



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**

**VICERRECTORADO DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN**

**INSTITUTO DE POSGRADO**

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE MAGISTER EN  
PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS MENCIÓN FINANZAS.**

**TEMA:**

“MODELO DE GESTIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE  
CAFÉ TOSTADO – MOLIDO PARA PEQUEÑOS AGRICULTORES DE CAFÉ EN LA  
CIUDAD DE LOJA, PROVINCIA DE LOJA; COMO FUENTE DE CRECIMIENTO  
ECONÓMICO, PERIODO JULIO 2015- ENERO 2016”

**AUTORA:**

GLENDAMARICELAROJASGRANDA

**TUTOR:**

ING. WILSON SALTOS A.

RIOBAMBA – ECUADOR

2017

## **CERTIFICACIÓN DEL AUTOR**

Certifico que el presente trabajo de investigación previo a la obtención del Grado de Magíster en Pequeñas y Medianas Empresas: Mención Finanzas con el tema: “Modelo de gestión para la producción y comercialización de café tostado – molido para pequeños agricultores de café en la ciudad de Loja, provincia de Loja; como fuente de crecimiento económico, periodo julio 2015- enero 2016” ha sido elaborado por la Sra. Glenda Maricela Rojas Granda, el mismo que ha sido revisado y analizado en un cien por ciento, con el asesoramiento permanente de mi persona en calidad de Tutor, por lo que se encuentra apto para su presentación y defensa respectiva.

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad.

Riobamba, 30 de noviembre de 2016



**Ing. Wilson Saltos Aguilar**  
**DIRECTOR DE TESIS**

## **AUTORIA**

Yo Glenda Maricela Rojas Granda con cedula de identidad Nro. 1104557929, soy responsable de las ideas, doctrinas, resultados y lineamientos alternativos realizados en la presente investigación y el patrimonio intelectual del trabajo investigativo pertenece a la Universidad Nacional del Chimborazo.

A photograph of a handwritten signature in black ink on a light-colored surface. The signature is stylized and appears to read 'Glenda Maricela Rojas Granda'.

Glenda Maricela Rojas Granda  
C.I.:1104557929  
Maestrante

## **AGRADECIMIENTO**

*Mi más sentido agradecimiento en primer lugar a Dios por ser mi inspiración y mi guía, en segundo lugar a mi esposo Max Landázuri, a mi familia y a mi estimado tutor de tesis que han sido un apoyo fundamental en el desarrollo de toda la Maestría.*

## **DEDICATORIA**

*El presente trabajo de investigación está dedicado a mi amado esposo Max Javier Landázuri Escudero, quien es mi pilar fundamental en mi vida personal y profesional.*

## INDICE

CERTIFICACIÓN DEL AUTOR .....	2
AUTORIA .....	3
AGRADECIMIENTO .....	4
DEDICATORIA .....	5
ABSTRACT ; <b>Error! Marcador no definido.</b>	
INTRODUCCION .....	17
CAPÍTULO I .....	18
1. MARCO TEÓRICO .....	18
1.1 ANTECEDENTES .....	18
1.2. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA .....	22
1.2.1. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	22
1.2.1.1. PRODUCCIÓN DE CAFÉ EN ECUADOR .....	22
1.2.1.2. MERCADEO DEL CAFÉ TOSTADO .....	22
1.2.1.3. PRECIO DEL CAFÉ EN MERCADO .....	23
1.2.1.4. CONSUMIDORES DE CAFÉ .....	24
1.2.1.5. EL SECTOR CAFETALERO EN ECUADOR.....	24
1.2.1.6. ORGANIZACIONES GREMIALES DEL SECTOR .....	26
1.2.1.7. CADENA DE VALOR DEL CAFÉ.....	26
1.2.2. FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA .....	29
1.2.2.1. PRODUCTIVIDAD.....	29
1.2.2.2. COMERCIALIZACIÓN.....	29
1.2.2.3. CRECIMIENTO ECONÓMICO .....	30
1.2.3. FUNDAMENTACIÓN PSICOLÓGICA .....	30
1.2.4. FUNDAMENTACIÓN PEDAGÓGICA.....	31
1.2.5. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	31
1.3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	33
1.3.1. MODELO DE GESTIÓN .....	33
1.3.2. COMERCIALIZACIÓN.....	34

1.3.3.	PRODUCCIÓN.....	35
1.3.4.	CRECIMIENTO ECONÓMICO .....	35
1.3.5.	ESTUDIO TÉCNICO .....	35
1.3.6.	ESTUDIO DE MERCADO .....	36
1.3.7.	ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL .....	36
1.3.8.	ESTUDIO FINANCIERO .....	37
1.3.9.	FACTIBILIDAD Y VIABILIDAD .....	37
CAPÍTULO II.....		38
2.	METODOLOGÍA.....	38
2.1.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	38
2.2.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....	38
2.3.	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	39
2.4.	CONOCIMIENTOS E HERRAMIENTAS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS	39
2.5.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	39
2.5.1.	POBLACIÓN.....	39
2.5.2.	MUESTRA PARA POTENCIALES CLIENTES .....	40
2.3.1.	MUESTRA PARA PRODUCTORES.....	41
2.4.	PROCEDIMIENTO PARA EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....	43
2.5.	HIPÓTESIS .....	43
2.5.1.	HIPÓTESIS GENERAL.....	43
2.5.2.	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS.....	43
2.5.3.	OPERACIONALIZACIÓN DE LA HIPÓTESIS .....	44
CAPÍTULO III.....		45
3	LINEAMIENTOS ALTERNATIVOS .....	45
3.1.	TEMA .....	45
3.2.	PRESENTACIÓN .....	45
3.3.	OBJETIVOS .....	45
3.3.1.	OBJETIVO GENERAL.....	45
3.3.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	45
3.4.	ESTUDIO DE MERCADO .....	46

3.4.1.	PERFIL DEL CLIENTE.....	46
3.4.2.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA .....	46
3.4.2.1.	DEMANDA POTENCIAL.....	46
3.4.2.2.	DEMANDA REAL.....	47
3.4.2.3.	DEMANDA EFECTIVA.....	48
3.4.3.	ANÁLISIS DE LA OFERTA .....	48
3.4.1.	DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA.....	49
3.5.	ESTUDIO TÉCNICO.....	49
3.5.1.	TAMAÑO .....	50
3.5.2.	CAPACIDAD INSTALADA .....	50
3.5.3.	CAPACIDAD UTILIZADA.....	50
3.5.4.	PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO.....	51
3.5.5.	CAPACIDAD DE RESERVA.....	51
3.5.6.	CAPACIDAD FINANCIERA .....	52
3.5.7.	LOCALIZACIÓN DE LA PLANTA .....	52
3.5.7.1.	MACRO LOCALIZACIÓN .....	52
3.5.7.2.	MICRO LOCALIZACIÓN.....	53
3.5.8.	FACTORES DE LOCALIZACIÓN.....	54
3.5.8.1.	VÍAS DE COMUNICACIÓN .....	54
3.5.8.2.	SERVICIOS BÁSICOS .....	54
3.5.8.3.	MATERIA PRIMA.....	54
3.5.8.4.	MANO DE OBRA .....	54
3.5.9.	INGENIERÍA DE PROYECTO.....	54
3.5.9.1.	COMPONENTE TECNOLÓGICO.....	54
3.5.9.2.	INFRAESTRUCTURA FÍSICA.....	55
3.5.9.3.	DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.....	55
3.6.	ESTRUCTURA ORGANIZATIVA LEGAL.....	56
3.6.1	ORGANIZACIÓN.....	56
3.6.1.1.	BASE LEGAL .....	56
3.6.1.1.1.	ACTA CONSTITUTIVA .....	56
3.6.1.1.2.	RAZÓN SOCIAL .....	56

3.6.1.1.3.DOMICILIO .....	57
3.6.1.1.4.OBJETO DE PRODUCCIÓN .....	57
3.6.1.1.5. DURACIÓN .....	57
3.6.1.1.6. ADMINISTRACIÓN.....	57
3.6.2. ESTRUCTURA EMPRESARIAL.....	57
3.7. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO .....	60
3.7.1. INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO .....	60
3.7.1.1. CAPITAL DE TRABAJO .....	60
3.7.1.2. INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO .....	61
3.7.1.3. FINANCIAMIENTO .....	62
3.7.1.4. FUENTES Y USOS DE LOS FONDOS .....	62
3.8. EVALUACIÓN FINANCIERA .....	67
3.8.1. FLUJO DE CAJA .....	67
3.8.2. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS .....	69
3.8.3. DETERMINACIÓN DEL PUNTO CRÍTICO .....	70
3.8.4. VALOR ACTUAL NETO .....	71
3.8.5. TASA INTERNA DEL RETORNO .....	71
3.8.6. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD .....	72
3.8.6.1. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON REDUCCIÓN DE INGRESOS.....	73
3.8.6.2. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DE COSTOS .....	75
3.8.7. RELACIÓN BENEFICIO COSTO .....	76
3.8.8. PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN .....	77
3.9. OPERATIVIDAD.....	78
CAPÍTULO IV .....	79
4. EXPOSICIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	79
4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE ENCUESTAS DE CLIENTES.....	79
4.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE ENCUESTAS A PRODUCTORES.....	89
4.3. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS .....	101
4.3.1. COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL.....	101

4.3.2.	COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1 .....	102
4.3.3.	COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2 .....	104
4.3.4.	COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3 .....	105
4.3.5.	COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 4 .....	107
4.3.6.	COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 5 .....	108
	CAPITULO V .....	110
5.1.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	110
	CONCLUSIONES .....	110
	RECOMENDACIONES .....	111
	BIBLIOGRAFÍA .....	112
	ANEXOS .....	115
1.	PROYECTO APROBADO .....	116
2.	ENCUESTA A PRODUCTORES .....	144
3.	ENCUESTA A CLIENTES .....	146
4.	MINUTA DE CONSTITUCIÓN DEL NEGOCIO .....	148
5.	DATOS NUMÉRICOS DEL ESTUDIO FINANCIERO.....	152

## INDICE DE TABLAS

Tabla Nro.: 2.1.- Población.....	39
Tabla Nro.: 2.2.- Datos para la muestra.....	40
Tabla Nro.: 2.3.- Operacionalización .....	44
Tabla Nro.: 3.1.- Determinación de la demanda potencial .....	47
Tabla Nro.: 3.2.- Determinación de la demanda real.....	47
Tabla Nro.: 3.3.- Determinación de la demanda efectiva .....	48
Tabla Nro.: 3.4.- Determinación de la oferta.....	49
Tabla Nro.: 3.5.- Determinación de la demanda insatisfecha.....	49
Tabla Nro.: 3.6.- Determinación de la capacidad utilizada .....	50
Tabla Nro.: 3.7.- Determinación de la participación en el mercado.....	51
Tabla Nro.: 3.8.- Determinación de la capacidad en reserva.....	51
Tabla Nro.: 3.9.- Determinación del capital de trabajo .....	60
Tabla Nro.: 3.10.- Costos generales de fabricación y producción.....	63
Tabla Nro.: 3.11.- Determinación de gastos administrativos .....	63
Tabla Nro.: 3.12.- Reposición de activos .....	64
Tabla Nro.: 3.13.- Total de costos de producción.....	64
Tabla Nro.: 3.14.- Total de costos de producción unitario .....	64
Tabla Nro.: 3.15.- Presupuesto preformado.....	65
Tabla Nro.: 3.16.- Determinación del precio .....	66
Tabla Nro.: 3.17.- Establecimientos de precios .....	66
Tabla Nro.: 3.18.- Flujo de caja proyectado .....	67
Tabla Nro.: 3.19.- Estado de pérdidas y ganancias.....	69
Tabla Nro.: 3.20.- Determinación del punto crítico.....	70
Tabla Nro.: 3.21.- Determinación del Valor Actual Neto .....	71
Tabla Nro.: 3.22.- Determinación de la Tasa Interna de Retorno.....	72
Tabla Nro.: 3.23.- Flujo actualizado de ingresos.....	73
Tabla Nro.: 3.24.- Tasa interna de retorno con reducción de ingresos en un 10% .....	74
Tabla Nro.: 3.25.- Análisis de sensibilidad.....	74
Tabla Nro.: 3.26.- Flujo neto actualizado .....	75

Tabla Nro.: 3.27.- Tasa Interna de retorno con incremento de costos en un 5% .....	76
Tabla Nro.: 3.28.- Sensibilidad con incremento de costos .....	76
Tabla Nro.: 3.29.- Determinación de la relación beneficio costo .....	77
Tabla Nro.: 3.30.- Determinación del periodo de recuperación de la inversión.....	77
Tabla Nro.: 3.32.- Operatividad.....	78
Tabla Nro.: 4.1.- Género.....	79
Tabla Nro.: 4.2.- Edad .....	80
Tabla Nro.: 4.3.- Consumo .....	81
Tabla Nro.: 4.4.- Vendedores de café tostado molido que poseen almacenes.....	82
Tabla Nro.: 4.5.-Proceso de producción con técnicas .....	83
Tabla Nro.: 4.6.- 6. Preferencias.....	84
Tabla Nro.: 4.7.- Preferencias.....	85
Tabla Nro.: 4.8.- Lugar de compra .....	86
Tabla Nro.: 4.9.- Precio .....	87
Tabla Nro.: 4.10.- Satisfacción .....	88
Tabla Nro.: 4.2.1 .- No incide como fuente de crecimiento económico.....	89
Tabla Nro.: 4.2.2.- Si incide en el crecimiento económico .....	90
Tabla Nro.: 4.2.3.- Estudio de mercado si determina la oferta y demanda .....	92
Tabla Nro.: 4.2.4.- Estudio de mercado SI determina la oferta y demanda.....	92
Tabla Nro.: 4.2.5.- Estudio técnico.....	93
Tabla Nro.: 4.2.6.- Estudio técnico.....	94
Tabla Nro.: 4.2.7.- La estructura organizacional y legal no ha terminante la creación de empresas .....	95
Tabla Nro.: 4.2.8.- La estructura organizacional y legal si determinará la creación de empresas.....	96
Tabla Nro.: 4.2.9.- Los procesos de producción y comercialización no ha permitido cumplir con los normas de calidad e higiene .....	97
Tabla Nro.: 4.2.10.- Los procesos de producción y comercialización si permitirá cumplir con los normas de calidad e higiene .....	98
Tabla Nro.: 4.2.11.- Los estudios financiero no ha permitido determinar la factibilidad y la viabilidad de los negocio .....	99

Tabla Nro.: 4.2.12.- Los estudios financiero permitirá determinar la factibilidad y la viabilidad de los negocio .....	100
Tabla Nro.: 4.2.13.- Resultado de encuestas de la hipótesis general.....	102
Tabla Nro.: 4.2.14.- Valores esperados de hipótesis general.....	102
Tabla Nro.: 4.2.15.- Resultado de encuestas de la hipótesis especifica 1.....	103
Tabla Nro.: 4.2.16.- Valores esperados de hipótesis específica 1 .....	103
Tabla Nro.: 4.2.17.- Resultado de encuestas de la hipótesis especifica 2.....	104
Tabla Nro.: 4.2.18.- Valores esperados de hipótesis específica 2 .....	104
Tabla Nro.: 4.2.19.- Resultado de encuestas de la hipótesis especifica 3.....	106
Tabla Nro.: 4.2.20.- Valores esperados de hipótesis específica 3 .....	106
Tabla Nro.: 4.2.21.- Resultado de encuestas de la hipótesis especifica 4.....	107
Tabla Nro.: 4.2.22.- Valores esperados de hipótesis específica 4 .....	108
Tabla Nro.: 4.2.23.- Resultado de encuestas de la hipótesis especifica 5.....	109
Tabla Nro.: 4.2.24.- Valores esperados de hipótesis específica 5 .....	109
Tabla Nro.: 0.1.- Rol de pagos de mano de obra directa .....	152
Tabla Nro.: 0.2.- Rol de pagos de mano de obra indirecta .....	152
Tabla Nro.: 0.3.- Rol de pagos de sueldos administrativos .....	152
Tabla Nro.: 0.4.- Materiales directos .....	153
Tabla Nro.: 0.5.- Materiales indirectos .....	153
Tabla Nro.: 0.6.- Luz eléctrica.....	153
Tabla Nro.: 0.7.- Agua potable .....	153
Tabla Nro.: 0.8.- Gastos administrativos .....	153
Tabla Nro.: 0.9.- Gastos en ventas.....	154
Tabla Nro.: 0.10.- Materia prima.....	154
Tabla Nro.: 0.11.- Maquinaria e quipo .....	154
Tabla Nro.: 0.13.- Equipo de computación e impresión.....	154
Tabla Nro.: 0.14.- Muebles y enseres .....	155
Tabla Nro.: 0.15.- Depreciaciones de maquinaria y equipo .....	155
Tabla Nro.: 0.16.- Costos generales de fabricación y producción.....	155
Tabla Nro.: 0.17.- Activos diferidos .....	156
Tabla Nro.: 0.18.- Amortización de activos diferidos .....	156

Tabla Nro.: 0.19.- Depreciaciones de muebles y enseres .....	156
Tabla Nro.: 0.20.- Depreciaciones de equipo de computación.....	156
Tabla Nro.: 0.21.- Depreciación de vehículo.....	157
Tabla Nro.: 0.22.- Depreciaciones de muebles, enseres y equipo de oficina .....	157
Tabla Nro.: 0.23.- Gastos administrativos .....	157
Tabla Nro.: 0.24.- Gastos en ventas.....	157
Tabla Nro.: 0. 25.- Gastos de administración y ventas .....	158

## **RESUMEN**

El presente trabajo de graduación es realizado para la creación de un modelo de gestión para la producción y comercialización de café tostado – molido para pequeños agricultores de café en la ciudad de Loja, provincia de Loja; como fuente de crecimiento económico, periodo julio 2015- enero 2016 permite el cual permite que el agricultor tenga un proceso claro a seguir de toda la etapa de producción donde le permite ofertar un producto de calidad con registro sanitario:

A continuación cito los siguientes capítulos:

En el Primer Capítulo, se evidencia el marco teórico el cual es diseñado por los Antecedentes y la Fundamentación Teórica de las variables del tema.

El Segundo Capítulo está diseñado con el marco metodológico, los métodos utilizados en la investigación, las técnicas e instrumentos aplicados para la recolección de datos y la muestra determinada.

En el Tercer Capítulo se desarrollan los estudios de mercado, técnico, organizacional legal y financiero para la comprobación de la hipótesis, es decir la propuesta.

En el Cuarto Capítulo se desarrolla la exposición y discusión de los resultados, la interpretación de los resultados obtenidos mediante las encuestas y la comprobación de las hipótesis.

En el último Quinto capítulo se detallan las Conclusiones y Recomendaciones, la bibliografía y los anexos.

## Abstract

The present graduation work is carried out for the creation of a management model for the production and commercialization of roasted - ground coffee for small coffee farmers in the city of Loja. Loja province as a source of economic growth, period July 2015 to January 2016 which allows the farmer to have a clear process to follow the entire production stage where it allows to offer a quality product with sanitary registration:

Here are the following chapters:

In the first chapter, the theoretical framework is evidenced which is designed by the background and the theoretical foundation of the variables of the theme.

The second chapter is designed with the methodological framework, the methods used in the research, the techniques and instruments applied to the data collection and the determined sample.

In the third chapter the market, technical, legal and financial studies are developed for the verification of the hypothesis, which is the proposal.

The fourth chapter develops the presentation and discussion of the results, the interpretation of the results obtained through the surveys and the verification of the hypotheses.

The fifth chapter details the conclusions and recommendations, the bibliography and the annexes

Reviewed by: Lara, Adriana  
Language Center Teacher



## **INTRODUCCION**

El café constituye uno de los productos más importantes de la exportación de Ecuador y de la economía mundial, se cotiza en las bolsas de valores de Londres y New York.

Ecuador es un productor de café, el cual exporta todos los tipos de café: arábigo lavado, arábigo natural y robusta. Los diferentes climas permiten que los cultivos de café se den en todo el país ya que la ubicación geográfica del Ecuador es favorable para la producción agrícola.

La producción del grano de café es temporal generando ingresos solo en los meses de junio, julio y agosto de cada año que resultan insuficientes para el sustento de las familias, particularmente por la dependencia de los precios del mercado internacional.

La presente investigación es de gran importancia ya que el tema que se va a investigar, tiene vínculo directo con el objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir, el tema a investigar impulsa la transformación de la matriz productiva, creando una empresa productora y comercializadora, que permita al pequeño productor convertir y transformar su producto en un negocio rentable, que mejore la economía de su familia e incentiven a seguir produciendo para lograr ser competitivo, generando mayor valor agregado en la producción nacional logrando la distribución equitativa y justa de la riqueza.

En la ciudad y provincia de Loja los pequeños productores no evidencian una utilidad justa de sus productos cultivados, ya que la intermediación de los productos genera que la utilidad la consigan los comercializadores, es por tal motivo que se pretende con el presente estudio demostrar que un pequeño agricultor también puede producir y comercializar café procesado listo para el consumo humano y a su vez generar una utilidad justa en el producto que cultiva.

# CAPÍTULO I

## 1. MARCO TEÓRICO

### 1.1. Antecedentes

Se consultan fuentes bibliográficas en la Universidad Nacional de Chimborazo e investigaciones nacionales e internacionales que se han realizado a nivel nacional e internacional los cuales se toman como una guía el material encontrado de temas análogos a la presente investigación, que son una base de referencia que se cita a continuación:

a) Tesis previa la obtención del grado de Magíster en Pequeñas y Medianas Empresas mención Finanzas, Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador.

(Merino, Myriam, 2016) "Producción y comercialización de tilapia, y su contribución a la generación de campos ocupacionales en las parroquias de General Plaza y Yunganza del cantón Limón Indanza, provincia de Morona Santiago, en el periodo 2013 – 2014.

La finalidad de la investigación fue determinar la factibilidad de creación de una micro o pequeña empresa piscícola y su contribución a la generación de nuevos campos ocupacionales, estableciendo una estructura administrativa sólida, determinando formalmente la organización, producción, comercialización y favoreciendo a la optimización de recursos, a una gestión adecuada y oportuna que se refleje en la rentabilidad de la organización".

b) Trabajo investigativo de Posgrado de Maestría de Pequeñas y Medianas Empresas Mención Finanzas, Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador.

(Wilson, Saltos; Jéssyca, Alcocer, 2016) "Modelo de gestión administrativa para el mejoramiento de la competitividad del sector artesanal de la confección textil de ropa deportiva de la ciudad de Guano en el año 2014.

Con el Modelo de Gestión Administrativa busca ser una guía de autoestudio para cada uno de los artesanos dedicados a la confección de ropa deportiva de la ciudad de Guano, la cual pretende ser un soporte en la toma de decisiones de cada pequeño empresario las mismas que se espera los lleven a un desarrollo sostenible de sus negocios y de cada una

de sus familias, tomando en cuenta que estas empresas en su mayoría son del tipo familiar. Según el diagnóstico realizado tanto a los artesanos de la rama así como también a los consumidores, se llegó a determinar que estas empresas son netamente empíricas, que no siguen ningún proceso en cuanto al funcionamiento administrativo de sus negocios. Partiendo de la investigación de campo efectuada a través de la aplicación de encuestas se realizó el presente Modelo enmarcado principalmente en la transformación de estas empresas mediante la aplicación del conocido Ciclo de Deming que enmarca: Planificar, Hacer, Verificar y Actuar”.

c) Trabajo de graduación previo la obtención del grado de Magíster en Pequeñas y Medianas Empresas Mención en Finanzas, Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador.

(Andrade, Salazar; Jorge, Vinicio, 2015) “Elaboración e Implementación de un Modelo de Gestión Administrativo Financiero en la Marisquería Delicias del Mar ubicado en la Ciudad de Riobamba Provincia de Chimborazo y su incidencia en la optimización de los procesos administrativos y rentabilidad financiera en el periodo septiembre 2013 - septiembre 2014.

La Elaboración e Implementación de un Modelo de Gestión Administrativo Financiero en la Marisquería Delicias del Mar, ubicado en la Ciudad de Riobamba Provincia de Chimborazo y su incidencia en la optimización de los procesos administrativos y rentabilidad financiera en el periodo septiembre 2013 – septiembre 2014, lo realizaron con la finalidad de proveer herramientas e instrumentos administrativos y financieros que ayuden a un mejor manejo de los recursos y a tomar las mejores decisiones en base a una información financiera real y confiable”.

d) Tesis previa la obtención del grado de Magíster en Pequeñas y Medianas Empresas Mención en Finanzas, Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador.

(Monar, Márquez; Julia, Carolina, 2015) “Elaboración e implementación de un Plan de Negocios para el Centro de Artes Vieja Escuela de la ciudad de Riobamba y su incidencia en el desarrollo económico en el primer semestre del 2013”.

El Plan de Negocios para el Centro de Artes Vieja Escuela se basa en el planteamiento de estrategias para una empresa en marcha que requiere la optimización de sus recursos y la aplicación de estrategias que le permitan obtener mayor rentabilidad y por ende desarrollo económico.

e) (ProEcuador, 2013) “El sector Café en Ecuador se manifiesta en el ámbito económico (fuente de ingresos y aporte de divisas para el Estado Ecuatoriano), social (generación de empleo, intervención multiétnica en el proceso) y ecológico (adaptabilidad a distintos agro ecosistemas, preservación de flora y fauna). El sector cafetalero para el Ecuador tiene gran importancia en los siguientes aspectos principalmente:

Importancia económica: a) el aporte de divisas al Estado; b) la generación de ingresos para las familias cafetaleras; y c) fuente de ingresos para los otros actores de la cadena productiva como: transportistas, comerciantes, exportadores, microempresarios, obreros de las industrias de café soluble y exportadoras de café en grano, entre otros.

Importancia social: a) generación de empleo directo para 105,000 familias de productores; b) fuente de trabajo para varios miles de familias adicionales vinculadas a las actividades de comercio, agroindustria artesanal, industria de soluble, transporte y exportación; c) ocupación de muchas familias dedicadas a la provisión de bienes y servicios vinculadas del sector; d) intervención en los procesos productivos de las distintas etnias como son los kichwas, shuaras, tzáchilas y afroecuatorianos; y e) organización de un importante segmento de los cafetaleros, que forman un amplio tejido social y participan activamente en la vida nacional.

Importancia ecológica: a) la amplia adaptabilidad de los cafetales a los distintos agro ecosistemas de la Costa, Sierra, Amazonía e Islas Galápagos; b) los cafetales, en su mayor parte, están cultivados bajo árboles de alto valor ecológico y económico, en diversos arreglos agroforestales, que constituyen un hábitat apropiado para muchas especies de la fauna y flora nativas; c) contribuyen a la captura de carbono de manera similar a los bosques secundarios; d) regulan el balance hídrico de los ecosistemas; y e) en el manejo tecnificado no requieren de una alta dependencia de agroquímicos.

Hoy en día, el mercado global de café es más conveniente, dinámico y flexible que nunca antes. Con una crisis económica mundial a espaldas, los consumidores buscan un gasto

menor tomando su café en casa, y los tostadores, responden a esta nueva demanda introduciendo productos nuevos, fáciles de usar y de alta calidad, como son las mezclas listas para utilizar en el sistema expreso. Nuevos actores y canales de distribución aparecen en los últimos años; las marcas establecidas compiten con productos menos costosos y las empresas grandes realizan movimientos tácticos para adaptarse y sobrevivir en este mercado dinámico. En mercados más maduros como Europa de Oeste, Norteamérica y Japón, el café regular con una calidad mejorada se está volviendo cada vez más popular. La rápida expansión de cadenas de tiendas o bares de café y los nuevos métodos de preparación de cafés de orígenes únicos dan al consumidor la conveniencia de disfrutar de una taza fresca de café en cualquier momento del día. Las condiciones de precio-calidad de los consumidores difieren, sin embargo, aspectos intangibles y un tanto subjetivos como el nivel de sostenibilidad (en términos de las condiciones sociales, ambientales y económicas de la producción) juegan un rol importante”.

f) Trabajo de graduación previo la obtención del grado de Economista en la Universidad Nacional de Loja con el tema FORTALECIMIENTO DE LA CADENA PRODUCTIVA Y DE VALOR DEL CAFÉ EN EL CANTÓN PUYANGO, PROVINCIA DE LOJA, AÑO 2015.

(Kelly , María ; Robles, Cumbicus, 2015) “La producción de café tiene relevante importancia en los órdenes económico, social y Ecológico. La trascendencia económica del sector cafetalero en Ecuador radica en el aporte de divisas al Estado. De acuerdo a los datos de la Asociación Nacional de Exportadores de Café (ANECAFE), en el 2014 las divisas generadas por concepto de exportación de café equivalen a \$ 178'387.941,88 dólares. La producción de café es una fuente de ingresos tanto para las familias cafetaleras del país como para los otros actores de la cadena productiva (transportistas, comerciantes, exportadores, microempresarios, obreros de las industrias de café soluble y exportadoras de café en grano, entre otros). La importancia social del sector cafetalero en el país se relaciona con la generación de empleo directo a las familias de productores, la creación fuentes de trabajo para familias vinculadas a las actividades de comercio, agroindustria artesanal, industria de café soluble, transporte y exportación”.

## **1.2.FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA**

### **1.2.1. Fundamentación Filosófica**

#### **1.2.1.1. Producción de café en Ecuador**

(Delgado , Pablo ; Larco , Alberto; García , Carlos, 2012) “El café se origina en veinte de las veinte y dos provincias del estado lo cual muestra la gran característica socioeconómica del sector. La Asociación Nacional de Exportadores de Café, ANECAFE, estimación que en la región costa se siembra ciento doce mil hectáreas (ha), en la sierra sesenta y dos mil ha, en la región amazónica cincuenta y cinco (ha) y en Galápagos mil hectáreas (ha) de cafetales. Esta amplia comercialización se presenta porque el Ecuador es uno de los catorce países, entre cerca de setenta, que tiene la producción mixta, es decir, labra las variedades comerciales arábica (*Coffea arabica*) y robusta (*Coffea canephora*). Los arbustos arábigos se pueden limitar desde el nivel del mar hasta los dos mil quinientos metros de altura metros sobre el nivel del mar (msnm), aunque mueven reformas entre mil y dos mil msnm, en un tiempo templado, con tierras fructíferas en alimentos estacionales , moderados y las plantas que son resistentes, por el contrario, se pueden hallar en altitudes menores a mil msnm, donde viven suelos bastante necesitados en nutrientes aunque las precipitaciones copiosas y acostumbradas, en un clima caliente y húmedo originan un frecuente reutilizamiento de material viviente”.

#### **1.2.1.2.Mercadeo del café tostado**

(Porras, Karina, 2014) “El café tostado es un producto listo para llegar a manos del comprador ya sea por la ganancia en el canal comerciante planea al instalar en casa, o bien el uso de la bebida y a alguna medida en la empresa. A nivel mundial, el convenio con los datos de Euromonitor, que se manifestó en el año dos mil trece, en un setenta y ocho por ciento del café vendido se colocó a los proveedores minorista, y el pedazo en el fragmento de servicios de comida, se entienden en los restaurantes, cafeterías y demás sociedades en los que entreguen café. A pesar de la menor participación respectiva, este canal de ventas es el que da ejemplo y un mayor dinamismo, con un crecimiento promedio anual de tres coma tres por ciento entre los años 2000 y el 2013.

En Europa las ventas siguen un equilibrio de setenta por ciento para el conducto minorista treinta por ciento para el servicio de comida y en EEUU y la razón es de un ochenta por ciento en el sector minorista y contamos con un veinte por ciento en los sitios donde se expende alimentos como, en las ciudades como New York, Chicago y Seattle tienen una mayor intervención de utilización de café fuera de la vivienda.

Los comercios generales de café tostado son vendedores por menor que se concentran en los establecimientos del canal moderno, principalmente en los supermercados que alcanzan las cadenas nacionales o internacionales. En el año del dos mil trece los comercios de café en el canal moderno almacenaron tres coma cuatro millones de toneladas, un setenta por ciento de los negocios frecuentes. El canal renovado acumula un veinte y ocho por ciento, esto es uno coma cuatro millones de toneladas para el año del dos mil trece, y la mayoría se vende en las tiendas independientes, en tanto otras ideas de comercialización como las aparatos distribuidoras y las ganas por intermedio de internet, vivienda y por inventario recolectan el restante del dos por ciento”.

### **1.2.1.3.Precio del café en mercado**

(OIC, 2016)“La insuficiencia de Robusta lleva a que el mercado de café alcance el nivel más alto en veinte y un períodos. En el décimo mes del año se mantuvo una octubre se observó una inclinación inmensa de los importes del café, que se notaron favorecidos por la intranquilidad continua acerca del abastecimiento de Robusta. El promedio del valor que cada mes indicaba el valor del precio muestra un compuesto de la OIC que alcanzó el nivel más alto en 21 meses, de ciento cuarenta y dos coma sesenta y ocho centavos de dólar por libra en dos años. El mercado se vio también reforzado por la creencia en estante a la próxima cosecha brasileña de 2017/18, aunque por ahora es excesivo, rápido para alcanzar a una terminación. Por último, el total de transportes finalizó 2015/16 con un caída del cero coma siete por ciento y el aumento en las de Arábica estuvo equilibrado por el caída en las de Robusta.”

#### **1.2.1.4. Consumidores de Café**

(Neira, Anner, 2014) “En una de las últimas encuestas realizadas por el medio británico Pressat- el ochenta y cinco por ciento de cerca de diez mil técnicos estudiados certificó tomar al menos 3 tazas de café al día y el setenta por ciento creen que su ganancia laboral se debe gracias al uso constante de la cafeína.

En este estudio nos revela que las diez carreras que consumen más café son:

- Médicos
- Periodistas
- Trabajadores de los medios de comunicación
- Policías
- Maestros
- Ejecutivos
- Conductores
  
- Vendedores por teléfono
- Servicio técnico
- Plomeros
  
- Trabajadores de la construcción
  
- Vendedores de almacenes

#### **1.2.1.5. El Sector cafetalero en Ecuador**

(ProEcuador, 2013) "Uno de los factores económicos en nuestro país es la producción del café esta fuente de ingresos y aportes de divisas para el estado, en lo social también es una fuente de generar empleo, la participación multiétnica en el proceso y en lo referente a lo ecológico la adaptación a los distintos agro ecosistemas, para lograr perseverar la flora y fauna. El sector cafetalero para un gran interés en los aspectos siguiente:

#### IMPORTANCIA ECONÓMICA:

- a) el aporte de monedas para el estado Ecuatoriano.
- b) la generación de entradas de carácter económico para las familias cafetaleras; y
- c) fuente de incorporación económica los otros actores de la cadena productiva como: repartidores, negociantes, industriales, microempresarios, recursos humanos de las fábricas de café soluble y café en grano, entre otros.

#### IMPORTANCIA SOCIAL:

- a) reproducción de vacante directo para ciento cinco mil familias de productores cafetales;
- b) origen de labor a varios miles de familias adicionales vinculadas a las actividades de comercialización, industrias agrícolas artesanales, producción de soluble, carga y exportación;
- c) ocupación de muchos grupos de familias dedicados al abastecimiento de bienes y actividades comerciales vinculadas del sector;
- d) intromisión en los métodos productivos de las diferentes etnias como son los quichuas, shuaras, tzáchilas y afro ecuatorianos; y
- e) distribución de un significativo fragmento de los cafetaleros, que forman un extenso tejido social y anuncian activamente en la vida nativa.

#### IMPORTANCIA ECOLÓGICA:

- a) la amplia adaptación de los cafetales a los distintos agros ecosistemas de las regiones naturales de nuestro país: Costa, Sierra, Amazonía e Islas Galápagos;
- b) los cafetales, en su mayor parte, están sembrados bajo árboles de alto precio ecológico y económico, en otros arreglos agroforestales, que establecen un entorno apropiado para muchas especies de la fauna y flora nativas;
- c) benefician a la captura de grafito de modo que equivale a los bosques secundarios;
- d) regularizan el balance hídrico de los ecosistemas; y
- e) en la administración tecnificado pretenden de un alto sometimiento de agroquímicos.

### **1.2.1.6. Organizaciones gremiales del sector**

En el Ecuador las principales Agrupaciones Cafetaleros son:

- Asociación Nacional de Exportadores ANECAFE
- Asociación de Cafés Especiales del Ecuador, ACEDE
- Existen Federaciones y Asociaciones de Productores de Café que exportan como:
- Federación Regional de Asociaciones de Pequeños Productores Ecologicos del Sur, FAPECAFES,
- Federación de Asociaciones Artesanales de Producción Cafetalera Ecológica Manabí, FECAFEM
- Asociación Cafetaleros de Santa Cruz, Galápagos
- Asociación Agro artesanal de Caficultores Rio Intag, Imbabura.”

### **1.2.1.7. Cadena de valor del Café**

(Porras, Karina, 2014) “al llegar a obtener una taza de café que una serie de cambios que van desde el siembra del cafeto hasta el beneficio del producto acabado que se coloca al comprador en una extensa escala de manifestaciones. Estas etapas implican un importe incorporado, el cual es mayor en las fases de proceso y mercadeo.

#### **Cultivo**

Requiere un clima ardiente y húmedo, con tiempos entre veinte y veinte y cinco grados centígrados y precipitaciones entre mil quinientos y mil ochocientos milímetros por año. Los sembradíos que están ubicados en cordilleras o altiplanicies para la especie arábica, y en las planicies o llanuras para la especie robusta. El cultivo se realiza por medio de semilleros que previamente han sido brotados y crecidos en semilleros, que luego son replantados en el sembradío.

Para la especie arábica ocurre de seis a ocho meses después de la floración, y para la especie robusta entre nueve y once meses después de la florecimiento.

#### **Cosecha**

Es un transcurso extenso y meticuloso que consiste en la cosecha de los frutos maduro del cafeto uno a uno. Primero han de preparar las cerezas (frutos del cafeto) hasta que alcancen

un color rojizo y luego los agricultores repasan los cafetos y recogen a una las cerezas maduras; así, en el transcurso se alarga hasta que todas estén maduradas completamente.

### **Beneficiado**

Está mezclado por varios ciclos. Extraído: eliminación mecánica de la pulpa del fruto. Fermentación: eliminación del solución a través de fermentación natural. También se puede seleccionar de forma mecánica. Lavado: expulsión de la miel que queda fijada al pergamino mediano de la inmersión y el paso por estándar de agua.

### **Secado**

Disminución de la humedad hasta un punto comercial entre diez y doce por ciento. Luego de este transcurso el café está dispuesto para vender como café oro o verde, los granos están preservados por un baño propio llamado pergamino. El café verde se traslada en costales de fibra, colocados esmeradamente para que el aire mueva entre ellos, eliminando el riesgo de moho o compendio. Trilla y criba: expulsión del pergamino y las impurezas; y categorización de los granos por grosor.

### **Torrefacción**

La fase del tostado del café verde, éste grano pierde desarrollo y peso el aroma y el gusto típico del café. Según el deleite del interesado, los granos tienen una cosecha y tipo de tostado óptimo, cuyas diferenciaciones trastornan el aroma final. Luego de todo este proceso el café está listo para consumir.

### **Molida**

En la molida se cumple con la trituración del grano tostado, para darle las características finales al fruto. La granulometría del café establecerá su sabor y esencia en forma que si este pequeño trabajo no se extraerá suficiente y el agua lo traspasará de forma vana, limitando su sabor; por el contrario, si se tritura exagerado, se derretirán los componentes menos olorosos y más desagradables.

Los períodos de la fabricación del café destinado a los proveedores internacionales están visiblemente fraccionados entre países industriales importadores y exportadores. Por lo general, los países fabricantes industriales se encargan del siembra, recolección, financiado,

y empaque del café verde seco en sacos de cuarenta y seis kilogramos listo para la exportación. Los países importadores realizan las fases posteriores, es decir, la tueste, triturada y apariencia ya sea para filtrar o procesarse como momentáneo. Cada una de las fases va añadiendo valor en la cadena del café procesado. Como se puede ver en la siguiente representación, elaborado a partir de consulta bibliográfica y a expertos en esta área, los ciclos de torrefacción y venta minorista en los otros canales son los que representan una mayor igualdad del valor, alrededor de un veintinueve por ciento y veintidós por ciento proporcionalmente. Por ejemplo, si una taza de café cuesta un dólar veintinueve centavos deberán cancelar al valor incorporado por en el proceso torrefacción y veintidós centavos al margen por la venta al comprador final. Para el caso del productor cafetalero, el precio que le corresponde podría oscilar entre diez y veintiuno por ciento y para el favorecedor entre el nueve y veinte por ciento, con composiciones tales que permitan completar un cien por ciento del valor del café. En esta etapa no fue posible precisar una proporción estimado, por lo que se construyeron valores según las opiniones recabadas.

#### Tipos de tueste

Una vez que se ha utilizado la mezcla del café, el tueste juega un papel importante en el sabor y aroma exquisito del café. Entre los principales tipos de tueste podemos indicar a los siguientes:

**Ligero (canela):** Este tueste es muy ligero. El grano adopta un color canela característico. Se trata de un café con un alto contenido en cafeína y de sabor ácido.

**Americano:** Es el que tiene un fuerte contenido de la cafeína, pero a diferencia del café adquirido con el tueste canela, la mayor caramelización de este le facilita un sabor más dulce. El grano patrocina un color pardo.

**Francés:** Observemos que este tueste es de tipo extendido con este se consigue al café muy negro y resplandeciente. El aroma es muy intenso y su degustación es ahumado.

**Italiano:** En este tipo utilizamos para tostar el café gourmet. Normalmente se utiliza para que sea preparado en cafetera expreso. Su color muy oscuro el mismo que indica el

extenso grado de tueste con el que se eliminan la totalidad de sus aceites fundamentales. Suelen tener un bajo contenido en cafeína”.

## **1.2.2. Fundamentación Epistemológica**

### **1.2.2.1.Productividad**

(Jose, Belanzátegui; David , Almeida; Rosalina, Belanzátegui; Katty, Bravo; Luis, Mejía; Sánchez, María, 2016) “La producción es la relación entre el total de productos obtenido por una continuación productiva y los recursos económicos utilizados para obtener dicha producción. Hay como también definir la relación entre los resultados y el tiempo utilizado para conseguir: cuanto menor sea el tiempo que lleve obtener la consecuencia deseada el sistema es más productivo. En realidad la producción debe ser concretada como el indicador de validez que concierne la cantidad de capitales utilizados con la cuantía de la producción obtenida”.

### **1.2.2.2.Comercialización**

(Rivadeneira , Diego, 2012) “Nos habla sobre la comercialización y nos indica que es el grupo de las acciones orientadas a mercantilizar productos, recursos o servicios. Estas labores son realizadas por disposiciones, empresas e incluso grupos sociales. Se da en 2 planos: Micro comercialización y Macro comercialización los mismos que se generan las siguientes definiciones..

Hablemos un poco sobre la Micro comercialización.- Es la que observa a los clientes y los movimientos de las distribuciones individuales que los sirven. La misma que ejecuta los movimientos que tratan de cumplir los objetivos de una colocación prediciendo las necesidades del consumidor y estableciendo entre el trabajador y el interesado una corriente de recursos y productos que integran las necesidades.

Acerca de la Macro comercialización: Se considera a manos llenas que todo nuestro procedimiento de producción y distribución, también es una causa social que se dirige la creciente de recursos y negocios de una economía, desde el productor al consumidor, de una manera que abastece verdaderamente la oferta, postulación y logra los objetivos propuestos para cumplir con la sociedad”

### **1.2.2.3.Crecimiento económico**

(Martín, Miguel ; Ángel Galindo, 2011) “Aumento del valor de los bienes y actividades comerciales producidos por una patrimonio durante un etapa de tiempo.

La medición refiere a la regla general y se suele utilizar el crecimiento de la tasa de interior bruto y se calcula en términos reales para eliminar los efectos de la inflación. Asimismo, en función de las estadísticas disponibles también se suelen emplear otros indicadores, como por ejemplo, el PIB por trabajador, la producción, etcétera. Ahora bien, estos indicadores han sido centro de censura, que se pueden resumir en el hecho de no imaginar algunos aspectos tales como la disconformidad económica, algunas externalidades, los precios del incremento, las rentas no financieras, los cambios en la ciudad o la economía inconstante, que suele ser muy distinguida en los países menos desenvueltos”.

### **1.2.3. Fundamentación Psicológica**

(Nicoletti, Silvia; Lladser, María; Vogliott, Ana, 2006) “Para lograr elaborar un proyecto pedagógico, ya que aporta elementos acerca de cómo se provoca el enseñanza, las condiciones crecientes del sujeto que aprende, las relaciones interpersonales entre educativos y educandos entre otros.

Estos contribuya realizando desde un núcleo teórico conceptual específico entre la psicología y son diferentes considerando los conceptos distintos acerca del aprendizaje y educación, los semblantes de la acción formativa a la que se le dé calidad en el proyecto, La conceptualización de las condiciones educativas y del pensamiento de aprendizaje profundo”.

Para realizar esta fundamentación se aplica la teoría de logre alcanzar una alta productividad empresarial y con atención de las tareas administrativas y su planeación.

#### **1.2.4. Fundamentación Pedagógica**

(Calzadilla, Ramón, 2004) “El fundamento metodológico de la pedagogía, como ciencia, es prosaica y polémica. El contexto de la concepción sistemática una parte importante en el contexto de la Ciencia, de aquí que en su avance y perfeccionamiento intervengan el de otros campos que abordan diferentes aspectos de la realidad material y social, de manera concatenada y unitaria.

Por otra parte, si se define la ciencia como un sistema de conocimientos escrupulosamente comprobados, encontramos que las preparaciones pedagógicas se refieren al sistema de relaciones recíprocas entre los integrantes de la sociedad, que intervenir mutuamente efectúan el proceso de la enseñanza, en el cual se logra a las generaciones tempranas en el respeto y sometimiento a las normas de la sociedad y en la reparación de los valores reflexionados por ésta como anhelados. Para la completa dirección de esas relaciones alternas de los integrantes de la comunidad, la pedagogía señala y clasifica los métodos más adecuados, la función que no desempeña ninguna otra ciencia”

Con la presente investigación busco que se cambie la filosofía culturalista de los sujetos, estableciendo preguntas cómo, cuándo y dónde ejecutar, con el fin de establecer nuevos principios que determinen el logro de una alta producción de la empresa.

#### **1.2.5. Fundamentación Legal**

Constitución de la república del Ecuador 2008

“Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera

de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.”

#### La ley Orgánica de Salud

“Art.90 El otorgamiento de Permisos de Funcionamiento Sujetos a Vigilancia y control Sanitario Art. 6 dispone que el permiso de funcionamiento sea el documento otorgado por la autoridad sanitaria nacional a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario”.

#### Plan Nacional de Buen vivir, objetivo 10

“Impulsar la transformación de la matriz productiva

Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada”.

#### Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

“Art. 2.- Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Art. 5.- Rol del Estado.- El Estado fomentará el desarrollo productivo y la transformación de la matriz productiva, mediante la determinación de políticas y la definición e implementación de instrumentos e incentivos, que permitan dejar atrás el patrón de especialización dependiente de productos primarios de bajo valor agregado.

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una

actividad de producción, Comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código. En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento”.

### **1.3. Fundamentación teórica**

A continuación se citara pautas claves que sustenta y son referencia para la elaboración del modelo de gestión.

#### **1.3.1. Modelo de Gestión**

(Wilson, Saltos; Jéssyca, Alcocer, 2016) “Proponen un modelo de gestión aplicado a los Artesanos de la Confección de Ropa deportiva de la ciudad de Guano con carácter Administrativo estableciendo una planificación a corto plazo, donde se liga la propuesta con la aplicación de herramientas administrativas para la consecución de los objetivos. La aplicabilidad del modelo de gestión es brindar productos de calidad que genere mayores ingresos para cada uno de los negocios, siendo una guía de cabecera de todo artesano dedicado a la confección de ropa deportiva de la Ciudad de Guano con el objeto de brindarle las herramientas necesarias para que pueda transformar a su negocio en una empresa sostenible y sustentable en el medio. Partiendo de la investigación de campo realizada a través de encuesta realizan el modelo de gestión enmarcado principalmente en la transformación de estas empresas mediante la aplicación del conocido Ciclo de Deming que enmarca: Planificar, Hacer, Verificar y Actuar”.

(Arvizu, Elba; Myriam Navarro, 2014) “Instrumento administrativo que vale como destino para la elaboración de todas aquellas agilidades encaminadas a mejorar los efectos organizacionales”.

(Alvaro, Martínez, 2013) “El objetivo principal de cualquier organización es ofrecer un producto para satisfacer las necesidades, deseable con una habilidad de industria posible.

En este contexto competitivo, hay que tratar de hacer las cosas bien hechas para lograr tener una competencia de calidad. Por lo que debemos desarrollar una cultura empresarial de creatividad con la misma nos permita estar a la delantera de los cambios existentes. Con la creación es cuando más debemos reflexionar no sólo como un proceso de mejora o proceso de un nuevo beneficio, sino que considerarla desde un enfoque profunda de la comercio, ya que será igual de sustancial el cómo se hace, y lo que se hace. Por ello, las empresas, como las PYMES en su contorno la globalización e internacionalización, tendrán que estudiar y reconfigurar su estándar de industria con segura regularidad”.

### **1.3.2. Comercialización**

(Merino, Myriam, 2016) “Es el conjunto de actividades realizadas por un individuo o grupo, que permiten vender bienes o servicios. Las funciones de la comercialización como son comprar, vender, transportar entre otras, nos permiten satisfacer nuestros requerimientos y a la ves mejorar nuestra calidad de vida”.

(Rivadeneira , Diego, 2012) “El desempeño internacional de la comercialización son: adquirir, traspasar, trasladar, acumular, normalizar, archivar, desarrollar, correr riesgos y obtener investigación del servicio. El cambio suele involucrar ganancia y comercio de recursos y mercancías. A constancia se puntualizan las maniobras principales:

Función comprar: Busca y evalúa bienes y servicios para poder comprar prefiriendo el más beneficioso para uso de las personas.

Plaza de venta: Se promueve el producto y lograr recuperar el fruto para recuperar el cambio y conseguir ingreso.

Situación carga: Representa al envío de capitales o mercados obligatorio para promover su comercialización o ganancia de los parecidos.

La inversión: Suministra firme y solvencia precisa para aplicar como comercio o comprador.

Toma de compromisos: Eje pasar las inseguridades que establecen parte de la mercadeo”.

### **1.3.3. Producción**

(Merino, Myriam, 2016) “Es la producción de bienes o servicios que permiten satisfacer las necesidades, que contribuyen al desarrollo e incremento económico de los empleados y a la vez poder ofrecer precios accesibles a los habitantes”.

(Grupo de investigación de Eumenet, 2016) “Las funciones sirve para crear y elaborar bienes y servicios. En un molesto estricto puede decirse que fabricación de capital es cualquier diligencia que sirve para integrar las necesidades humanas organizando productos o actividades comerciales que se proponen al cambio. El conocimiento económico de elaboración es, por lo tanto, suficiente, amplio como para contener casi todas las actividades condesciendes: la elaboración, el trabajo del hábil artesano, el abastecimiento de productos particulares y educativos, la diligencia agraria y la de la producción industrial”.

### **1.3.4. Crecimiento Económico**

(Uxó, 2015) “El desarrollo económico es el parte fundamental para lograr el incremento de la producción de bienes y servicios de una economía, y por tanto su utilidad, durante un período determinado. Esta fase puede ser muy corta; pero la teoría del desarrollo económico se ocupa importantemente de analizar los elementos que intervienen en el equilibrio que crece un capital por representación medio durante tiempos más largos. De esta forma, el empaque se pone más en la diversión de la capacidad productora de un país que en sus indecisiones a breve vencimiento, de las que se domina la hipótesis del espacio financiero”.

### **1.3.5. Estudio técnico**

(OFF LINE , 2005) “Esta tesis desea alcanzar todo aquella relación con el trabajo y operatividad del plan en que se comprueba de riesgo la técnica de elaborar el producto ofrece el servicio, y se determina la capacidad, orientación, los componentes, los servicios y la formación requerida hará realizar la elaboración.

El estudio técnico debe responder a unos interrogantes:

- ¿El cómo?
- ¿El cuándo?
- ¿El dónde? y
- ¿Con qué se va a elaborar el producto o a prestar el servicio?”.

### **1.3.6. Estudio de mercado**

(OFF LINE , 2005) “Es el agregado de acciones que se producen para saber la oposición del mercado Target y vendedores, capacidad ante un servicio. Se considera la oferta y la solicitud, así como los montos y los conductos de comercialización.

El objetivo de todo estudio de productos acaba teniendo una visión clara de las características del servicio que se quiere implantar en el mercado, y un juicio perfecto de los participantes del sector. Junto con todo el conocimiento necesario para una habilidad de costos y de mercadeo.

Un buen estudio de mercado debe quedar claro, la comercialización territorial y estacional que el mercado así lo demanda. Cuál es el target con el perfil más completo, ha sido historialmente el procedimiento de la petición y que predominio se espera, mayormente si sus productos o servicio aparecen a contribuir valores aumentados y mejorías competidoras. Lo que se puede revolucionar el sector, juntamente con la oferta.

Investigación de valías y su progreso de los distintos competitivos o zonas territoriales.

Referente a las competencias, solicitaremos un mínimo de datos, quienes son y por cada uno de ellos son cuerpos de registro, porcentaje de mercado, progreso, explotados, valores de producción, etcétera, todo lo que podemos obtener”.

### **1.3.7. Estudio legal y organizacional**

(Merino, Myriam, 2016) “Los organigramas son diagramas que nos permiten establecer y entender la estructura de la empresa u organización de acuerdo a su vinculación, niveles

jerárquicos, conductos de información, estableciéndose de esta manera como una base fundamental para determinar las funciones y actividades de cada empleado o trabajador”.

### **1.3.8. Estudio financiero**

(Preparación y evaluación de proyectos, 2016) “El estudio organizacional y administrativo del propósito cree la planeación y culminación de la distribución organizacional para la sociedad, salidas de transformación para mejora el trabajo en la estructura, publicación natural, semblantes comerciales, exteriores técnicos, laborales, tributarios y contrataciones”

(Elizabeth, Robledo, 2015) “El marco legal proporciona las tribunas sobre las cuales los cuerpos construyen y determinan el alcance y naturaleza de la colaboración política. En el marco legal debidamente se localizan en un buen número de abastecimientos regulatorias y estatutos relacionadas entre sí”.

### **1.3.9. Factibilidad y viabilidad**

(Merino, Myriam, 2016) “Estudio de factibilidad es el análisis tolerante de los consecuencias económicos y sociales de una transformación. Su beneficio radica en seleccionar datos notables sobre el progreso de un ideal y en base a ello arrebatarse la mejor disposición, si proviene su estudio, progreso o culminación”.

## **CAPÍTULO II**

### **2. METODOLOGÍA**

#### **2.1.DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

La exploración que se va a utilizar en este trabajo lo realizo bajo la modalidad de gestión, el mismo que constará con la sistemática de investigación descriptiva, correlacionar, explicativa y aplicada.

- **Descriptivo:** Se realizará un estudio cuantitativo sobre los clientes potenciales y sus necesidades, el mismo que se describirá para la obtención de los resultados.
- **Correlacionar:** Se medirá el grado de relación que existe entre las variables.
- **Explicativa:** Se explicaran los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto, lo cual permitirá conseguir los resultados y conclusiones del estudio de factibilidad.
- **Aplicada:** Se utilizara la investigación realizada para la solución del problema planteado.

#### **2.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

- **Investigación cuantitativa:** A través de esta investigación se generalizará los resultados a determinada población a través de técnicas estadísticas de muestreo. .
- **Indagación de Campo:** Es la exploración aplicada para interpretar y solucionar algún contexto, dificultad o miseria en un momento determinado. Las investigaciones son trabajadas en un contexto natural en el que están asistentes las personas, grupos científicas las cuales cumplen el papel de ser la origen de datos para ser examinados.

## 2.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Método inductivo: Se utilizará este método para analizar los resultados de las encuestas y así encontrar las conclusiones a través de la investigación de campo realizada.

Método deductivo: Se inició con planteamiento del problema, creación de hipótesis, deducciones de consecuencias de la hipótesis y la contrastación, refutada o aceptada de la hipótesis para luego aplicar la investigación en la propuesta de la presente tesis.

## 2.4. CONOCIMIENTOS E HERRAMIENTAS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS

La habilidad más relevante para la presente investigación es la recolección de datos a través de la encuesta que es una habilidad de adquisición de información de interés sociológico, mediante un elemento del cuestionario previamente elaborado, donde se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra.

También se utilizara la técnica de la observación donde se utilizará el instrumento de cuadros de trabajo (se presentan los datos en forma de cuadros, planillas, gráficos).

## 2.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

### 2.5.1. Población

Tabla Nro.: 2.1.- Población

Población – Dinámica demográfica	Habitantes
Población total de Loja	225741
Productores de café en la provincia de Loja asociados	880

Elaborado: Glenda Rojas  
Fuente: INEC

### 2.5.2. Muestra para potenciales clientes

Con el fin de analizar el comportamiento del mercado al cual se quiere captar, se va a proceder a identificar la población y muestra la cual se detalla a continuación:

Son todos los individuos, instituciones unidades o elementos que se investigaran. (Álvarez Román 2011).

Tabla Nro.: 2.2.- Datos para la muestra

Población – Dinámica demográfica	Habitantes
Población total del cantón Loja	225741
Población del sector Urbano	146280 (64.8%)
Población económicamente activa	79869 (54.6%)

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 2.1

La población que se utilizará en la presente investigación será la población económicamente activa de la ciudad de la ciudad de Loja sector urbano, con un total de 79869 habitantes, datos establecidos según INEC año 2010.

Las encuestas fueron aplicadas a la ciudadanía de la Ciudad de Loja.

Para el cálculo de la muestra se va a emplear la siguiente fórmula:

$$\begin{aligned}n &= \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N-1)E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q} \\ &= \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5) \cdot (79869)}{(79869 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)} \\ &= \frac{76706,1876}{(79868)(0,0025) + (3,8416)(0,5)(0,5)} \\ &= \frac{76707,148}{199,67 + 0,9604}\end{aligned}$$

$$= \frac{76707,148}{200,6304}$$

$n = 382$  Encuestas

**Dónde:**

$n$  = Tamaño de la muestra.

$N$  = Universo de estudio

$Z$  = Porcentaje de datos que se alcanza dado un porcentaje de confianza del 95% (1,96)

$P$  = 50% probabilidad de éxito, en este caso "p" representa la probabilidad que el servicio sea demandado por la población objetivo.

$Q$  = 50% Probabilidad de fracaso.

$E$  = (5%) error de estimación.

De acuerdo a la tabla normal, el valor "Z" asociado a un nivel de confianza del 95% es de 1,96.

### **2.3.1. Muestra para productores**

Con el fin de analizar el comportamiento del mercado al cual se quiere captar, se va a proceder a identificar la población y muestra la cual se detalla a continuación:

Son todos los individuos, instituciones unidades o elementos que se investigaran. (Álvarez Román 2011).

La población que se utilizará en la presente investigación será la cantidad de agricultores de café que se encuentran asociados.

Las encuestas fueron aplicadas a la ciudadanía de la Ciudad de Loja.

Para el cálculo de la muestra se va a emplear la siguiente fórmula:

$$\begin{aligned}
n &= \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N-1)E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q} \\
&= \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5) \cdot (880)}{(880 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)} \\
&= \frac{845,15}{(879)(0,0025) + (3,8416)(0,5)(0,5)} \\
&= \frac{845,15}{2,19 + 0,9604} \\
&= \frac{845,15}{3,1579}
\end{aligned}$$

$$n = 268 \text{ Encuestas}$$

**Dónde:**

**n** = Tamaño de la muestra.

**N** = Universo de estudio

**Z** = Porcentaje de datos que se alcanza dado un porcentaje de confianza del 95% (1,96)

**P** = 50% probabilidad de éxito, en este caso "p" representa la probabilidad que el servicio sea demandado por la población objetivo.

**Q** = 50% Probabilidad de fracaso.

**E** = (5%) error de estimación.

De acuerdo a la tabla normal, el valor "Z" asociado a un nivel de confianza del 95% es de 1,96.

## **2.4. PROCEDIMIENTO PARA EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Se selecciona la información, se calculan y razonan las encuestas a través de la producción de tablas, gráficos, cálculos de medidas estadísticas, de esta manera se estudia la investigación relacionada con los objetivos propuestos e hipótesis.

## **2.5. HIPÓTESIS**

### **2.5.1. Hipótesis general**

El diseño de un modelo de gestión para la producción y comercialización de café tostado – molido, para pequeños agricultores de café en la ciudad de Loja, provincia de Loja; será una fuente de crecimiento económico de los pequeños agricultores en el periodo julio 2015- enero 2016.

### **2.5.2. Hipótesis específicas**

- Un estudio de mercado podrá determinar la oferta y demanda existente de café tostado y molido en la ciudad de Loja.
- Un estudio técnico podrá determinar la localización, tamaño, procesos operativos y recursos que se utilizarán para la creación de la empresa.
- El diseño de una estructura organizacional y legal de la empresa productora y comercializadora de café tostado –molido, permitirá la creación de la empresa acorde con las leyes vigentes del Ecuador.
- El diseño de un plan de producción y comercialización permitirá cumplir con las normas de calidad e higiene para la consecución del registro sanitario del café tostado - molido.
- El estudio financiero, permitirá determinar la factibilidad de la empresa y la viabilidad del negocio, en el corto y mediano plazo.

### 2.5.3. OPERACIONALIZACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Tabla Nro.: 2.3.- Operacionalización

VARIABLES	CONCEPTO	CATEGORIA	INDICADOR	TECNICA E INSTRUMENTO
<p><b>Variable independiente:</b> Modelo de gestión</p>	<p>“Gestión es administrar un conjunto de medidas y acciones pedidas para hacer que un ente cumpla su intención formal, de acuerdo a su misión en el contexto y bajo la guía de una planificación de sus esfuerzos. Comisión comprende el proceso, de conocimientos y recursos, para llevar a cabo la solución de tareas eficientemente.” (Lezama Osa, 2007).</p>	<p>Administrar</p> <p>Proceso</p> <p>Eficacia</p>	<p>% de vendedores de café tostado molido que poseen almacenes o locales donde fabrican el producto.</p> <p>% de café tostado molido que posee un proceso de producción con técnicas estandarizadas de calidad y normas sanitarias.</p> <p>% de grado de satisfacción de café tostado molido</p>	<p>TÉCNICA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> </ul> <p>INSTRUMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestionario</li> </ul>
<p><b>Variable dependiente:</b> Crecimiento económico</p>	<p>“Crecimiento financiero es el ritmo al que se desarrolla la fabricación de bienes y servicios de una economía, y por tanto su renta, durante un período definitivo”. (Uxó, 2015).</p>	<p>Renta</p>	<p>Grado de rentabilidad</p>	<p>TÉCNICA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> </ul> <p>INSTRUMENTO</p> <p>Cuestionario</p>

Elaborado por: Glenda Rojas

## **CAPÍTULO III**

### **3. LINEAMIENTOS ALTERNATIVOS**

#### **3.1. TEMA**

MODELO DE GESTIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ TOSTADO – MOLIDO PARA PEQUEÑOS AGRICULTORES DE CAFÉ EN LA CIUDAD DE LOJA, PROVINCIA DE LOJA; COMO FUENTE DE CRECIMIENTO ECONÓMICO, PERIODO JULIO 2015- ENERO 2016.

#### **3.2. PRESENTACIÓN**

Este trabajo pretende demostrar que el agricultor del café podría convertirse en productor y comercializador de café tostado molido.

Nuestro país Ecuador es uno de los principales países productores de café, el cual mismo que exporta café: arábigo lavado, arábigo natural y robusta en grano, pero la exportación del café procesado es muy insuficiente dentro del País, por lo que a través del presente trabajo investigativo se intenta demostrar que si posible producir y mercantilizar café procesado listo para el gasto humano con los modelos sanitarios vigente en nuestro contexto..

#### **3.3. OBJETIVOS**

##### **3.3.1. Objetivo General**

Crear un modelo de servicio para la fabricación y mercadeo de café tostado – molido para pequeños agricultores de café en la ciudad de Loja, provincia de Loja; como fuente de crecimiento económico periodo julio 2015- enero 2016.

##### **3.3.2. Objetivos Específicos**

- Ejecutar un estudio de mercado para establecer el comercio y demanda existente de café tostado y molido en la ciudad de Loja.

- Realizar un estudio técnico con el fin de conocer la localización, tamaño, procesos operativos y recursos que se utilizaran para la creación de la empresa.
- Plantear una organización legal de la empresa productora y comercializadora de café tostado y molido que estén acorde con las leyes vigentes del Ecuador.
- Crear un plan de producción y comercialización para lograr óptimos resultados cumpliendo normas de calidad e higiene.
- Ejecutar el estudio financiero para determinar la factibilidad de la empresa y la viabilidad del negocio, en el corto y mediano plazo.

### **3.4. ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.4.1. Perfil del cliente**

Luego de aplicadas las encuestas se determina que el contorno del potencial consumidor en un cincuenta y tres por ciento son de género femenino y un cuarenta y siete por ciento de género masculino los cuales se encuentra en un promedio de treinta y uno coma cinco años de de edad.

#### **3.4.2. Análisis de la demanda**

Para analizar la demanda se procedió a recopilar datos en las encuestas aplicadas.

##### **3.4.2.1. Demanda potencial**

La demanda potencial es la máxima demanda que se podría dar para un determinado producto.

Tabla Nro.: 3.1.- Determinación de la demanda potencial

Años	Población económicamente activa en Loja	Tasa de crecimiento	Demanda potencial
2016	79869	2,65%	81986
2017	81986	2,65%	84158
2018	84158	2,65%	86388
2019	86388	2,65%	88678
2020	88678	2,65%	91028
2021	91028	2,65%	93440
2022	93440	2,65%	95916
2023	95916	2,65%	98458
2024	98458	2,65%	101067
2025	101067	2,65%	103745

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: INEC y Tabla Nro. 2.2

La tasa de crecimiento de población en Loja según el INEC para el año 2010: 2.65%.

### 3.4.2.2. Demanda real

Es la cantidad de bienes que los compradores intentan adquirir en el mercado.

En la encuesta aplicada se determina que el noventa y nueve por ciento de encuestados consumen café tostado molido en la ciudad de Loja.

Tabla Nro.: 3.2.- Determinación de la demanda real

Años	Demanda potencial	Demanda real
2016	81986	81166
2017	84158	83317
2018	86388	85524
2019	88678	87791
2020	91028	90117
2021	93440	92505
2022	95916	94957
2023	98458	97473
2024	101067	100056
2025	103745	102708

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Encuestas aplicadas y Tabla Nro. 3.1.

La demanda real de café tostado molido en la ciudad de Loja para el año 2016 es de ochenta y un mil ciento sesenta y seis personas.

### 3.4.2.3. Demanda efectiva

Es la demanda realmente existente en el mercado.

Para determinar la demanda efectiva se toma en cuenta el extracto de población que consume café tostado molido diariamente el cual es el noventa por ciento de los encuestados donde para el año dos mil diez y seis es de 73049 personas.

Tabla Nro.: 3.3.- Determinación de la demanda efectiva

Años	Demanda potencial	Demanda real	Demanda efectiva
2016	81986	81166	73049
2017	84158	83317	74985
2018	86388	85524	76972
2019	88678	87791	79012
2020	91028	90117	81106
2021	93440	92505	83255
2022	95916	94957	85461
2023	98458	97473	87726
2024	101067	100056	90051
2025	103745	102708	92437

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Encuestas aplicadas y Tabla Nro.3.2.

### 3.4.3. Análisis de la oferta

Según el diario la Crónica del día 18 de agosto de 2016 cita en un artículo que en la provincia de Loja existen 22 agrupaciones de agricultores que dedican a la venta de café tostado molido que cada una de ellas está compuesta por un promedio de 40 agricultores por lo cual la oferta llegaría a ser de café tostado molido de 880 agricultores.

(Telégrafo, 2013) “La lista de actividades emprendedora avanzada muestra un crecimiento “sostenido” desde el año dos mil nueve y dos mil doce ubicándose en un veintiséis coma seis por ciento.

El 26,6% se lo considera como la relación de desarrollo del ofrecimiento.

Tabla Nro.: 3.4.- Determinación de la oferta

Años	Agricultores	Índice actividad emprendedora	Oferta
2016	880	26,60%	1114
2017	1114	26,60%	1410
2018	1410	26,60%	1786
2019	1786	26,60%	2261
2020	2261	26,60%	2862
2021	2862	26,60%	3623
2022	3623	26,60%	4587
2023	4587	26,60%	5807
2024	5807	26,60%	7352
2025	7352	26,60%	9307

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 2.1.

### 3.4.1. Determinación de la demanda insatisfecha

Para determinar la demanda insatisfecha se toma los datos de la demanda efectiva y la oferta.

Tabla Nro.: 3.5.- Determinación de la demanda insatisfecha

Años	Demanda efectiva	Oferta	Demanda Insatisfecha
2016	73049	1114	71935
2017	74985	1410	73574
2018	76972	1786	75186
2019	79012	2261	76751
2020	81106	2862	78244
2021	83255	3623	79632
2022	85461	4587	80874
2023	87726	5807	81919
2024	90051	7352	82699
2025	92437	9307	83130

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 3.3 y 3.4

### 3.5. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico permite obtener los datos más relevantes para ejecutar la proyección financiero y la evaluación económica de un negocio.

### 3.5.1. Tamaño

(Agencia pública de noticias del Ecuador, 2014) “En Loja se cultivaban 29.552 hectáreas y su producción anual alcanzaba los 130.000 quintales aproximadamente”.

### 3.5.2. Capacidad instalada

(Agencia pública de noticias del Ecuador, 2014) “Esta producción de café en el país se ha desarrollado en las provincias de Manabí donde en la cual se registra un treinta y dos por ciento del área total, seguida por provincia serrana de Loja con la que indica un trece coma cinco por ciento, Orellana con un ocho coma nueve por ciento, Sucumbíos ocho coma dos por ciento, Guayas seis coma cuatro por ciento y Los Ríos un seis por ciento 6%.

El resto más o menos de un veinte y cuatro por ciento corresponde a lo cultivado en Esmeraldas, Pichincha, El Oro, Cotopaxi, Azuay, Imbabura, Carchi, Chimborazo, Cañar, Morona Santiago y Zamora Chinchipe, según datos entregados Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)”.

### 3.5.3. Capacidad utilizada

Para determinar la capacidad utilizada se toma como dato la demanda insatisfecha y el porcentaje de encuestados que compran café tostado molido a agricultores lo cual determina los agricultores están cubriendo la demanda en un 49%.

Tabla Nro.: 3.6.- Determinación de la capacidad utilizada

Años	Demanda Insatisfecha	Capacidad Utilizada 49%
2016	71935	35248
2017	73574	36051
2018	75186	36841
2019	76751	37608
2020	78244	38339
2021	79632	39020
2022	80874	39628
2023	81919	40140
2024	82699	40522
2025	83130	40734

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro.3.5

### 3.5.4. Participación en el mercado

La producción de café tostado molido de la familia Rojas Granda es de 20 quintales los cuales pertenecen al 0,02% de la producción total de toda la provincia de Loja.

Tabla Nro.: 3.7.- Determinación de la participación en el mercado

Producción en quintales de café en la provincia de Loja	Producción de café en quintales de la familia Rojas Granda	Porcentaje de participación
130000	20	0,02%

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Datos de la agencia pública de noticias del Ecuador y Subamérica

### 3.5.5. Capacidad de reserva

Es la capacidad de producción que permanece en espera de nuevos emprendedores.

Tabla Nro.: 3.8.- Determinación de la capacidad en reserva

Años	Capacidad Instalada	Capacidad utilizada	Capacidad en reserva	% de reserva
2016	130000	35248	94752	37%
2017	130000	36051	93949	38%
2018	130000	36841	93159	40%
2019	130000	37608	92392	41%
2020	130000	38339	91661	42%
2021	130000	39020	90980	43%
2022	130000	39628	90372	44%
2023	130000	40140	89860	45%
2024	130000	40522	89478	45%
2025	130000	40734	89266	46%

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 3.6.

### 3.5.6. Capacidad financiera

Estará financiada por el 100% de recursos propios de la familia Rojas Granda.

### 3.5.7. Localización de la Planta

Determina el lugar exacto en donde se localizara la planta de producción.

#### 3.5.7.1. Macro localización

La planta estará ubicada en la provincia de Loja al Sur del Ecuador.

Imagen Nro.: 3.1.- Macro localización

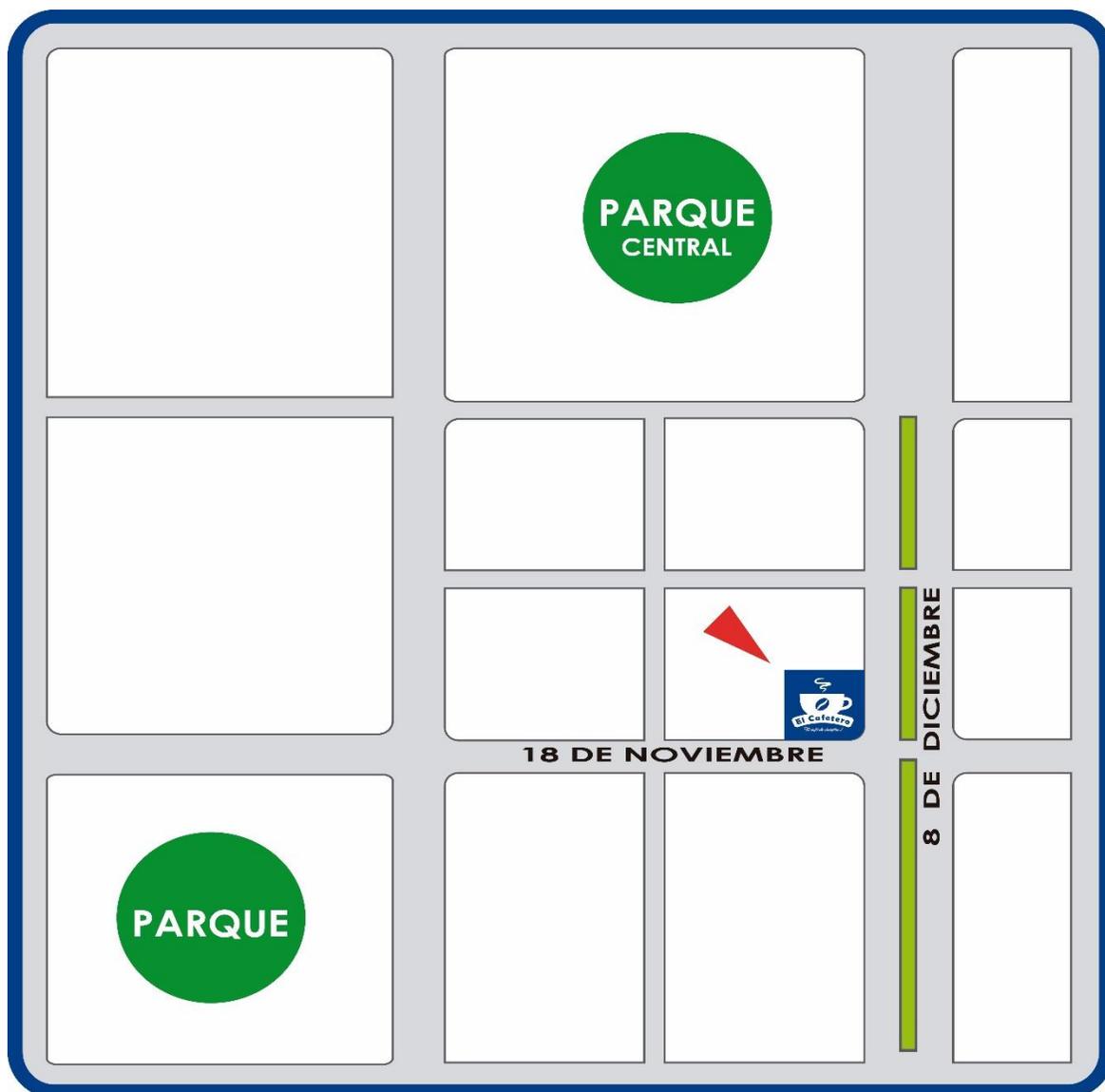


Fuente: <http://ecuadorteespera.blogspot.com/p/loja-capital-loja-fundacion-25de-junio.html>

### 3.5.7.2. Micro localización

La planta estará ubicada en el catón Quilanga en la Av. 8 de diciembre y 18 de noviembre en la propiedad de la familia Rojas Granda.

Imagen Nro.: 3.2.- Micro localización



### **3.5.8. Factores de localización**

Son aquellos que permiten el normal funcionamiento de la planta.

#### **3.5.8.1. Vías de Comunicación**

Las vías de comunicación de la Ciudad de Loja hasta el cantón Quilanga se encuentran en buen estado y fácil accesibilidad, son de asfalto y tienen una distancia de 92 kilómetros entre la capital de la provincia y el cantón en mención.

#### **3.5.8.2. Servicios Básicos**

El cantón Quilanga cuenta con todos los servicios básicos.

#### **3.5.8.3. Materia prima**

La materia prima que se utiliza para la producción de café tostado molido es cultivada en las propiedades de la familia Rojas Granda que se encuentran en el cantón Quilanga.

#### **3.5.8.4. Mano de obra**

La mano de obra que se utiliza para el cultivo y producción de café se la localiza en el cantón Quilanga.

### **3.5.9. Ingeniería de proyecto**

A través de la ingeniería del proyecto se determina toda la maquinaria e equipamiento para la puesta en marcha de la planta.

#### **3.5.9.1. Componente tecnológico**

Consiste en determinar el componente en equipamiento acorde a los niveles de producción de acuerdo a la demanda a satisfacer.

1. Maquinaria equipo del proyecto:
2. Separadora gravimétrica.- Máquina que separa los granos verdes y los secos de café.
3. Máquinas de beneficio compacto.- Esta herramienta sirve para compactar la despulpa, selecciona y lava los granos de café.

4. Secadoras automáticas de granos.- Máquina eficiente para orear sin necesidad de manipuleo donde el café se queda hasta su secado final.
5. Artefacto tostador de café.- Esta máquina se utiliza para el tostado de café.
6. Molino.- Sirve para moler el grano tostado.
7. Balanza.- Sirve para pesar el producto.
8. Selladora de fundas.- Sirve para sellar las fundas del producto.
9. Camioneta para transporte de producto.- Sirve para el transporte del producto al consumidor final.
10. Computadora.- Sirve para llevar los asuntos administrativos de la planta.
11. Impresora.- Sirve para la impresión de documentos del negocio.

#### **3.5.9.2. Infraestructura física**

Se determina la ubicación de cada maquinaria en la infraestructura de la planta.

#### **3.5.9.3. Distribución de la planta**

La planta se encuentra distribuida de la siguiente manera:

Área de almacenamiento.- Esta área se utilizara para descargar y almacenar la materia prima ósea el café recolectado en las plantaciones.

Área separadora de granos secos y verdes.- En esta área se procede a la separación de los granos secos y verdes de la materia prima destinada para el despulpe.

Área de despulpado.- En esta área se despulpa, selecciona y lava los granos de café.

Área de secado.- En esta área se procede al secado de los granos que ya fueron despulpados.

Área de tostado.- En esta aérea se procede a tostar los granos que ya fueron secados.

Área de Molido.- En esta área se proceder al molido del café tostado.

Área de pesado, envasado y sellado.- En esta sección se procede a pesar, envasar y sellar los empaques listos para la venta.

### **3.6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA LEGAL**

Con la estructura administrativa legal de determina la organización legal del negocio y sus organigramas funcionales.

#### **3.6.1 Organización**

La organización del negocio se realiza en base a los integrantes de la familia Rojas Granda que son los propietarios y accionistas del negocio.

##### **3.6.1.1. Base Legal**

Es conformada en base a una microempresa de responsabilidad limitada.

##### **3.6.1.1.1. Acta constitutiva**

Esta acta se la conforma con el único fin de constituir la empresa y dejar claro los porcentajes de aportaciones de cada socio o accionista donde el negocio está distribuido en las siguientes acciones. Ver en anexos el acta.

25% Jairo Fernando Rojas Granda

25% Erma Verenise Rojas Granda

25% Glenda Maricela Rojas Granda

25 % Ángel Agustín Rojas Granda

##### **3.6.1.1.2. Razón Social**

La razón social de la microempresa es “El Cafetero Cia Ltda”, ofrecida a la producción y mercadeo de café tostado molido.

#### **3.6.1.1.3. Domicilio**

La microempresa “El Cafetero Cia Ltda” estará domiciliada en la provincia de Loja Cantón Quilanga.

#### **3.6.1.1.4. Objeto de producción**

La microempresa “El Cafetero Cia Ltda” producirá bienes.

#### **3.6.1.1.5. Duración**

La microempresa “El Cafetero Cia Ltda” tendrá una vida útil de 10 años.

#### **3.6.1.1.6. Administración**

La administración del negocio será llevada por el accionista que más porcentaje de aportación tiene en la microempresa.

### **3.6.2. Estructura empresarial**

Aquí se determina las funciones de cada nivel jerárquico de la microempresa

#### **Nivel legislativo - directivo**

En este nivel se determina las políticas de la microempresa y está conformada por todos los socios o accionistas.

#### **Nivel ejecutivo**

En este nivel se nombra a la autoridad que hará cumplir los objetivos de la empresa.

#### **Nivel Asesor**

En este nivel se recibe asesoría para el normal funcionamiento del negocio.

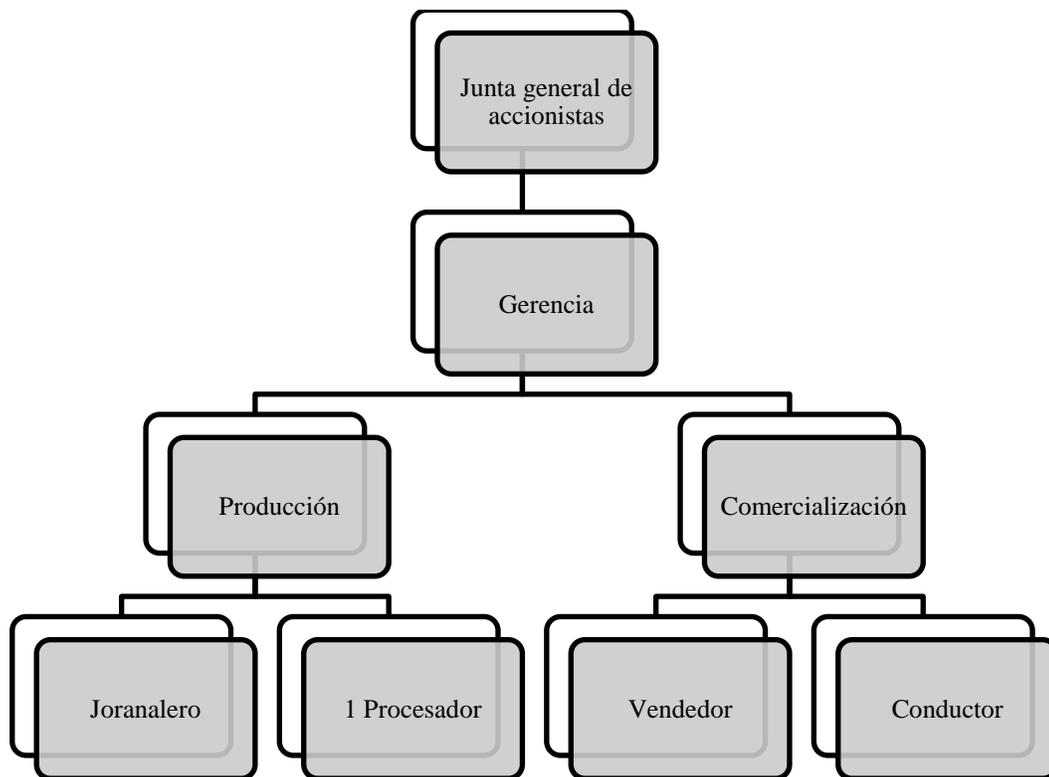
#### **Nivel Operativo**

Son todos aquellos que se encargan de la producción de los bienes.

## Organigramas

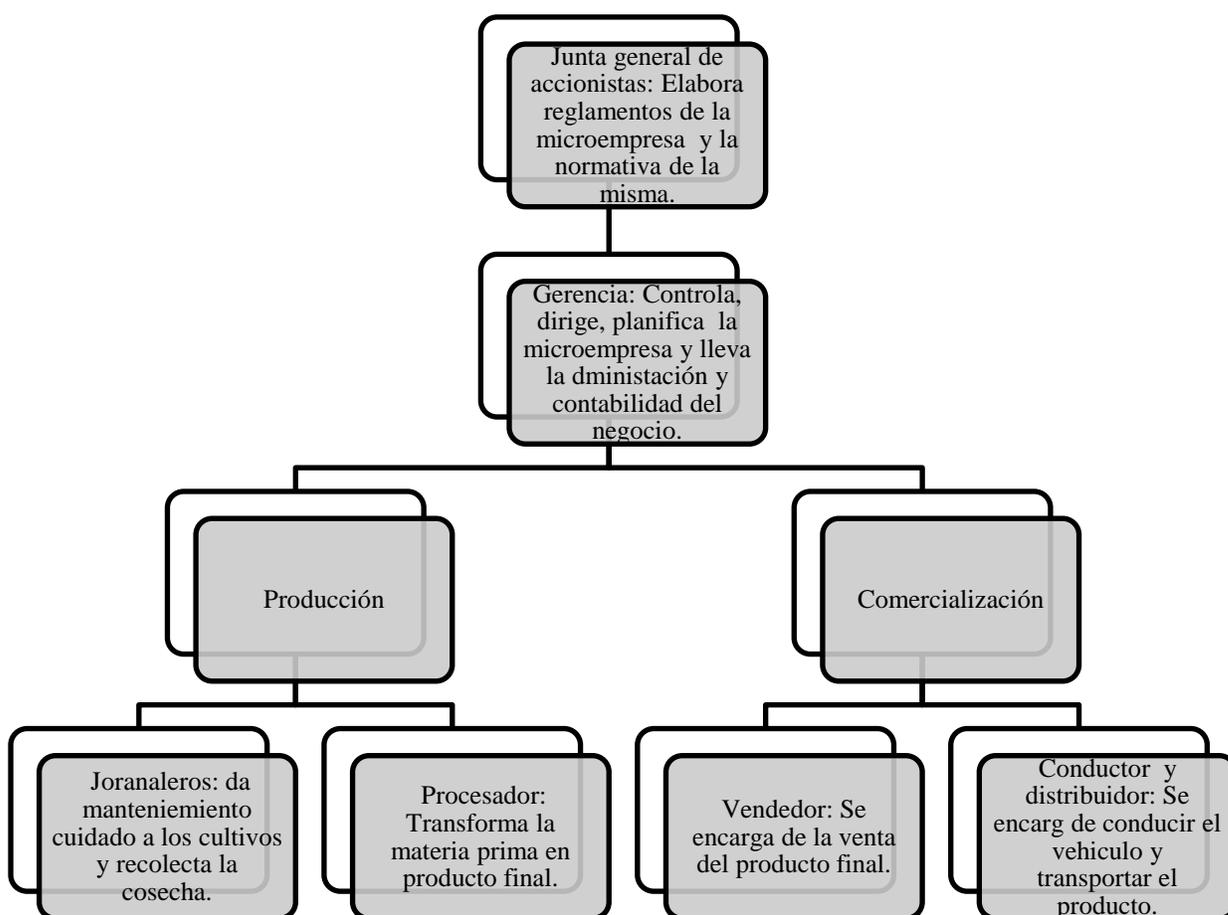
Se establece el componente organizacional de la microempresa y las funciones de las mismas.

Imagen Nro.: 3.3.- Organigrama estructural de El Cafetero Cia Ltda



Elaborado por: Glenda Rojas

Imagen Nro.: 3.4.- Organigrama funcional



Elaborado por: Glenda Rojas

### 3.7. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

#### 3.7.1. Inversiones y financiamiento

Representan desembolsos en efectivo para la adquisición de trabajadores fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

##### 3.7.1.1. Capital de trabajo

Para iniciar el 1er mes de funcionamiento se necesita un monto de \$ocho mil ochocientos cincuenta y nueve coma cero seis.

Tabla Nro.: 3.9.- Determinación del capital de trabajo

<b>Concepto</b>	<b>Costo</b>
Materia prima directa	450,00
Mano de obra directa	1044,42
Materiales directos	160,00
Mano de obra indirecta	522,21
Materiales indirectos	950,00
Agua potable	504,00
Luz eléctrica	1011,50
Gastos de administración	2594,72
Gastos de ventas	1622,21
<b>Total</b>	<b>8859,06</b>

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Tablas Nro.0.1, 0.2, 0.3, 0.4, 0.5, 0.6, 0.7, 0.8, 0.9 y 0.10.

### 3.7.1.2. Inversión inicial del proyecto

Tabla Nro.: 3-1.- Determinación de la inversión Inicial

DESCRIPCIÓN	COSTO PARCIAL	COSTO TOTAL
Activos fijos		
Maquinaria y equipo	8246,70	
Muebles y enseres	400,00	
Equipo de computación e impresión	1200,00	
Vehículo	30000,00	
Total de activos fijos		39846,70
Activos diferidos		
Gastos de constitución y registros de la empresa	500	
Gastos de propaganda y emisión al público	200	
Honorarios de abogados y otros profesionales	500	
Total	1200	
Gastos por concepto de estudios preparatorios		
Honorarios de abogados y otros profesionales		
Gastos por estudios de pre inversión	500	
Honorarios de consultores para la preparación de estudios técnicos	500	
Gastos para la elaboración de estudios de mercado	200	
Total	1200	
Gastos previos de producción		
Instalaciones provisionales	500	
Gastos de promoción	200	
10% de gastos de iniciación por puesta en marcha	20	
Total de inversiones amortizables		3120
Costos de producción		
Materia prima directa	450	
Mano de obra directa (primer mes)	\$ 1.044,42	
Materiales directos	160	
Mano de obra indirecta (primer mes)	\$ 522,21	
Materiales indirectos	950	
Agua potable	480	
Luz	952	
Total de costos de producción		4558,6264
Gastos de administración		
Sueldos y salarios	\$ 570,72	
Energía eléctrica	24	
Útiles de oficina	\$ 2.000	
Total de gastos de administración		\$ 2.594,72

Gastos en ventas		
Sueldos y salarios	\$ 522,21	
Letrero	\$ 200,00	
Combustibles y lubricantes	\$ 200,00	
Adhesivos en vehículo	\$ 200,00	
Gastos varios de publicidad	\$ 500,00	
Total de gastos en ventas		\$ 1.622,21
Total de costos de operación		\$ 4.216,93
Total de inversiones		\$55959,18

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 3.9, 0.11, 0.12, 0.13, 0.14, 0.16 y 0.17.

### **3.7.1.3. Financiamiento**

El 100% del financiamiento que se utilizará para el presente negocio es a través de fuentes interna la cual se constituye por el capital social, o sea el aporte de los socios.

### **3.7.1.4. Fuentes y usos de los fondos**

Los fondos provienen de ahorros personales de cada uno de los socios los cuales serán invertidos en el negocio para el crecimiento del mismo.

Análisis de costos.- Es la imagen definida de los riesgos y las ganancias válidos de un negocio.

Costo de producción o fabricación.- Es el valor de las diferentes materias que requieren las actividades comerciales para producir bienes. Se clasifican en tres grupos que son: materiales directos, mano de obra directa, y costos ordinarios de fabricación. Ver anexos.

Depreciaciones.-. La disminución que corresponden a los costos de producción de las determina de la depreciación de maquinaria y equipo; el costo asciende a \$824,67 anual, donde llegaría a un rebaja por depreciación mensual de \$68,72.

Tabla Nro.: 3.10.- Costos generales de fabricación y producción

Costos generales de fabricación y producción		
Concepto	Costo mensual	Costo anual
Materia prima directa	450,00	450,00
Mano de obra directa	1044,42	\$ 12.533,01
Materiales directos	160,00	160,00
Mano de obra indirecta	522,21	\$ 6.266,51
Materiales indirectos	950,00	950,00
Agua potable	480,00	480,00
Luz	952,00	952,00
Depreciaciones de maquinaria y equipo	68,7225	824,67
<b>Total</b>	<b>4627,35</b>	<b>22616,19</b>

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 0.16

Costos de operación.- Son el precio de los recursos utilizados para conservar su existencia de un negocio.

Gastos administrativos.- Está compuesto por los consumos de administración, financieros, en ventas y otros gastos.

Los gastos monetarios en este proyecto se reducen a cero debido a que el negocio es financiado con fondos propios.

Los gastos de gestión y ventas ascienden a \$21769, 04 al año que se detalla a continuación:

Tabla Nro.: 3.11.- Determinación de gastos administrativos

Gastos de administración y ventas		
Concepto	Costo mensual	Costo anual
Gastos administrativos	2636,09	9369,04
Gastos en ventas	2122,21	12400,00
<b>Total</b>	<b>4758,30</b>	<b>21769,04</b>

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 0.23 y 0.24

**Reposición de activos.-** Son los costos que genera por reponer activos al acabar la vida útil de cada uno de ellos mientras dure el negocio.

Tabla Nro.: 3.12.- Reposición de activos

Reposición de activos											
Concepto	Valor Unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Vehículo	30000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	30.000	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Equipo de computación	1200,00	0,00	0,00	1200,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total</b>	<b>1200,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1200,00</b>	<b>0,00</b>	<b>30.000</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 0.20 y 0,21

Tabla Nro.: 3.13.- Total de costos de producción

Total de costos de producción anual						
Costos	Costos de fabricación	Gastos administrativos	Gastos en ventas	Gastos financieros	Otros Gastos	Total de costos
Costos	22616,00	9649,04	12400,00	0,00	0,00	0,00
<b>Costo total de producción</b>	<b>22616,00</b>	<b>9649,00</b>	<b>12400,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>44665,23</b>

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 0.16, 0.23 y 0.24.

### Costo de unitarios producción o fabricación

Se determina el costo que cuesta traer cada libra de café en el año.

Tabla Nro.: 3.14.- Total de costos de producción unitario

Total de costos de producción unitario						
Costos	Costos de fabricación	Gastos administrativos	Gastos en ventas	Gastos financieros	Otros Gastos	Total de costos
Costos	22616,00	9649,04	12400,00	0,00	0,00	0,00
<b>Costo total de producción</b>	<b>22616,00</b>	<b>9649,00</b>	<b>12400,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>44665,23</b>
Libras producidas anuales						20000
<b>Costo Unitario</b>						<b>2,233</b>

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: tabla Nro.3.8 y 3.13

Tabla Nro.: 3.15.- Presupuesto preformado

Presupuesto preformado										
Costos de producción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Costos de fabricación	22616	22833	23053	23274	23497	23723	23951	24180	24413	24647
Gastos administrativos	9649	9742	9835	9930	10025	10121	10218	10316	10415	10515
Gastos en ventas	12400	12519	12639	12761	12883	13007	13132	13258	13385	13513
Gastos financieros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros Gastos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Reposición de activos	0	0	1200	0	\$ 30.000	0	0	0	0	0
Costo Total de producción	44665	45094	46727	45964	76405	46851	47300	47755	48213	48676
Libras producidas anuales	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000
Costo Unitario de producción	2,23	2,25	2,34	2,30	3,82	2,34	2,37	2,39	2,41	2,43

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 3.14

Para realizar la proyección de costos se tomó en cuenta la tasa de inflación hasta noviembre de 2016 del 0,96%.

## Establecimiento del precio

Para determinar el precio se toma en cuenta el costo de la competencia en balance con los costos de producción más el veinte por ciento.

Tabla Nro.: 3.16.- Determinación del precio

Concepto	Precio del mercado interno	Costos de Producción	Promedio de costos	(+ )20%
Libra de café tostado molido	3,88	2,23	3,06	3,67

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: tabla Nro. 3.15.

Tabla Nro.: 3.17.- Establecimientos de precios

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Unidades producidas	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000
Costo unitario de producción	2,23	2,25	2,34	2,30	3,82	2,34	2,37	2,39	2,41	2,43
Precios de venta	3,67	3,70	3,74	3,77	3,81	3,85	3,88	3,92	3,96	4,00
Ingresos anuales	73359	74063	74774	75492	76217	76949	77687	78433	79186	79946

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 3.16

Para realizar la proyección de precios se tomó en cuenta la tasa de inflación hasta noviembre de 2016 del 0,96.

### 3.8. EVALUACIÓN FINANCIERA

En esta etapa se determina la factibilidad del negocio.

#### 3.8.1. Flujo de caja

A través del flujo de caja se presenta un informe minucioso de los ingresos y egresos de la industria.

Tabla Nro.: 3.18.- Flujo de caja proyectado

	Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
+	Ventas		73359	74063	74774	75492	76217	76949	77687	78433	79186	79946
=	Total de ingresos											
	Capital de trabajo en el primer mes	8859										
	Activos fijos	39847										
	Activos diferidos	1200										
=	Inversión Inicial	49906										
	Costos											
	Costos de producción											
+	Costos de fabricación		22616	22833	23053	23274	23497	23723	23951	24180	24413	24647
+	Gastos administrativos		9649	9742	9835	9930	10025	10121	10218	10316	10415	10515
+	Gastos en ventas		12400	12519	12639	12761	12883	13007	13132	13258	13385	13513

+	Gastos financieros		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
+	Otros Gastos		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
+	Reposición de activos		0	0	1200	0	\$ 30.000	0	0	0	0	0
+	Depreciaciones		7265	7265	7265	7265	7265	7265	7265	7265	7265	7265
+	Amortización de activos diferidos		336,4	336,4	336,4	336,4	336,4					
=	Total de gastos	49906	52266	52695	54328	53565	84006	54115	54565	55019	55478	55941
	Utilidad res impuestos	-49906	21093	21368	20446	21927	-7789	22833	23122	23414	23708	24006
*	15% de utilidad para trabajadores		3163,93	3205,25	3066,96	3289,08	-1168,40	3424,99	3468,33	3512,09	3556,26	3600,86
=	Utilidad antes de impuestos		17928,91	18163,06	17379,45	18638,11	-6620,94	19408,26	19653,86	19901,82	20152,15	20404,89
*	25% de impuesto a la renta		4482,23	4540,76	4344,86	4659,53	-1655,24	4852,06	4913,46	4975,45	5038,04	5101,22
=	Utilidad neta		13446,69	13622,29	13034,58	13978,58	-4965,71	14556,19	14740,39	14926,36	15114,11	15303,67
+	Amortización de diferidos		336,4	336,4	336,4	336,4	336,4					
+	Depreciaciones		7265	7265	7265	7265	7265	7265	7265	7265	7265	7265
-	Pago de capital		4990,58	4990,58	4990,58	4990,58	4990,58	4990,58	4990,58	4990,58	4990,58	4990,58
=	Flujo de caja	-49906	16057,18	16232,79	15645,08	16589,07	-2355,21	16830,29	17014,49	17200,46	17388,21	17577,76

Elaborado por: Glenda Rojas  
Fuente. Tabla Nro. 3.15 y 3.17.

### 3.8.2. Estado de pérdidas y ganancias

Si identifica el período de la comercio tanto en desgaste o ingreso.

Tabla Nro.: 3.19.- Estado de pérdidas y ganancias

	Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
+	Ventas	73359	74063	74774	75492	76217	76949	77687	78433	79186	79946
=	Total de ingresos	73359	74063	74774	75492	76217	76949	77687	78433	79186	79946
-	Costos de producción	22616	22833	23053	23274	23497	23723	23951	24180	24413	24647
=	Utilidad bruta	50743	51230	51722	52218	52720	53226	53737	54253	54773	55299
-	Costos de operación	29650	29862	31275	30291	60509	30393	30615	30839	31065	31294
=	Utilidad operativa	21093	21368	20446	21927	-7789	22833	23122	23414	23708	24006
*	15% de utilidad para los trabajadores	3163,93	3205,25	3066,96	3289,08	-1168,40	3424,99	3468,33	3512,09	3556,26	3600,86
=	Utilidad antes de impuestos	17928,91	18163,06	17379,45	18638,11	-6620,94	19408,26	19653,86	19901,82	20152,15	20404,89
*	25% del impuesto a la renta	4482,23	4540,76	4344,86	4659,53	-1655,24	4852,06	4913,46	4975,45	5038,04	5101,22
=	Utilidad antes de reserva	13446,69	13622,29	13034,58	13978,58	-4965,71	14556,19	14740,39	14926,36	15114,11	15303,67
*	10% de reserva legal	1344,67	1362,23	1303,46	1397,86	-496,57	1455,62	1474,04	1492,64	1511,41	1530,37
=	Utilidad líquida	12102,02	12260,06	11731,13	12580,72	-4469,14	13100,58	13266,35	13433,73	13602,70	13773,30

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 3.18

### 3.8.3. Determinación del punto crítico

Es el punto donde los ingresos de la producción cubren completamente los egresos eso quiere decir que al nivel de ventas cubre los costos fijos y variables.

Para que el negocio genere el punto examinador es decir no gana dinero pero tampoco pierde, sino que solamente recupere los gastos de operación y los costos de fabricación del café tostado molido debe vender 14214 libras lo cual corresponde a \$52135,92 en ingresos.

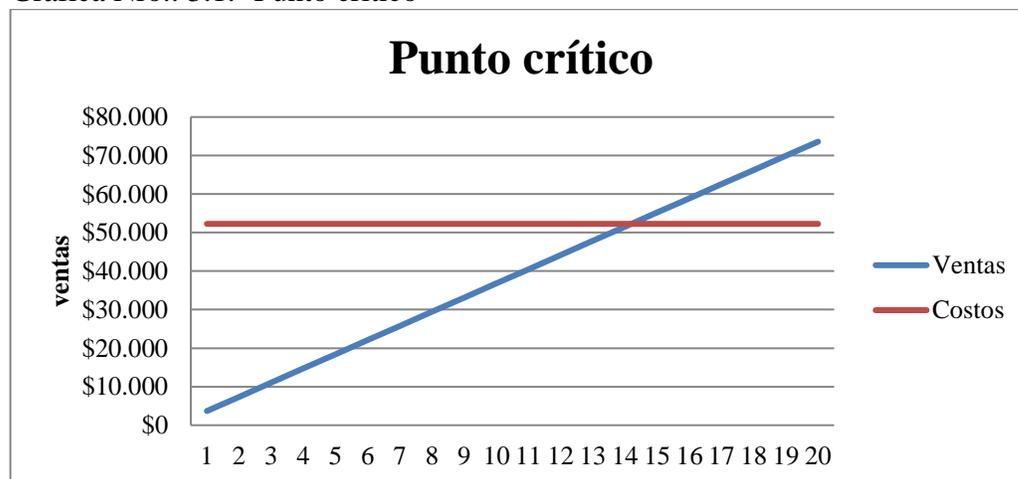
Tabla Nro.: 3.20.- Determinación del punto crítico

Concepto	Valores totales	Valores por unidad
Ingresos totales	73359	
Costos variables	450,00	0,0225
Costos fijos	51816	2,59
Precio	3,67	
Punto de equilibrio en unidades producidas	14214	
Punto de equilibrio en ventas	52135,92	

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 3.19

Gráfica Nro.: 3.1.- Punto crítico



Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 3.20

### 3.8.4. Valor actual neto

El VAN permite determinar si un cambio cumple con el objetivo básico financiero.

La tasa pasiva de interés hasta noviembre de 2016 es del 5,12 % anual según el Banco Central de Ecuador.

El 5.1 2% se la toma como la tasa de disminución del costo del capital cociente que soporta el negocio. El VAN del proyecto de inversión es positivo (mayor que cero) lo cual indica que soporta la riqueza por encima de esa tasa mínima.

Tabla Nro.: 3.21.- Determinación del Valor Actual Neto

Tasa de interés pasiva:	5,12%	
Año	Flujo neto	Flujo de caja actualizado
0	-49906	-49906
1	16057,18	15275
2	16232,79	14690
3	15645,08	13469
4	16589,07	13586
5	-2355,21	-1835
6	16830,29	12473
7	17014,49	11996
8	17200,46	11536
9	17388,21	11094
10	17577,76	10669
VAN	162858	
VAN	162858	

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 3.18

### 3.8.5. Tasa Interna del Retorno

TIR es la tasa de descuento en la que se iguala el precio de la inversión (pagos) con el valor de los flujos de tesorería predicciones (cobros).

Tabla Nro.: 3.22.- Determinación de la Tasa Interna de Retorno

Año	Flujo neto	VAN Tasa menor 26%	VAN Tasa mayor 27%
0	-49906	-49906	-49906
1	16057	12693	12643
2	16233	10144	10064
3	15645	7729	7638
4	16589	6478	6377
5	-2355	-727	-713
6	16830	4107	4011
7	17014	3282	3193
8	17200	2623	2542
9	17388	2096	2023
10	17578	1675	1610
Sumatoria		50101	49389
Inversión		-49906	-49906
Total		195	-517

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 3.21

TIR= 26% > 5,12%

El beneficio real de la inversión es del 5.12% y la tasa interna de retorno de la inversión es del 26%.

### 3.8.6. Análisis de sensibilidad

El estudio de sensibilidad sirve para tomar decisiones de inversión, la cual consiste en calcular los nuevos flujos de caja y el VAN en este caso analizáramos cambiando los ingresos, y los costos.

### 3.8.6.1. Análisis de sensibilidad con reducción de ingresos

Con la reducción de ingresos en un 10% permite tener flujos netos positivos donde se obtienen una tasa interna de retorno superior al costo de oportunidad. No se puede ni se debe extremar el caso que el denominado punto de quiebra 0,51% que es porcentaje pueden variar los ingresos.

Tabla Nro.: 3.23.- Flujo actualizado de ingresos

Tasa de interés pasiva:	5,12%	
Año	Flujo neto	Flujo de caja actualizado
0	-49906	-49906
1	21358	20318
2	21563	19514
3	20570	17708
4	21979	18000
5	-7810	-6084
6	22403	16603
7	22618	15946
8	22835	15315
9	23054	14709
10	23276	14127
VAN	196062	

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 0,29

Tabla Nro.: 3.24.- Tasa interna de retorno con reducción de ingresos en un 10%

Año	Flujo neto	VAN Tasa menor 30%	VAN Tasa mayor 31%
0	-49906	-49906	-49906
1	20318	15629	15510
2	19514	11547	11371
3	17708	8060	7877
4	18000	6302	6112
5	-6084	-1639	-1577
6	16603	3440	3285
7	15946	2541	2409
8	15315	1877	1766
9	14709	1387	1295
10	14127	1025	949
Sumatoria		50170	48996
Inversión		-49906	-49906
Total		264	-910

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 0.29

Tabla Nro.: 3.25.- Análisis de sensibilidad

Concepto	Porcentaje
NTIR	30%
TIR O	26,00%
TIR R	4,00%
% VARIACIÓN TIR	15,38%
S	0,51

Elaborado por: Glenda Rojas.

Fuente: Tabla Nro. 3.23 y 3.24.

### 3.8.6.2. Análisis de sensibilidad con incremento de costos

Con un incremento de costos en un 5% permite tener flujos netos positivos donde se obtienen una tasa interna de retorno superior al costo de oportunidad. No se puede ni se debe extremar el caso que el denominado punto de quiebra 1,33% que es porcentaje pueden variar los costos.

Tabla Nro.: 3.26.- Flujo neto actualizado

Tasa de interés pasiva:	5,12%	
Año	Flujo neto	Flujo de caja actualizado
0	-49906	-49906
1	26461	25172
2	26715	24176
3	25711	22134
4	27230	22300
5	-4009	-3123
6	27755	20570
7	28022	19756
8	28291	18974
9	28562	18223
10	28837	17502
VAN	235590	

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro.0.29

Tabla Nro.: 3.27.- Tasa Interna de retorno con incremento de costos en un 5%

Año	Flujo neto	VAN Tasa menor 41%	VAN Tasa mayor 42%
0	-49906	-49906	-49906
1	25172	17852	17727
2	24176	12160	11990
3	22134	7896	7730
4	22300	5642	5485
5	-3123	-560	-541
6	20570	2618	2509
7	19756	1783	1697
8	18974	1215	1148
9	18223	827	776
10	17502	564	525
Sumatoria		49996	49046
Inversión		-49906	-49906
Total		90	-860

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro.0.29

Al momento de incrementar los costos en el 5% se obtiene los siguientes datos:

Tabla Nro.: 3.28.- Sensibilidad con incremento de costos

Concepto	Porcentaje
NTIR	41%
TIR O	26,50%
TIR R	14,50%
% VARIACIÓN TIR	54,72%
S	1,33

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 3.26 y 3.27.

### 3.8.7. Relación beneficio costo

Los ingresos son mayores que los costos y la relación beneficio costos es mayor que 1, por la tanto significa que el negocio es rentable por lo que por cada dólar invertido genera una rentabilidad del 0,54 centavos de dólar de los Estados Unidos de América.

Tabla Nro.: 3.29.- Determinación de la relación beneficio costo

Periodo	Ingresos	Costos	Ingresos actualizados	Costos Actualizados
1	73359	44665	69786	42490
2	74063	45094	67024	40808
3	74774	46727	64372	40226
4	75492	45964	61825	37642
5	76217	76405	59378	59525
6	76949	46851	57028	34722
7	77687	47300	54771	33348
8	78433	47755	52604	32028
9	79186	48213	50522	30761
10	79946	48676	48523	29543
			585833	381093
RBC				1,54

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 3.15 y 3.17.

### 3.8.8. Periodo de recuperación de la inversión

Es el tiempo en que se demora en recuperar la inversión. En este negocio la inversión se recuperará en 1 año con nueve meses y ocho días.

Tabla Nro.: 3.30.- Determinación del periodo de recuperación de la inversión

Periodo	Flujo neto	Flujo actualizado	Flujo acumulado	% de recuperación
0	49906			0
1	26461	25172	25172	50%
2	26715	24176	49348	99%
3	25711	22134	71482	143%
4	27230	22300	93782	188%
5	-4009	-3123	90659	182%
6	27755	20570	111229	223%
7	28022	19756	130985	262%
8	28291	18974	149959	300%
9	28562	18223	168183	337%
10	28837	17502	185685	372%
PRC	1,98			

Elaborado por: Glenda Rojas

Fuente. Tabla Nro. 3,26

### 3.9. OPERATIVIDAD

Tabla Nro.: 3.31.- Operatividad

		Meses																							
N°	TIEMPO ESTIMADO	1				2				3				4				5				6			
	ACTIVIDADES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	RESUMEN EJECUTIVO	■																							
2	ESTUDIO DE MERCADO		■	■	■	■	■																		
3	ESTUDIO TECNICO						■	■	■	■	■														
4	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL												■	■	■	■									
5	PLAN DE PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN																■	■	■						
6	ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO																			■	■	■			
7	PUESTA EN MARCHA																						■	■	

Elaboración: Glenda Rojas

## CAPÍTULO IV

### 4. EXPOSICIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE ENCUESTAS DE CLIENTES

Se realizaron encuestas a los clientes potenciales de café tostado molido en la Ciudad de Loja.

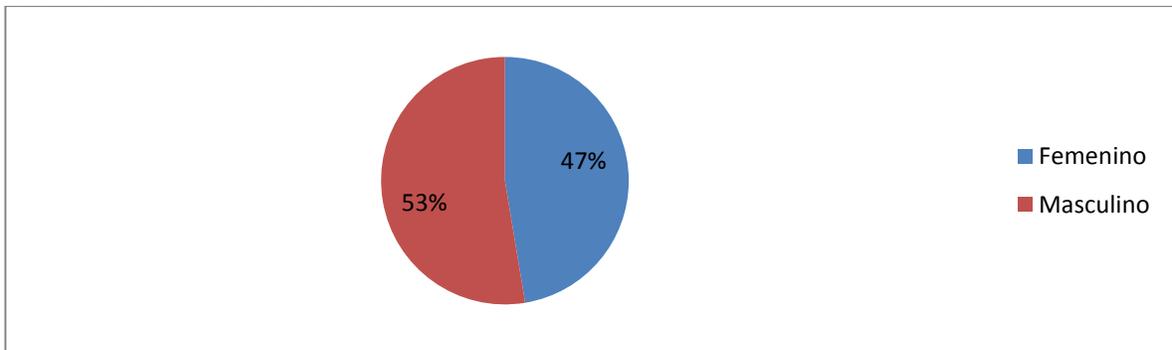
##### 1. Pregunta Nro. 1.- ¿Cuál es su género?

Tabla Nro.: 4.1.- Género

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	181	47%
Masculino	201	53%
Total	382	100%

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

Gráfica Nro.: 4.1.- Género



Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

#### **Interpretación**

De las encuestas aplicadas el 53% corresponde a personas de género masculino y el 47% a personas de género femenino.

#### **Análisis**

Los futuros potenciales clientes el cincuenta y tres por ciento pertenecen al género masculino.

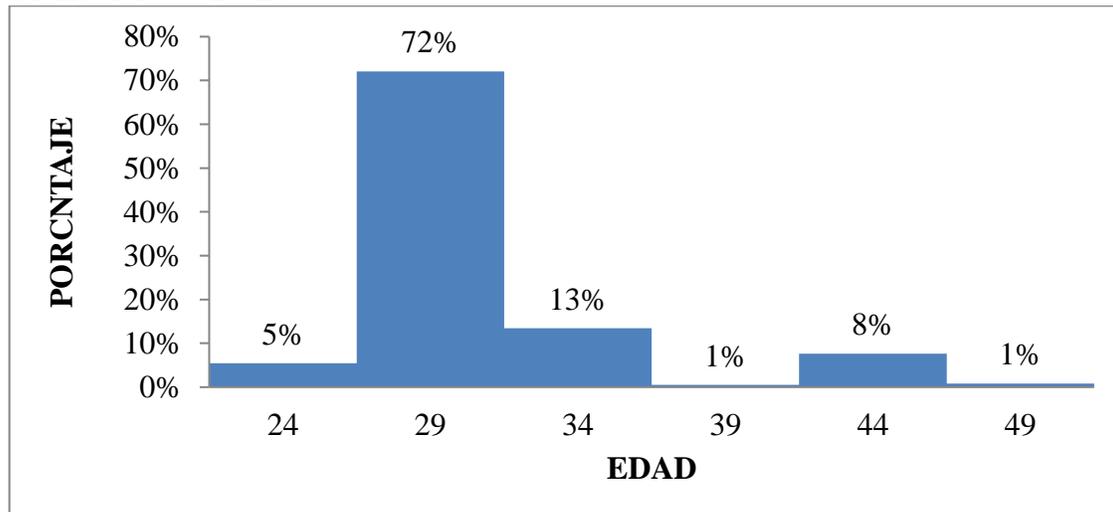
2. ¿Indique cuál es su edad?

Tabla Nro.: 4.2.- Edad

Lri	Lrs	Yi	ni	Porcentaje
24	29	26,5	20	5%
29	34	31,5	263	72%
34	39	36,5	49	13%
39	44	41,5	2	1%
44	49	46,5	28	8%
49	54	51,5	3	1%
		Total	365	100%

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

Gráfica Nro.: 4.2.- Edad



Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

### Interpretación

De las encuestas aplicadas el 72% corresponde a personas que se encuentran entre 29 y 34 años de edad; el 13% entre treinta y cuatro y treinta y nueve años de edad; el 8% entre cuarenta y cuatro y cuarenta y nueve años; el 5% entre 24 y 29 años; el 1% entre 39 y 44 años y el 1% entre 49 y 54 años de edad.

### Análisis

La edad de los futuros clientes, está comprendida entre 29 a 34 años con un 72% del total de los encuestados.

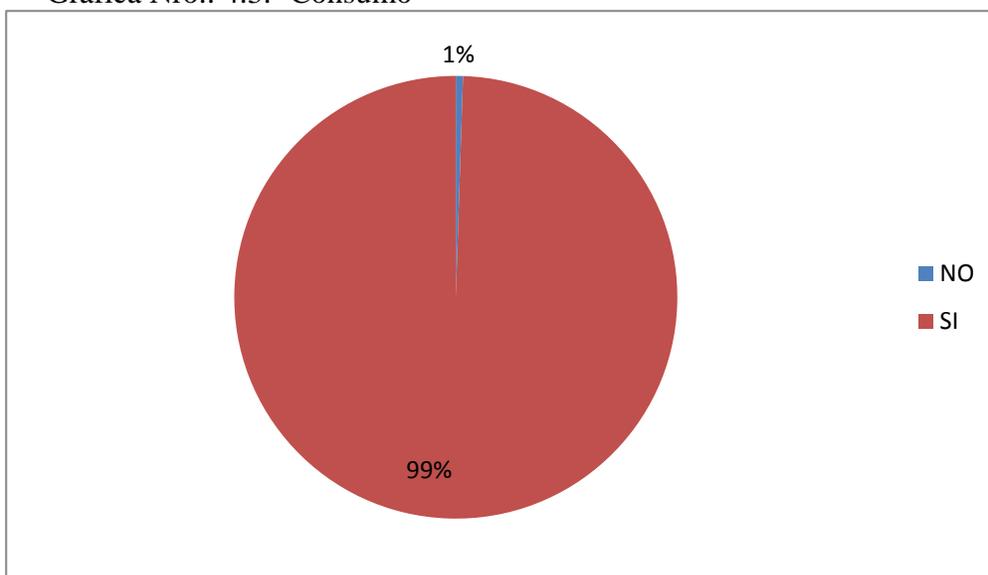
### 3. ¿Consume usted café molido- tostado?

Tabla Nro.: 4.3.- Consumo

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
No	2	1%
Si	380	99%
Total	382	100%

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

Gráfica Nro.: 4.3.- Consumo



Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

### **Interpretación**

De los encuestados el 99% de personas termine café tostado molido mientras el 1% no realice.

### **Análisis**

Se puede evidenciar que el 99% de los potenciales clientes si consumen café tostado molido.

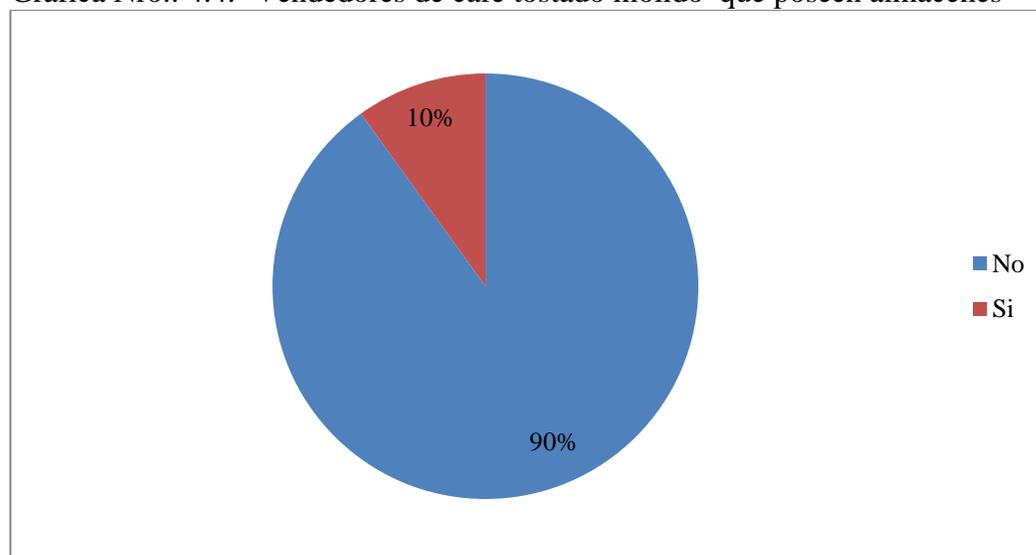
4. ¿Los vendedores de café tostado molido a los que usted compra, conservan almacenes o locales donde fabrican el producto?

Tabla Nro.: 4.4.- Vendedores de café tostado molido que poseen almacenes

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No	344	90%
Si	38	4%
Total	382	100%

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

Gráfica Nro.: 4.4.- Vendedores de café tostado molido que poseen almacenes



Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

### Interpretación

De los encuestados el noventa por ciento de vendedores de café no poseen almacenes o locales donde fabrican el producto mientras que el diez por ciento si poseen.

### Análisis

Se puede evidenciar que el 90% de los productores de café tostado molido no poseen locales donde fabrican su producto.

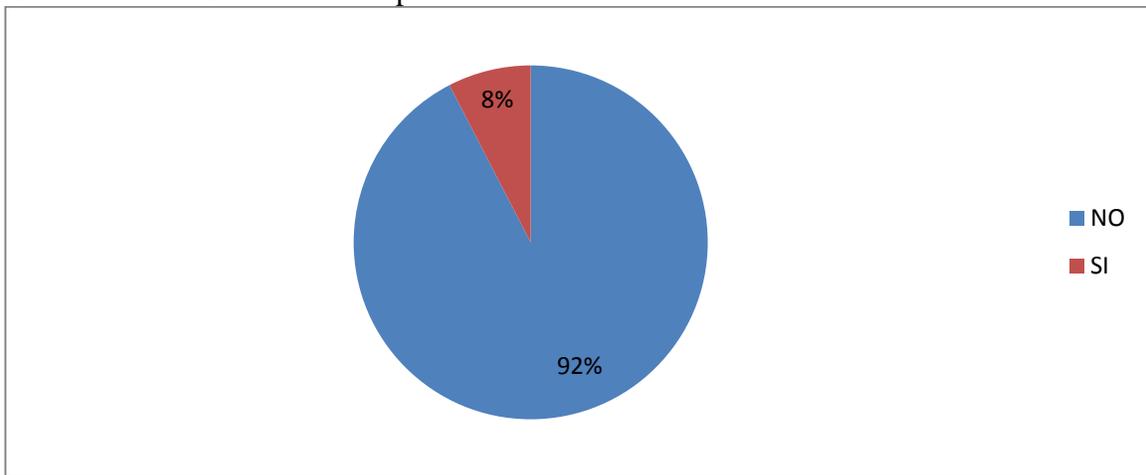
5. ¿El café tostado molido que se adquiere posee un proceso de producción con técnicas igualadas de calidad y normas sanitarias?

Tabla Nro.: 4.5.-Proceso de producción con técnicas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
NO	353	92%
SI	29	8%
Total	382	100%

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

Gráfica Nro.: 4.5.- Proceso de producción con técnicas



Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

### Interpretación

El noventa y dos por ciento de los encuestados compran café tostado molido el cual no posee un proceso de producción con procesos estandarizadas de calidad y normas sanitarias; mientras que el 8% compran el producto fabricado con un proceso de producción con técnicas estandarizadas de atributo y normas higiénicas.

### Análisis

Se puede observar que la mayor parte de los preguntados cuales corresponden a un noventa y dos por ciento, compran café tostado sin proceso de producción sin técnicas estandarizadas de calidad y normas sanitarias.

6. ¿Al comprar café tostado-molido que es lo primero que usted toma en cuenta?

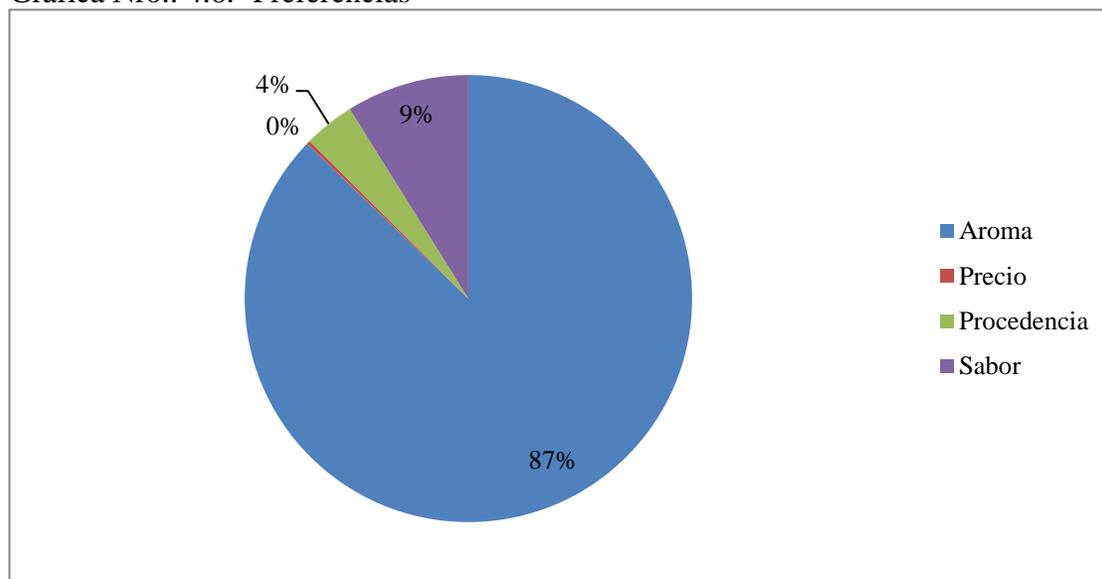
Tabla Nro.: 4.6.- 6. Preferencias

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Aroma	333	87%
Precio	1	0,26%
Procedencia	14	4%
Sabor	34	9%
Total	382	100%

Elaboración: Glenda Rojas

Fuente: Encuestas aplicadas

Gráfica Nro.: 4.6.- Preferencias



Elaboración: Glenda Rojas

Fuente: Encuestas aplicadas

### **Interpretación**

De los encuestados el 87% toma en avance el aroma al comprar café tostado molido, el nueve por ciento el sabor, el cuatro por ciento la procedencia y el 0,26% el precio.

### **Análisis**

Se evidencia que el ochenta y siete por ciento de los encuestados adquieren café tostado molido por su aroma.

## 7. ¿Cuándo Usted compra café tostado-molido en qué promoción prefiere?

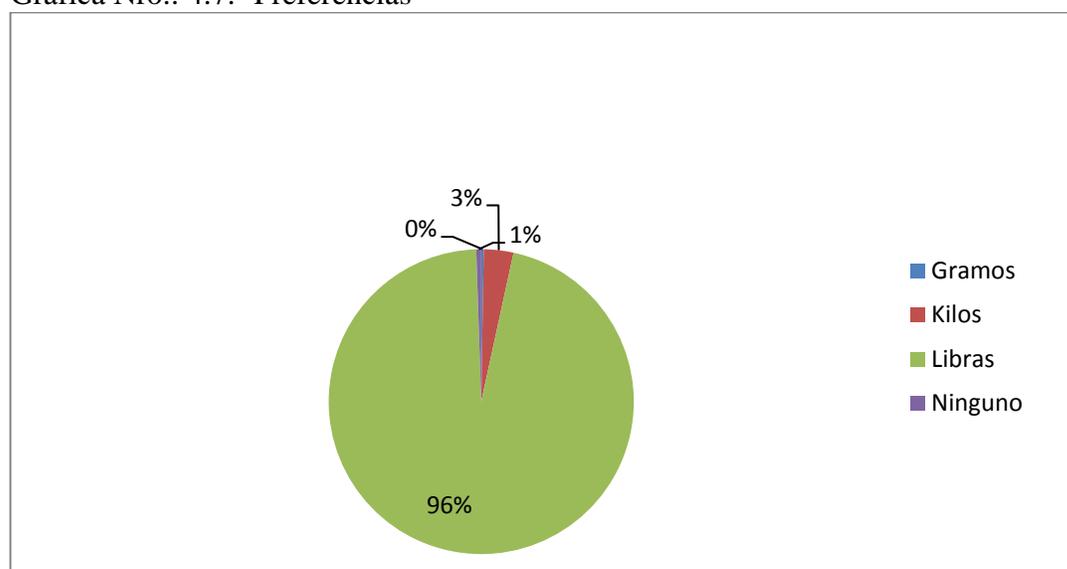
Tabla Nro.: 4.7.- Preferencias

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Gramos	1	0,3%
Kilos	12	3%
Libras	367	96%
Ninguno	2	1%
Total	382	100%

Elaboración: Glenda Rojas

Fuente: Encuestas aplicadas

Gráfica Nro.: 4.7.- Preferencias



Elaboración: Glenda Rojas

Fuente: Encuestas aplicadas

### Interpretación

Se puede evidenciar que el 96% de los encuestados prefiere adquirir café tostado molido en presentación libras, el tres por ciento en kilos, en un por ciento en gramos y el 0,3% en ninguna presentación.

### Análisis

La presentación de café tostado que el 96% de encuestados adquiere es en libras.

## 8. ¿En qué lugar compra usted café tostado- molido?

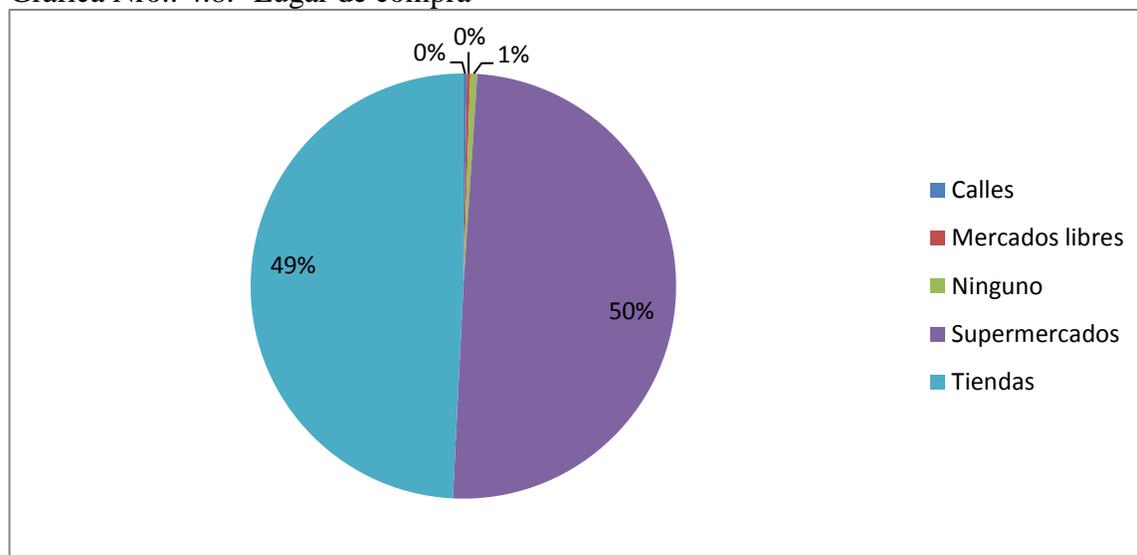
Tabla Nro.: 4.8.- Lugar de compra

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Calles	1	0,3%
Mercados libres	1	0,3%
Ninguno	2	1%
Supermercados	190	50%
Tiendas	188	49%
Total	382	100%

Elaboración: Glenda Rojas

Fuente: Encuestas aplicadas

Gráfica Nro.: 4.8.- Lugar de compra



Elaboración: Glenda Rojas

Fuente: Encuestas aplicadas

### Interpretación

Se puede observar que el cincuenta por ciento de los encuestados compran el café tostado molido en los supermercados, el 49% en las tiendas, el 1% en ningún lado, el 0,3% en los mercados libres y el 0,3% en las calles.

### Análisis

El café tostado molido en un 50 y 49% es adquirido en tiendas y supermercados.

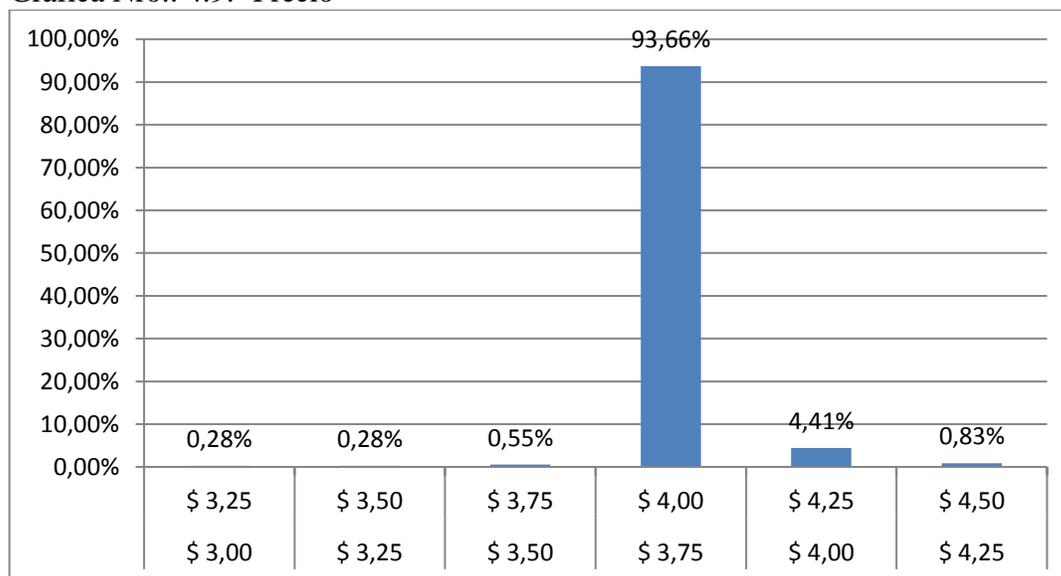
9. ¿Cuánto paga Usted por una libra de café tostado-molido?

Tabla Nro.: 4.9.- Precio

Lri	Lrs	Yi	ni	Porcentaje
\$ 3,00	\$ 3,25	3,125	1	0,28%
\$ 3,25	\$ 3,50	3,375	1	0,28%
\$ 3,50	\$ 3,75	3,625	2	0,55%
\$ 3,75	\$ 4,00	3,875	340	93,66%
\$ 4,00	\$ 4,25	4,125	16	4,41%
\$ 4,25	\$ 4,50	4,375	3	0,83%
		Total	363	100%

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

Gráfica Nro.: 4.9.- Precio



Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

**Interpretación**

De las encuestas aplicadas el noventa y tres coma sesenta y seis por ciento paga por una libra de café tostado molido de tres coma setenta y cinco dólares a cuatro dólares de los Estados Unidos de América; el 4,41% paga de 4,00 a \$4,25; el 0,83% paga de \$4,25 a \$4,50; el 0,28% paga de \$3,50 a \$3,75 y el 0,28% de \$3,00 a \$3,25.

**Análisis**

El 93,66% de los investigados pagan por una libra de café de \$3,75 a \$4,00.

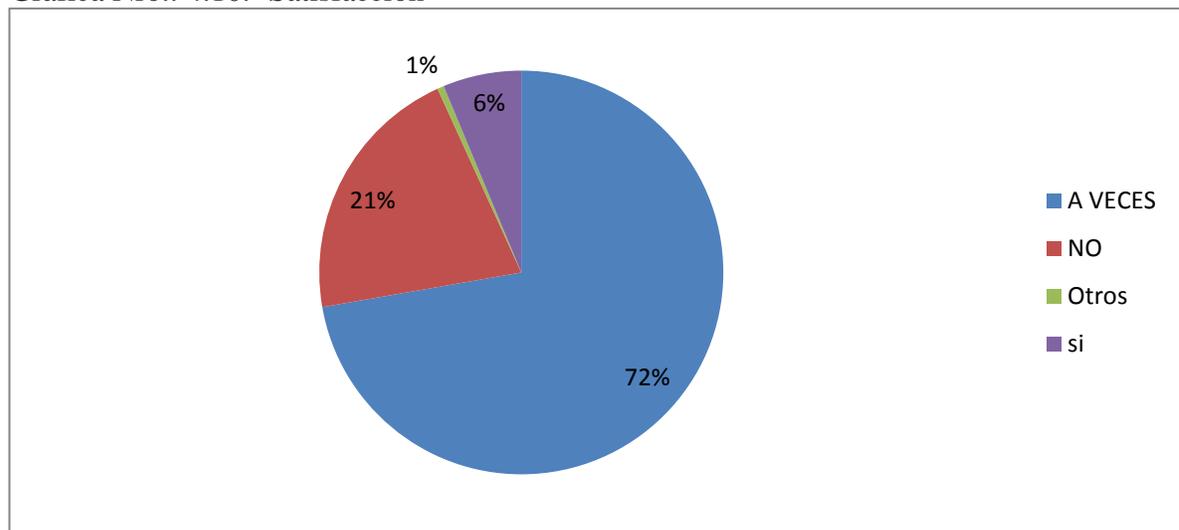
10. ¿El café tostado molido que usted adquiere satisface su compra?

Tabla Nro.: 4.10.- Satisfacción

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
A veces	276	72%
No	80	21%
Otros	2	1%
Si	24	6%
Total	382	100%

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

Gráfica Nro.: 4.10.- Satisfacción



Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

### Interpretación

Se evidencia que de los encuestados el 72% a veces se satisface del café tostado molido que compra, el veintiuno por ciento no se satisface, el seis por ciento si se satisface y el uno por ciento otros.

### Análisis

De las personas encuestadas se observa el 72% manifiestan quedan integrados con el producto que adquieren.

## 4.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE ENCUESTAS A PRODUCTORES

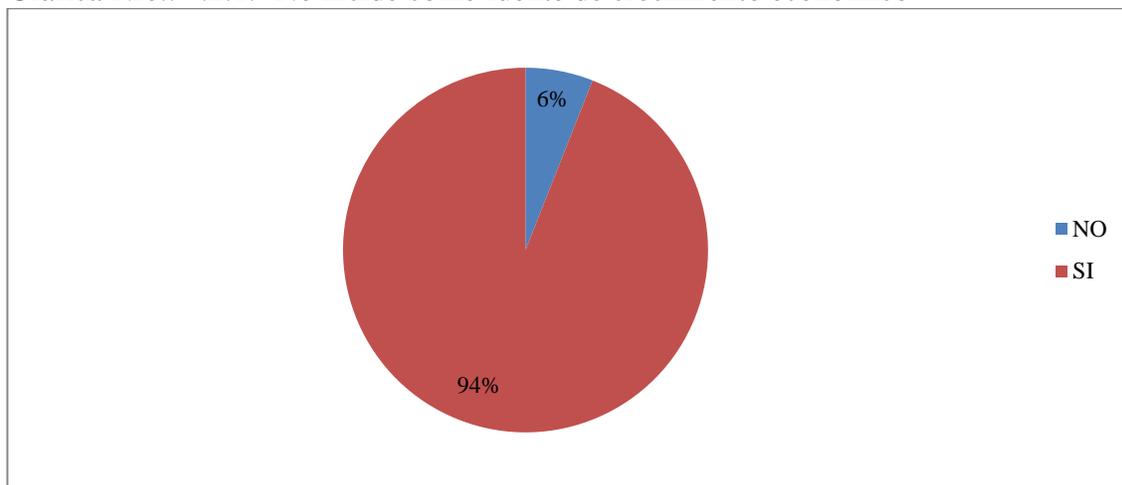
1. ¿Cree usted que un modelo de servicio para la producción y comercialización de café tostado – molido, No ha incidido como fuente de incremento económico para pequeños agricultores de café?

Tabla Nro.: 4.2.1 .- No incide como fuente de crecimiento económico

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
No	16	6%
Si	251	94%
Total	267	100%

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

Gráfica Nro.: 4.2.1.- No incide como fuente de crecimiento económico



Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

### Interpretación

El 94% de los encuestados manifiestan SI ha incidido como fuente de crecimiento económico para pequeños agricultores; mientras que un seis por ciento manifiesta que no han faltado como fuente de crecimiento.

### Análisis

Un modelo de gestión de producción y comercialización de café tostado molido si incide en el crecimiento económico de pequeños agricultores.

2.- ¿Cree usted que un modelo de servicio para la producción y comercialización de café tostado – molido, Si incidirá en el incremento económico de pequeños agricultores de café?

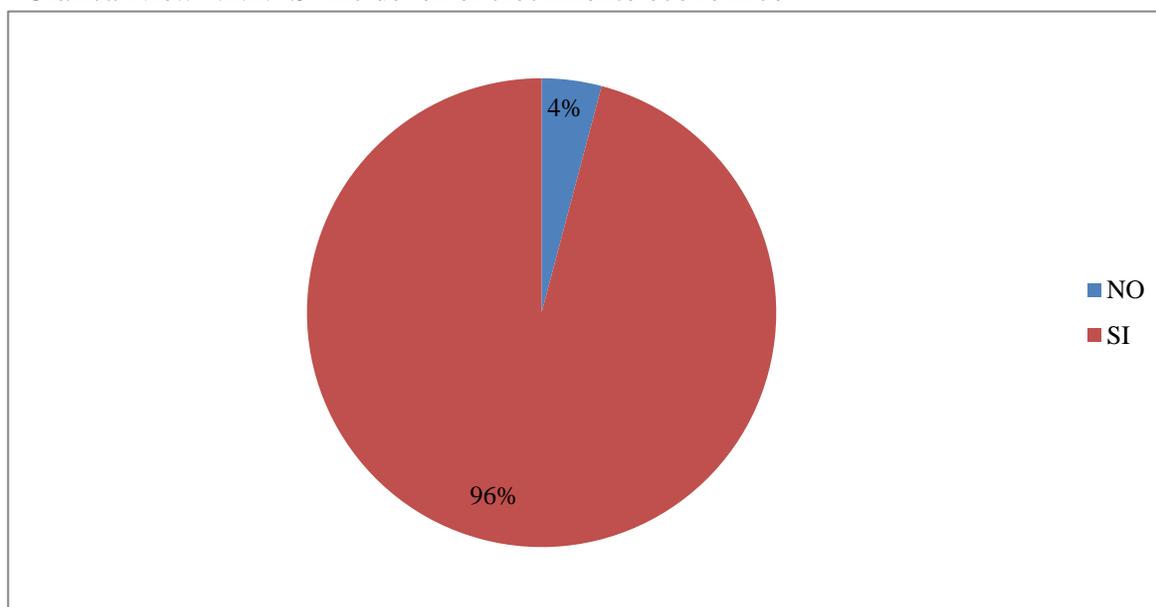
Tabla Nro.: 4.2.2.- Si incide en el crecimiento económico

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
No	11	4%
Si	256	96%
Total	267	100%

Elaboración: Glenda Rojas

Fuente: Encuestas aplicadas

Gráfica Nro.: 4.2.2.- Si incide en el crecimiento económico



Elaboración: Glenda Rojas

Fuente: Encuestas aplicadas

### **Interpretación**

El 96% de los encuestados manifiesta que un estándar de gestión si incidirá en el crecimiento de capital de los agricultores de café y el 4% manifiestan que no incidirá.

### **Análisis**

De los agricultores encuestados el 96% manifiesta que un modelo de gestión si incidirá en el crecimiento económico de ellos.

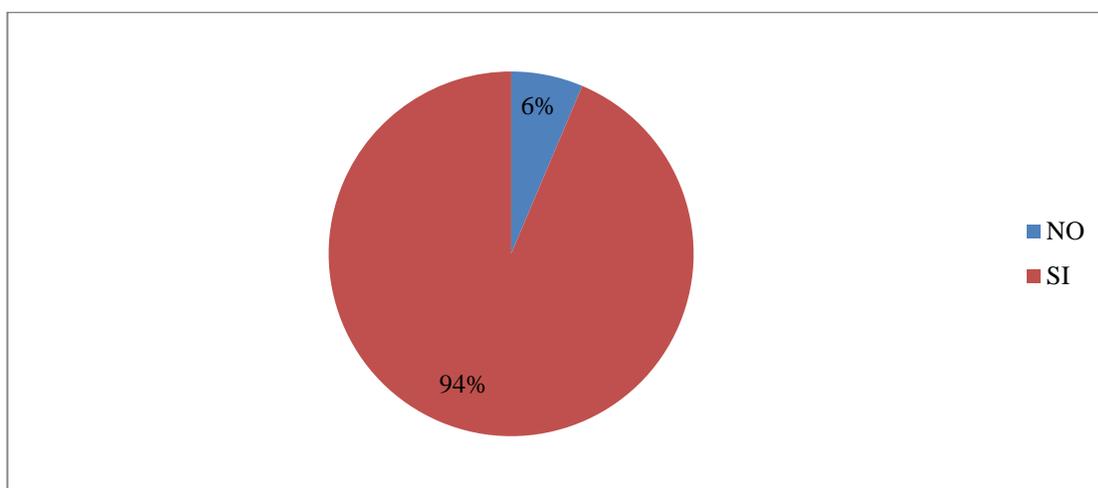
2.- ¿Considera usted que estudio de mercado no ha determinado la oferta y demanda existente de café tostado y molido en la ciudad de Loja?

Tabla Nro.- 4.2-1. Estudio de mercado no ha determinado la oferta y demanda

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
No	17	6%
Si	250	94%
Total	267	100%

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

Gráfica Nro.- 4.2-1 2. Estudio de mercado no ha determinado la oferta y demanda



Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

### Interpretación

El 94% de las personas investigadas manifiestan que un estudio de mercado si ha determinado la oferta y demanda existente de café tostado y molido en la ciudad de Loja y el seis por ciento indican que no.

### Análisis

En su gran mayoría de agricultores los cual corresponde a un 94% manifiestan estudio de mercado si ha determinado la oferta y demanda existente de café tostado y molido en la ciudad de Loja.

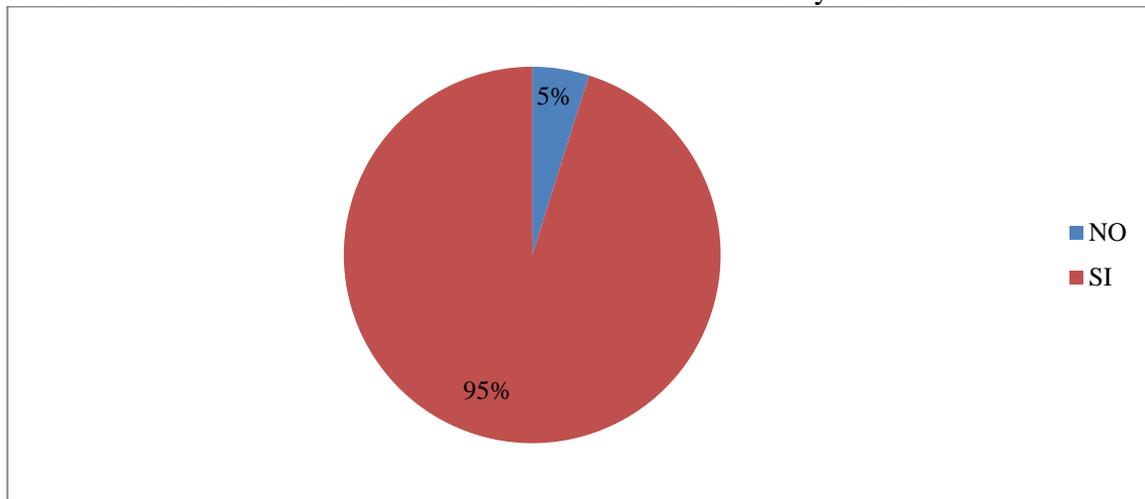
2. ¿Considera usted que estudio de mercado SI determinará la oferta y demanda existente de café tostado y molido en la ciudad de Loja?

Tabla Nro.: 4.2.3.- Estudio de mercado si determina la oferta y demanda

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
No	13	5%
Si	254	95%
Total	267	100%

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

Tabla Nro.: 4.2.4.- Estudio de mercado SI determina la oferta y demanda



Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

### **Interpretación**

El 95% de los encuestados manifiesta que un estudio de mercado si ha determinará la oferta y demanda existente de café tostado y molido en la ciudad de Loja y el cinco por ciento manifiestan que no.

### **Análisis**

En la gran mayoría de agricultores los cuales corresponden a un 95% manifiestan el estudio de mercado si determinará la oferta y demanda existente de café tostado y molido en la ciudad de Loja.

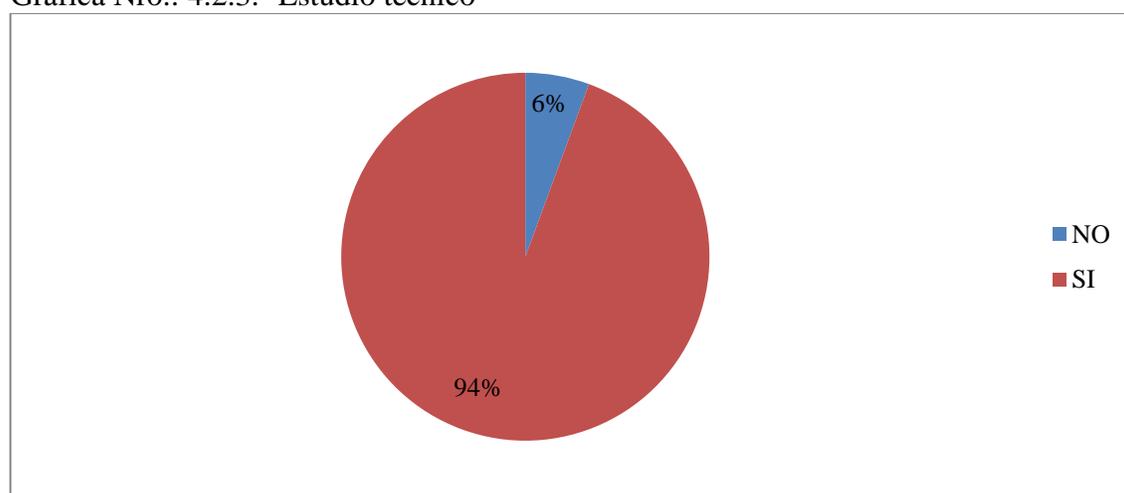
3. ¿Un estudio técnico NO ha servido como base para determinar la localización, tamaño, procesos operativos y recursos que se utilizaran para la creación de la empresa?

Tabla Nro.: 4.2.5.- Estudio técnico

Descripción	Frecuencia	Frecuencia
No	15	6%
Si	252	94%
Total	267	100%

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

Gráfica Nro.: 4.2.3.- Estudio técnico



Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

### Interpretación

El 94% de los encuestados manifiesta que un estudio técnico si ha servido como base para determinar la localización, tamaño, procesos operativos y recursos que se utilizaran para la creación de la empresa y el 6% manifiestan que no.

### Análisis

En su gran mayoría de los cultivadores encuestados el cual corresponde al 94% manifiestan que un estudio técnico si ha servido como base para determinar la localización, tamaño, procesos ejecutantes y recursos.

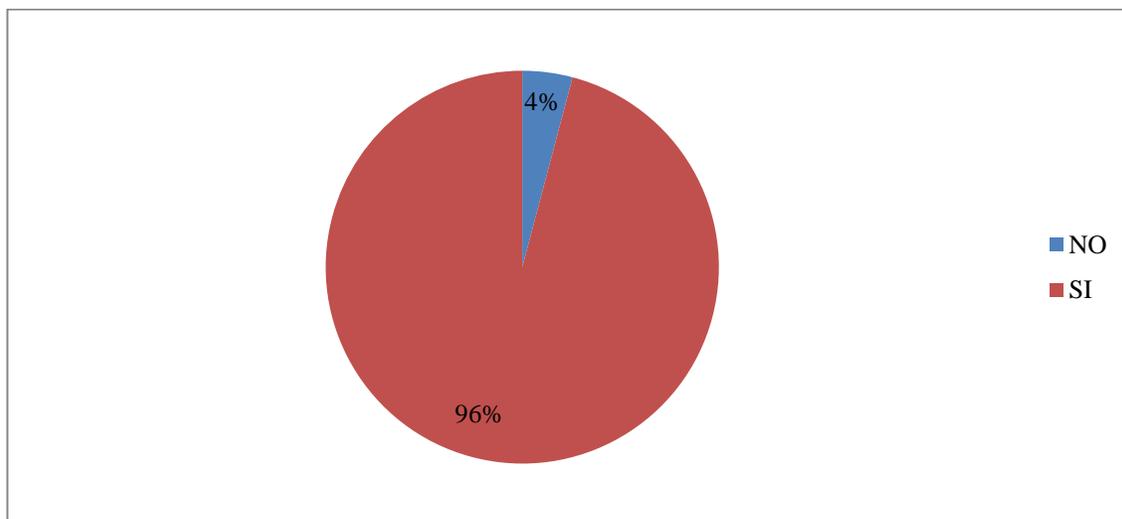
4. ¿Un estudio técnico SI determinará la localización, tamaño, procesos operativos y capitales que se utilizaran para la creación de la empresa?

Tabla Nro.: 4.2.6.- Estudio técnico

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
No	11	4%
Si	256	96%
Total	267	100%

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

Gráfica Nro.: 4.2.4.- Estudio técnico



Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

### **Interpretación**

El 94% de los encuestados manifiesta que un estudio técnico si determinará la localización, tamaño, procesos ejecutivos y recursos que se manipularan para la creación de la empresa y el cuatro por ciento manifiestan que no.

### **Análisis**

En su gran mayoría de los agricultores encuestados el cual corresponde al 96% manifiestan que un estudio técnico si determinará como base para determinar la localización, tamaño, procesos operativos y recursos.

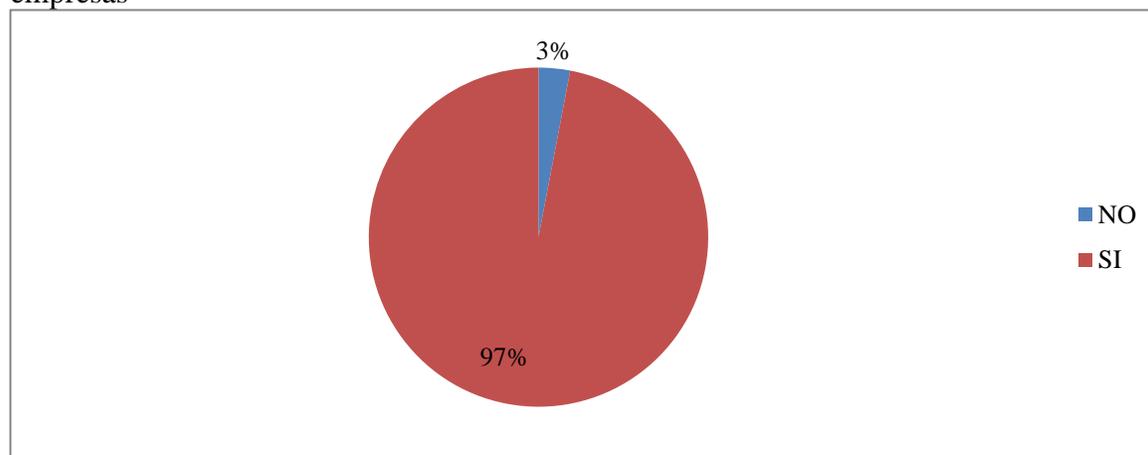
5. ¿Cree usted que la estructura organizacional y legal de la empresa productora y comercializadora de café tostado –molido, NO ha determinado la creación de empresas acorde con las estatutos vigentes del Ecuador?

Tabla Nro.: 4.2.7.- La estructura organizacional y legal no ha terminante la creación de empresas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
No	8	3%
Si	259	97%
Total	267	100%

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

Gráfica Nro.: 4.2.5.- La estructura organizacional y legal no ha determinado la creación de empresas



Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

### Interpretación

El 97% de los encuestados manifiesta que una estructura organizacional y legal de una empresa productora y comercializadora de café tostado –molido, si determina la creación de la empresa acorde con las leyes vigentes del Ecuador y el tres por ciento manifiestan que no.

### Análisis

El 97% de los agricultores encuestados manifiestan que una estructura organizacional y legal de una empresa productora y comercializadora de café tostado –molido, si determina la creación de la empresa acorde con las leyes vigentes del Ecuador.

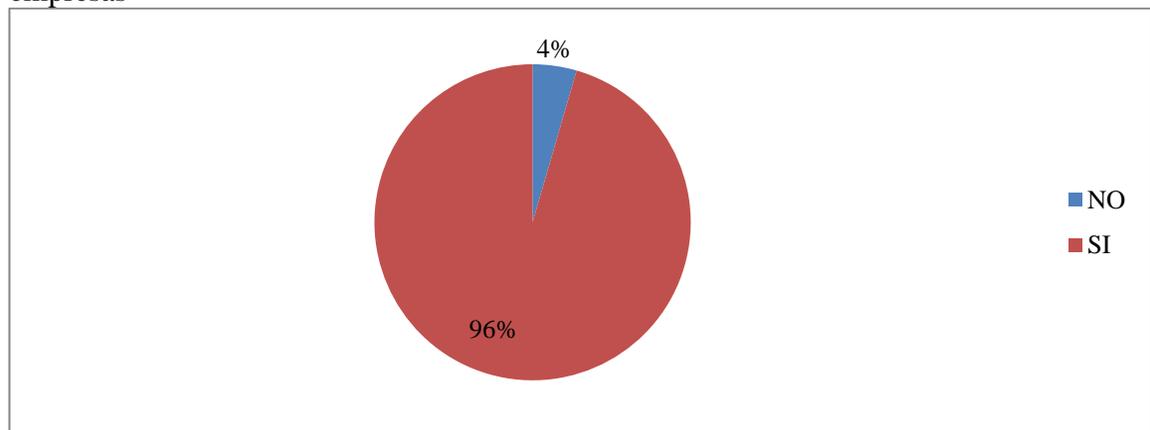
6. ¿Cree usted que la estructura organizacional y legal de la empresa productora y comercializadora de café tostado –molido, SI determinará la creación de empresas acorde con las leyes vigentes del Ecuador?

Tabla Nro.: 4.2.8.- La estructura organizacional y legal si determinará la creación de empresas

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
No	12	4%
Si	255	96%
Total	267	100%

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

Gráfica Nro.: 4.2.6.- La estructura organizacional y legal si determinará la creación de empresas



Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

### Interpretación

El 96% manifiesta que una estructura organizacional y legal de una empresa productora y comercializadora de café tostado –molido, si determinará la creación de la empresa acorde con las leyes vigentes del Ecuador y el cuatro por ciento manifiestan que no.

### Análisis

El 96% de los agricultores encuestados manifiestan que una estructura organizacional y legal de una empresa productora y comercializadora de café tostado –molido, si determinará la creación de la empresa acorde con las leyes vigentes del Ecuador

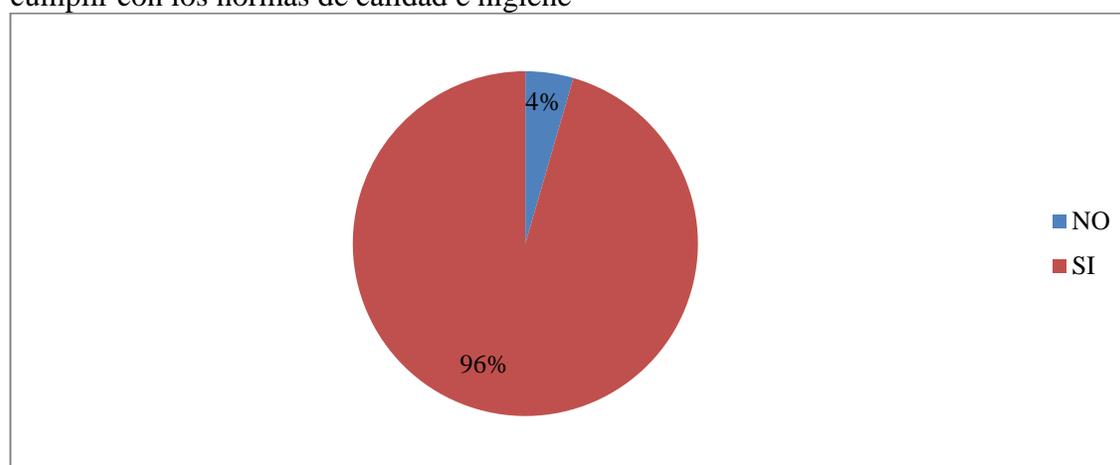
7. ¿Cree usted que los diseño de procesos de producción y comercialización NO ha permitido cumplir con los normas de calidad e higiene para la ganancia del registro sanitario del café tostado – molido?

Tabla Nro.: 4.2.9.- Los procesos de producción y comercialización no ha permitido cumplir con los normas de calidad e higiene

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
No	12	4%
Si	255	96%
Total	267	100%

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

Gráfica Nro.: 4.2.7.- Los procesos de producción y comercialización no ha permitido cumplir con los normas de calidad e higiene



Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

### **Interpretación**

El 96% de los encuestados manifiesta que un diseño de procesos de producción y comercialización si ha permitido cumplir con los normas de calidad e higiene para la consecución del registro sanitario del café tostado – molido y el 4% manifiestan que no.

### **Análisis**

El 96% de los productores encuestados manifiestan que un diseño de procesos de producción y comercialización si ha permitido cumplir con los normas de calidad e higiene para la consecución del registro sanitario del café tostado – molido.

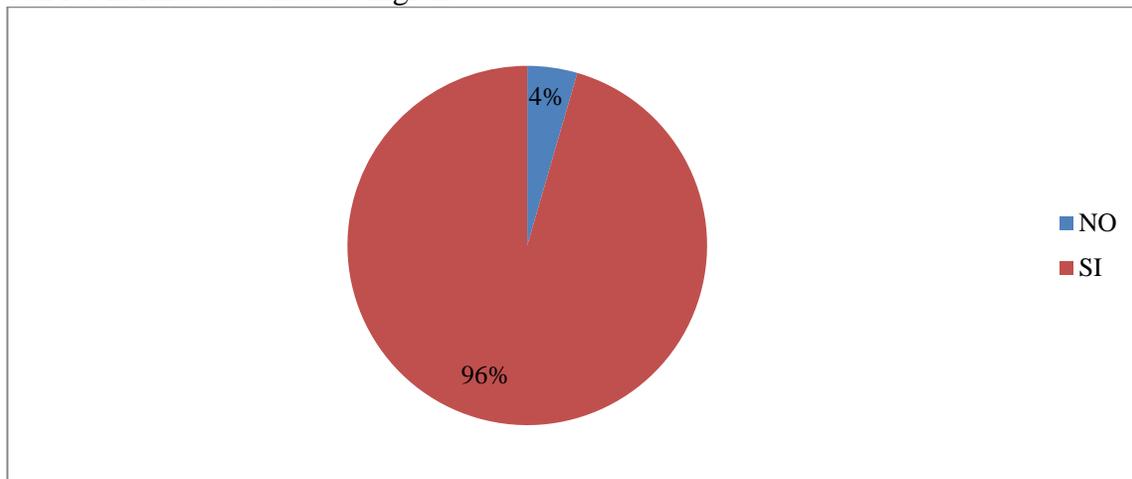
11. ¿Cree usted que los proyectos de procesos de producción y comercialización SI permitirá consumir con los reglas de calidad e higiene para la éxito del registro sanitario del café tostado – molido?

Tabla Nro.: 4.2.10.- Los procesos de producción y comercialización si permitirá cumplir con los normas de calidad e higiene

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
No	8	3%
Si	259	97%
Total	267	100%

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

Gráfica Nro.: 4.2.8.- Los procesos de producción y comercialización SI permitirá cumplir con los normas de calidad e higiene



Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

### Interpretación

El 96% de los encuestados manifiesta que un diseño de planes de producción y comercialización si ha permitido cumplir con los normas de calidad e higiene para la consecución del registro sanitario del café tostado – molido y el cuatro por ciento muestran que no.

### Análisis

El 96% de los productores encuestados manifiestan que un diseño de procesos de producción y comercialización si permitirá cumplir con las normas de calidad e higiene para la consecución del búsqueda sanitario del café tostado – molido.

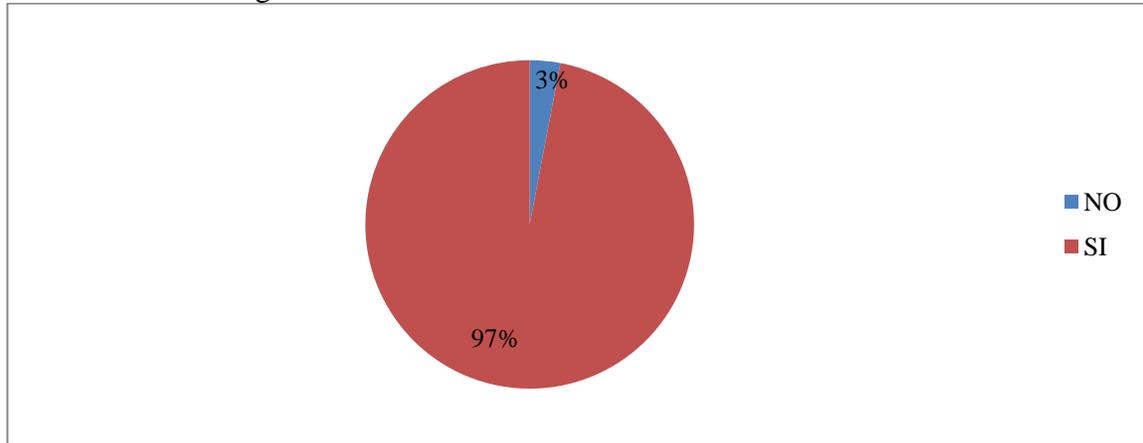
12. ¿Que usted los estudios financiero NO ha permitido determinar la factibilidad y la viabilidad de los negocio, en el corto y mediano plazo?

Tabla Nro.: 4.2.11.- Los estudios financiero no ha permitido determinar la factibilidad y la viabilidad de los negocio

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
No	8	3%
Si	259	97%
Total	267	100%

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

Gráfica Nro.: 4.2.9.- Los estudios financiero no ha permitido determinar la factibilidad y la viabilidad de los negocio



Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

### Interpretación

El 97% de los encuestados manifiesta que los estudios financiero si han permitido determinar la posibilidad y la aptitud de los negocio, en el breve y módico plazo el tres por ciento manifiestan que no.

### Análisis

En su gran parte de los agricultores que corresponde el 97% manifiestan que los estudios financiero si han permitido determinar la factibilidad y la viabilidad de los negocio, en el corto y mediano plazo.

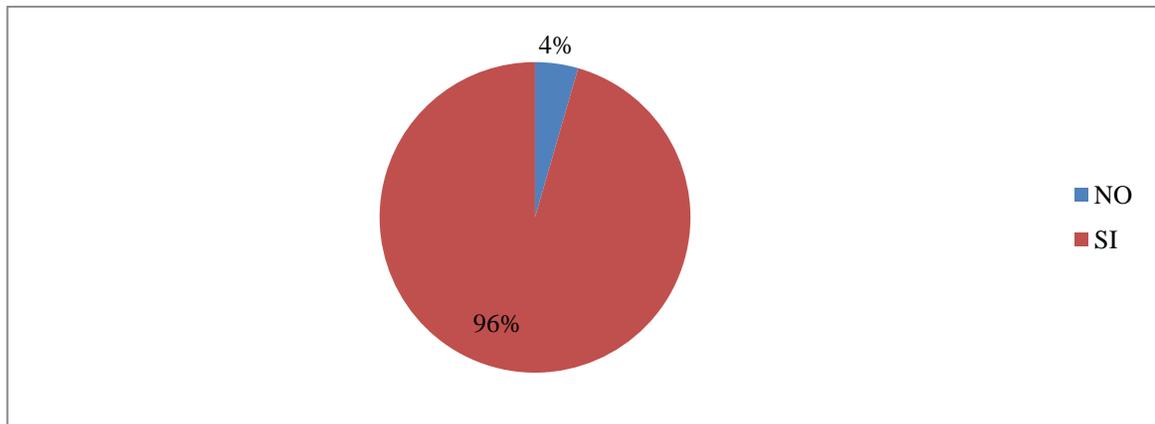
13. ¿Que usted los estudios financiero permitirá determinar la factibilidad y la viabilidad de los negocio, en el corto y mediano plazo?

Tabla Nro.: 4.2.12.- Los estudios financiero permitirá determinar la factibilidad y la viabilidad de los negocio

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
No	12	4%
Si	256	96%
Total	268	100%

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

Gráfica Nro.: 4.2.10.- Los estudios financiero permitirá determinar la factibilidad y la viabilidad de los negocio



Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

### Interpretación

El 96% de los encuestados manifiesta que los estudios financiero si permitirán determinar la factibilidad y la viabilidad de los negocio, en el corto y mediano plazo el 4% manifiestan que no.

### Análisis

En su gran parte de los agricultores que corresponde el 96% manifiestan que los estudios financiero si permitirán determinar la factibilidad y la viabilidad de los negocio, en el corto y mediano plazo.

## 4.3. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

### 4.3.1. Comprobación de la hipótesis general

El diseño de un modelo de gestión para la producción y comercialización de café tostado – molido, para pequeños agricultores de café en la ciudad de Loja, provincia de Loja; será una fuente de crecimiento económico de los pequeños agricultores en el periodo julio 2015- enero 2016.

Hipótesis nula  $H_0$  = El diseño de un modelo de gestión para la producción y comercialización de café tostado – molido, para pequeños agricultores de café en la ciudad de Loja, provincia de Loja; NO será una fuente de crecimiento económico de los pequeños agricultores en el periodo julio 2015- enero 2016.

Hipótesis alternativa  $H_1$ = El diseño de un modelo de gestión para la producción y comercialización de café tostado – molido, para pequeños agricultores de café en la ciudad de Loja, provincia de Loja; SI será una fuente de crecimiento económico de los pequeños agricultores en el periodo julio 2015- enero 2016.

Probabilidad: 95%

Nivel de significancia: 5%

$Z = 1,64$

**Pregunta 1.** ¿Cree usted que un modelo de gestión para la producción y comercialización de café tostado – molido, No ha incidido como fuente de crecimiento económico para pequeños agricultores de café?

**Pregunta 2.** ¿Cree usted que un modelo de gestión para la producción y comercialización de café tostado – molido, Si incidirá en el crecimiento económico de pequeños agricultores de café?

Tabla Nro.: 4.2.13.- Resultado de encuestas de la hipótesis general

VALORES REALES OBSERVADOS			
RESPUESTA	ANTES	DESPUES	TOTAL
NO	16	11	27
SI	251	256	507
TOTAL	267	267	534

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

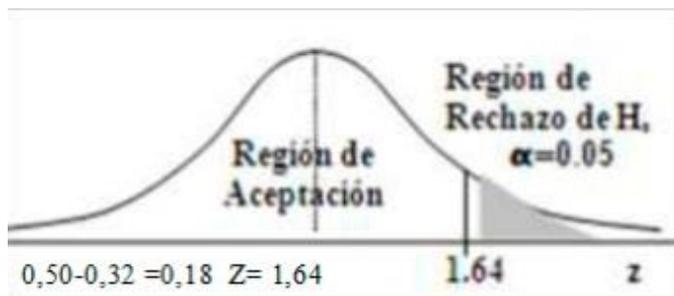
Tabla Nro.: 4.2.14.- Valores esperados de hipótesis general

VALORES ESPERADOS		
RESPUESTA	ANTES	DESPUES
NO	14	14
SI	254	254

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

P-VALOR= 0,3233779

Con un nivel de confianza del 95% se determina que como P- VALOR 0,32 es menor a alfa 0,50 por lo que se rechaza la hipótesis nula  $H_0$  y se acepta la hipótesis alternativa  $H_1$ ; es decir las 2 variables están relacionadas.



#### 4.3.2. Comprobación de la hipótesis específica 1

Un estudio de mercado podrá determinar la oferta y demanda existente de café tostado y molido en la ciudad de Loja.

Hipótesis nula  $H_0$  = Un estudio de mercado No ha determinado la oferta y demanda existente de café tostado y molido en la ciudad de Loja

Hipótesis alternativa  $H_i$ = Un estudio de mercado SI determinará la oferta y demanda existente de café tostado y molido en la ciudad de Loja.

Probabilidad: 95%

Nivel de significancia: 5%

$Z = 1,64$

Pregunta 3. ¿Considera usted que estudio de mercado No ha determinado la oferta y demanda existente de café tostado y molido en la ciudad de Loja?

Pregunta 4. ¿Considera usted que estudio de mercado SI determinará la oferta y demanda existente de café tostado y molido en la ciudad de Loja?

Tabla Nro.: 4.2.15.- Resultado de encuestas de la hipótesis específica 1

VALORES REALES OBSERVADOS			
RESPUESTA	ANTES	DESPUES	TOTAL
NO	17	13	30
SI	250	254	504
TOTAL	267	267	534

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

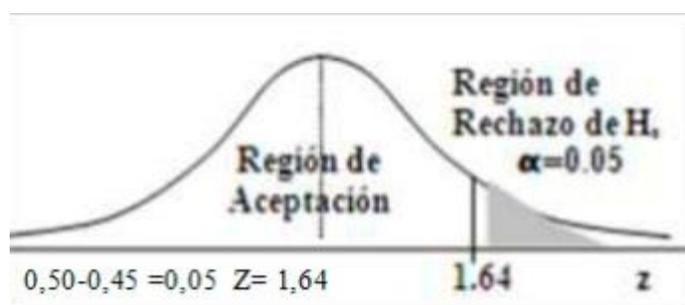
Tabla Nro.: 4.2.16.- Valores esperados de hipótesis específica 1

VALORES ESPERADOS		
RESPUESTA	ANTES	DESPUES
NO	15	15
SI	252	252

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

P-VALOR= 0,452220898

Con un nivel de confianza del 95% se determina que como P- VALOR 0,45 es menor a alfa 0,50 por lo que se rechaza la hipótesis nula  $H_0$  y se acepta la hipótesis alternativa  $H_i$ ; es decir las 2 variables están relacionadas.



### 4.3.3. Comprobación de la hipótesis específica 2

Un estudio técnico podrá determinar la localización, tamaño, procesos operativos y recursos que se utilizaran para la creación de la empresa.

Hipótesis nula  $H_0$  = Un estudio técnico NO ha servido como base para determinar la localización, tamaño, procesos operativos y recursos que se utilizaran para la creación de la empresa.

Hipótesis alternativa  $H_i$  = Un estudio técnico SI determinará la localización, tamaño, procesos operativos y recursos que se utilizaran para la creación de la empresa.

Probabilidad: 95%

Nivel de significancia: 5%

$Z = 1,64$

Pregunta 5. ¿Un estudio técnico NO ha servido como base para determinar la localización, tamaño, procesos operativos y recursos que se utilizaran para la creación de la empresa?

Pregunta 6. ¿Un estudio técnico SI determinará la localización, tamaño, procesos operativos y recursos que se utilizaran para la creación de la empresa?

Tabla Nro.: 4.2.17.- Resultado de encuestas de la hipótesis específica 2

VALORES REALES OBSERVADOS			
RESPUESTA	ANTES	DESPUES	TOTAL
NO	15	11	26
SI	252	256	508
TOTAL	267	267	534

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

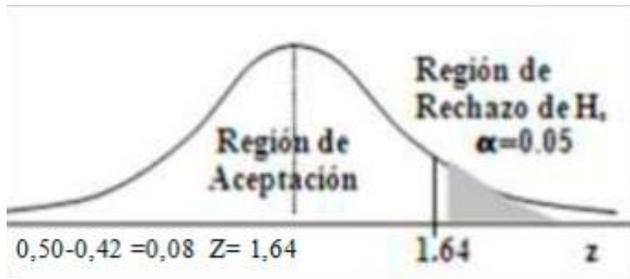
Tabla Nro.: 4.2.18.- Valores esperados de hipótesis específica 2

VALORES ESPERADOS		
RESPUESTA	ANTES	DESPUES
NO	13	13
SI	254	254

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

P-VALOR= 0,421230131

Con un nivel de confianza del 95% se determina que como P- VALOR 0,42 es menor a alfa 0,50 por lo que se rechaza la hipótesis nula  $H_0$  y se acepta la hipótesis alternativa  $H_1$ ; es decir las 2 variables están relacionadas.



$0,50-0,42 = 0,08$   $Z= 1,64$

#### 4.3.4. Comprobación de la hipótesis específica 3

El diseño de una estructura organizacional y legal de la empresa productora y comercializadora de café tostado –molido, permitirá la creación de la empresa acorde con las leyes vigentes del Ecuador.

Hipótesis nula  $H_0$  = La estructura organizacional y legal de la empresa productora y comercializadora de café tostado –molido, NO ha determinado la creación de empresas acorde con las leyes vigentes del Ecuador Hipótesis alternativa.

$H_1$ = Una estructura organizacional y legal de la empresa productora y comercializadora de café tostado –molido, SI determinará la creación del negocio acorde con las leyes vigentes del Ecuador

Probabilidad: 95%

Nivel de significancia: 5%

$Z= 1,64$

Pregunta 7. ¿Cree usted que la estructura organizacional y legal de la empresa trabajadora y comercializadora de café tostado –molido, NO ha determinado la creación de empresas acorde con las leyes actuales del Ecuador?

Pregunta 8. ¿Cree usted que la estructura organizacional y legal de la empresa productora y comercializadora de café tostado –molido, SI determinará la creación de empresas acorde con las leyes vigentes del Ecuador?

Tabla Nro.: 4.2.19.- Resultado de encuestas de la hipótesis específica 3

VALORES REALES OBSERVADOS			
RESPUESTA	ANTES	DESPUES	TOTAL
NO	8	12	20
SI	259	255	514
TOTAL	267	267	534

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

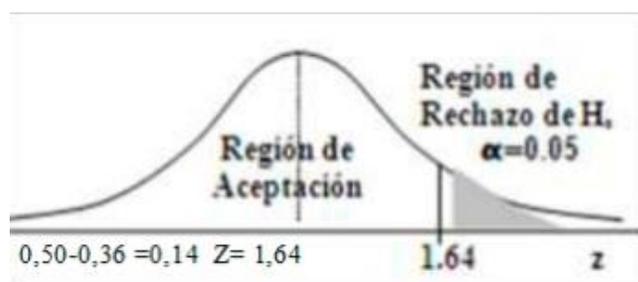
Tabla Nro.: 4.2.20.- Valores esperados de hipótesis específica 3

VALORES ESPERADOS		
RESPUESTA	ANTES	DESPUES
NO	10	10
SI	257	257

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

P-VALOR= 0,361946442

Con un nivel de confianza del 95% se determina que como P- VALOR 0,36 es menor a alfa 0,50 por lo que se rechaza la hipótesis nula  $H_0$  y se acepta la hipótesis alternativa  $H_1$ ; es decir las 2 variables están relacionadas.



#### 4.3.5. Comprobación de la hipótesis específica 4

El diseño del proceso de producción y comercialización permitirá cumplir con los normas de calidad e higiene para la consecución del registro sanitario del café tostado – molido.

Hipótesis nula  $H_0$  = Los diseño de procesos de producción y comercialización NO ha permitido cumplir con los normas de calidad e higiene para la consecución del registro sanitario del café tostado – molido

Hipótesis alternativa  $H_1$ = Un diseño de procesos de producción y comercialización SI permitirá cumplir con los normas de calidad e higiene para la consecución del registro sanitario del café tostado – molido.

Probabilidad: 95%

Nivel de significancia: 5%

$Z = 1,64$

Pregunta 9. ¿Cree usted que los diseño de procesos de producción y comercialización NO ha permitido cumplir con los normas de calidad e higiene para la consecución del registro sanitario del café tostado – molido?

Pregunta 10. ¿Cree usted que los diseño de procesos de producción y comercialización SI permitirá cumplir con los normas de calidad e higiene para la consecución del registro sanitario del café tostado – molido?

Tabla Nro.: 4.2.21.- Resultado de encuestas de la hipótesis específica 4

VALORES REALES OBSERVADOS			
RESPUESTA	ANTES	DESPUES	TOTAL
NO	12	8	20
SI	255	259	514
TOTAL	267	267	534

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

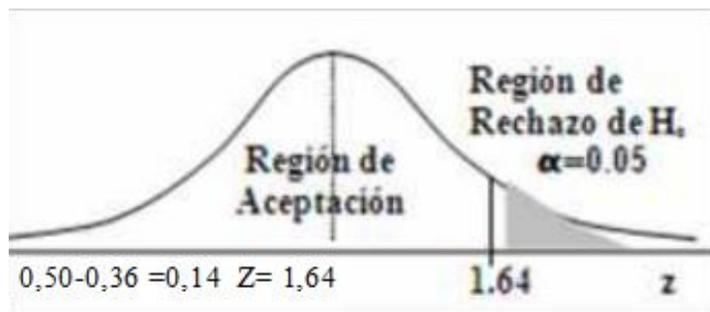
Tabla Nro.: 4.2.22.- Valores esperados de hipótesis específica 4

VALORES ESPERADOS		
RESPUESTA	ANTES	DESPUES
NO	10	10
SI	257	257

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

P-VALOR= 0,361946442

Con un nivel de confianza del 95% se determina que como P- VALOR 0,36 es menor a alfa 0,05 por lo que se rechaza la hipótesis nula  $H_0$  y se acepta la hipótesis alternativa  $H_1$ ; es decir las 2 variables están relacionadas.



#### 4.3.6. Comprobación de la hipótesis específica 5

El estudio financiero, permitirá determinar la factibilidad de la empresa y la viabilidad del negocio, en el corto y mediano plazo.

Hipótesis nula  $H_0 = 11$ . Los estudios financieros NO han permitidito determinar la factibilidad y la viabilidad de los negocio, en el corto y mediano plazo.

Hipótesis alternativa  $H_1 =$  Los estudios financieros permitirán determinar la factibilidad y la viabilidad de los negocio, en el corto y mediano plazo.

Probabilidad: 95%

Nivel de significancia: 5%

$Z= 1,64$

Pregunta 11. ¿Que usted los estudios financiero NO ha permitidito determinar la factibilidad y la viabilidad de los negocio, en el corto y mediano plazo?.

Pregunta 12. ¿Que usted los estudios financiero permitirá determinar la factibilidad y la viabilidad de los negocio, en el corto y mediano plazo?

Tabla Nro.: 4.2.23.- Resultado de encuestas de la hipótesis especifica 5

VALORES REALES OBSERVADOS			
RESPUESTA	ANTES	DESPUES	TOTAL
NO	8	8	16
SI	260	259	519
TOTAL	268	267	535

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

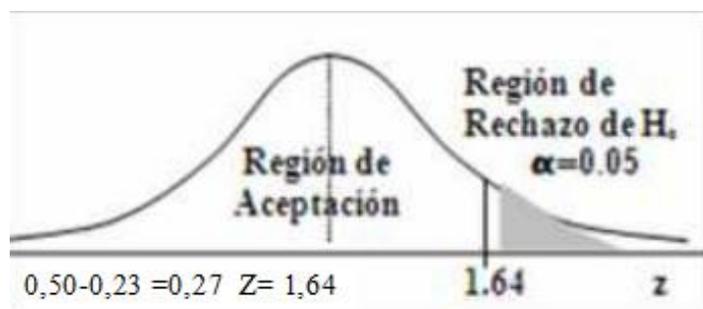
Tabla Nro.: 4.2.24.- Valores esperados de hipótesis específica 5

VALORES ESPERADOS		
RESPUESTA	ANTES	DESPUES
NO	12	8
SI	256	259

Elaboración: Glenda Rojas  
Fuente: Encuestas aplicadas

P-VALOR= 0,237417604

Con un nivel de confianza del 95% se determina que como P- VALOR 0,23 es menor a alfa 0,50 por lo que se rechaza la hipótesis nula  $H_0$  y se acepta la hipótesis alternativa  $H_1$ ; es decir las 2 variables están relacionadas.



## **CAPITULO V**

### **5.1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **CONCLUSIONES**

- Un estudio de mercado permite determinar la oferta y demanda existente de café tostado y molido en la ciudad de Loja.
- Un estudio técnico permite determinar la localización, tamaño, procesos operativos y recursos que se utilizaran para la creación de la empresa.
- Una estructura organizacional y legal de la empresa productora y comercializadora de café tostado y molido permite que el negocio se realice acorde con las leyes vigentes del Ecuador.
- Un plan de producción y comercialización logra que se produzca el producto final con normas de calidad e higiene.
- Un estudio financiero permite determinar la factibilidad de la empresa y la viabilidad del negocio, en el corto y mediano plazo.

## RECOMENDACIONES

- Realizar estudios de mercados que permitan determinar la oferta y demanda existente de café tostado y molido en la ciudad de Loja.
- Realizar estudios técnicos que permitan determinar la localización, tamaño, procesos operativos y recursos que se utilizaran para la creación de la empresa.
- Diseñar estructuras organizacionales y legales de la empresa productora y comercializadora de café tostado y molido que permita que el negocio se realice acorde con las leyes vigentes del Ecuador.
- Diseñar planes de producción y comercialización que logren que se produzca productos finales con normas de calidad e higiene.
- Realizar estudios financieros que permitan determinar la factibilidad de la empresa y la viabilidad del negocio, en el corto y mediano plazo.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Agencia pública de noticias del Ecuador. (26 de 02 de 2014). Agricultores del sur de Ecuador duplicarán la producción y exportación de café. Recuperado el 01 de 11 de 2016, de Agencia pública de noticias del Ecuador y Subamérica: <http://www.andes.info.ec/es/noticias/agricultores-sur-ecuador-duplicaran-produccion-exportacion-cafe.html>
- Agricultura, D. d. (s.f.). Deposito de documentos de la FAO . Recuperado el 01 de 11 de 2016, de Manual de manejo poscosecha de granos a nivel rural: <http://www.fao.org/docrep/X5027S/x5027S05.htm>
- Alvaro, Martínez. (2013). Desarrollo y definición de un modelo de gestión como paso previo para la innovación empresarial. Innovación.
- Andrade, Salazar; Jorge, Vinicio. (2015). Elaboración e Implementación de un Modelo de Gestión Administrativo Financiero en la Marisquería Delicias del Mar ubicado en la Ciudad de Riobamba Provincia de Chimborazo y su incidencia en la optimización de los procesos administrativos y rentabilidad fi. Riobamba.
- Arvizu, Elba; Myriam Navarro. (2014). Modelo de gestión para mejorar el desempeño individual en una Organización de la Sociedad Civil de la Ciudad Obregón, Sonora. Obregón.
- Arvizu, E. M. (2014). Modelo de gestión para mejorar el desempeño individual en una Organización de la Sociedad Civil de la Ciudad Obregón, Sonora. Obregón.
- Calzadilla, Ramón. (2004). La pedagogía como ciencia humanista: conocimiento de síntesis, complejidad y pluridisciplinariedad.
- Delgado , Pablo ; Larco , Alberto; García , Carlos. (2012). Informe de Terminación de Proyecto. Manta.
- Elizabeth, Robledo. (2015). Scribd. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/75951216/Concepto-de-Marco-Legal>
- Estudios de mercado OFF LINE y Online. (2005). Recuperado el 19 de 06 de 2016, de [http://www.estudiosdemercado.org/que\\_es\\_un\\_estudio\\_de\\_mercado.html](http://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html)
- Giner, J. (s.f.). El Tueste de Café. Forumcafé, 9-15.
- Grupo de investigación de Eumenet. (2016). Eumed.net. Recuperado el 16 de 06 de 2016, de <http://www.eumed.net/cursecon/dic/P11.htm>
- Jose, Belanzátegui; David , Almeida; Rosalina, Belanzátegui; Katty, Bravo; Luis, Mejía; Sánchez, María. (04 de 2016). Las cadenas productivas y su incidencia en la panificadora. Observatorio de la Economía Latinoamericana, 10.
- Kelly , María ; Robles, Cumbicus. (2015). Fortalecimiento de la cadena productiva y de valor del café en el cantón Puyango, provincia de Loja, año 2015. Loja.

- Lezama Osa, C. (11 de 2007). Monografías.com. Recuperado el 11 de 11 de 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos55/indicadores-gestion/indicadores-gestion4.shtml>
- Martín, Miguel ; Ángel Galindo. (2011). Crecimiento económico. Tendencias y nuevos desarrollos de la teoría económica, 41.
- merino, myriam. (2016). producción y comercialización de tilapia, y su contribución a la generación de campos ocupacionales en las parroquias de General Plaza y Yunganza del cantón Limón Indanza, provincia de Morona Santiago, en el periodo 2013 - 2014. Riobamba.
- Monar, Márquez; Julia, Carolina. (2015). Elaboración e implementación de un Plan de Negocios para el Centro de Artes Vieja Zcuela de la ciudad de Riobamba y su incidencia en el desarrollo económico en el primer semestre del 2013. Riobamba.
- Neira, Anner. (2014). En busca del mejor café Perunano del 2014. Cafetalero, 8.
- Nesspresso. (2016). Nesspresso. Recuperado el 01 de 11 de 2016, de <https://www.nesspresso.com/cl/es/pages/cafe-molido>
- Nicoletti, Silvia; Lladser, María; Vogliott, Ana. (14 de 03 de 2006). Monografias.com. Recuperado el 16 de 06 de 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos31>
- OFF LINE , O. (2005). Empresa de estudios de mercado, estudios de mercado OFF LINE y Online. Recuperado el 19 de 06 de 2016, de [http://www.estudiosdemercado.org/que\\_es\\_un\\_estudio\\_de\\_mercado.html](http://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html)
- OIC. (2016). La insuficiencia de Robusta lleva a que el mercado de café alcance el nivel más alto en 21 meses. Londres.
- OIC. (2016). La insuficiencia de Robusta lleva a que el mercado de café alcance el nivel más alto en 21 meses. Londres.
- Perú, S. (s.f.). Scanprogram. Recuperado el 01 de 11 de 2016, de Manejo poscosecha: <http://scanprogram.org/wp-content/uploads/2014/12/scan-peru-diptico-14.pdf>
- Porras, Karina. (2014). El mercado mundial del café tostado. Costa Rica.
- ProEcuador. (2013). Análisis Sectorial del Café. Quito.
- Preparación y evaluación de proyectos. (17 de 01 de 2016). Recuperado el 19 de 06 de 2016, de <http://proyectos.ingenotas.com/2009/01/estudio-organizacional-y-administrativo.html>
- Ramón, C. (2004). La pedagogía como ciencia humanista: conocimiento de síntesis, complejidad y pluridisciplinariedad.
- Rivadeneira , Diego. (28 de Marzo de 2012). Empresa & Actualidad. Recuperado el 27 de 11 de 2016, de <http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>

- Rivadeneira Diego. (28 de 03 de 2012). Empresas & Actualidad. Recuperado el 16 de 06 de 2016, de <http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>
- Rojas, G. (2012). Modelo. UUU, 5.
- Telégrafo. (12 de 02 de 2013). El telégrafo. Recuperado el 01 de 11 de 2016, de <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/masqmenos-2/1/pequenos-negocios-gran-potencial-las-claves-de-las-mipymes>
- Uxó, J. (2015). Expansión. Recuperado el 19 de 06 de 2016, de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/crecimiento-economico.html>
- Wilson, Saltos; Jéssyca, Alcocer. (2016). Modelo de gestión administrativa para el mejorameinto de la competitividad del sector artesanal de la cofección textil de ropa deportiva de la ciudad de Guano en el año 2014. Riobamba.

# **ANEXOS**

## **1. PROYECTO APROBADO**

### **1. TEMA:**

MODELO DE GESTIÓN PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE CAFÉ TOSTADO – MOLIDO PARA PEQUEÑOS AGRICULTORES DE CAFÉ EN LA CIUDAD DE LOJA, PROVINCIA DE LOJA; COMO FUENTE DE CRECIMIENTO ECONÓMICO, PERIODO JULIO 2015- ENERO 2016.

### **2. PROBLEMATIZACIÓN**

#### **2.1. Ubicación del sector donde se va a realizar la investigación**

La presente investigación se va realizar en la ciudad de Loja provincia de Loja.

#### **2.2. Situación Problemática**

Desde el año 2000, la sobre oferta mundial del grano de café provocaron la caída sostenida de los precios en el mercado internacional lo cual se generó una crisis para el sector de la agricultura; causando mayor pobreza entre los productores.

La producción de café en Ecuador tiene relevante importancia en los órdenes económico, social y ecológico ya que el cultivo y producción de café radica en su aporte de divisas del Estado Ecuatoriano y la generación de ingresos para las familias cafetaleras, la caficultura en el orden social se basa en la generación de empleo, directo e indirecto, para familias productores.

En la provincia de Loja el cultivo y recolección de café es una actividad familiar que demanda mano de obra que genera empleo rural y urbano; los agricultores que se dedican a este proceso de cultivo, por lo general no se inclinan al procesamiento y comercialización del producto listo para el consumo humano, en su gran mayoría el grano de café es vendido sin procesarlo a intermediarios, lo cual genera perdida para el productor, ya que los costos de cultivo y recolección son altos y los ingresos de la venta del producto es bajo, en ocasiones este ingreso no es suficiente ni siquiera para cubrir los costos de producción del grano de café y mucho menos para dejarle una ganancia al pequeño productor.

## 2.3 Formulación del problema

¿Cómo un modelo de gestión para la producción y comercialización de café tostado – molido para pequeños agricultores de café en la ciudad de Loja, provincia de Loja influirá como fuente de crecimiento económico?

## 2.4. Problemas Derivados

- ¿El desconocimiento de la oferta y demanda existente de café tostado y molido en la ciudad de Loja; se deberá a la falta de estudios de mercado?
- ¿Cómo un estudio técnico podrá determinar la localización, tamaño, procesos operativos y recursos que se utilizaran para la creación de la empresa?
- ¿Cómo una estructura organizacional y legal para la producción y comercializadora de café tostado –molido, permitirá la creación de una empresa acorde con las leyes vigentes del Ecuador?
- ¿Cómo un plan de producción y comercialización permitirá cumplir con los normas de calidad e higiene para la consecución del registro sanitario del café tostado – molido?
- ¿Cómo un estudio financiero, permitirá determinar la factibilidad de la empresa y la viabilidad del negocio, en el corto y mediano plazo?

## 3. Justificación

El café constituye uno de los productos más importantes de la exportación de Ecuador y de la economía mundial, se cotiza en las bolsas de valores de Londres (Robusta) y Nueva York (Arábica).

Ecuador es un productor de café, el cual exporta todos los tipos de café: arábigo lavado, arábigo natural y robusta. Los diferentes climas permiten que los cultivos de café se den en todo el país ya que la ubicación geográfica del Ecuador es favorable para la producción agrícola.

La producción del grano de café es temporal generando ingresos solo en los meses de junio, julio y agosto de cada año que resultan insuficientes para el sustento de las familias, particularmente por la dependencia de los precios del mercado internacional.

La presente investigación es de gran importancia ya que el tema que se va a investigar, tiene vínculo directo con el objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir, el tema a investigar impulsa la transformación de la matriz productiva, creando una empresa productora y comercializadora, que permita al pequeño productor convertir y transformar su producto en un negocio rentable, que mejore la economía de su familia e incentiven a seguir produciendo para lograr ser competitivo, generando mayor valor agregado en la producción nacional logrando la distribución equitativa y justa de la riqueza.

En la ciudad y provincia de Loja los pequeños productores no evidencian una utilidad justa de sus productos cultivados, ya que la intermediación de los productos genera que la utilidad la consigan los comercializadores, es por tal motivo que se pretende con el presente estudio demostrar que un pequeño agricultor también puede producir y comercializar café procesado listo para el consumo humano y a su vez generar una utilidad justa en el producto que cultiva.

## **4. Objetivos**

### **Objetivo General**

Diseñar un modelo de gestión para la producción y comercialización de café tostado – molido para pequeños agricultores de café en la ciudad de Loja, provincia de Loja; como fuente de crecimiento económico periodo julio 2015- enero 2016.

### **Objetivos Específicos**

- Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda existente de café tostado y molido en la ciudad de Loja.
- Realizar un estudio técnico con el fin de conocer la localización, tamaño, procesos operativos y recursos que se utilizaran para la creación de la empresa.
- Diseñar una estructura organizacional y legal de la empresa productora y comercializadora de café tostado y molido que estén acorde con las leyes vigentes del Ecuador.
- Diseñar un plan de producción y comercialización para lograr óptimos resultados cumpliendo normas de calidad e higiene.
- Realizar el estudio financiero para determinar la factibilidad de la empresa y la viabilidad del negocio, en el corto y mediano plazo.

## **5. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **5.1. Fundamentación teórica**

#### **5.1.1. Modelo**

“Es una herramienta que tiene como finalidad reflejar en su máxima aproximación la realidad en estudio, además sirve como guía operativa o de implementación” (Arvizu, 2014).

#### **5.1.2. Gestión**

“Es el conjunto de trámites que se realizan para resolver algo o concretar un proyecto, con la finalidad de optimizar los resultados esperados” (Arvizu, 2014).

#### **5.1.3. Modelo de gestión**

“Herramienta administrativa que sirve como guía para la realización de todas aquellas actividades encaminadas a mejorar los resultados organizacionales” (Arvizu, 2014).

“El objetivo principal de cualquier organización es ofrecer un producto y/o servicio para satisfacer o generar unas necesidades, deseablemente con un plan de negocio viable.

En este entorno competitivo, no solamente debemos hacer las cosas bien, sino que debemos hacerlo mejor que la competencia. Para ello, debemos desarrollar una cultura empresarial de creatividad que nos permita estar a la vanguardia de los cambios necesarios. La innovación no debemos considerarla sólo como un proceso de mejora o desarrollo de un nuevo producto, sino que debemos considerarla desde una visión amplia de la empresa, ya que será igual de importante el cómo se hace, que lo que se hace. Por ello, las empresas, como las PYMES en su entorno de globalización e internacionalización, tendrán que revisar y reconfigurar su modelo de negocio con cierta periodicidad. (Alvaro, 2013).

#### **5.1.4. Crecimiento económico**

“Crecimiento económico es el ritmo al que se incrementa la producción de bienes y servicios de una economía, y por tanto su renta, durante un período determinado. Este período puede ser muy corto (un trimestre o un año); pero la teoría del crecimiento económico se ocupa principalmente de analizar los factores que influyen en el ritmo al que crece una economía por término medio durante períodos más largos. De esta forma, el énfasis se pone más en la expansión de la capacidad productiva de un país que en sus fluctuaciones a corto plazo, de las que se ocupa la teoría del ciclo económico” (Uxó González, 2015).

#### **5.1.5. Comercialización**

“La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales.

##### **5.1.5.1. Funciones de Comercialización**

Las funciones universales de la comercialización son: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar y clasificar, financiar, correr riesgos y lograr información del mercado. El intercambio suele implicar compra y venta de bienes y servicios. A continuación se detallan las funciones principales:

Función comprar: Significa buscar y evaluar bienes y servicios para poder adquirirlos eligiendo el más beneficioso para nosotros.

Función venta: Se basa en promover el producto para recuperar la inversión y obtener ganancia.

Función transporte: Se refiere al traslado de bienes o servicios necesario para promover su venta o compra de los mismos.

La financiación: Provee el efectivo y crédito necesario para operar como empresa o consumidor.

Toma de riesgos: Entraña soportar las incertidumbres que forman parte de la comercialización” (Rivadeneira, 2012).

#### **5.1.6. Producción**

“Cualquier actividad que sirve para crear, fabricar o elaborar bienes y servicios. En un sentido algo más estricto puede decirse que producción económica es cualquier actividad que sirve para satisfacer necesidades humanas creando mercancías o servicios que se destinan al intercambio. El concepto económico de producción es, por lo tanto, suficientemente amplio como para incluir casi todas las actividades humanas: es producción el trabajo del artista y del artesano, la provisión de servicios personales y educacionales, la actividad agrícola y la de la industria manufacturera” (Eumednet, 2016).

#### **5.1.7. Estudio de mercado**

“Es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado Target (demanda) y proveedores, competencia (oferta)) ante un producto o servicio. Se analiza la oferta y la demanda, así como los precios y los canales de distribución.

El objetivo de todo estudio de mercado ha de ser terminar teniendo una visión clara de las características del producto o servicio que se quiere introducir en el mercado, y un conocimiento exhaustivo de los interlocutores del sector. Junto con todo el conocimiento necesario para una política de precios y de comercialización.

Con un buen estudio de mercado nos debería quedar clara la distribución geográfica y temporal del mercado de demanda. Cuál es el target con el perfil más completo, (sexo, edad, ingresos, preferencias, etc.), cual ha sido históricamente el comportamiento de la demanda y que proyección se espera, máxime si sus productos o servicio vienen a aportar valores añadidos y ventajas competitivas. Lo que puede revolucionar el sector, la oferta.

Análisis de precios y su evolución de los distintos competidores o demarcaciones geográficas.

Con respecto a la competencia, necesitaremos un mínimo de datos, quienes son y por cada uno de ellos volúmenes de facturación, cuota de mercado, evolución, empleados, costes de producción, etc. todo lo que podamos recabar” (Empresa de estudios de mercado, estudios de mercado OFF LINE y Online, 2005).

#### **5.1.8. Normas de calidad**

“La calidad incrementa el desarrollo y la diferenciación de los productos, favoreciendo el crecimiento de la competitividad. Responde a pautas técnicas que abarcan la gestión en todas las etapas de la cadena alimentaria (desde la obtención de la materia prima utilizada hasta el producto final elaborado.)

En el aspecto legal, las normas sanitarias y de seguridad son disposiciones públicas de cumplimiento obligatorio, susceptibles de fiscalización y sanción por su incumplimiento. Por otra parte, las normas y sistemas de calidad son de adopción voluntaria, y establecen las pautas de identificación y diferenciación de un producto o servicio en el mercado de los consumidores alimentarios.” (Perigo, 2006).

#### **5.1.9. Estudio técnico**

“El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el que se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, y se determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida para realizar la producción.

El estudio técnico debe responder a unos interrogantes:

- ¿El cómo?
- ¿El cuándo?
- ¿El dónde? y
- ¿Con qué se va a elaborar el producto o a prestar el servicio?”  
(Empresa de estudios de mercado, estudios de mercado OFF LINE y Online, 2005).

#### **5.1.10. Estudio legal y organizacional**

“El estudio organizacional y administrativo del proyecto considera la planeación e implementación de una estructura organizacional para la empresa o negocio, egresos de

inversión y operación en la organización, estudio legal, aspectos comerciales, aspectos técnicos, aspectos laborales, aspectos tributarios y contratación” (Apuntes de preparación y evaluación de proyectos, 2016).

“El marco legal proporciona las bases sobre las cuales las instituciones construyen y determinan el alcance y naturaleza de la participación política. En el marco legal regularmente se encuentran en un buen número de provisiones regulatorias y leyes interrelacionadas entre sí” (Robledo, 2015).

#### **5.1.11. Estudio financiero**

“Es la parte del análisis económico pretende determinar, cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de operación, que abarque las funciones de producción, administración y ventas; así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica. El estudio se integra generalmente con la formulación de los presupuestos de ingresos y gastos, así como la determinación y las fuentes de financiamiento que se requerirán durante la instalación y operación del proyecto” (Puchaicela, 2012).

#### **5.1.12. Factibilidad y viabilidad**

“Factibilidad: Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto. El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso y si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales. El resultado de los estudios de factibilidad de los trabajos de investigación es la base de las decisiones que se tomen para su introducción, por lo que deben ser lo suficiente precisas para evitar errores que tienen un alto costo social directo, en cuanto a los medios materiales y humanos que involucren; así como por la pérdida de tiempo en la utilización de las variantes de desarrollo más eficientes para la sociedad. Esto sólo se puede asegurar mediante el empleo de procedimientos y de análisis debidamente fundamentados.

Viabilidad: Que, por sus circunstancias, tiene probabilidades de poderse llevar a cabo. El concepto viabilidad es utilizado en la disciplina Evaluación de Proyectos para expresar contenidos diversos. Oferta y demanda. La oferta es la cantidad de bien o

servicio que el vendedor pone a la venta y la demanda es la cantidad de un bien o servicio que la gente desea adquirir” (Chevalier, 2006).

## **5.2. Antecedentes de Investigaciones anteriores**

Se procede a investigar en las bibliotecas virtuales de las universidades en Ecuador y el Instituto de promoción de exportación e inversiones, donde se encontraron temas que tienen relación con el presente tema de investigación los mismos que se detallan a continuación:

En el repositorio de la Universidad Técnica Particular de Loja se encontró los siguientes temas:

5.2.1. “Análisis Sectorial del Café en la Zona 7 del Ecuador, de las autoras Cumbicus Torres Esthela Marivel y Jiménez Azuero Ruth Mariela; la investigación fue realizada con el fin de analizar la situación actual del sector cafetalero de la Zona 7 del Ecuador, el mismo que fue desarrollado en las provincias de El Oro, Loja y Zamora Chinchipe a través de la recopilación de fuentes primarias y secundarias a continuación se cita las conclusiones más relevantes:

- La Región 7 del país posee altos potenciales en cuanto a clima y altitud, que le permiten competir en el mercado internacional; por ejemplo Loja, posee lugares altamente favorables, en donde se desarrolla un café de excelente calidad, destacándose por poseer mejores características organolépticas frente a otros países.
- La producción cafetalera en la Zona 7 del Ecuador, en los últimos años se ha visto afectada por la alta volatilidad en los precios y la permanencia de cafetales viejos lo que ha generado cambios drásticos en la economía de caficultores de esta zona, trayendo como consecuencia una baja producción, de 7 quintales por hectárea; además el 71% de los caficultores de esta zona sobrepasan los 45 años de edad, lo que los hace reacios a la adopción de nuevas prácticas de manejo del café.
- Las exportaciones de café en Ecuador son: en grano y café industrializado, el grano procesado cubre el 62% del total de las exportaciones; en los últimos 5 años se ha evidenciado un progreso en las exportaciones de café industrializado, tanto que la producción nacional no satisface la demanda de materia prima local para la industria, la misma que tiene una capacidad instalada de 1.200.000 sacos de 60 kg

aproximadamente; para cubrir esta necesidad la industria tiene que importar desde otros países productores; es por ello que a pesar de existir una baja producción (633.418 sacos de 60 kg) de café en el país, se reportan exportaciones de 1.201.350 sacos de 60 kg, que superan a la producción nacional.

- Ecuador es pequeño como país productor de café verde, pero es el único país productor de café que exporta más café soluble, convirtiéndose en el quinto país exportador de café soluble a nivel mundial. El destino de las exportaciones ecuatorianas de café en el 2010 estuvo dirigido principalmente a Polonia, Alemania, Colombia, Inglaterra, Estados Unidos y Japón. En la Zona 7 del país, el 85% de la producción que FAPECAFES compra a las siete asociaciones que agrupa, se exporta directamente hacia Estados Unidos, Canadá, Francia, Alemania, Bélgica; mientras que el 15% restante es para consumo nacional. Las exportaciones de esta zona en el 2010, constituyó un aporte del 0,53% al total de exportaciones ecuatorianas de café, las mismas que no permiten cubrir la demanda, debido a la baja producción. De Enero – Agosto del 2011, exporto 6.734 sacos de 60 kg, donde el 37% fue de café en grano y el 63% de café industrializado.” (Cumbicus Torres Esthela Marivel & Jiménez Azuero Ruth Mariela, 2012).

5.2.2. “Análisis sectorial, producción y comercialización de café en el cantón Puyango, de la autora Guachisaca Robles Sandra Cecibel; la investigación fue realizada con el fin de analizar el comportamiento de comercialización y producción de café en cantón Puyango; a continuación se cita las conclusiones más relevantes del tema:

- El café después del petróleo es la investigación fue realizada con el fin de analizar el segundo producto con mayores exportaciones en el mundo y posee un gran importancia para la economía de los países que producen y exportan, representa a Ecuador hasta febrero de 2014 según un boletín emitido por el ministerio de comercio exterior donde la participación de exportaciones de café es de un 2% dando a Puyango un aporte del 3.9% por medio de PROCAP en el 2014.

- En las etapas del cultivo de café como siembra, desarrollo, y cosecha ya que se realiza por pepiteo es decir manualmente donde se garantiza la calidad del grano, la provisión de materias primas, métodos para la comercialización, se ven reflejados así mayores costos en mano de obra y mayores costos en producción.

- La cadena productiva de café se ha debilitado por la Asociación de PROCAP ya no paga a los productores un precio alto por su café, sino más bien los comerciantes

locales lo pagan a aún poco más lo cual se debilita la cadena de valor habiéndose precios bajos por quintal de café.

- La producción del 85% que compra FAPECAFES como ACCRIM, APECAM, APECAP, APEOSAE, PROCAFEQ, PROCAP, están dirigidas a mercados como Alemania, Polonia, Colombia, Inglaterra, Estados Unidos y Japón y el 15% restante es para consumo nacional. Las exportaciones de esta zona representaban en el 2010 el 0,53% de todo el país donde no satisface la demanda.” (Cecibel, 2015).

En el repositorio de la Universidad de Cuenca se encontró el siguiente tema:

5.2.3. “Proyecto de procesamiento y comercialización de café ecológico en la parroquia San Antonio de las Aradas, cantón Quilanga, provincia de Loja para el año 2011, de los autores Martha Ortuño y Victor Salinas, la investigación fue realizada con el fin de contribuir a mejorar la calidad de vida de los pequeños productores de café, ofreciéndoles una alternativa de inversión que les permitirá obtener una rentabilidad basada en principios que ayudan a proteger el medio ambiente y dan la confiabilidad de un café de calidad al consumidor; a continuación se cita las conclusiones más relevantes del tema:

- El proyecto sí es viable porque según el estudio de mercado el producto que vamos a lanzar sí va a tener aceptación por los consumidores de café.
- Se obtendrá una rentabilidad alta, con lo cual la empresa podrá crecer en el mercado.
- Existe posibilidades de exportación del producto, ya que en otros países como Estados Unidos prefieren café ecológico, por lo que consideramos que es otra oportunidad de crecimiento para la empresa.

5.2.4. En el Instituto de promoción de exportación e inversiones se encuentra una investigación denominada “Análisis sectorial del Café, de autoría de Especialistas sectorial de café y elaborados – Dirección de Promoción de Exportaciones/ PRO ECUADOR; la investigación fue realizada con el fin de analizar el sector, evolución de exportaciones, principales mercados, principales competidoras, comportamiento y tendencia, acceso de mercados y oportunidad comerciales; la misma investigación de determina que el sector cafetalero para el Ecuador tiene gran importancia en los siguientes aspectos principalmente:

- Importancia económica: a) el aporte de divisas al Estado; b) la generación de ingresos para las familias cafetaleras; y c) fuente de ingresos para los otros actores de la

cadena productiva como: transportistas, comerciantes, exportadores, microempresarios, obreros de las industrias de café soluble y exportadoras de café en grano, entre otros.

- **Importancia social:** a) generación de empleo directo para 105,000 familias de productores; b) fuente de trabajo para varios miles de familias adicionales vinculadas a las actividades de comercio, agroindustria artesanal, industria de soluble, transporte y exportación; c) ocupación de muchas familias dedicadas a la provisión de bienes y servicios vinculadas del sector; d) intervención en los procesos productivos de las distintas etnias como son los kichwas, shuaras, tzáchilas y afroecuatorianos; y e) organización de un importante segmento de los cafetaleros, que forman un amplio tejido social y participan activamente en la vida nacional.
- **Importancia ecológica:** a) la amplia adaptabilidad de los cafetales a los distintos agro ecosistemas de la Costa, Sierra, Amazonía e Islas Galápagos; b) los cafetales, en su mayor parte, están cultivados bajo árboles de alto valor ecológico y económico, en diversos arreglos agroforestales, que constituyen un hábitat apropiado para muchas especies de la fauna y flora nativas; c) contribuyen a la captura de carbono de manera similar a los bosques secundarios; d) regulan el balance hídrico de los ecosistemas; y e) en el manejo tecnificado no requieren de una alta dependencia de agroquímicos.” (Especialista sectorial de café y elaborados – Dirección de Promoción de Exportaciones , 2013).

### **5.3. Fundamentación científica**

#### **5.3.1. Fundamentación epistemológica**

“Lo epistemológico al conocimiento científico, se caracteriza por un conjunto de tres factores intencionales y al mismo tiempo interrelacionados sistemáticamente: en primer lugar, una determinada actividad que realizan los científicos, caracterizada por una actitud y voluntad de indagar, examinar, descubrir, discriminar, extraer conclusiones de los datos de la realidad física o social (heurística); en segundo lugar, la utilización de algún método para organizar y sistematizar, lógica y ordenadamente, esos datos extraídos de la realidad; y, en tercer lugar, la construcción de conocimientos o proceso de teorización, derivado de los dos factores anteriores. En este sentido, no existe conocimiento científico sin que exista una actividad investigadora, una organización metodológica y una producción de conocimiento teórico. El conocimiento así construido debe tener, además, otra característica: su utilidad, (aspecto práctico del conocimiento).” (Gallego, 2009)

La fundamentación epistemológica servirá en el presente trabajo de investigación para indagar, examinar, descubrir, discriminar y extraer conceptos de investigaciones ya efectuadas, lo cual será la base para utilización ordenada, sistemática y lógica de los datos extraídos de la realidad, logrando una construcción de conocimientos o proceso de teorización, derivado de los dos factores anteriores.

### **5.3.2. Fundamentación filosófica**

“La filosofía aborda dos tipos muy especiales de problemas: por un lado aquellos que se relacionan con nuestras convicciones más profundas, las más radicales con un rasgo de ultimidad que hace muy difícil, por no decir imposible, profundizar más en la búsqueda de la fundamentación; por otro lado, aquellos que presentan una mayor generalidad, los conceptos que poseen un alcance universal en su aplicación, sin perder por ello densidad en su contenido. Radicalidad y universalidad propias de la filosofía frente lo que define la investigación científica, esto es, partir de supuestos aceptados sin revisión y centrarse en problemas específicos o locales. No es de extrañar, por tanto, que sean propios de la filosofía discusiones sobre lo que los clásicos llamaban grandes trascendentales del ser, la verdad, el bien y la belleza, con la reflexión sobre el ser y la realidad como problema ineludible”. (Morrión, 2007).

Esta investigación se la realizará en términos sistemáticos y confiables además se desarrollará con la finalidad de poder generar de manera creativa lineamientos atenuantes a la realidad con aceptación de un supuesto aceptado ante un problema de origen regional.

### **5.3.3. Fundamentación axiológica**

“Se designa con el término de Axiología a aquella rama de la Filosofía que se ocupa y centra en el estudio de la naturaleza de los valores y los juicios valorativos. Aunque por supuesto la filosofía y todo lo que esta disciplina estudia datan de muchísimos siglos atrás, la denominación de esta parte de estudio es relativamente nueva, ya que fue utilizada por primera vez recién en los comienzos del siglo pasado” (Red Onmidia LTDA, 2015).

Se centrará en un estudio basado en la ética y la determinación de nuevas teorías administrativas, con valores fundamentados en considerar que sea o no valioso el estudio técnico de dicha investigación.

### **5.3.4. Fundamentación Pedagógica**

“En este sentido, el sustrato metodológico de la pedagogía, como ciencia, es materialista y dialéctico (culminando en un proceso de síntesis). Es una parte importante en el contexto de la concepción sistémica de la Ciencia, de aquí que en su avance y perfeccionamiento intervengan el de otros campos que abordan diferentes aspectos de la realidad material y social, de manera concatenada y unitaria.

Por otra parte, si se define la ciencia como un sistema de conocimientos escrupulosamente comprobados, encontramos que los conocimientos pedagógicos reúnen estas condiciones. Tales conocimientos se refieren al sistema de relaciones recíprocas entre los miembros de la sociedad, que influyéndose mutuamente realizan el proceso de la educación, en el cual se alcanza el fin de formar a las generaciones tempranas (niños y jóvenes) en el respeto y acatamiento a las normas de la comunidad y en la asimilación de los valores considerados por ésta como deseables. Para la cabal dirección de esas relaciones recíprocas de los miembros de la comunidad, la pedagogía señala y clasifica los métodos más adecuados, función que no desempeña ninguna otra ciencia” (CALZADILLA, 2004).

Con la presente investigación se pretende cambiar la ideología culturalista de las personas, con el cómo, cuándo y dónde realizarlo, con el fin de establecer nuevos factores que determinen el logro de una alta productividad de la empresa.

### **5.3.5. Fundamentación Psicológica**

“La Psicología, se torna indispensable en la elaboración de Proyectos Pedagógicos, ya que aporta fundamentos acerca de cómo se produce el aprendizaje, los condicionantes evolutivos del sujeto que aprende, las relaciones interpersonales entre docentes y alumnos entre otros.

Estos aportes realizados desde un núcleo teórico conceptual específico de la psicología de la educación, serán diferentes considerando las distintas concepciones acerca del aprendizaje, los aspectos de la acción educativa a la que se le dé importancia en el proyecto (aspectos relacionales, motivacionales, evolutivos, metodología de la enseñanza), la conceptualización de las situaciones educativas y la concepción de educación subyacente” (Ana Vogliotti, Silvia Nicoletti & María Cecilia Lladser, 2006).

La aplicación de esta fundamentación se la realizará aplicando la teoría de lograr una alta productividad empresarial con la atención de las tareas administrativas y su planeación.

### **5.3.6. Fundamentación legal**

La fundamentación legal, es el principio o cimiento legal sobre el que se apoyan algunas acciones lo cual permitirá para que el presente trabajo de investigación se diseñe bajo la norma legal vigente del Ecuador.

La ley orgánica de salud manifiesta en el Art.90 El otorgamiento de Permisos de Funcionamiento Sujetos a Vigilancia y control Sanitario Art. 6 dispone que el permiso de funcionamiento es el documento otorgado por la autoridad sanitaria nacional a los establecimientos sujetos a vigilancia y control sanitario.

## **6. HIPÓTESIS**

### **6.1. Hipótesis general**

El diseño de un modelo de gestión para la producción y comercialización de café tostado – molido, para pequeños agricultores de café en la ciudad de Loja, provincia de Loja; será una fuente de crecimiento económico de los pequeños agricultores en el periodo julio 2015- enero 2016.

### **6.2. Hipótesis específicas**

- Un estudio de mercado podrá determinar la oferta y demanda existente de café tostado y molido en la ciudad de Loja.
- Un estudio técnico podrá determinar la localización, tamaño, procesos operativos y recursos que se utilizaran para la creación de la empresa.
- El diseño de una estructura organizacional y legal de la empresa productora y comercializadora de café tostado –molido, permitirá la creación de la empresa acorde con las leyes vigentes del Ecuador.
- El diseño de un plan de producción y comercialización permitirá cumplir con los normas de calidad e higiene para la consecución del registro sanitario del café tostado - molido.
- El estudio financiero, permitirá determinar la factibilidad de la empresa y la viabilidad del negocio, en el corto y mediano plazo.

## 7. OPERACIONALIZACIÓN DE LA HIPÓTESIS

### 7.1. Cuadro Nro. 1. Operacionalización de la hipótesis

VARIABLES	CONCEPTO	CATEGORIA	INDICADOR	TECNICA E INSTRUMENTO
<p><b>Variable independiente:</b> Modelo de gestión</p>	<p>“Gestión es administrar un conjunto de decisiones y acciones requeridas para hacer que un ente cumpla su propósito formal, de acuerdo a su misión en el contexto y bajo la guía de una planificación de sus esfuerzos. Gestión comprende el proceso de técnicas, conocimientos y recursos, para llevar a cabo la solución de tareas eficazmente.” (Lezama Osa, 2007).</p>	<p>Administrar</p> <p>Proceso</p> <p>Eficacia</p>	<p>% de vendedores de café tostado molido que poseen almacenes o locales donde fabrican el producto.</p> <p>% de café tostado molido que posee un proceso de producción con técnicas estandarizadas de calidad y normas sanitarias.</p> <p>% de grado de satisfacción de café tostado molido</p>	<p>TÉCNICA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> </ul> <p>INSTRUMENTO</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestionario</li> </ul>
<p><b>Variable dependiente:</b> Crecimiento económico</p>	<p>“Crecimiento económico es el ritmo al que se incrementa la producción de bienes y servicios de una economía, y por tanto su renta, durante un período determinado”. (Uxó, 2015).</p>	<p>Renta</p>	<p>Grado de rentabilidad</p>	<p>TÉCNICA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Encuesta</li> </ul> <p>INSTRUMENTO</p> <p>Cuestionario</p>

## **8. METODOLOGÍA.**

### **8.1 Tipo de Investigación**

- Investigación cuantitativa: A través de esta investigación se generalizará los resultados a determinada población a través de técnicas estadísticas de [muestreo](#).
- Investigación de Campo: Es la investigación aplicada para interpretar y solucionar alguna situación, problema o necesidad en un momento determinado. Las investigaciones son trabajadas en un ambiente natural en el que están presentes las personas, grupos y organizaciones científicas las cuales cumplen el papel de ser la fuente de datos para ser analizados.

### **8.2. Diseño de la Investigación**

Los tipos de investigación que se van a utilizar en el siguiente trabajo se lo realizará bajo la modalidad de modelo de gestión, el mismo que contará con las metodología de investigación descriptiva, correlacional, explicativa y aplicada.

- Descriptivo: Se realizará un estudio cuantitativo sobre los clientes potenciales y sus necesidades, el mismo que se describirá para la obtención de los resultados.
- Correlacional: Se medirá el grado de relación que existe entre las variables.
- Explicativa: Se explicaran los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto, lo cual permitirá conseguir los resultados y conclusiones del estudio de factibilidad.
- Aplicada: Se utilizara la investigación realizada para la solución del problema planteado.

### **8.3. Métodos de investigación**

- Método inductivo: Se utilizará este método para realizar las conclusiones a través de la investigación de campo realizada.
- Método deductivo: La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para

deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.

## 8.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

### 8.4.1. Población

Tabla Nro.- 0-1 Población

Población – Dinámica demográfica	Habitantes
Población total de Loja	225741
Productores de café en la provincia de Loja asociados	880

Elaborado: Glenda Rojas

### 8.4.2. Muestra para potenciales clientes

Con el fin de analizar el comportamiento del mercado al cual se quiere captar, se va a proceder a identificar la población y muestra la cual se detalla a continuación:

Son todos los individuos, instituciones unidades o elementos que se investigaran. (Álvarez Román 2011).

Tabla Nro.- 0-2 Datos para la muestra

Población – Dinámica demográfica	Habitantes
Población total del cantón Loja	225741
Población del sector Urbano	146280 (64.8%)
Población económicamente activa	79869 (54.6%)

Elaborado por: Glenda Rojas

La población que se utilizará en la presente investigación será la población económicamente activa de la ciudad de la ciudad de Loja sector urbano, con un total de 79869 habitantes, datos establecidos según INEC año 2010.

Las encuestas fueron aplicadas a la ciudadanía de la Ciudad de Loja.

Para el cálculo de la muestra se va a emplear la siguiente fórmula:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N-1)E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q} \\
 &= \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5) \cdot (79869)}{(79869 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)} \\
 &= \frac{76706,1876}{(79868)(0,0025) + (3,8416)(0,5)(0,5)} \\
 &= \frac{76707,148}{199,67 + 0,9604} \\
 &= \frac{76707,148}{200,6304}
 \end{aligned}$$

$$n = 382 \text{ Encuestas}$$

**Dónde:**

**n** = Tamaño de la muestra.

**N** = Universo de estudio

**Z** = Porcentaje de datos que se alcanza dado un porcentaje de confianza del 95% (1,96)

**P** = 50% probabilidad de éxito, en este caso "p" representa la probabilidad que el servicio sea demandado por la población objetivo.

**Q** = 50% Probabilidad de fracaso.

**E** = (5%) error de estimación.

De acuerdo a la tabla normal, el valor "Z" asociado a un nivel de confianza del 95% es de 1,96.

### 8.4.3. Muestra para productores

Con el fin de analizar el comportamiento del mercado al cual se quiere captar, se va a proceder a identificar la población y muestra la cual se detalla a continuación:

Son todos los individuos, instituciones unidades o elementos que se investigaran. (Álvarez Román 2011).

La población que se utilizará en la presente investigación será la cantidad de agricultores de café que se encuentran asociados.

Las encuestas fueron aplicadas a la ciudadanía de la Ciudad de Loja.

Para el cálculo de la muestra se va a emplear la siguiente fórmula:

$$\begin{aligned}n &= \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{(N-1)E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q} \\&= \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5) \cdot (880)}{(880 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)} \\&= \frac{845,15}{(879)(0,0025) + (3,8416)(0,5)(0,5)} \\&= \frac{845,15}{2,19 + 0,9604} \\&= \frac{845,15}{3,1579}\end{aligned}$$

$$n = 268 \text{ Encuestas}$$

**Dónde:**

**n** = Tamaño de la muestra.

**N** = Universo de estudio

**Z** = Porcentaje de datos que se alcanza dado un porcentaje de confianza del 95% (1,96)

**P** = 50% probabilidad de éxito, en este caso "p" representa la probabilidad que el servicio sea demandado por la población objetivo.

**Q** = 50% Probabilidad de fracaso.

**E** = (5%) error de estimación.

De acuerdo a la tabla normal, el valor "Z" asociado a un nivel de confianza del 95% es de 1,96.

## **8.6. Técnicas de Investigación**

La técnica más relevante para la presente investigación será la recolección de datos a través de la encuesta que es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un instrumento del cuestionario previamente elaborado, donde se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra.

También se utilizara la técnica de la observación donde se utilizará el instrumento de cuadros de trabajo (se presentan los datos en forma de cuadros, planillas, gráficos).

## **9. RECURSOS HUMANOS Y FINANCIEROS.**

### **9.1. Recursos Humanos**

La presente investigación para que se lleve a cabo es necesaria la participación de la persona responsable del proyecto, para el caso la investigadora y el tutor.

### **9.2. Recursos Materiales**

- Papel Bond
- Copias

- Anillados
- Empastados
- Flash y CD
- Bibliografía
- Gastos de Transporte

### 9.3. Recursos Tecnológicos

- Grabadora
- Computador
- Internet
- Cámara Fotográfica

### 9.4. Recursos Financieros

Cuadro Nro. 5

N°	DETALLE	VALOR
1	Consultas bibliográficas	20,00
2	Consulta internet	60,00
3	Llamadas telefónicas	60,00
4	CD y flash memory	20,00
5	Útiles de escritorio	30,00
6	Tinta para Impresora	60,00
7	Copias	30,00
8	Movilizaciones	200,00
9	Reproducción de Información	70,00
10	Impresión del Informe	30,00
11	Anillados	20,00
12	Empastado	60,00
SUBTOTAL		660,00
Imprevistos 10%		66, 00
TOTAL GENERAL		726, 00

Elaboración: Glenda Rojas

## 10. CRONOGRAMA

Cuadro Nro. 6

		Meses																							
N°	TIEMPO ESTIMADO	1				2				3				4				5				6			
	ACTIVIDADES	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Diseño del Proyecto	■	■	■																					
2	Presentación de Proyecto			■	■																				
3	Aprobación del Proyecto					■																			
4	Elaboración del Marco teórico						■	■	■																
5	Tutoría									■															
6	Diseño del instrumento de investigación										■														
7	Aplicación del instrumento											■	■	■											
8	Tutoría															■									
9	Tabulación de Resultados																■								
10	Tutoría																	■	■	■					
11	Análisis e Interpretación																		■	■	■				
12	Conclusiones y recomendaciones																			■					
13	Redacción final																				■	■			
14	Presentación del informe																						■	■	

Elaboración: Glenda Rojas

## 11. MATRIZ LÓGICA

<b>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>HIPOTESIS GENERAL</b>
¿Cómo un modelo de gestión para la producción y comercialización de café tostado – molido para pequeños agricultores de café en la ciudad de Loja, provincia de Loja influirá como fuente de crecimiento económico?	Diseñar un modelo de gestión para la producción y comercialización de café tostado – molido para pequeños agricultores de café en la ciudad de Loja, provincia de Loja; como fuente de crecimiento económico periodo julio 2015- enero 2016.	Un modelo de gestión para la producción y comercialización de café tostado – molido, Si incidirá en el crecimiento económico de pequeños agricultores de café?
<b>PROBLEMAS DERIVADOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECIFICA</b>
¿El desconocimiento de la oferta y demanda existente de café tostado y molido en la ciudad de Loja es por la falta de estudios de mercado?	Realizar un estudio de mercado para determinar la oferta y demanda existente de café tostado y molido en la ciudad de Loja.	Un estudio de mercado SI determinará la oferta y demanda existente de café tostado y molido en la ciudad de Loja
¿De qué manera un estudio técnico incidirá en la determinación de la localización, tamaño, procesos operativos y recursos que se utilizaran para la creación de la	Realizar un estudio técnico con el fin de conocer la localización, tamaño, procesos operativos y recursos que se utilizaran para la creación de la empresa.	Un estudio técnico SI determinará la localización, tamaño, procesos operativos y recursos que se utilizaran para la creación de la empresa

empresa?		
¿De qué manera una estructura organizacional y legal para la producción y comercializadora de café tostado –molido, incidirá en la creación de una empresa acorde con las leyes vigentes del Ecuador?	Diseñar una estructura organizacional y legal de la empresa productora y comercializadora de café tostado y molido que estén acorde con las leyes vigentes del Ecuador.	La estructura organizacional y legal de la empresa productora y comercializadora de café tostado –molido, SI determinará la creación de empresas acorde con las leyes vigentes del Ecuador
¿Cómo un plan de producción y comercialización incidirá en el cumplimiento de los normas de calidad e higiene para la consecución del registro sanitario del café tostado – molido?	Diseñar un plan de producción y comercialización para lograr óptimos resultados cumpliendo normas de calidad e higiene.	El diseño de planes de producción y comercialización SI permitirá cumplir con los normas de calidad e higiene para la consecución del registro sanitario del café tostado – molido
¿Cómo un estudio financiero, permitirá determinar la factibilidad de la empresa y la viabilidad del negocio, en el corto y mediano plazo?	Realizar el estudio financiero para determinar la factibilidad de la empresa y la viabilidad del negocio, en el corto y mediano plazo.	Los estudios financiero permitirá determinar la factibilidad y la viabilidad de los negocio, en el corto y mediano plazo

## 11. BIBLIOGRAFÍA

- Alvaro, M. (2013). Desarrollo y definición de un modelo de gestión como paso previo para la innovación empresarial. *Innovación*.
- Ana Vogliotti, Silvia Nicoletti & María Cecilia Lladser. (14 de 03 de 2006). *Monografias.com*. Recuperado el 16 de 06 de 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos31>
- Apuntes de preparación y evaluación de proyectos. (17 de 01 de 2016). Recuperado el 19 de 06 de 2016, de <http://proyectos.ingenotas.com/2009/01/estudio-organizacional-y-administrativo.html>
- Arvizu, E. M. (2014). Modelo de gestión para mejorar el desempeño individual en una Organización de la Sociedad Civil de la Ciudad Obregón, Sonora. Obregón.
- Calzadilla, R. (2004). La pedagogía como ciencia humanista: conocimiento de síntesis, complejidad y pluridisciplinariedad.
- Cecibel, G. R. (2015). Análisis Sectorial, Producción y Comercialización de café en el cantón Puyango. Loja: Creative Commons 4.0 CC BY- NY- SA.
- Chevalier, J. M. (2006). Viabilidad. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/112741382/La-Diferencia-Entre-Factibilidad-y-Viabilidad-Trabajo>
- Cumbicus Torres Esthela Marivel & Jiménez Azuero Ruth Mariela. (2012). Análisis sectorial del café en la zona 7 del Ecuador. Loja.
- Empresa de estudios de mercado, estudios de mercado OFF LINE y Online. (2005). Recuperado el 19 de 06 de 2016, de [http://www.estudiosdemercado.org/que\\_es\\_un\\_estudio\\_de\\_mercado.html](http://www.estudiosdemercado.org/que_es_un_estudio_de_mercado.html)
- Especialista sectorial de café y elaborados – Dirección de Promoción de Exportaciones . (2013). Análisis sectorial del café. Quito.
- Eumednet, G. d. (2016). Eumed.net. Recuperado el 16 de 06 de 2016, de <http://www.eumed.net/coursecon/dic/P11.htm>
- Gallego, J. D. (2009). Fundamentación epistemológica para la investigación pedagógica. Bogotá.
- Javier, N. (29 de 10 de 2008). El Blog El Salmon. Recuperado el 19 de 06 de 2016, de <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-oferta-y-la-demanda>
- Morrión, F. G. (2007). La investigación filosófica, la investigación sobre la Filosofía. *EPISTEME*, 41-58.
- Perigo, C. (04 de 2006). Revista agromensajes. Recuperado el 19 de 06 de 2016, de <http://www.fcagr.unr.edu.ar/Extension/Agromensajes/18/10AM18.htm>

- Puchaicela, J. J. (2012). Monografias. com. Recuperado el 19 de 06 de 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos82/estudio-financiero-productora-orquideas/estudio-financiero-productora-orquideas.shtml>
- Red Onmidia LTDA. (05 de 04 de 2015). Defenición ABC. Recuperado el 16 de 06 de 2016, de [www.definicionabc.com/derecho/derecho.php](http://www.definicionabc.com/derecho/derecho.php)
- Rivadeneira, D. (28 de 03 de 2012). Empresas & Actualidad. Recuperado el 16 de 06 de 2016, de <http://empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html>
- Robledo, E. C. (2015). Scribd. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/75951216/Concepto-de-Marco-Legal>
- Uxó González, J. (2015). Expansión. Recuperado el 19 de 06 de 2016, de <http://www.expansion.com/diccionario-economico/crecimiento-economico.html>

## **12. ESQUEMA DE TESIS**

PORTADA

CERTIFICACIÓN DEL AUTOR

AUTORIA

AGRADECIMIENTO

DEDICATORIA

SUMMARY

INDICE

INTRODUCCION

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO II

2. METODOLOGÍA

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

2.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

2.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS

2.4. PROCEDIMIENTO PARA EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

2.5. HIPÓTESIS

CAPÍTULO III

### 3. LINEAMIENTOS ALTERNATIVOS

#### 3.1. TEMA

#### 3.2. PRESENTACIÓN

#### 3.3. OBJETIVOS

#### 3.4. ESTUDIO DE MERCADO

#### 3.5. ESTUDIO TÉCNICO

#### 3.6. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA LEGAL

#### 3.7. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

#### 3.8. EVALUACIÓN FINANCIERA

#### 3.9. OPERATIVIDAD

### CAPÍTULO IV

#### 4. EXPOSICIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

##### 4.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE ENCUESTAS DE CLIENTES

##### 4.2. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE ENCUESTAS A PRODUCTORES

##### 4.3. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

### CAPITULO V

#### 5.1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### BIBLIOGRAFÍA

### ANEXOS

**2. ENCUESTA A PRODUCTORES**  
**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
**VICERRECTORADO DE POSTGRADO E INVESTIGACIÓN**  
**INVESTIGACIÓN DE POSTGRADO**  
**MAESTRÍA EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS MENCIÓN FINANZAS**  
**ENCUESTA PARA PRODUCTORES DE CAFE**

Encuestador: \_\_\_\_\_

Encuesta N°. \_\_\_\_\_ Fecha de la encuesta: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

El propósito de la encuesta es obtener información sobre la producción y comercialización de café tostado – molido en la ciudad de Loja, provincia de Loja.

**INDICACIONES**

La presente encuesta es de carácter confidencial, los datos obtenidos serán utilizados para el desarrollo de la presente investigación. Conteste con sinceridad todas las preguntas.

b) Marque con una (X) la respuesta seleccionada o enumere de ser el caso.

1. ¿Cree usted que un modelo de gestión para la producción y comercialización de café tostado – molido, No ha incidido como fuente de crecimiento económico para pequeños agricultores de café?  
Si.....  
No.....
2. ¿Cree usted que un modelo de gestión para la producción y comercialización de café tostado – molido, Si incidirá en el crecimiento económico de pequeños agricultores de café?  
Si.....  
No.....
3. ¿Considera usted que estudio de mercado No ha determinado la oferta y demanda existente de café tostado y molido en la ciudad de Loja?  
Si.....  
No.....
4. ¿Considera usted que estudio de mercado SI determinará la oferta y demanda existente de café tostado y molido en la ciudad de Loja?  
Si.....  
No.....
5. ¿Un estudio técnico NO ha servido como base para determinar la localización, tamaño, procesos operativos y recursos que se utilizaran para la creación de la empresa?  
Si.....  
No.....

6. ¿Un estudio técnico SI determinará la localización, tamaño, procesos operativos y recursos que se utilizarán para la creación de la empresa?
- Si.....
- No.....
7. ¿Cree usted que la estructura organizacional y legal de la empresa productora y comercializadora de café tostado –molido, NO ha determinado la creación de empresas acorde con las leyes vigentes del Ecuador?
- Si.....
- No.....
8. ¿Cree usted que la estructura organizacional y legal de la empresa productora y comercializadora de café tostado –molido, SI determinará la creación de empresas acorde con las leyes vigentes del Ecuador?
- Si.....
- No.....
9. ¿Cree usted que los diseño de planes de producción y comercialización NO ha permitido cumplir con los normas de calidad e higiene para la consecución del registro sanitario del café tostado – molido?
- Si.....
- No.....
10. ¿Cree usted que los diseño de planes de producción y comercialización SI permitirá cumplir con los normas de calidad e higiene para la consecución del registro sanitario del café tostado – molido?
- Si.....
- No.....
11. ¿Que usted los estudios financiero NO ha permitido determinar la factibilidad y la viabilidad de los negocio, en el corto y mediano plazo?
- Si.....
- No.....
12. ¿Que usted los estudios financiero permitirá determinar la factibilidad y la viabilidad de los negocio, en el corto y mediano plazo?
- Si.....
- No.....

### 3. ENCUESTA A CLIENTES

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**  
VICERRECTORADO DE POSTGRADO E  
INVESTIGACIÓN  
INVESTIGACIÓN DE POSTGRADO  
MAESTRÍA EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS MENCIÓN  
FINANZAS

#### ENCUESTA PARA CONSUMIDORES

Encuestador: \_\_\_\_\_

Encuesta N°. \_\_\_\_\_

Fecha de la encuesta: \_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_

El propósito de la encuesta es obtener información sobre la producción y comercialización de café tostado – molido en la ciudad de Loja, provincia de Loja.

#### INDICACIONES

La presente encuesta es de carácter confidencial, los datos obtenidos serán utilizados para el desarrollo de la presente investigación. Conteste con sinceridad todas las preguntas.

b) Marque con una (X) la respuesta seleccionada o enumere de ser el caso.

1. ¿Cuál es su género?                      Masculino \_\_\_\_\_                      Femenino \_\_\_\_\_

2. ¿Indique cuál es su edad?

Entre 15-30 años \_\_\_\_\_                      Entre 30-45 años \_\_\_\_\_

Entre 45-65 años \_\_\_\_\_                      Más de 65 años \_\_\_\_\_

3. ¿Consume usted café molido- tostado?

\_\_\_Si                      \_\_\_No

4. ¿Los vendedores de café tostado molido a los que usted compra, poseen almacenes o locales donde fabrican el producto?

\_\_\_Si                      \_\_\_No

5. ¿El café tostado molido que usted compra posee un proceso de producción con técnicas estandarizadas de calidad y normas sanitarias?

\_\_\_Si                      \_\_\_No

6. ¿Al comprar café tostado-molido que es lo primero que usted toma en cuenta?

Aroma \_\_\_\_\_ Sabor \_\_\_\_\_ Presentación \_\_\_\_\_ Precio \_\_\_\_\_ Procedencia \_\_\_\_\_  
Registro sanitario \_\_\_\_\_ Ninguno \_\_\_\_\_ Otros (Indique cual) \_\_\_\_\_

7. ¿Cuándo Usted compra café tostado-molido en qué presentación prefiere?

Kilos\_\_\_\_ Libras\_\_\_\_ Gramos\_\_\_\_ Sobres\_\_\_\_ Ninguno\_\_\_\_Otros (Indique cual)\_\_\_\_\_

8. ¿En qué lugar compra usted café tostado- molido?

Supermercados\_\_\_\_ Tiendas\_\_\_\_ Mercados libres\_\_\_\_ Productores \_\_\_\_\_  
Ninguno\_\_\_\_Otros (Indique donde)\_\_\_\_\_

9. ¿Cuánto paga Usted por una libra de café tostado-molido?

\$3,50\_\_\_\_\$3.75\_\_\_\_\$4.00\_\_\_\_ Otro Precio (Indique cual) \_\_\_\_\_

10. ¿El café tostado molido que usted adquiere satisface su compra?

\_\_\_Si                    \_\_\_No                    \_\_\_\_\_ A veces                    \_\_\_\_\_Otros

Gracias por su colaboración

#### 4. MINUTA DE CONSTITUCIÓN DEL NEGOCIO

##### SOCIEDAD EN NOMBRE COLECTIVO

Entre los señores....., ecuatorianos, .....años, soltero, ....., de profesión ....., de CI #..... y ....., ecuatoriano..... años, soltero, ..... de profesión ....., de CI #..... (Colocar por orden, nombre y apellido, nacionalidad, edad, estado Civil, domicilio, profesión y número de documento) se conviene celebrar el presente contrato de constitución de sociedad colectiva, que se registrará de acuerdo a lo normado por ley y a las siguientes cláusulas y condiciones que se estipulan a continuación:

**PRIMERO:** La sociedad colectiva se denominará “.....” (el artículo 126 de la ley de sociedades determina que se debe denominar agregando al nombre la palabra «compañía limitada» y en caso de utilizarse una razón social con el nombre de uno o alguno de los socios, no de todos, se utilizará la palabra «y compañía o su abreviatura»), con ..... domicilio en .....

**SEGUNDO:** La sociedad tendrá una duración de 10 años, a contar desde el día de firma del presente contrato. Este Plazo podrá ser prorrogado de común acuerdo entre los socios, por un periodo igual o el que éstos estipulen, debiendo realizar la inscripción de la prórroga en el Registro Público de Comercio y su comunicación a la Inspección General de Justicia. Cualquiera de los socios puede retirarse de la sociedad, debiendo comunicar su decisión a los restantes socios con una anticipación de 20 días, a la fecha de su retiro. La sociedad en este caso confeccionará un balance general a los efectos de determinar el monto de la cuota que le correspondiese. El pago de la misma se efectuará en cuotas mensuales iguales y consecutivas. La primer cuota se efectivizará a los treinta días de establecido el monto de la misma.

**TERCERO:** La sociedad tendrá como objeto a la Compra, venta,.....(El art. II, inciso 3° de la ley 19.550 dice «La designación de su objeto, que debe .ser preciso y determinado») para tal fin los socios podrán ejecutar los actos tendientes al cumplimiento del objeto social de producción y comercialización de café tostado molido.

**CUARTO:** El capital social es de \$...... de dólares americanos .Que se suscribe en su totalidad por los socios en las siguientes proporciones: .....

**QUINTO:** La sociedad estará administrada y representada por los socios gerentes

señores..... tendrán el uso de la firma social. Les está prohibido el uso de la firma social en negocios ajenos a la sociedad o para avalar o garantizar operaciones a favor de terceros, ajenas al giro comercial. A fin de cumplimentar el objeto se encuentran facultados para:

- a) Adquirir, vender, permutar, ceder, transferir, ofrecer a embargo, preñar o locar bienes muebles o títulos valores, acciones, mercaderías;
- b) Celebrar todo tipo de contrato de crédito con Bancos oficiales, mixtos o privados, o compañías financieras, abriendo cuentas, efectuando depósitos o extrayéndolos, convenir plazos e intereses o realizando cualquier tipo de operación bancaria o comercial;
- c) Conferir poderes especiales o generales o revocarlos, cuantas veces creyeren necesarios;
- d) Nombrar, trasladar, ascender o despedir a los empleados de la sociedad, debiendo asimismo fijar su tarea, su horario, controlar los mismos y fijar su remuneración;
- e) Crear asimismo los empleos que consideren necesarios para el mejor desarrollo de los fines sociales, determinando al momento de su fijación las cualidades de idoneidad para su desempeño;
- f) Convocar a la junta de socios.

**SEXTO:** El cargo de Administradores Gerentes es rentado debiendo fijarse la misma en la Junta de socios. Aparte de la retribución que reciban se les reembolsarán todos los gastos que hayan efectuado en representación de la sociedad.

**SEPTIMO:** El socio administrador podrá ser removido en cualquier momento por el voto de la mayoría de los socios, expresados en la junta de socios, sin necesidad de justa causa. (El artículo 129 de la ley de sociedades determina que en caso de que el contrato requiera justa causa se necesita sentencia judicial para hacer cesar al socio en sus funciones de Administrador, si éste negare su existencia).

**OCTAVO:** Los socios administradores deberán requerir el consentimiento de los demás socios para los siguientes casos:

- a) Para cambiar el objeto social;
- b) Para modificar el contrato social
- c) Para adquirir, vender, ceder, permutar, ofrecer a embargo, hipotecar o gravar con cualquier otro derecho real bienes inmuebles.

**NOVENO:** Los socios administradores no podrán ejecutar por cuenta propia ni de terceros a los que le hubiesen otorgado poder, actos que importen competir con los fines

de la sociedad, salvo que existiera consentimiento unánime y por escrito de los demás socios autorizando dichas operaciones.

**DECIMO:** El socio administrador podrá renunciar en cualquier momento al cargo que ocupa pero debe responder por daños y perjuicios si su renuncia es dolosa o intempestiva y con ello se perjudicara el normal desarrollo de giro de la sociedad.

**DECIMO PRIMERO:** Los socios se reunirán por lo menos una vez cada mes a fin de analizar y discutir las gestiones realizadas por los Socios Administradores, las decisiones y deliberaciones se asentarán en un libro de Actas que será llevado por cualquiera de los socios y firmado al final de cada reunión por dos socios a fin de certificar la autenticidad de lo allí expresado.

**DECIMO SEGUNDO:** El ejercicio financiero cerrará el día 28 del mes de Octubre de todos los años, debiendo en el término de 15 días practicarse el balance general, inventario y cuadro de resultado de pérdidas y ganancias. Estos serán puestos en consideración de la Junta de socios dentro del término de 2 días de haberse confeccionado, los que lo aprobarán, modificarán o rechazarán. Una vez aprobado por unanimidad deberá ser suscrito por todos los socios.

**DECIMO TERCERO:** En caso de existir utilidades líquidas y realizadas las mismas se distribuirán de la siguiente forma:

- a) El 50% se destinará al fondo de reservas;
- b) El saldo de las utilidades será distribuido entre los socios conforme al capital que hayan aportado, siempre y cuando hayan sido cubiertos los montos por quebrantos de los ejercicios anteriores, o cuando se haya alcanzado los mismos niveles de reserva con los que se cubrieron las pérdidas de ejercicios pasados.

**DECIMO CUARTO:** El importe a distribuir de las ganancias quedará a disposición de los asociados después de 15 días de haberse aprobado por todos los socios el Balance General. En caso de que el socio no retire las utilidades dentro de los 15 días de que hayan quedado a su disposición, las mismas pasarán como cuota de capital de pertenencia del socio.

**DECIMO QUINTO:** Las pérdidas serán soportadas por los socios en las mismas proporciones que el capital suscrito, al igual que las ganancias.

**DECIMO SEXTO:** En caso de incapacidad declarada judicialmente o de fallecimiento de alguno de los socios, la sociedad continuará con sus operaciones no cambiando de rubro social, ni entrará en liquidación, practicándose un balance general dentro de los

cinco días de conocido el fallecimiento o la incapacidad. En dicho balance se fijará la cuota parte del capital correspondiente al socio saliente y se pondrá a su disposición o la de sus herederos, en los mismos plazos previstos en el artículo Segundo «in fine» del presente contrato. Los herederos o el curador en su caso podrá continuar en la sociedad, siempre y cuando notifiquen tal decisión dentro de los días 10 de conocido el balance general. En tal caso si existieran más de un heredero se deberá unificar la representación ante la sociedad nombrando un administrador de las cuotas partes.

**DECIMO SEPTIMO:** La sociedad podrá disolverse por el acuerdo de voluntades de todos sus socios, o cuando se haya obtenido una pérdida del 50.8 % de su capital, o más. En tal caso deberá practicarse un balance general, inventario y cuadro demostrativo de pérdidas y ganancias a fin de poder realizar la liquidación. Previo a repartirse el saldo entre los socios, conforme a los porcentuales propios de cada uno, deberán abonarse las deudas sociales.

**DECIMO OCTAVO:** La documentación de la sociedad después de disuelta ésta quedará en poder del socio señor....., quien la deberá conservar por el término de 25 años. En la ciudad de.....partido de la ciudad de ....., a los ..... días del mes de ....., se formaliza el presente contrato en 2 ejemplares de un mismo tenor y a un solo efecto.

(FIRMAS)

## 5. DATOS NUMÉRICOS DEL ESTUDIO FINANCIERO

Tabla Nro.: 0.1.- Rol de pagos de mano de obra directa

Mano de obra directa										
Concepto	1. Valor mensual	2. Número de personas	3. Vacaciones	4. Aporte individual 9,35%	5. Aporte patronal 12,15%	6. Décimo tercer sueldo	7. Décimo cuarto sueldo	8. Fondos de reserva 8,33%	Total a pagar al empleado	Total a pagar por año
Jornalero	366	\$ 1,00	\$ 30,50	\$ 34,22	\$ 44,47	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 30,49	\$ 522,21	\$ 6.266,51
Procesador	366	\$ 1,00	\$ 30,50	\$ 34,22	\$ 44,47	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 30,49	\$ 522,21	\$ 6.266,51
Total de mano de obra directa						\$1.044,42			\$ 12.533,01	

Elaboración: Glenda Rojas

Fuente: Imagen Nro. 3.3

Tabla Nro.: 0.2.- Rol de pagos de mano de obra indirecta

Mano de obra indirecta										
Concepto	1. Valor mensual	2. Número de personas	3. Vacaciones	4. Aporte individual 9,35%	5. Aporte patronal 12,15%	6. Décimo tercer sueldo	7. Décimo cuarto sueldo	8. Fondos de reserva 8,33%	Total a pagar al empleado	Total a pagar por año
Conductor	366	\$ 1,00	\$ 30,50	\$ 34,22	\$ 44,47	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 30,49	\$ 522,21	\$ 6.266,51
Total de mano de obra indirecta									\$ 522,21	\$ 6.266,51

Elaboración: Glenda Rojas

Fuente: Imagen Nro. 3.3

Tabla Nro.: 0.3.- Rol de pagos de sueldos administrativos

Sueldos administrativos										
Concepto	1. Valor mensual	2. Número de personas	3. Vacaciones	4. Aporte individual 9,35%	5. Aporte patronal 12,15%	6. Décimo tercer sueldo	7. Décimo cuarto sueldo	8. Fondos de reserva 8,33%	Total a pagar al empleado	Total a pagar por año
Gerente	400	\$ 1,00	\$ 33,33	\$ 37,40	\$ 48,60	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,32	\$ 570,72	\$ 6.848,64
Vendedor	366	\$ 1,00	\$ 30,50	\$ 34,22	\$ 44,47	\$ 30,50	\$ 30,50	\$ 30,49	\$ 522,21	\$ 6.266,51
Total de mano de obra indirecta						\$13.115,15				

Elaboración: Glenda Rojas

Tabla Nro.: 0.4.- Materiales directos

Materiales directos			
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Recipientes recolectores	10	5	50
Recipientes para producción	10	6	60
Saquillos	50	1	50
Total			160

Elaboración: Glenda Rojas

Tabla Nro.: 0.5.- Materiales indirectos

Materiales indirectos			
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Fundas	3000	0,25	750
Utensilios	100	1	100
Varios	1	100	100
Total			950

Elaboración: Glenda Rojas

Tabla Nro.: 0.6.- Luz eléctrica

Luz eléctrica				
Concepto	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Área de procesamiento	Kwh	800	1,19	952
Área de la administración	Kwh	50	1,19	59,5
Total				1011,5

Elaboración: Glenda Rojas

Tabla Nro.: 0.7.- Agua potable

Agua potable				
Concepto	Unidad de medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Área de procesamiento	m3	1000	0,48	480
Área de la administración	m3	50	0,48	24

Elaboración: Glenda Rojas

Tabla Nro.: 0.8.- Gastos administrativos

Gastos de administración	
Concepto	Valor
Sueldos y salarios	571
Útiles de oficina	2000
Energía eléctrica	24
Total	2595

Elaboración: Glenda Rojas

Tabla Nro.: 0.9.- Gastos en ventas

Gastos en ventas	
Concepto	Valor
Sueldos y salarios	522
Letrero	200
Adhesivos en vehículo	200
Combustibles y lubricantes	200
Gastos varios de publicidad	500
<b>Total</b>	<b>1622</b>

Elaboración: Glenda Rojas

Tabla Nro.: 0.10.- Materia prima

Materia prima			
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Fertilizantes	30	15	450
<b>Total</b>			<b>450</b>

Elaboración: Glenda Rojas

Tabla Nro.: 0.11.- Maquinaria e equipo

Maquinaria y equipo			
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Separadora gravimétrica	1	\$ 1.682,00	1682,00
Máquinas de beneficio compacto	1	\$ 1.580,00	1580,00
Oreadoras secadoras automáticas de granos	1	\$ 2.546,20	2546,20
Tostadora de café	1	\$ 1.638,50	1638,50
Molino	1	400	400,00
Balanza	1	\$ 200,00	200,00
Selladora de fundas	1	200	200,00
<b>Total</b>			<b>8246,70</b>

Elaboración: Glenda Rojas

Tabla Nro.: 0.12.- Equipo de computación e impresión

Equipo de computación e impresión			
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Impresora escáner	1	200	200
Computadora	1	1000	1000
<b>Total</b>		<b>1200</b>	<b>1200</b>

Elaboración: Glenda Rojas

Tabla Nro.: 0.13.- Muebles y enseres

Muebles y enseres			
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	1	200	200,00
Librero	1	\$ 200,00	200,00
Total			400,00

Elaboración: Glenda Rojas

Tabla Nro.: 0.14.- Depreciaciones de maquinaria y equipo

Elaboración: Glenda Rojas

Depreciaciones de maquinaria y equipo					
Concepto	Valor Unitario	Vida Útil	% de depreciación	Depreciación anual	Valor residual
Separadora gravimétrica	1682	10	10%	168,2	0
Máquinas de beneficio compacto	1580	10	10%	158	0
Oreadoras secadoras automáticas de granos	2546	10	10%	254,62	0
Tostadora de café	1639	10	10%	163,85	0
Molino	400	10	10%	40	0
Balanza	200	10	10%	20	0
Selladora de fundas	200	10	10%	20	0
Total	8247			824,67	0

Fuente: Tabla Nro. 0.11

Tabla Nro.: 0.15.- Costos generales de fabricación y producción

Costos generales de fabricación y producción		
Concepto	Costo mensual	Costo anual
Materia prima directa	450	450,00
Mano de obra directa (primer mes)	1044	\$ 12.533,01
Materiales directos	160	160,00
Mano de obra indirecta (primer mes)	522	\$ 6.266,51
Materiales indirectos	950	950,00
Agua potable	480	480,00
Luz	952	952,00
Depreciaciones de maquinaria y equipo	69	824,67
Total	4627	22616,19

Elaboración: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 0.1, 0.2, 0.4, 0.5, 0.6, 0.7, 0.8, 0,10 y 0.15.

Tabla Nro.: 0.16.- Activos diferidos

Activos diferidos			
Activos diferidos	Cantidad	Costo Unitario	Costos total
Gastos de constitución y registros de la empresa	1	500	500
Gastos de propaganda y emisión al publico	1	200	200
Honorarios de abogados y otros profesionales	1	500	500

Elaboración: Glenda Rojas

Tabla Nro.: 0.17.- Amortización de activos diferidos

Amortización de activos diferidos								
Concepto	Valor Unitario	% de depreciación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor residual
Activos diferidos	1682	20%	336,4	336,4	336,4	336,4	336,4	0,00
Total	1682							0,00

Elaboración: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 0.17

Tabla Nro.: 0.18.- Depreciaciones de muebles y enseres

Depreciaciones de muebles y enseres					
Concepto	Valor Unitario	Vida Útil	% de depreciación	Depreciación anual	Valor residual
Escritorio	200	10	10%	20	0
Librero	200	10	10%	20	0
Total	400			40	0

Elaboración: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro.0.14

Tabla Nro.: 0.19.- Depreciaciones de equipo de computación

Depreciaciones de equipo de computación					
Concepto	Valor Unitario	Vida Útil	% de depreciación	Depreciación anual	Valor residual
Impresora escáner	200	3	33%	66,66666667	0
Computadora	1000	3	33%	333,3333333	0
Total	1200			400	0

Elaboración: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 0.13

Tabla Nro.: 0.20.- Depreciación de vehículo

Depreciación de vehículo					
Concepto	Valor Unitario	Vida Útil	% de depreciación	Depreciación anual	Valor residual
Vehículo	30000	5	20%	\$ 6.000,00	\$ 0,00
Total	30000			6000	0

Elaboración: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 0.12

Tabla Nro.: 0.21.- Depreciaciones de muebles, enseres y equipo de oficina

Depreciaciones de muebles, enseres y equipo de oficina		
Concepto	Depreciación mensual	Depreciación anual
Depreciaciones de muebles y enseres	3	40
Depreciaciones de equipo de computación	33	400
Total	37	440

Elaboración: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 0.19 y 0.20

Tabla Nro.: 0.22.- Gastos administrativos

Gastos administrativos		
Concepto	Costo mensual	Costo anual
Sueldos y salarios	571	6848,64
Energía eléctrica	24	\$ 24,00
Útiles de oficina	2000	2000,00
Depreciación de muebles y enseres	3	40,00
Depreciación de equipo de computación	33	400
Amortización de activos diferidos	28	336,4
Total	2659	9649,04

Elaboración: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 0.18, 0.19, 0.20, 0.22.

Tabla Nro.: 0.23.- Gastos en ventas

Gastos en ventas		
Concepto	Costo mensual	Costo anual
Sueldos y salarios	522	0,00
Letrero	200	200,00
Adhesivos en vehículo	200	200,00
Combustibles y lubricantes	200	6000,00
Gastos varios de publicidad	500	0,00
Depreciación en vehículo	500	6000,00
Total	2122	12400,00

Elaboración: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 0.9, 0.12, 0.20 y 0.21,

Tabla Nro.: 0. 24.- Gastos de administración y ventas

Gastos de administración y ventas		
Concepto	Costo mensual	Costo anual
Gastos administrativos	2659	9649,04
Gastos en ventas	2122	12400,00
<b>Total</b>	<b>4782</b>	<b>22049,04</b>

Elaboración: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 0.23 y 0.24

Tabla Nro.- 0.26. Reposición de activos

Reposición de activos											
Concepto	Valor Unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Vehículo	30000	0	0	0	0	\$ 30.000	0	0	0	0	0
Equipo de computación	1200	0	0	1200,00	0	\$ 0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>1200</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>1200,00</b>	<b>0,00</b>	<b>\$ 30.000</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>

Elaboración: Glenda Rojas

Fuente: Tabla Nro. 0.12 y 0.13

Tabla Nro.: 0.27.- Depreciaciones de la maquinaria, muebles, enseres, equipo de computación y vehículo

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Depreciaciones de maquinaria y equipo	824,67	824,67	824,67	824,67	824,67	824,67	824,67	824,67	824,67	824,67
Depreciaciones de muebles y enseres	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Depreciaciones de equipo de computación	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
Depreciación de vehículo	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000
Total de depreciaciones	7265	7265	7265	7265	7265	7265	7265	7265	7265	7265

Elaboración: Glenda Rojas

Fuente: Tabla 0.15, 0.19, 0.20, 0.21 y 0.22.

Tabla Nro.: 0.28.- Clasificación de costos

CONCEPTO	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTOS TOTALES	PRECIO
Materia prima		450,00		
Gastos de producción	22166			
Gastos de operación	29650			
Costos totales	51816	450,00	52266,11	
Precio				3,67

Elaboración: Glenda Rojas

Fuente: Tabla 0.10, 0.16 y 0.27.

Tabla Nro.: 0.29.- Análisis de sensibilidad con reducción de ingresos y costos

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Ingresos	73359	74063	74774	75492	76217	76949	77687	78433	79186	79946
Costos	44665	45094	46727	45964	76405	46851	47300	47755	48213	48676
Reducción de ingresos 10%	66023	66657	67297	67943	68595	69254	69919	70590	71267	71952
Incremento de costos 5%	46898	47349	49063	48262	80225	49193	49666	50142	50624	51110
Flujo de caja con reducción de ingresos	21358	21563	20570	21979	-7810	22403	22618	22835	23054	23276
Flujo de caja con incremento de costos	26461	26715	25711	27230	-4009	27755	28022	28291	28562	28837

Elaboración: Glenda Rojas