30	203.379,40	206.592,63	

Elaboración: Autora

FLUJO DE CAJA PROYECTADO AÑO 2017

FLUJO DE CAJA PROYECTADO AÑO 2017

DESCRIPCION	MESES												Total
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	
Ingresos Operacionales													
Recuperación de Ventas	31.330,62	31.330,62	31.330,62	40.426,45	40.426,45	40.426,45	38.125,32	38.125,32	38.125,32	35.824,18	35.824,18	35.824,18	437.119,69
Total	31.330,62	31.330,62	31.330,62	40.426,45	40.426,45	40.426,45	38.125,32	38.125,32	38.125,32	35.824,18	35.824,18	35.824,18	437.119,69
Egresos Operacionales													
Pago a Proveedores	13.781,99	13.781,99	13.781,99	13.123,70	13.123,70	13.123,70	12.465,42	12.465,42	12.465,42	11.807,13	11.807,13	11.807,13	153.534,72
Mano de Obra Directa	5.331,22	5.331,22	5.331,22	5.331,22	5.331,22	5.331,22	5.331,22	5.331,22	5.331,22	5.331,22	5.331,22	5.331,22	63.974,62
Mano de Obra Indirecta	2.788,81	2.788,81	2.788,81	2.788,81	2.788,81	2.788,81	2.788,81	2.788,81	2.788,81	2.788,81	2.788,81	2.788,81	33.465,71
Gastos de Ventas	616,00	616,00	616,00	616,00	616,00	616,00	616,00	616,00	616,00	616,00	616,00	616,00	7.392,03
Depreciación	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	13.378,17
Gastos de Administración	369,60	369,60	369,60	369,60	369,60	369,60	369,60	369,60	369,60	369,60	369,60	369,60	4.435,22
Total	24.002,47	24.002,47	24.002,47	23.344,18	23.344,18	23.344,18	22.685,89	22.685,89	22.685,89	22.027,61	22.027,61	22.027,61	276.180,46
Flujo Operacional	7.328,15	7.328,15	7.328,15	17.082,27	17.082,27	17.082,27	15.439,42	15.439,42	15.439,42	13.796,57	13.796,57	13.796,57	160.939,24
Ingresos No Operacionales													
Depreciación	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	13.378,17
Total	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	13.378,17
Egresos No Operacionales													
Intereses	1.291,96	1.254,43	1.215,78	1.175,97	1.134,96	1.092,72	1.049,21	1.004,40	958,25	910,71	861,74	811,31	12.761,44
Pagos del Capital	1.250,94	1.288,47	1.327,12	1.366,93	1.407,94	1.450,18	1.493,69	1.538,50	1.584,65	1.632,19	1.681,16	1.731,59	17.753,35
Pagos de Impuestos	0,00	0,00	0,00	17.075,25	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	17.075,25
Participación de Utilidades	0,00	0,00	0,00	13.696,72	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	13.696,72
Beneficios Sociales	2.001,32	2.001,32	2.501,32	2.001,32	2.001,32	2.001,32	2.001,32	2.001,32	2.001,32	2.001,32	2.001,32	8.120,03	30.634,51
Total	4.544,22	4.544,22	5.044,22	35.316,19	4.544,22	10.662,93	91.921,27						
Flujo No Operacional	(3.429,37)	(3.429,37)	(3.929,37)	(34.201,34)	(3.429,37)	(9.548,08)	(78.543,10)						
Flujo Neto generado	3.898,78	3.898,78	3.398,78	(17.119,07)	13.652,90	13.652,90	12.010,05	12.010,05	12.010,05	10.367,21	10.367,21	4.248,49	82.396,14
Saldo Inicial de Caja	206.592,63	210.491,41	214.390,19	217.788,97	200.669,90	214.322,80	227.975,70	239.985,76	251.995,81	264.005,86	274.373,07	284.740,27	288.988,76
Saldo Final de Caja	210.491,41	214.390,19	217.788,97	200.669,90	214.322,80	227.975,70	239.985,76	251.995,81	264.005,86	274.373,07	284.740,27	288.988,76	288.988,76

Elaboración: Autora

FLUJO DE CAJA PROYECTADO AÑO 2018

DESCRIPCION	FLUJO DE CAJA PROYECTADO AÑO 2018												Total
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	MESES						Diciembre	
						Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre		
Ingresos Operacionales													
Recuperacion de Ventas	33.523,05	33.523,05	33.523,05	43.416,70	43.416,70	43.416,70	40.907,49	40.907,49	40.907,49	38.398,28	38.398,28	38.398,28	468.736,55
Total	33.523,05	33.523,05	33.523,05	43.416,70	43.416,70	43.416,70	40.907,49	40.907,49	40.907,49	38.398,28	38.398,28	38.398,28	468.736,55
Egresos Operacionales													
Pago a Proveedores	14.722,77	14.722,77	14.722,77	14.004,96	14.004,96	14.004,96	13.287,15	13.287,15	13.287,15	12.569,34	12.569,34	12.569,34	163.752,67
Mano de Obra Directa	5.536,47	5.536,47	5.536,47	5.536,47	5.536,47	5.536,47	5.536,47	5.536,47	5.536,47	5.536,47	5.536,47	5.536,47	66.437,64
Mano de Obra Indirecta	2.896,18	2.896,18	2.896,18	2.896,18	2.896,18	2.896,18	2.896,18	2.896,18	2.896,18	2.896,18	2.896,18	2.896,18	34.754,14
Gastos de Ventas	639,72	639,72	639,72	639,72	639,72	639,72	639,72	639,72	639,72	639,72	639,72	639,72	7.676,62
Depreciacion	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	13.378,17
Gastos de Administracion	383,83	383,83	383,83	383,83	383,83	383,83	383,83	383,83	383,83	383,83	383,83	383,83	4.605,97
Total	25.293,82	25.293,82	25.293,82	24.576,01	24.576,01	24.576,01	23.858,20	23.858,20	23.858,20	23.140,38	23.140,38	23.140,38	290.605,22
Flujo Operacional	8.229,23	8.229,23	8.229,23	18.840,70	18.840,70	18.840,70	17.049,29	17.049,29	17.049,29	15.257,89	15.257,89	15.257,89	178.131,34
Ingresos No Operacionales													
Depreciacion	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	13.378,17
Total	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	1.114,85	13.378,17
Egresos No Operacionales													
Intereses	759,36	705,85	650,74	593,98	535,51	475,29	413,26	349,37	283,57	215,79	145,97	74,07	5.202,76
Pagos del Capital	1.783,54	1.837,04	1.892,16	1.948,92	2.007,39	2.067,61	2.129,64	2.193,53	2.259,33	2.327,11	2.396,93	2.468,83	25.312,03
Pagos de Impuestos	0,00	0,00	0,00	19.890,67	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	19.890,67
Participacion de Utilidades	0,00	0,00	0,00	15.955,08	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	15.955,08
Beneficios Sociales	2.078,37	2.078,37	2.603,37	2.078,37	2.078,37	2.078,37	2.078,37	2.078,37	2.078,37	2.078,37	2.078,37	8.432,65	31.819,68
Total	4.621,27	4.621,27	5.146,27	40.467,02	4.621,27	10.975,55	98.180,23						
Flujo No Operacional	(3.506,42)	(3.506,42)	(4.031,42)	(39.352,17)	(3.506,42)	(9.860,70)	(84.802,07)						
Flujo Neto generado	4.722,81	4.722,81	4.197,81	(20.511,48)	15.334,28	15.334,28	13.542,88	13.542,88	13.542,88	11.751,47	11.751,47	5.397,19	93.329,27
Saldo Inicial de Caja	288.988,76	293.711,57	298.434,38	302.632,19	282.120,71	297.454,99	312.789,27	326.332,15	339.875,02	353.417,90	365.169,37	376.920,84	382.318,04
Saldo Final de Caja	293.711,57	298.434,38	302.632,19	282.120,71	297.454,99	312.789,27	326.332,15	339.875,02	353.417,90	365.169,37	376.920,84	382.318,04	

Elaboración: Autora

Anexo # 11 – Balance General Proyectado del Año 2015 al 2018

BALANCE GENERAL AÑO 2015

BALANCE GENERAL PROYECTADO 2015 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Caja y Bancos	\$ 134.152,03	Cuentas y Documentos por Pagar	
Cuentas y Documentos por Cobrar	\$ 87.894,66	Proveedores	\$ 0,00
Inventario en Procesos	\$ 9.261,61	Obligaciones Bancarias	\$ 0,00
Pagos Anticipados	\$ 0,00	TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ 0,00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 231.308,29		
ACTIVO FIJO		PASIVOS ACUMULADOS POR PAGAR	
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPOS		Beneficios Sociales	\$ 7.244,61
Maquinarias y Equipos		Provisiones Varias	\$ 342,71
Maquinaria Receptor de Leche	\$ 10.000,00	Retenciones por Pagar	\$ 117,24
Maquinaria Clarificador	\$ 6.000,00	Impuesto a la Renta	\$ 14.511,56
Maquinaria Pasteurizador	\$ 20.000,00	Utilidades	\$ 11.640,29
Maquinaria Homogeneizador	\$ 16.000,00	TOTAL PASIVOS ACUMULADOS POR PAGAR	\$ 33.856,40
Maquinaria Mezclador	\$ 10.000,00		
Maquinaria Envado y Etiquetado	\$ 15.000,00	OTRAS CUENTAS POR PAGAR	
Montacargas manuales con Taque Termico di	\$ 3.000,00	Sueldo Por Pagar	\$ 0,00
Maquinaria de Enfriamiento	\$ 5.000,00	TOTAL OTRAS CUENTAS POR PAGAR	\$ 0,00
<i>Total Maquinarias y Equipos</i>	<i>\$ 85.000,00</i>		
Muebles y Enseres		PASIVO NO CORRIENTE	
Escritorios	\$ 1.250,00	Deudas a Largo Plazo	
Sillas giratorias	\$ 600,00	Institucion Financiera	\$ 55.517,22
Sillas de espera	\$ 100,00	Otras Deudas a Largo Plazo	\$ 0,00
Varios de Oficina	\$ 300,00	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	\$ 55.517,22
<i>Total Muebles y Enseres</i>	<i>\$ 2.250,00</i>		
Equipos de Computacion		TOTAL PASIVOS	\$ 89.373,62
Computadoras	\$ 4.250,00		
Impresoras	\$ 360,00	PATRIMONIO	
UPS	\$ 350,00	Capital Social	\$ 107.210,00
<i>Total Equipos de Computacion</i>	<i>\$ 4.960,00</i>	Utilidad del Ejercicio Anterior	\$ 48.188,41
Vehiculo		Reserva Legal	\$ 15.539,84
Camioneta	\$ 15.000,00	Utilidad Neta	\$ 51.450,08
<i>Total Vehiculo</i>	<i>\$ 15.000,00</i>	TOTAL PATRIMONIO	\$ 222.388,34
(-) Depreciaciones de Activos Fijos	\$ 26.756,34		
(-) Total de Depreciaciones de Activos Fijos	\$ 26.756,34		
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 80.453,66		
Activo Diferido	\$ 0,00		
TOTAL ACTIVO DIFERIDO			
Otros Activos	\$ 0,00		
TOTAL OTROS ACTIVO			
TOTAL ACTIVOS	\$ 311.761,96	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 311.761,96

Elaboración: Autora

BALANCE GENERAL AÑO 2016

BALANCE GENERAL PROYECTADO 2016

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016

ACTIVO	PASIVO
ACTIVO CORRIENTE	PASIVO CORRIENTE
Caja y Bancos	<u>Cuentas y Documentos por Pagar</u>
Cuentas y Documentos por Cobrar	Proveedores
Inventario en Procesos	Obligaciones Bancarias
Pagos Anticipados	TOTAL PASIVO CORRIENTE
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 0,00
ACTIVO FIJO	PASIVOS ACUMULADOS POR PAGAR
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPOS	Beneficios Sociales
<u>Maquinarias y Equipos</u>	Provisiones Varias
Maquinaria Receptor de Leche	Retenciones por Pagar
Maquinaria Clarificador	Impuesto a la Renta
Maquinaria Pasteurizador	Utilidades
Maquinaria Homogeneizador	TOTAL PASIVOS ACUMULADOS POR PAGAR
Maquinaria Mezclador	\$ 38.390,17
Maquinaria Envado y Etiquetado	
Montacargas manuales con Taque Termico c	OTRAS CUENTAS POR PAGAR
Maquinaria de Enfriamiento	Sueldo Por Pagar
<u>Total Maquinarias y Equipos</u>	TOTAL OTRAS CUENTAS POR PAGAR
\$ 85.000,00	\$ 0,00
<u>Muebles y Enseres</u>	
Escritorios	PASIVO NO CORRIENTE
Sillas giratorias	<u>Deudas a Largo Plazo</u>
Sillas de espera	Institucion Financiera
Varios de Oficina	Otras Deudas a Largo Plazo
<u>Total Muebles y Enseres</u>	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE
\$ 2.250,00	\$ 43.065,38
<u>Equipos de Computacion</u>	
Computadoras	TOTAL PASIVOS
Impresoras	\$ 81.455,55
UPS	
<u>Total Equipos de Computacion</u>	PATRIMONIO
\$ 4.960,00	Capital Social
<u>Vehiculo</u>	Utilidad del Ejercicio Anterior
Camioneta	Reserva Legal
<u>Total Vehiculo</u>	Utilidad Neta
\$ 15.000,00	TOTAL PATRIMONIO
\$ 15.000,00	\$ 288.072,86
(-) Depreciaciones de Activos Fijos	
(-) Total de Depreciaciones de Activos Fijos	
\$ 40.134,50	
TOTAL ACTIVO FIJO	
\$ 67.075,50	
Activo Diferido	
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	
\$ 0,00	
Otros Activos	
TOTAL OTROS ACTIVO	
\$ 0,00	
TOTAL ACTIVOS	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO
\$ 369.528,41	\$ 369.528,41

Elaboración: Autora

BALANCE GENERAL AÑO 2017

BALANCE GENERAL PROYECTADO 2017 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017

ACTIVO	PASIVO
ACTIVO CORRIENTE	PASIVO CORRIENTE
Caja y Bancos	<i>Cuentas y Documentos por Pagar</i>
Cuentas y Documentos por Cobrar	Proveedores
Inventario en Procesos	Obligaciones Bancarias
Pagos Anticipados	TOTAL PASIVO CORRIENTE
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	\$ 0,00
ACTIVO FIJO	PASIVOS ACUMULADOS POR PAGAR
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPOS	Beneficios Sociales
<i>Maquinarias y Equipos</i>	Provisiones Varias
Maquinaria Receptor de Leche	Retenciones por Pagar
Maquinaria Clarificador	Impuesto a la Renta
Maquinaria Pasteurizador	Utilidades
Maquinaria Homogeneizador	TOTAL PASIVOS ACUMULADOS POR I
Maquinaria Mezclador	\$ 44.287,11
Maquinaria Envado y Etiquetado	
Montacargas manuales con Taque Termico d	OTRAS CUENTAS POR PAGAR
Maquinaria de Enfriamiento	Sueldo Por Pagar
<i>Total Maquinarias y Equipos</i>	TOTAL OTRAS CUENTAS POR PAGAR
\$ 85.000,00	\$ 0,00
<i>Muebles y Enseres</i>	PASIVO NO CORRIENTE
Escritorios	<i>Deudas a Largo Plazo</i>
Sillas giratorias	Institucion Financiera
Sillas de espera	Otras Deudas a Largo Plazo
Varios de Oficina	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE
<i>Total Muebles y Enseres</i>	\$ 25.312,03
\$ 2.250,00	
<i>Equipos de Computacion</i>	TOTAL PASIVOS
Computadoras	\$ 69.599,14
Impresoras	
UPS	PATRIMONIO
<i>Total Equipos de Computacion</i>	Capital Social
\$ 4.960,00	Utilidad del Ejercicio Anterior
<i>Vehiculo</i>	Reserva Legal
Camioneta	Utilidad Neta
<i>Total Vehiculo</i>	TOTAL PATRIMONIO
\$ 15.000,00	\$ 364.648,28
\$ 15.000,00	
(-) Depreciaciones de Activos Fijos	
(-) Total de Depreciaciones de Activos Fijos	
\$ 53.512,67	
TOTAL ACTIVO FIJO	
\$ 53.697,33	
Activo Diferido	
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	
\$ 0,00	
Otros Activos	
TOTAL OTROS ACTIVO	
\$ 0,00	
TOTAL ACTIVOS	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO
\$ 434.247,42	\$ 434.247,42

Elaboración: Autora

BALANCE GENERAL AÑO 2018

BALANCE GENERAL PROYECTADO 2018 AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018

ACTIVO	PASIVO
ACTIVO CORRIENTE	PASIVO CORRIENTE
Caja y Bancos \$ 382.318,04	<u>Cuentas y Documentos por Pagar</u>
Cuentas y Documentos por Cobrar \$ 93.255,69	Proveedores \$ 0,00
Inventario en Procesos \$ 893,85	Obligaciones Bancarias \$ 0,00
Pagos Anticipados \$ 0,00	TOTAL PASIVO CORRIENTE \$ 0,00
TOTAL ACTIVO CORRIENTE \$ 476.467,57	
ACTIVO FIJO	PASIVOS ACUMULADOS POR PAGAR
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPOS	Beneficios Sociales \$ 8.302,97
<u>Maquinarias y Equipos</u>	Provisiones Varias \$ 383,83
Maquinaria Receptor de Leche \$ 10.000,00	Retenciones por Pagar \$ 126,44
Maquinaria Clarificador \$ 6.000,00	Impuesto a la Renta \$ 22.981,35
Maquinaria Pasteurizador \$ 20.000,00	Utilidades \$ 18.434,24
Maquinaria Homogeneizador \$ 16.000,00	TOTAL PASIVOS ACUMULADOS POR I \$ 50.228,82
Maquinaria Mezclador \$ 10.000,00	
Maquinaria Envado y Etiquetado \$ 15.000,00	OTRAS CUENTAS POR PAGAR
Montacargas manuales con Taque Termico de \$ 3.000,00	Sueldo Por Pagar \$ 0,00
Maquinaria de Enfriamiento \$ 5.000,00	TOTAL OTRAS CUENTAS POR PAGAR \$ 0,00
<i>Total Maquinarias y Equipos</i> \$ 85.000,00	
<u>Muebles y Enseres</u>	PASIVO NO CORRIENTE
Escritorios \$ 1.250,00	<u>Deudas a Largo Plazo</u>
Sillas giratorias \$ 600,00	Institucion Financiera \$ 0,00
Sillas de espera \$ 100,00	Otras Deudas a Largo Plazo \$ 0,00
Varios de Oficina \$ 300,00	TOTAL PASIVO NO CORRIENTE \$ 0,00
<i>Total Muebles y Enseres</i> \$ 2.250,00	
<u>Equipos de Computacion</u>	TOTAL PASIVOS \$ 50.228,82
Computadoras \$ 4.250,00	
Impresoras \$ 360,00	PATRIMONIO
UPS \$ 350,00	Capital Social \$ 107.210,00
<i>Total Equipos de Computacion</i> \$ 4.960,00	Utilidad del Ejercicio Anterior \$ 230.699,48
<u>Vehiculo</u>	Reserva Legal \$ 33.790,95
Camioneta \$ 15.000,00	Utilidad Neta \$ 81.479,32
<i>Total Vehiculo</i> \$ 15.000,00	TOTAL PATRIMONIO \$ 453.179,75
(-) Depreciaciones de Activos Fijos \$ 80.269,01	
(-) Total de Depreciaciones de Activos Fijos \$ 80.269,01	
TOTAL ACTIVO FIJO \$ 26.940,99	
Activo Diferido \$ 0,00	
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	
Otros Activos \$ 0,00	
TOTAL OTROS ACTIVO	
TOTAL ACTIVOS \$ 503.408,57	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO \$ 503.408,57

Elaboración: Autora

Anexo # 12 – Caducidad del Producto

La caducidad del producto es de 6 meses.

