



UNIVERSIDAD PARTICULAR SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO
CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Tema:

PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD FINANCIERA PARA LA
FORMALIDAD DE LOS SNACK ARTESANALES
“DEL CULTIVO”

Tutor:

Ing. Lizbeth Sánchez León, Mgs

Autor:

Tnlgo. Emilio Patricio Novillo Villaseca

Guayas-Guayaquil-Ecuador

2020

Declaración de Autoría

El autor de esta investigación Emilio Patricio Novillo Villaseca declara ante el Consejo Directivo de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, que el presente trabajo de graduación con el tema: “Proyecto de Prefactibilidad financiera para la formalidad de los snacks artesanales Del Cultivo”, de la carrera Gestión Empresarial, es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto.

Emilio Patricio Novillo Villaseca

Egresado de la carrera de Gestión Empresarial

Certificado del Tutor de Titulación

Ing. Lizbeth Sánchez León, Mgs., en calidad de Tutora del Trabajo de Titulación, certifico que el egresado **Emilio Patricio Novillo Villaseca**, es autor de la Tesis de Grado titulada: **Proyecto de Prefactibilidad financiera para la formalidad de los snacks artesanales “Del Cultivo”**, misma que ha sido elaborada siguiendo íntegramente todos los criterios metodológicos exigidos por la Universidad San Gregorio de Portoviejo, dirigida y examinada durante su proceso de realización bajo mi responsabilidad.

Ing. Lizbeth Sánchez León, Mgs.

TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Certificado del Tribunal

El trabajo de investigación **Proyecto de Prefactibilidad financiera para la formalidad de los snacks artesanales “Del Cultivo”**, presentado por el egresado Emilio Patricio Novillo Villaseca, luego de haber sido analizado y revisado por los señores miembros del tribunal y en cumplimiento a lo establecido en la Ley, se da por aprobada esta investigación.

**Ing. Andrea Ruiz Vélez, Mgs.
Coordinadora de la carrera**

**Ing. Lizbeth Sánchez León, Mgs.
Tutora trabajo investigación**

Miembro del tribunal

Miembro del tribunal

Autorización de la información

Alimentos Agrícolas con su Snack artesanal “Del Cultivo” autoriza a Novillo Villaseca Emilio Patricio estudiante de la Universidad San Gregorio de Portoviejo, a utilizar información confidencial de la empresa para su proyecto trabajo de Titulación con el tema “Proyecto de prefactibilidad financiera para la formalización de los snacks artesanales Del Cultivo” El estudiante asume que toda información y el resultado del proyecto serán de uso exclusivamente académico.

El material suministrado por la empresa es la base para la construcción del proyecto. La información y resultado que se obtenga del mismo podrían llegar a convertirse en una herramienta didáctica que apoye la formación de los estudiantes de la carrera Gestión Empresarial.

Atentamente,

Alimentos Agrícolas

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a nuestro gran Dios por su infinita bondad; también deseo expresar mi más sincero y profundo agradecimiento a la tutora de esta tesis la Ing. Lizbeth Sánchez León, Mgs., la por la dedicación y apoyo que ha brindado a este trabajo, por el respeto a mis sugerencias e ideas, por la dirección y el rigor que ha facilitado a las mismas.

Un trabajo de investigación es también fruto del reconocimiento y del apoyo vital que nos ofrecen las personas que nos aprecian como son nuestros maestros, amigos y compañeros, sin el cual no tendríamos la fuerza y energía que nos motiva a crecer como personas y como profesionales, al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano y a la Universidad San Gregorio de Portoviejo por abrirnos sus puertas para nuestro aprendizaje.

Gracias a mi familia, a mi madre y hermana (QEPD), por su paciencia, comprensión y solidaridad con este proyecto, por el tiempo que me han concedido y compartido. Sin su apoyo este trabajo no se habría elaborado y, por eso, este esfuerzo es también el suyo.

A todos, muchas gracias de corazón

Emilio Patricio Novillo Villaseca

DEDICATORIA

A Dios.

Por su infinita bondad y amor, dándome salud para lograr mis objetivos, por iluminar mi mente y fortalecer mi corazón.

A mi madre

Por haberme apoyado en todo momento, por la motivación constante pero más que nada, por su gran amor.

A mis familiares

Mi esposa, mis hijas, mi sobrina, por el apoyo constante y a la memoria de mi hermana (QEPD) por contagiarme siempre de esa energía triunfadora.

A mis maestros

Aquellos que marcaron cada etapa de nuestro camino, por apoyarme y motivarme. Muy en especial al Biol. Víctor Yambay, Lsi. Yandres García Charcopa, Mgs. y al Econ. Alex Rodríguez, Mgs. por compartir su tiempo e impulsar el desarrollo de nuestra formación profesional.

A mis amigos y compañeros

Que nos apoyamos constantemente en nuestra formación académica especialmente a Sergio y Denny, que, hasta ahora, seguimos siendo amigos.

Emilio Patricio Novillo Villaseca

RESUMEN

El presente proyecto tiene como finalidad elaborar un estudio de prefactibilidad financiera para la formalización de los snacks artesanales “Del Cultivo, ubicada en la parroquia Letamendi y su comercialización en autoservicios y negocios, de la ciudad de Guayaquil para mejorar los ingresos de la empresa Alimentos Agrícolas. La metodología aplicada en el proyecto fueron los métodos: explicativo por que busca conseguir un conocimiento más profundo sobre el mercado de consumo de chifles artesanales ,el descriptivo porque permite conocer las características de la población en estudio, además las técnicas como: La encuesta, El FODA y la revisión biográfica; Métodos y técnicas que fueron utilizadas en la investigación y aplicadas a los demandantes (propietarios y administradores de los negocios) y los oferentes (productores de chifles). La encuesta realizada a los dueños de los negocios y administradores de autoservicios arroja gran información; y el análisis de estos datos señala que la empresa no aprovecha su nivel productivo y la oportunidad de captar nuevos clientes a nivel local. Ante la identificación de los inconvenientes es necesario desarrollar una propuesta que, de solución a la problemática existente, por lo que se plantea la implementación de la formalidad de los snacks artesanales con un plan de mejoramiento en la producción de chifles, permitiendo de esta manera el incremento de las ventas, la productividad, la rentabilidad y la sostenibilidad de la empresa. Este plan se basa en el desarrollo de un modelo operativo que fortalezca las capacidades organizativas y productivas mediante la aplicación de un plan de marketing que permita difundir la marca a nivel local.

Palabras claves:	Producción	Prefactibilidad	Marketing	Productividad
-----------------------------	-------------------	------------------------	------------------	----------------------

ABSTRACT

The purpose of this project is to prepare a financial prefeasibility study for the formalization of artisanal snacks “Del Cultivo, located in the Letamendi parish and its commercialization in self-services and businesses, in the city of Guayaquil to improve the income of the Food and Agriculture Company. The methodology applied in the project were the methods: explanatory because it seeks to obtain a deeper knowledge about the market for the consumption of artisan chifles, the descriptive one because it allows to know the characteristics of the population under study, in addition to techniques such as: The survey, The SWOT and biographical review; Methods and techniques that were used in the investigation and applied to the plaintiffs (business owners and administrators) and the bidders (chifles producers). The survey of business owners and self-service administrators yields great information; and the analysis of these data indicates that the company does not provide its productive level and the opportunity to attract new customers locally. Given the identification of the inconveniences, it is necessary to develop a proposal that, as a solution to the existing problem, for which the implementation of the formality of artisanal snacks is proposed with an improvement plan in the production of chifles, thus allowing the Increase in sales, productivity, profitability and sustainability of the company. This plan is based on the development of an operational model that strengthens organizational and productive capacities through the application of a marketing plan that allows the brand to be disseminated locally.

Keywords	Production	Prefeasibility	Marketing	Productivity
-----------------	-------------------	-----------------------	------------------	---------------------

TABLA DE CONTENIDO

Declaración de autoría	II
certificado del tutor de titulación	III
certificado del tribunal	IV
Autorización de la información.....	V
AGRADECIMIENTO	VI
DEDICATORIA.....	VII
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT.....	IX
TABLA DE CONTENIDO.....	X
LISTA DE TABLAS	XIV
LISTA DE FIGURAS	XVI
CAPÍTULO I.....	1
1. PROBLEMATIZACIÓN	1
1.1. Tema	1
1.2. Antecedentes generales.....	1
1.3. Formulación del problema de la investigación.....	21
1.4. Delimitación del problema.....	21
1.5. Variables de la Investigación.....	21
1.6. Objetivos.....	22
1.7. Preguntas de la Investigación	22
1.8. Justificación e Importancia	23

CAPÍTULO II	25
2. MARCO TEÓRICO	25
2.1. Fundamentación teórica	25
2.2. Marco Referencial.....	32
2.3. Variables conceptuales de la investigación	34
2.4. Operacionalización de las variables.....	37
2.5. Marco Conceptual.....	38
CAPÍTULO III.....	12
3. MARCO METODOLÓGICO	12
3.1. Diseño de la investigación	12
3.2. Tipos de investigación	45
3.3. Fuentes de información.....	46
3.4. Población	47
3.5. Muestra de la población.....	48
3.6. Métodos de investigación	50
3.7. Procedimientos de la Investigación	51
CAPÍTULO IV	33
4. FORMULACIÓN DEL PROYECTO.....	33
4.1. Análisis e interpretación del proyecto	54
4.2. Estudio de mercado.....	70
4.3. Estudio técnico.....	86
4.4. Estudio administrativo u organizacional.....	96
4.5. Estudio Legal	110
4.6 Conclusiones y recomendaciones	118

CAPÍTULO V.....	120
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	120
5.1. Título de la propuesta	120
5.2. Autor de la propuesta.....	120
5.3. Empresa auspiciante	120
5.4. Área que cubre la propuesta.....	120
5.5. Fecha de presentación.....	120
5.6. Fecha de terminación	120
5.7. Duración del proyecto.....	120
5.8. Participantes del proyecto.....	120
5.9. Objetivo general de la propuesta	121
5.10. Objetivos específicos	121
5.11. Beneficiarios directos	121
5.12. Beneficiarios indirectos	121
5.13. Impacto de la propuesta	121
5.14. Descripción de la propuesta.....	122
5.15. Ingresos.....	123
5.16. Importancia	141
5.17. Metas del proyecto.....	141
5.18. Finalidad de la propuesta	142
5.19. Conclusión	142
5.20. Recomendaciones	143

REFERENCIAS	0
APÉNDICES	4
APÉNDICE A ENCUESTA	4
APÉNDICE B ÁRBOL DEL PROBLEMA	6
APÉNDICE C FLUJO EFECTIVO ESCENARIO MODERADO ESPERADO.....	7

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Síntomas, identificación de aspectos	21
Tabla 2 Procedimiento, variable independiente	37
Tabla 3 Procedimiento, variable dependiente	38
Tabla 4 Conceptualización de tipos de investigación	45
Tabla 5 Población universo	48
Tabla 6 Población objeto de estudio	48
Tabla 7 Delimitación de la muestra objetivo.	50
Tabla 8 Técnicas e instrumentos	51
Tabla 9 Tabulación Pregunta 1	55
Tabla 10 Tabulación Pregunta 2	56
Tabla 11 Tabulación Pregunta 3	57
Tabla 12 Tabulación Pregunta 4	58
Tabla 13 Tabulación Pregunta 5	59
Tabla 14 Tabulación Pregunta 6	60
Tabla 15 Tabulación Pregunta 7	61
Tabla 16 Tabulación Pregunta 8	62
Tabla 17 Tabulación Pregunta 9	63
Tabla 18 Tabulación Pregunta 10	64
Tabla 19 Tabulación Pregunta 11	65
Tabla 20 Ventas por unidades del producto	69
Tabla 21 Demanda Potencial	71
Tabla 22 Demanda real proyectada.....	71
Tabla 23 Demanda insatisfecha	72
Tabla 24 Mercado meta.....	76

Tabla 25 Cuadro comparativo de precios.....	79
Tabla 26 Tipo de empresa.....	80
Tabla 27 Clientes encuestados	80
Tabla 28 Proveedores de materia prima (plátano)	83
Tabla 29 Proveedores de insumo	83
Tabla 30 Estrategias de promoción.....	85
Tabla 31 Estrategias de publicidad	85
Tabla 32 Tamaño del proyecto por posibles clientes	88
Tabla 33 Capacidad de producción de maquinas.....	88
Tabla 34 Tabla de conversión	89
Tabla 35 Desarrollo de conversión	89
Tabla 36 Manual de funciones	99
Tabla 37 Proceso de reclutamiento y selección de personal	104
Tabla 38 Esquema general por seguir para generar un acta de finiquito online	106
Tabla 39 Requisitos para la legalización del Acta de Finiquito.....	106
Tabla 40 Presupuesto del personal.....	108
Tabla 41 Valores de Activos Fijos	108
Tabla 42 Requisitos legales.....	113

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Acostumbra a observar el registro sanitario	55
Figura 2 Si las fundas tienen registro sanitario	56
Figura 3 Clase de snacks adquiere	57
Figura 4 Cantidad de snacks que compra por semana	58
Figura 5 Empaque de preferencia para los snacks	59
Figura 6 Atributos o características que debe tener el producto	60
Figura 7 Servicio de entrega de los distribuidores	61
Figura 8 Las veces por semana que consumo los snacks.....	62
Figura 9 Cantidad que está dispuesto a pagar por una funda.....	63
Figura 10 Compraría un nuevo producto de mejor calidad.....	64
Figura 11 Lugares donde le gustaría encontrar el producto	65
Figura 12 Árbol del Problema.....	67
Figura 13 Parroquias urbanas de Guayaquil	76
Figura 14 Colores de la funda de la marca.....	78
Figura 15 Provincias proveedoras de verde	82
Figura 16 Medidas del afiche	84
Figura 17 Productos o servicios	86
Figura 18 Flujograma del procesamiento de elaboración de snack de plátanos	94
Figura 19 Organigrama estructura lineal o militar “Del Cultivo”	98
Figura 20 Flujograma procedimiento finiquitos	107
Figura 21 Punto de Equilibrio	137

Capítulo I

1. Problematización

1.1. Tema

Proyecto de prefactibilidad financiera para la formalidad de los snacks artesanales “Del Cultivo”.

1.2. Antecedentes generales

Las ventas históricamente han sido cambiantes en sus diferentes etapas, las pequeñas y medianas empresas deben adaptarse a las necesidades y la satisfacción de los clientes que buscan al adquirir un producto o un servicio, lo que permite conocer más de cerca el cambio en los gustos y preferencias de los consumidores. En esta investigación se toma en cuenta lo importante que son las ventas, el gran impacto que tienen en una organización, los tipos de ventas que existen facilitan la durabilidad de la empresa a lo largo del tiempo, las ventas son el pilar de cualquier organización. Se debe tomar en cuenta un buen plan de marketing para cada producto o servicio que se brinde, para que estos puedan mantenerse y subsistir de buena manera en el mercado (Ross, 2018)

A nivel Internacional

En todas partes del mundo se reconoce a esta actividad como parte fundamental del aparato productivo de una ciudad o nación, porque además de generar riqueza, también se encarga de proveer a la población de bienes o servicios necesarios para su subsistencia, pero además porque lleva implícita una connotación social por la cual los habitantes fijan sus expectativas de vida, crecimiento y desarrollo. Gracias a las ventas se empieza a conocer las palabras regatear, abaratar, descontar, que son usadas en los mercados pequeños que se instalan en las calles, locales comerciales, abarrotes, entre otros. (Cohen, 2002)

Las ventas es la principal actividad que se realiza en todos los sectores, siempre existe algo que vender. Pero antes de lograr una venta se necesita una negociación se puede dar de menor a mayor intensidad, todo dependerá del valor del artículo o servicio. La necesidad de un área comercial de una organización es importante. Con esta área activa en la organización, se tiene la oportunidad de generar ideas y ponerlas en práctica para que los productos o servicios lleguen a las personas concretas que les interesan. La necesidad de un área comercial de una organización es importante. Con esta área activa en la organización, se tiene la oportunidad de generar ideas y ponerlas en práctica para que los productos o servicios lleguen a las personas concretas que les interesan. (Rataud , 2001)

Ubicación del problema en un contexto

Las personas que forman el área comercial son los responsables de realizar la mayor cantidad de ventas de los productos o servicios de la empresa, para lo cual necesitan identificar el producto o servicio que comercializan, es decir debe tener identidad. Se debe tener en cuenta que para poder persuadir al cliente final y que realice la compra del producto, el colaborador comercial debe conocer perfectamente el producto o servicio. También saber cómo trabajan en dicha empresa y el valor añadido que puede ofrecer. Además, la competencia de la empresa dentro de su mercado y empatizar con el cliente. Las funciones del área comercial son imprescindibles para la empresa. (Beckwith, 2012)

Latinoamérica

El área comercial de una organización es la encargada de atraer clientes a las empresas y, a su vez, lograr una rentabilidad adecuada; y es por esto por lo que para las empresas latinoamericanas no es sólo fundamental tener un área robusta, sino también, elegir de manera adecuada a las personas indicadas que pueda garantizar que se lleven a cabo exitosamente las tareas comerciales de la organización. Hay que

recordar que toda venta implica un análisis del mercado. Para esto el área comercial previamente tiene la labor de investigar e indagar para obtener una venta eficaz y rentable. Es imprescindible desarrollar el canal o medio óptimo por el cual la empresa puede dar a conocer los chifles; sobre todo, para que se logre llegar al consumidor o cliente final. El área comercial de una organización no es un área simplemente de trabajo, es el centro, canal, conexión y punto de partida para el crecimiento imprescindible de la organización; y principalmente la fuente de confianza para los clientes. (Dayton, 2001)

La organización comercial viene dada por las diversas alternativas que una empresa tiene para estructurar las diferentes actividades comerciales; siempre se encuentra condicionada a una serie de factores internos y externos, como pueden ser: el tamaño de la empresa, la visión y misión que se va a seguir, los recursos económicos, la proyección de futuro, el tipo de mercado y producto. Los estudios realizados sobre organización comercial han dado como resultado una serie de premisas que en principio son necesarias:

- Se deben definir y comunicar claramente los objetivos empresariales, departamentales e individuales.
- Se debe delegar, tanto como sea posible, la responsabilidad (y necesaria autoridad) para la consecución de resultados.
- Las personas en las que se ha delegado el poder han de ser capaces de ejercerlo y creer en lo que están haciendo.

La dirección general con el apoyo de la dirección comercial marca los instrumentos de organización que consideren más adecuados, aunque en principio se recomienda un manual con la descripción detallada de los puestos de trabajo, los manuales operativos precisos para llevar a buen término su gestión y el manual de

venta, herramienta imprescindible en todo departamento comercial que se considere competitivo. El área comercial para planificar la actividad debe de delimitar y conocer el mercado en el que actúan dos fuerzas fundamentales como son la demanda y la competencia. (Tracy, 1997)

Situación conflicto

Debido al entorno caracterizado por el aumento de la competencia y el deficiente servicio dado por la gran mayoría, la demanda del servicio personalizado de este se ha incrementado en el mercado, no así para los Snacks “Del Cultivo” cuya actividad desde el año 2017 es la producción y comercialización de los mencionados snacks, ocasionando esto que no se cuente con los ingresos esperados. Algunos de los efectos identificados por medio del método del árbol del problema son los siguientes: Deficiente desempeño del personal, ausencia de capacitaciones lo que conlleva a una limitada producción de chifles de plátano; estructura organizacional no definida, problemas de comunicación interna provocando Insuficiente desarrollo de la microempresa; ausencia total o parcial de controles post venta e informalidad en los procesos ocasionados por la limitada asesoría recibida.

Estos aspectos permiten evidenciar falencias en las diferentes funciones del proceso administrativo, principalmente en la organización, dirección y control, es por eso, que en esta investigación se analizara el proceso administrativo en el área comercial con la finalidad de identificar las acciones que se requiere mejorar para optimizar los recursos e ingresos, con la formalización de los Snacks artesanales “Del Cultivo”.

Tabla 1
Síntomas, identificación de aspectos

<i>Causas</i>	<i>Consecuencias</i>
Deficiente desempeño del personal, ausencia de capacitaciones.	Conlleva a una limitada producción de chifles de plátano.
Estructura organizacional no definida, problemas de comunicación interna.	Provocando Insuficiente desarrollo de la microempresa.
Por la limitada asesoría recibida.	Ausencia total o parcial de controles post venta e informalidad en los procesos

1.3. Formulación del problema de la investigación.

¿Qué incidencia tiene el costo de inversión para determinar la viabilidad económica de la formalidad de los snacks artesanales “Del Cultivo”; ubicado en la parroquia Letamendi de la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas en el ejercicio económico 2019-2020?

1.4. Delimitación del problema

- Campo: Administración.
- Área: Inversión.
- Aspecto: Costo de Inversión, viabilidad económica.
- Delimitación Espacial: Guayaquil
- Delimitación Temporal: 2019-2020
- Línea de investigación: Desarrollo e innovación empresarial.

1.5. Variables de la Investigación

Variable Independiente: Costo de inversión

Variable Dependiente: Viabilidad económica.

1.6. Objetivos

Objetivo General

Elaborar un proyecto de prefactibilidad financiera para la formalidad de los snacks artesanales “Del Cultivo”.

Objetivos específicos

- Determinar el impacto que causaría para el sector comercial de Guayaquil la presencia de los snacks artesanales “Del cultivo”, a través de un estudio de mercado.
- Fundamentar un estudio técnico y legal que determine los procesos viables de la formalidad de los de snacks artesanales.
- Realizar un estudio administrativo que organice la formalidad de los snacks artesanales “Del cultivo”.
- Diseñar un estudio financiero que determine la prefactibilidad de la formalidad de snacks artesanales “Del cultivo”.

1.7. Preguntas de la Investigación

- ¿Cuál es la situación actual de la empresa?
- ¿Cómo fundamentar teóricamente los costos de inversión y la viabilidad financiera para la formalidad de los snacks artesanales “Del Cultivo”?
- ¿Qué metodologías, técnicas y tipos de investigación se emplearán en el proyecto de prefactibilidad financiera para la formalización de los snacks?
- ¿Qué instrumentos se utilizarán en los estudios a realizarse para la demostración de resultados?
- ¿Cómo determinar prefactibilidad para la formalidad de los snacks artesanales “Del Cultivo”?

1.8. Justificación e Importancia

El Ecuador es un país rico en recursos naturales, siendo posible obtener insumos a bajo costo para su posterior procesamiento en casa, sin embargo, en la actualidad las personas tienen cada vez menos tiempo para cocinar y prefieren comprar productos preparados y procesados para su alimentación, obviamente que aporten a su organismo. La justificación del desarrollo del proyecto nace directamente de la oportunidad de aprovechar un insumo que se cosecha en el Ecuador y ofertarlo directamente a través de su procesamiento.

La presente investigación aporta con soluciones prácticas al mejoramiento de la salud de los consumidores, que tiene como finalidad fortalecer los procesos administrativos en el área comercial para incrementar sus ingresos. La intención de este trabajo es que sirva como guía de apoyo para efecto de plasmar ideas de desarrollo y creación de la formalidad del producto. Para efectos de trascendencia social ligada al factor socio económico la formalidad de los snacks con las proyecciones y expectativas creadas, generando un impacto positivo al existir la posibilidad de la creación de fuentes de trabajo con mano de obra directa e indirecta que participan en la cadena del negocio (producción, logística, comercialización, proveedores etc.). Para el país es importante la inserción laboral de las personas en desempleo por parte del sector privado ya que en los actuales momentos de recesión económica que afronta el país, con problemas de coyuntura política que no permiten avanzar en temas laborales orientados a crear plazas de trabajo duraderas, las tasas de desempleo y subempleo siguen en alza.

La implicación práctica se basa en recursos propios que servirán para la adquisición de todo lo relacionado para la formalidad del producto. El valor teórico

del presente trabajo permitirá fundamentar en conjunto con las citas incluidas que han sido de un valor y conocimiento importante, el reforzar la prefactibilidad para la creación de la marca.

El aspecto ambiental no será de impacto por cuanto se lo realizará de manera responsable, apegado a controles naturales. La aplicación de buenas prácticas ambientales garantizará el cuidado del medio ambiente en no verse afectado ya que esto puede ser un riesgo para los empleados y moradores en donde se desarrolle el proyecto.

Se utilizan métodos y técnicas relevantes como: entrevistas y encuestas; que apuntan a generar propuestas para asumir los nuevos retos. Este estudio es relevante porque contribuye a generar una actitud positiva encaminada al alcance de objetivos. La investigación tendrá un impacto positivo en la satisfacción del cliente y por ende en los ingresos de la empresa. Como beneficios sociales que se obtienen por la realización de esta investigación se tiene:

- Mejora la calidad de vida de los consumidores, por ingerir alimentos más sanos.
- Concientiza y hace notar a los consumidores sobre una correcta alimentación.

Este proyecto figura como una fuente confiable de información la cual puede ser consultada en cualquier instante por aquellos empresarios e investigadores que les interese el tema, aportando de esta manera con un precedente de investigación, la misma que podrá ser utilizada como un recurso para futuros trabajos.

Capítulo II

2. Marco teórico

2.1. Fundamentación teórica

La prefactibilidad es un análisis preliminar de una idea para determinar si es viable convertirla en proyecto, al comenzar un estudio de prefactibilidad se debe tomar algunas variables y se debe reflexionar sobre los puntos centrales de una idea, si se estima que la idea es viable se transformará en un proyecto y se procederá con las bases necesarias adaptarlo al medio económico presente. (Villareal, 2006)

El hombre ha ido buscando la manera de facilitar el proceso de su evolución para satisfacer sus necesidades primordiales y a la vez los perfecciona; al mismo tiempo que el hombre evoluciona, aumentan sus necesidades y su ambición de mejorar su nivel de vida. De la manufactura artesanal, sencilla, dirigida a un público minoritario, pasa a la manufactura industrial, sofisticada, impregnada de ciencia y tecnología, que satisface las necesidades de un mercado más amplia, en este caso un país. El desarrollo o subdesarrollo de una nación se mide en gran parte por su avance industrial. (Galindez, 2002)

Es preciso analizar el mercado ya que hoy en día existe una gran variedad de bienes y servicios con diferentes características, como precio o tamaño, y que en numerosas ocasiones tienen utilidades similares, generando de esta forma gran competitividad y a la vez exigiendo a las diferentes organizaciones a realizar esfuerzos extras en mercadeo, producción y ventas, con el único propósito de

lograr estabilidad e y liderar el mercado abarcando la mayor parte posible de este, a medida que va transcurriendo la última década del siglo XX, las empresas se ven forzadas, como consecuencia de una serie de presiones competitivas y económicas, a adoptar una postura más orientada hacia el mercado. Este podría ser el punto de partida en caso que cualquier organización decida realizar y encaminar esfuerzos para obtener una mayor participación en el mercado y conseguir un incremento en el volumen de ventas de sus productos o servicios; para lograr estos y otros propósitos se vuelve indispensable el hecho de analizar el comportamiento del mercado y todo lo que lo concierne, es decir , compradores, vendedores, proveedores, competencia y otros aspectos que también podemos conocer como ambiente interno y externo, las empresas que actualmente tienen éxito en cualquier nivel tienen algo en común: se concentran en los clientes y están muy comprometidos con el mercado. (Stanton, 2005)

Por tal motivo el concepto de ventas en el interior de una organización ha tomado cada vez más importancia desde ya hace varios años, tanto así que la dirección de ventas es parte esencial en el funcionamiento de cualquier compañía y requiere de un grado de atención igual o superior al que se les da a otras áreas funcionales. Las buenas políticas y prácticas de la dirección de ventas son esenciales para poner en práctica con éxito una estrategia competitiva y de marketing de la empresa.

(Churchill & Walker, 1992)

Sin embargo hay que tener en cuenta que no basta con conformar un departamento de ventas, ya que esto conlleva también planificación y organización del trabajo, lo que a la vez significa planear y fijar objetivos claros pero realistas que también servirán como un punto de partida, seleccionar y reclutar al personal más idóneo que cumpla con ciertas características requeridas para que pueda aportar de la

mejor manera , establecer las estrategias y tácticas que se utilizaran para cumplir con todos los objetivos propuestos, definir la misión y visión del área y por ultimo hacer el respectivo análisis de los resultados utilizando herramientas tales como los indicadores de gestión. De lo contrario es difícil dirigir algo si no se posee una sólida comprensión de lo que se intenta dirigir. (Gilbert, 1996)

Ahora bien, al momento de formalizar el producto con la marca, es preciso seleccionar quien será el que se encargue de este y que guiará a los demás al cumplimiento de los objetivos además de ser el responsable del buen o mal funcionamiento de los colaboradores y las operaciones que se realicen; el puesto de responsable comercial es un puesto de dirección intermedia que debe proporcionar los recursos necesarios a su fuerza de venta para que este alcance sus objetivos comerciales. (Olmedo, 2013)

En estos tiempos de constante cambio y avances en tendencias y en tecnología, la empresa que logre demostrar fortaleza, estructurarse adecuadamente, desarrollar estrategias, que este a la vanguardia y que tenga capacidad de innovación, seguramente será la que goce de mayor éxito y abarque la mayor parte del mercado respecto a las ventas. (Chiavenato A. , 2005)

Es muy importante el planteamiento de metas y objetivos y la realización de estrategias de ventas pues de ellas se desglosarán las actividades y tácticas que se van a desarrollar en el proceso de ventas. La organización de ventas debe ser estable en sus fundamentos, pero flexible y adaptable a los cambios que se produzcan en las condiciones. (Strafford, 2002)

Esto es un punto muy importante pues muchas veces se desarrollan los procesos de una forma en particular, establecen políticas, formas y estructuras para trabajar y

que puede formar buenos resultados. Es importante para todo inicio de un proyecto, realizar un análisis de prefactibilidad con un estudio de mercado que incluya factores técnicos, ambientales, económicos, financieros, legales y tecnológicos, que se encuentran asociados y que sirven para poder emprender una idea. (Gerry, 2005)

2.1.1. Estudio de Mercado

Con el estudio del mercado se trata de averiguar la respuesta del mercado ante un producto o servicio, con el fin de plantear la estrategia comercial más adecuada. El mercado se puede entender como un lugar donde se realizan intercambios, pero desde una óptica comercial, se utiliza este término como el conjunto de compradores y vendedores de un producto o servicio. En primer lugar, se definirá el producto, precio y por último a quién y cómo se le ofrecerá. También se debe conocer sobre los productos similares que existen en el mercado: su precio, sus características, etc. Las conclusiones obtenidas del análisis de estos elementos permitirán conocer las posibilidades del producto y planificar la actividad comercial. (Gates, 2005)

Un estudio de mercado es una herramienta necesaria que permite de una manera fiable verificar el potencial desarrollo del emprendimiento a poner en marcha. Este estudio de mercado se pondrá en práctica aplicando algunos instrumentos tales como datos, estadísticas, encuestas de campo, investigación, etc. El análisis de mercado permite evidenciar futuros competidores y empresas que se dedican a la actividad comercial que vas a poner en desarrollo con todos los pros y contra que esto demandaría. (Chiavenato I. , 2017)

2.1.1. Estudio Organizacional

El estudio organizacional permite suministrar y verificar documentación valiosa para la decisión final para la inversión de un proyecto teniendo en cuenta los factores técnicos-operativos que son analizados a través del tiempo. Los estudios

organizacionales son el resultado de la incursión de diversas disciplinas de carácter humanista, como la sociología, la historia, la psicología y la antropología, entre otras. (Guizar, 2013)

Más allá de estudiar procesos y formas para mejorarlos, se busca analizar fenómenos de carácter social que tienen lugar al interior de las organizaciones y son el resultado de las redes de relaciones que se entablan entre los diversos miembros que las conforman y que afectan y se ven afectados por estas relaciones, dado que los grupos sociales, por la naturaleza misma de los individuos que los conforman, reflejan todos aquellos elementos del entorno. (Gonzales , 2017)

2.1.2. Estudio Financiero

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. Consisten en identificar, ordenar y sistematizar la información de carácter monetario, es decir, todos los ítems de inversiones, ingresos y costos que puedan deducirse de los estudios previos, para elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales con el fin de evaluar el proyecto y determinar su rentabilidad. (Hagen, 2017)

Para realizar este estudio se utiliza información de varias fuentes, como por ejemplo estimaciones de ventas futuras, costos, inversiones a realizar, estudios de mercado, de demanda, costos laborales, costos de financiamiento, estructura impositiva, etc. La viabilidad de una organización consiste en su capacidad para mantenerse operando en el tiempo. En las empresas, la viabilidad está íntimamente ligada con su rentabilidad. Hablamos de rentabilidad a largo plazo, dado que la

viabilidad no necesariamente implica que siempre sea rentable. (Besley & Brigham, 2001)

2.1.3. Estudio Técnico

El llevar a cabo un estudio técnico permitirá conocer el tamaño, localización y la función del proyecto de emprendimiento, evitando el fracaso, malas decisiones y gastos innecesarios; en paralelo permitirá evidenciar si es viable administrativamente, financiera y económicamente, y en temas ambientales que son muy importantes. Estos factores darán a conocer si son atractivos ante futuros inversionistas los cuales probablemente inviertan en el negocio. Es importante que en todo negocio se establezcan las condiciones necesarias para que se usen de manera eficiente los recursos que servirán para obtener el producto final. En este caso, el estudio técnico será la base para determinar los procesos que el personal operativo debe seguir para transformar el producto final en chifle. Luego de tener la referencia de los procesos para la puesta en marcha, se podrá establecer los respectivos costos y gastos del proyecto, a fin de crear contingentes en caso de que el personal de ventas no alcance el punto de equilibrio y aquello comprometa la inversión inicial colocada ya sea de capital de trabajo para financiar producción como el capital operativo empleado para la compra del activo fijo que facilita el trabajo del recurso humano. (Guzman , 2008)

Es un estudio que se realiza una vez finalizado el estudio de mercado, que permite obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar. El proyecto de inversión debe mostrar en su estudio técnico todas las maneras que se puedan elaborar un producto o servicio, que para esto se necesita precisar su proceso de elaboración. Determinado su proceso se puede determinar la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada.

También identifica los proveedores y acreedores de materias primas y herramientas que ayuden a lograr el desarrollo del producto o servicio, además de crear un plan estratégico que permita pavimentar el camino a seguir y la capacidad del proceso para lograr satisfacer la demanda estimada en la planeación. Con lo anterior determinado, se puede realizar una estructura de costos de los activos mencionados. (Andres , 2001)

2.1.5. Estudio Económico

Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica. Comienza con la determinación de los costos totales y de la inversión inicial, cuya base son los estudios de ingeniería, ya que tanto los costos como la inversión inicial dependen de la tecnología seleccionada. Continúa con la determinación de la depreciación y amortización de toda la inversión inicial. Otro de sus puntos importantes es el cálculo del capital de trabajo, que, aunque también es parte de la inversión inicial, no está sujeto a depreciación y amortización, dada su naturaleza líquida. Los aspectos que sirven de base para la siguiente etapa, que es la evaluación económica, son la determinación de la tasa de rendimiento mínima aceptable y el cálculo de los flujos netos de efectivo. Ambos, tasa y flujos, se calculan con y sin financiamiento. Los flujos provienen del estudio de resultados proyectados para el horizonte de tiempo seleccionado. (Buffett, 2005)

Cuando se habla de financiamiento es necesario mostrar cómo funciona y como se aplica en el estado de resultados, pues modifica los flujos netos de efectivo. En esta forma se selecciona un plan de financiamiento, el más complicado, y se muestra su cálculo tanto en la forma de pagar intereses como en el pago del capital. Asimismo, es interesante incluir en esta parte el cálculo de la cantidad mínima económica que se

producirá, llamado punto de equilibrio. Aunque no es una técnica de evaluación, si es un punto de referencia importante para una empresa productiva la determinación del nivel de producción en el que los costos totales igualan a los ingresos totales.

(Train, 2008)

Evaluación Económica

Esta se propone describir los métodos actuales de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como son la tasa interna de rendimiento y el valor neto; se anotan sus limitaciones de aplicación y son comparados con métodos contables de evaluación que no toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, y en ambos se muestra m aplicación práctica. Esta parte es muy importante, pues es la que al final permite decidir la implantación del proyecto. Normalmente no se encuentran problemas en relación con el mercado o la tecnología disponible que se empleara en la fabricación del producto; por tanto, la decisión de inversión casi siempre recae en la evaluación económica. Ahí radica su importancia. Por eso, los métodos y los conceptos aplicados deben ser claros y convincentes para el inversionista (Perez J. , 2011)

2.2. Marco Referencial

“Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa de producción de chifles, ubicada en el sector de San Mateo, parroquia de Esmeraldas”.

El presente proyecto tiene como finalidad elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de producción de chifles. La metodología utilizada en el proyecto fueron los métodos: inductivo, deductivo y analítico, además las técnicas como: la encuesta, observación directa y la revisión biográfica; métodos y técnicas que fueron utilizadas en la investigación y aplicadas a los demandantes.

(Meza, 2013)

“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de snacks en el cantón Antonio ante, provincia de Imbabura”.

Este estudio presenta necesidades de aspecto productivo, financiero y de comercialización; se realizó un Diagnóstico situacional para determinar la factibilidad de la creación de esta empresa, en este se elaboraron encuestas a los comercializadores y productores de papas fritas, chifles de sal, chifles de dulce y yuquitas fritas. Bases Teóricas Científicas necesarias para el normal desarrollo del proyecto a ejecutar, como definición de empresario, fuentes de financiamiento y requisitos, finalmente se mencionan las bases contables, económicas y financieras realizó un estudio de mercado, estudio técnico e ingeniería del proyecto. Se determinaron evaluadores como la TIR, VAN, tasa de rendimiento costos beneficio y recuperación de la inversión y por último Gestión Administrativa del Proyecto.

(Limaico & Torres, 2014)

“Plan de negocios para la creación de la microempresa de papas fritas artesanales ubicada en el cantón Rumiñahui”.

Manifiestan en este trabajo que para empezar cualquier negocio sea grande o pequeño necesita poner en práctica técnicas de marketing y estudio técnico. La determinación de lo que podría considerarse el tamaño óptimo de la inversión responde a un análisis interrelacionado de una serie de variables, entre las cuales se destacan: la demanda, la capacidad financiera del inversionista, la disponibilidad de insumos, entre otros. (Carrillo & Marcillo, 2012)

“Plan de negocios de chifles de manzana para su comercialización en la ciudad de Guayaquil”.

El chifle es una presentación de producto característico en la ciudad de Guayaquil, sin embargo, los consumidores están relacionados por el verde, por lo

que emplear la manzana como materia prima será algo novedoso que no existe en el mercado. Para satisfacer una posible demanda de consumir algo diferente se propone este producto, apoyado de manos artesanales y tratando de cumplir estándares de calidad, con la finalidad que se cuente con una opción de similar sabor, pero con propiedades nutricionales que mejoran el organismo. (Palacios , 2017)

2.3. Variables conceptuales de la investigación

Variable independiente. – Costo de inversión.

Los costos de inversión, llamados también costos preoperativos, corresponden a aquellos que se incurren en la adquisición de los activos necesarios para poner el proyecto en funcionamiento, ponerlo en marcha u operativo. La inversión es el gasto monetario en la adquisición de capital fijo o capital circulante, o el flujo de producción encaminado a aumentar el capital fijo de la sociedad o el volumen de existencias. Para decirlo de una forma sencilla son todos aquellos costos que se dan desde la concepción de la idea que da origen al proyecto hasta poco antes de la producción del primer producto o servicio. La etapa preoperativa, aquella en la que se generan los costos de inversión, comprende los siguientes costos (con variaciones dependiendo del tipo de proyecto): estudios de factibilidad, estudios definitivos (ingeniería conceptual, ingeniería de detalle), planos y licencias, terrenos, edificios, instalaciones fijas, bienes de capital (aquellos que sirven para la producción de otros bienes, como maquinarias y equipos); mobiliario, entre otros. Adicionalmente, en la etapa preoperativa se debe de contar con el capital de trabajo, el fondo de maniobra que sirve para costear los activos corrientes que harán posible el inicio de la etapa operativa del proyecto. (Medianero, 2018)

No todas las inversiones presentan la forma de activos físicos, aunque las inversiones en obras y maquinaria son, sin lugar a duda, las más usuales. No obstante, se puede invertir en

cosas menos tangibles: por ejemplo, educación, investigación y sistemas. Cuando se estiman los costos de una inversión física, se deben tener en cuenta los siguientes factores:

- El precio inicial de los activos (maquinaria, equipo, o materiales) en su punto de venta;
- Los impuestos exigidos sobre ese precio;
- El transporte del activo a su ubicación final, incluyendo seguros, y, cuando el artículo deba pasar por aduanas, aranceles de importación;
- La instalación y, de ser necesario, la prueba del artículo en su ubicación final;
- La capacitación de los operadores. (Graham & Zweig, 2007)

La inversión no es el único costo que un proyecto debe enfrentar. Una vez que un proyecto está en marcha, existen costos que se deben cubrir anualmente (o con mayor frecuencia). Los costos que no son inversiones se describen como costos recurrentes; es decir, que ocurren año tras año. Este concepto, trata con dos categorías distintas: los costos de producción y los gastos generales. También es importante considerar dentro de los costos de inversión las futuras reposiciones de bienes de capital que posiblemente el proyecto requiera; por ejemplo, si un proyecto tiene una vida útil de 20 años (se espera que durante 20 años produzca el bien o servicio para el que fue creado) y tiene al inicio una maquinaria que tiene sólo 6 años de vida útil, entonces será necesario hacer tres reposiciones de dicha maquinaria para que el proyecto siga funcionando. (Hill, 2012)

Variable dependiente. – Viabilidad económica.

La viabilidad es el estudio que dispone el éxito o fracaso de un proyecto a partir de una serie de datos base de naturaleza empírica: medio ambiente del proyecto, rentabilidad, necesidades de mercado, factibilidad política, aceptación cultural, legislación aplicable, medio físico, flujo de caja de la operación, haciendo un énfasis

en viabilidad financiera y de mercado. La viabilidad económica se relaciona con los recursos financieros existentes para poner en marcha el proyecto, es donde se plasman las líneas de planificación, evaluación y control del futuro proyecto. Desde el inicio del negocio, hasta el proyecto en pleno funcionamiento. Es una forma poner en escena nuestro proyecto, estableciendo el marco, contexto, sector y mercado donde tendrá cabida. La viabilidad económica de un proyecto es determinada por la diferencia entre el costo y beneficio de este. En muchas ocasiones, los recursos de los que se dispone para evaluar la viabilidad económica vienen determinados por los que produce el propio sistema, proyecto o idea que se está evaluando, por lo que en realidad se lleva a cabo un análisis de rendimiento o rentabilidad interna. Para ello se enfrenta lo que se produce con lo que se gasta, en términos económicos. (Carbonel , 2016)

Este estudio permite a los emprendedores conocer de antemano si el proyecto empresarial que tienen en mente será viable o no. Para ello, es necesario realizar una serie de estudios sobre la validez de un negocio en el mercado en el que se encuentra y las posibilidades económicas que tiene la empresa cuando se ponga en funcionamiento. Para hacer un plan de viabilidad es necesario realizar un estudio de mercado que nos dé la posibilidad de saber si nuestro negocio tiene cabida en el mercado en el que nos situamos y la posibilidad de tener un público suficiente para garantizar la subsistencia económica de nuestra empresa. Después tenemos que realizar una descripción clara de nuestro objeto como empresa, su estrategia y el modelo de negocio que va a establecerse para generar beneficios. Aquí se deben mostrar cuáles son las decisiones tomadas para conseguir llegar a ser rentables. Por último, debemos realizar un estudio económico financiero que muestre los números de la empresa en los cinco primeros años de vida. Aquí se deberá incluir toda la

inversión realizar para la puesta en marcha de la empresa y los costes que se producirán mensualmente. Después se deberá realizar una estimación o proyección de las ventas y beneficios que se van a obtener durante los primeros años. La viabilidad económica tiene diferentes apartados. Por un lado, el análisis de mercado, por otro, el plan de marketing, el plan de organización y recursos humanos, el plan de producción y, por último, el plan financiero. Todos estos elementos nos permitirán definir las probabilidades de éxito del futuro negocio. (Hinojosa , 2000)

2.4. Operacionalización de las variables

Tabla 2
Procedimiento, variable independiente

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas
<p>Los costos de inversión, llamados también costos pre operativos, corresponden a aquellos que se incurren en la adquisición de los activos necesarios para poner el proyecto en funcionamiento, ponerlo en marcha u operativo.</p> <p>(Singer, 2008, p,26).</p>	Estudio Técnico	Costo del Proyecto	¿Cuál es el monto de inversión que se necesita para la formalidad de los snacks artesanales Del Cultivo?	
	Estudio Financiero	-TIR -VAN	¿Cuál es el capital de trabajo que se necesita, para la formalidad de los snacks artesanales Del Cultivo y si se considera viable económicamente?	- Encuestas a los que administran los autoservicios y tiendas. -FODA
	Estudio organizacional	Número de personal requerido y capacitado	¿Cuál es el número del personal requerido y capacitado?	

Tabla 3
Procedimiento, variable dependiente

Conceptualización	Categorías	Indicadores	Ítems	Técnicas
<p>La viabilidad es el estudio que dispone el éxito o fracaso de un proyecto a partir de una serie de datos base de naturaleza empírica: medio ambiente proyecto, rentabilidad, necesidades de mercado, factibilidad política, aceptación cultural, legislación aplicable, medio físico, flujo de caja de la operación, haciendo un énfasis en viabilidad financiera y de mercado.</p> <p>Es por lo tanto un estudio dirigido a realizar una proyección del éxito o fracaso de un proyecto La viabilidad económica se relaciona con los recursos financieros existentes para poner en marcha el proyecto</p> <p>(Julián Pérez y María Merino. Actualizado: 2013</p>	<p>Estudio del Mercado</p>	<p>Porcentaje de participación en el mercado</p>	<p>¿Conoce usted si la producción de chifles abastece el mercado de Guayaquil?</p>	
	<p>Estudio Económico</p>	<p>Fuentes de empleo y estabilidad laboral</p>	<p>¿Considera usted que la formalidad de los snack artesanales dinamizara la economía, generando fuentes de trabajo, permitiendo una estabilidad laboral?</p>	<p>Encuestas a los que administran los autoservicios y tiendas</p>

2.5. Marco Conceptual

Control. - El control es la función administrativa por medio de la cual se evalúa el rendimiento. (Cepeda, 1997)

Gestión. - Es la ciencia de la elección y acción y sirve para conducir una organización, utilizando los medios técnicos, humanos y económicos disponibles.

(Andres Ferranda, 2008)

Liquidez. - Es el grado en que una empresa puede hacer frente a sus obligaciones corrientes (Ortega, 2010)

Procedimiento. – Es un método, un esquema, una forma de hacer las cosas.
(Palomar, 2017)

Ingresos. – Cantidades ganadas mediante la entrega de bienes o servicios a los clientes. (Hernandez, 2014)

Viabilidad. - La definición de viabilidad en términos empresariales hace referencia a la posibilidad de que un proyecto o negocio pueda progresar, garantizado a largo plazo su rentabilidad económica. (Muñiz, 2010)

Emprendimiento. - Se conoce como emprendimiento a la actitud y aptitud que toma un individuo para iniciar un nuevo proyecto a través de ideas y oportunidades.
(Carnegie, 2015)

Costos. - El Costo es una variable del sector económico que representa la totalidad del gasto económico de una producción. Esta suma, es la más importante que se realiza en la estadística de las empresas. (Oriol, 1997)

Proyecto. - Se considera como un proyecto de investigación al plan que se desarrolla antes de la finalización de un proyecto de investigación. Su objetivo es presentar, de forma metódica y organizada, un conjunto de datos e información sobre un problema para formular una hipótesis destinada a su resolución. Este tipo de investigación se lleva a cabo sobre la base de una metodología científica, que les da rigor y validez.
(Escotto, 2005)

Demanda. - Cantidad máxima de un bien o servicio que un individuo o grupo de ellos está dispuesto a adquirir a un determinado precio, por unidad de tiempo.

Refleja la voluntad y capacidad económica de adquirir un determinado bien por parte de todas las personas que manifiestan una necesidad capaz de ser satisfecha por el consumo del referido bien. (Fernandez, 2019)

Inversión. - El término inversión se refiere al acto de postergar el beneficio inmediato del bien invertido por la promesa de un beneficio futuro más o menos probable. Una inversión es una cantidad limitada de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones, con la finalidad de que se incremente con las ganancias que genere ese proyecto empresarial. (Siegel, 2015)

Financiamiento. - Se designa con el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa, actividad, organización o individuo para que los mismos lleven a cabo una determinada actividad o concreten algún proyecto, siendo uno de los más habituales la apertura de un nuevo

Presupuesto. - Un presupuesto es la estimación futura de las operaciones y los recursos de una empresa. Se elabora para obtener los objetivos económicos y financieros propuestos en periodo determinado. Es decir, elaborar un presupuesto es simplemente sentarse a planear lo que se desea hacer en el futuro y expresarlo en términos monetarios. (Gordon, 2005)

Proveedor. -En un negocio, el proveedor es la persona física o jurídica que ha sido contratada y pagada por la compra de un producto que tiene una relación directa con la actividad que se desarrolla en tu negocio. (Jay C. ,2004),

Rentabilidad. - Se denomina rentabilidad al beneficio económico obtenido por una actividad comercial que implique la oferta de bienes y servicios. La rentabilidad es el

criterio que mueve el desarrollo de las empresas de capitales y las empuja a la innovación constante. (Kotler, P., 2006).

VAN (Valor actual neto). - Es un indicador financiero que mide los flujos de los futuros ingresos y egresos que tendrá un proyecto, para determinar, si luego de descontar la inversión inicial, nos quedaría alguna ganancia. Si el resultado es positivo, el proyecto es viable. Basta con hallar VAN de un proyecto de inversión para saber si dicho proyecto es viable o no. (López. 2006).

TIR (Tasa interna de retorno). -La Tasa Interna de Retorno o TIR (Internal Rate of Return o IRR en inglés) es un parámetro que te indica la viabilidad de un proyecto basándose en la estimación de los flujos de caja que se prevé tener. Por decirlo de forma sencilla, para calcular la TIR se toman la cantidad inicial invertida y los flujos de caja de cada año (ingresos de cada año, restándole los gastos netos) y en base a eso calcula el porcentaje de beneficios que se obtendrá al finalizar la inversión. Cuánto mayor se la TIR, más rentable será el proyecto. (Roca,2011).

Oferta. - La oferta es la cantidad de bienes y servicios que diversas organizaciones, instituciones, personas o empresas están dispuestas a poner a la venta, es decir, en el mercado, en un lugar determinado (un pueblo, una región, un continente...) y a un precio dado, bien por el interés del oferente o por la determinación pura de la economía. Los precios no tienen por qué ser iguales para cada tipo de productos e incluso en un mismo producto, dos oferentes diferentes pueden decidir poner un precio diferente. (Economipedia, 2018)

Proveedor. - En un negocio, el proveedor es la persona física o jurídica que ha sido contratada y pagada por la compra de un producto que tiene una relación directa con la actividad que se desarrolla en tu negocio. Es decir, el proveedor es el encargado de

suministrar los bienes necesarios que necesita la empresa para comercializar sus bienes o servicios hacia un cliente final. (Blueindic, 2017).

Rentabilidad. - Se denomina rentabilidad al beneficio económico obtenido por una actividad comercial que implique la oferta de bienes y servicios. La rentabilidad es el criterio que mueve el desarrollo de las empresas de capitales y las empuja a la innovación constante, a la búsqueda de nuevos mercados, nuevas oportunidades de negocios, etc.

Capítulo III

3. Marco metodológico

3.1. Diseño de la investigación

El autor, utiliza el diseño de investigación, tipos, métodos y técnicas elegidos por el mismo para combinarlos de una manera razonablemente lógica para que el problema de la investigación sea manejado eficaz y eficientemente. La precisión, así como también del tipo de problema de investigación que enfrenta el autor y el éxito de los resultados de la investigación, dependen de la elección adecuada del diseño de investigación.

La recolección, medición y el análisis de datos, son las tres etapas principales del diseño de la investigación; las herramientas designadas para reunir información, y cómo se utilizarán las mismas para recopilar y analizar los datos, se deciden en el diseño de investigación; la selección adecuada del diseño de investigación disminuye el porcentaje de error en los resultados de esta, aumentando la confianza en la información recolectada y analizada. Los diseños más utilizados son, el de investigación experimental siendo este diseño enfoque de la investigación cuantitativa; y la investigación no experimental o correlacional, aplicándose a este tipo de investigación ambos enfoques, tanto cualitativo como cuantitativo.

Para este trabajo de investigación se aplica el diseño de investigación no experimental o correlacional, que ayuda al investigador a establecer una relación entre dos variables estrechamente relacionadas utilizando técnicas de análisis estadístico para calcular la relación entre ellas, se realiza sin manipular deliberadamente las variables. Se basa fundamentalmente en la observación de

fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad.

En este tipo de investigación no hay condiciones ni estímulos a los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural. (Hernández Samper Roberto., 2004).

El diseño de investigación no experimental es la búsqueda empírica y sistemática en la que el científico no posee un control directo de las variables independientes, debido a que sus manifestaciones ya han ocurrido y no son manipulables; se hacen inferencias sobre las relaciones entre las variables, sin intervención directa sobre la variación simultanea de las variables. (Kerlinger, 2002).

Para la realización de esta investigación se aplica el diseño no experimental, transeccional o transversal que se pueden dividir en:

➤ Diseño transeccional Exploratorio

Recolectan datos sobre una nueva área sin ideas prefijadas y con apertura, este método nos permite conocer las preferencias de la comunidad en cuanto a la problemática planteada, tomando en cuenta el conjunto de variables existentes en el universo de estudio, lo cual permitirá dar un preámbulo de la situación planteada. (Sampieri, Collado, Lucio, 2010).

➤ Diseño transeccional Descriptivo

Recolectan datos sobre cada una de las categorías, conceptos, variables, contextos y reportan los datos que obtienen; esta investigación permite examinar las características de los datos a extraer, considerando las características de la población en la cual va dirigido el producto, para ello hay que tener en cuenta que los datos se

lo recogen en base a la hipótesis planteada para luego exponer los datos y analizarlos minuciosamente. (Sampieri, Collado, Lucio, 2010).

3.2. Tipos de investigación

Tabla 4

Conceptualización de tipos de investigación

Correlacional	Descriptiva	Experimental	Explicativa
<p>La investigación correlacional es un tipo de investigación no experimental en la que los investigadores miden dos variables y establecen una relación estadística entre las mismas (correlación).</p> <p>Sin embargo, la característica más importante de la investigación correlacional es que las dos variables tratadas son medidas (sin ser manipuladas) y los resultados son ciertos, independientemente del tipo de variable cuantitativa o categórica.</p> <p>(Price, Jhangiani, 2017).</p>	<p>La investigación descriptiva se encarga de puntualizar las características de la población que está estudiando. Esta metodología se centra más en el “qué”, en lugar del “por qué” del sujeto de investigación. En otras palabras, su objetivo es describir la naturaleza de un segmento demográfico, sin centrarse en las razones por las que se produce un determinado fenómeno. Es decir, “describe” el tema de investigación, sin cubrir “por qué” ocurre.</p> <p>(Arias, 2012).</p>	<p>La investigación experimental está integrada por un conjunto de actividades metódicas y técnicas que se realizan para recabar la información y datos necesarios sobre el tema a investigar y el problema a resolver; Estos generalmente involucran un número relativamente pequeño de personas</p> <p>Su diferencia con los otros tipos de investigación es que el objetivo de estudio y su tratamiento dependen completamente del investigador.</p> <p>(Fidias, 2012).</p>	<p>Es aquella que tiene relación causal que no sólo persigue describir o acercarse a un problema. Además de describir el fenómeno, tratan de buscar la explicación del comportamiento de las variables. Su metodología es básicamente cuantitativa, se encarga de buscar el porqué de los hechos y su fin último es el descubrimiento de las causas-efectos.</p> <p>(Fernández, C. y Baptista, P. 2003).</p>

Los tipos de investigación que se van a utilizar o aplicar en este proyecto son la explicativa por que busca conseguir un conocimiento más profundo sobre el mercado de consumo de chifles artesanales, sus alternativas de utilización para la alimentación, las variables a considerar en un ambiente muy cambiante y evolutivo. Y la descriptiva, porque permite conocer las características de la población en estudio, la misma que se realiza mediante la recolección de datos, lo que dará una visión más exacta del comportamiento de los clientes, el proceder de los competidores, además las peculiaridades demográficas y socio económicas del mercado de los chifles artesanales.

3.3. Fuentes de información

Se denominan fuentes de información a diversos tipos de documentos que contienen datos útiles para satisfacer una demanda de información o conocimiento; existen dos tipos diferentes de fuentes: las primarias y las secundarias. (Woodley, 2016)

Las fuentes primarias. -Contienen información nueva y original, resultado de un trabajo intelectual. Son fuentes primarias: libros, revistas científicas y de entretenimiento, periódicos, diarios, documentos oficiales de instituciones públicas, informes técnicos y de investigación de instituciones públicas o privadas, patentes, normas técnicas, monografías. Otras fuentes de información primaria incluyen las novelas, las minutas, entrevistas, poesía, apuntes de investigación, autobiografías, cartas y discursos.

Las fuentes secundarias. - Contienen información organizada, elaborada, producto de análisis, extracción o reorganización que refiere a documentos primarios originales.

Son fuentes secundarias: enciclopedias, antologías, directorios, libros o artículos que interpretan otros trabajos o investigaciones. También se consideran fuentes secundarias revistas de resúmenes, enciclopedias, diccionarios especializados, directorios, estadísticas, bibliografías, catálogos de bibliotecas, los comentarios y críticas literarias y el registro de las fuentes de cualquier trabajo académico. (Porto & Merino, 2009).

3.4. Población

Es el conjunto total de individuos, objetos o medidas que poseen algunas características comunes observables en un lugar y en un momento determinado, llamado también universo o colectivo; una población puede ser finita o infinita. La población queda limitada por el problema y por los objetivos de la investigación. (H. Sampieri, 2001).

La población objeto de estudio está establecida en el cantón Guayaquil, parroquia Letamendi, donde se encuentra ubicada la microempresa artesanal de chifles “Del cultivo”; este producto está dirigido a todo tipo de público. El número de habitantes o población del cantón Guayaquil es de 2() 356,975 de los cuales 96,948 pertenecen a la parroquia Letamendi. (INEC, 2018).

Como la población es infinita, porque el número de elementos de la población es muy grande, se debe obtener una muestra de la población que se está estudiando.

Población finita

Es cuando está delimitada y conocemos el número de elementos que la integran. (López, 2005).

Población infinita

Es cuando a pesar de estar delimitada es imposible realizar el estudio a todos sus elementos. (López, 2005).

Tabla 5

Población universo

Población universo	Número de habitantes
País- Ecuador	17' 189.455
Provincia del Guayas	3' 655.493
Cantón Guayaquil	2' 356.975
Parroquia Letamendi	96.948

Adaptado de INEC (2010).

3.5. Muestra de la población.

La muestra es un subconjunto fielmente representativo de la población; el tipo de muestra que se seleccione dependerá de la calidad y cuán representativo se quiera sea el estudio de la población. (Suárez, 2011).

Como hay que obtener información del comportamiento de los clientes consumidores de chifles artesanales “Del cultivo”, hay que extraer una muestra de la población objeto de estudio.

Tabla 6

Población objeto de estudio

Parroquia Letamendi	96.948
---------------------	--------

Adaptado de INEC, (2010).

En esta población se realiza un censo, encontrando 6.856 negocios; siendo esta cifra el 100% de los mismos, y es con esta cifra de negocios que se aplica la siguiente formula, para saber el tamaño de la muestra.

Para calcular el tamaño de la muestra suele utilizarse la siguiente fórmula:

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

Simbología:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación con el 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e = Límite aceptable de error muestra que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

Planteamiento

Se calcula el tamaño de la muestra de la población objeto de estudio, de 6.856 elementos(habitantes), con un nivel de confianza del 95%; en donde:

$$N= 6.856$$

$$Z= 1,96$$

$$q= 0,5$$

$$e= 0,05$$

Reemplazando valores en la formula se obtiene:

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

$$n = \frac{(6.856). (0.5)^2. (1,96)^2}{(6.856 - 1). (0.05)^2 + (0.5)^2. (2,58)^2}$$

$$n = \frac{6.584,5}{18,8016}$$

$$n = 350 \text{ Habitantes o negocios}$$

Para realizar el estudio de mercado, la formula indica que el tamaño óptimo de la muestra es de 350 elementos, habitantes o negocios; con un nivel de confianza del 95%.

Delimitación de la muestra

La muestra se delimita entre clientes propietarios de negocios, administradores de autoservicios y tiendas que puedan dar criterios del producto permitiendo tener una apreciación respecto al desarrollo del proyecto.

Tabla 7
Delimitación de la muestra objetivo, clientes encuestados

Componentes	Cantidad
Administradores de tiendas y autoservicios	350

3.6. Métodos de investigación

Los tipos de investigación que se van a utilizar o aplicar en este proyecto son el explicativo por que busca conseguir un conocimiento más profundo sobre el mercado de consumo de chifles artesanales, sus alternativas de utilización para la alimentación, las variables a considerar en un ambiente muy cambiante y evolutivo. Y el método descriptivo, porque permite conocer las características de la población en estudio, la misma que se realiza mediante la recolección de datos, lo que dará una visión más exacta del comportamiento de los clientes, el proceder de los competidores, además las peculiaridades demográficas y socio económicas del mercado de los chifles artesanales; porque aplicando estos métodos obtendremos datos precisos.

Técnicas de investigación

La técnica de la encuesta utilizada en el presente trabajo fue de vital importancia en aras de la información con respecto a la expectativa de como iniciar el emprendimiento de la creación del departamento comercial de los chifles artesanales Del Cultivo.

El FODA permite técnicamente verificar todas las potenciales fortalezas y oportunidades frente al mercado local y emprendimiento comercial.

Tabla 8
Técnicas e instrumentos

Técnica	Instrumentos
Encuestas	Cuestionarios
FODA	Matriz
Árbol del problema	Figura

3.7.Procedimientos de la Investigación

El formulario de encuesta con 11 preguntas que se hicieron al colectivo de la muestra objetivo de estudio se estructuró y se diseñó para un fácil entendimiento y respuesta a elección por parte del encuestado, buscando no afectar sus intereses personales y de trabajo. Las encuestas realizadas a los dueños de negocios y a los administradores de autoservicios proporciona información relevante con respecto a factores como rentabilidad y oportunidades de desarrollo, conocer potenciales clientes, además elementos que permitan tener una idea clara y panorama objetivo para la puesta en marcha del proyecto de creación del departamento comercial.

El árbol del problema es una de las herramientas que se utiliza para evidenciar las causas, efectos, problemas que se presentaren en el proyecto de prefactibilidad, proporcionando sobre todo en el componente financiero, información útil para toma de decisiones.

La matriz FODA permite bajo un esquema de fácil entendimiento del proyecto en desarrollo, identificar las amenazas y debilidades en el mercado, y sobre esta información armar estrategias y oportunidades que permitan la sostenibilidad, productividad y crecimiento de la empresa frente a la competencia; es una herramienta analítica que permite conformar un cuadro con toda la información que posee uno sobre el negocio para analizar la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso para la toma de decisiones en acorde con los objetivos y políticas formulados.

Capítulo IV

4. Formulación del proyecto

El presente proyecto tiene como finalidad elaborar un estudio de prefactibilidad financiera para la formalidad de los snacks artesanales “Del Cultivo”, ubicada en la ciudad de Guayaquil, parroquia Letamendi y su comercialización en los autoservicios, tiendas y distribuidores. Los métodos utilizados en el proyecto son los métodos: explicativo porque busca conseguir un conocimiento más profundo sobre el mercado de consumo de chifles , sus alternativas de utilización para la alimentación y el método descriptivo porque permite conocer las características de la población en estudio, mediante la recolección de datos lo que da una visión más exacta del comportamiento de los clientes y el proceder de los competidores , porque aplicando estos métodos tendremos datos precisos además las técnicas como: la encuesta, FODA, árbol del problema; métodos y técnicas que fueron utilizadas en la investigación , que según la muestra poblacional que arroja 350 encuestas aplicadas a los demandantes. El resultado que se obtuvo del estudio de mercado arrojó que la demanda potencial es de 6.856 negocios, equivalente al 100% entre autoservicios y tiendas

Este análisis de la demanda busca fundamentalmente medir y determinar las fuerzas que afectan directa e indirectamente los requisitos del mercado, como también se enfoca a determinar el nivel de participación de los chifles artesanales “Del Cultivo”.

4.1. Análisis e interpretación del proyecto

El presente trabajo investigativo, analiza el nivel de producción y comercialización de los chifles artesanales “Del Cultivo”, con la aplicación de la técnica del árbol del problema; la que nos permite elaborar un diagnóstico de los principales inconvenientes involucrados en este proyecto. La organización, no cuenta con la formalidad de los snacks, mano de obra calificada, y un plan de marketing que permita hacer conocer la marca, lo que conlleva a una baja producción de los snacks artesanales y no obtenga los ingresos esperados.

El análisis de los datos estadísticos permitió verificar los resultados de tal forma reflejando que la empresa se encuentra en dificultades organizativas puesto que su producción se considera insuficiente en base a la capacidad productiva, identificando como problema el limitado nivel producción del snack. Esto implica que la empresa desaprovecha su nivel productivo y la oportunidad de captar nuevos clientes potenciales a nivel local. Ante los problemas identificados es necesario desarrollar una propuesta que, de solución a la problemática existente, por lo que se planteó la implementación de un plan de mejoramiento en la producción de snacks, que permita incrementar las ventas, la productividad-rentabilidad y la sostenibilidad dentro de la organización. Esta investigación se basa en el desarrollo de un trabajo operativo que fortalezca las capacidades organizativas y productivas mediante la aplicación de un plan de marketing con la formalidad de la marca, que permita difundir la misma a nivel local.

El mejoramiento se realiza con la finalidad de desarrollar una cultura organizacional orientada constantemente a mejorar su función, a fin de garantizar el buen uso de los recursos, un eficiente servicio. y la satisfacción de los grupos de interés.

4.1.1. Resultado de las encuestas realizadas a los administradores de autoservicios y tiendas.

ENCUESTAS REALIZADAS ADMINISTRADORES DE AUTOSERVICIOS Y TIENDAS

1.- ¿Acostumbra usted a observar el registro sanitario al comprar las fundas de snacks?

Tabla 9
Tabulación Pregunta 1

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	196	56%
A veces	84	24%
Nunca	70	20%
TOTAL	350	100%



Figura 1 Acostumbra a observar el registro sanitario

Al preguntar a los administradores de autoservicios y tiendas, si acostumbra a observar el registro sanitario al comprar las fundas de snacks 196 de ellos que corresponde al 56,00% manifestaron que siempre, sin embargo 84 ellos que corresponde al 24,00% del total explicaron que a veces, mientras tanto 70 de ellos que corresponde al 20,00% respondieron que nunca.

**2.- Las fundas de snacks que se expenden en los auto servicios y tiendas.
¿Presentan legalmente registro sanitario?**

Tabla 10
Tabulación Pregunta 2

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	210	60%
No	123	35%
A veces	17	5%
TOTAL	350	100%



Figura 2 Si las fundas tienen registro sanitario

Al preguntar a los administradores de autoservicios y tiendas, si las fundas de snacks que se expenden en los locales presentan legalmente registro sanitario 210 de ellos que corresponde al 60,00% manifestaron que sí, sin embargo 123 de ellos que corresponde al 35,00% comentaron que no, mientras tanto 17 de ellos que corresponde al 5,00% respondió que a veces.

3.- ¿Señale qué clase de snacks adquiere?

Tabla 11
 Tabulación Pregunta 3

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Chifles	193	55%
Papas	140	40%
Yuca	0	0%
Otros	17	5%
TOTAL	350	100%

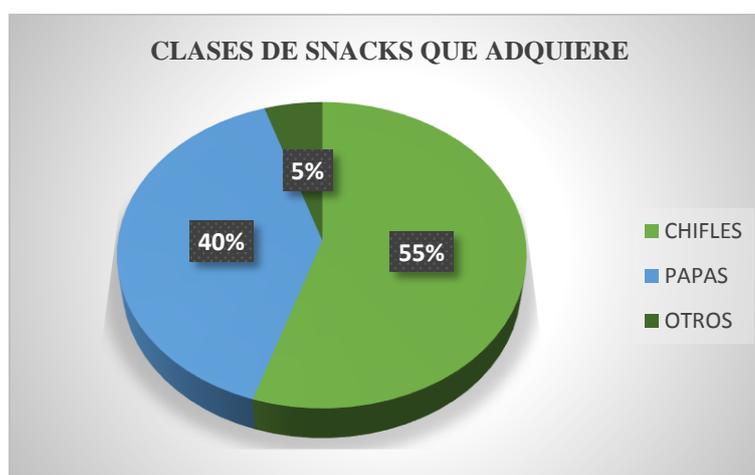


Figura 3 Clase de snacks adquiere

Al preguntar a los administradores de autoservicios y tiendas, la clase de snacks que adquiere 193 de ellos que corresponde al 55,00% manifestaron por los chifles, sin embargo 140 de ellos que corresponde al 40,00% comentaron por las papas, mientras tanto por la yuca ninguno de ellos que corresponde al 0,00%, además 17 de ellos que corresponde al 5% respondieron que por el maduro.

4.- ¿En qué cantidades solicita los snacks por semana?

Tabla 12

Tabulación Pregunta 4

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
2 paquetes	3	1%
4 paquetes	35	10%
6 paquetes	102	29%
10 paquetes	210	60%
TOTAL	350	100%

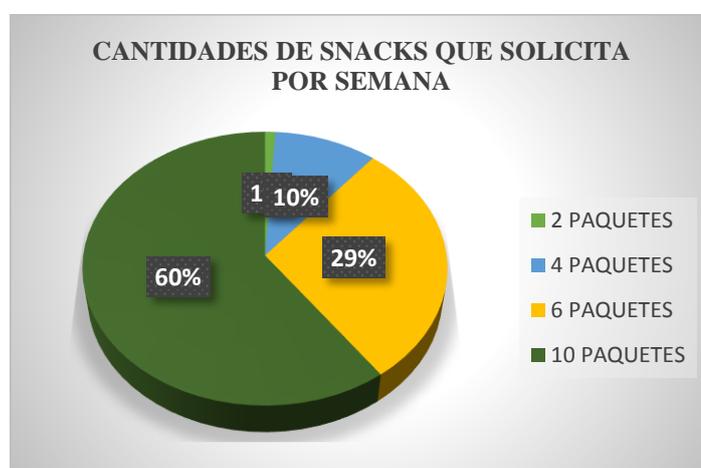


Figura 4 Cantidad de snacks que compra por semana

Al preguntar a los administradores de autoservicios y tiendas, que cantidades solicitan de snacks por semana 3 de ellos que corresponde al 1,00% manifestaron dos paquetes, sin embargo 35 de ellos que corresponde al 10,00% comentaron que cuatro paquetes, mientras tanto 102 de ellos que corresponde al 29,00% respondió que seis paquetes, además 210 de ellos que corresponde al 60% respondieron que diez paquetes.

5.- ¿Cuál es el empaque que prefiere para sus snacks?

Tabla 13
Tabulación Pregunta 5

Descripción	Frecuencia	Porcentaje
Funda Plástica Transparente	112	32%
Funda Laminada	196	56%
En Ambas Presentaciones	42	12%
TOTAL	350	100%

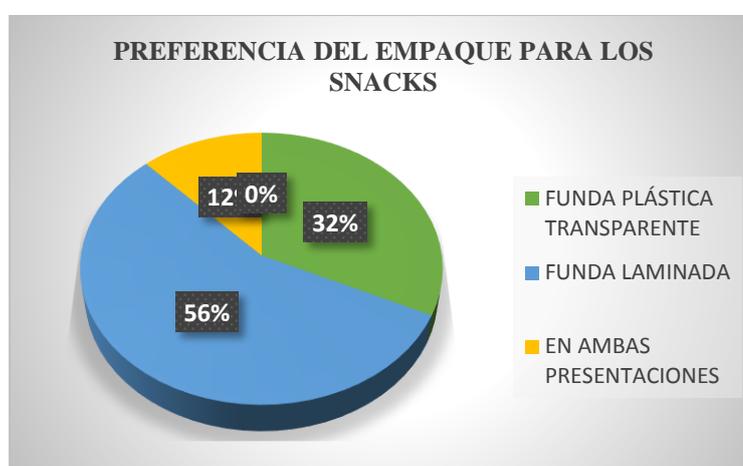


Figura 5 Empaque de preferencia para los snacks

Al preguntar a los administradores de autoservicios y tiendas, que clase de empaques prefiere al adquirir snacks 112 de ellos que corresponde al 32,00% se manifestaron por la funda plástica transparente, sin embargo 196 de ellos que corresponde al 56,00% comentaron que, por la funda laminada, mientras tanto 42 de ellos que corresponde al 12,00% respondió que de ambas presentaciones.

6.- ¿Cuáles son los atributos determinantes o características de mayor importancia para decidir su compra por los snacks?

Tabla 14
Tabulación Pregunta 6

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio	133	38%
Cantidad	53	15%
Marca	115	33%
Calidad	49	14%
TOTAL	350	100%

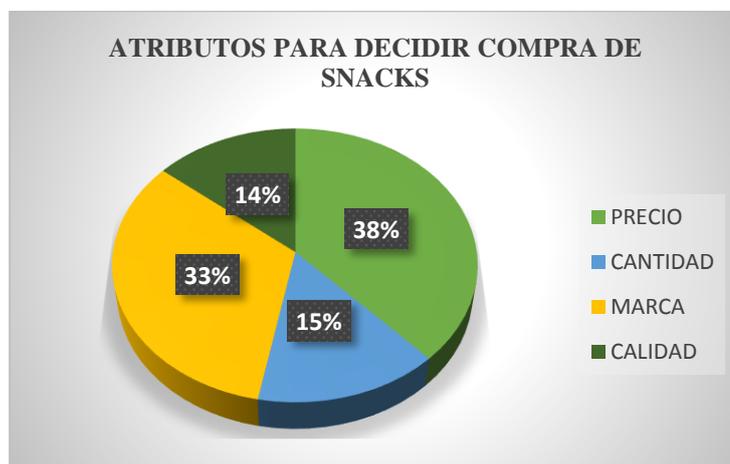


Figura 6 Atributos o características que debe tener el producto

Al preguntar a los administradores de autoservicios y tiendas, cuáles son los atributos determinantes para decidir su compra por los snacks 133 de ellos que corresponde al 38,00% manifestaron por el precio, sin embargo 53 de ellos que corresponde al 15,00% comentaron que, por la cantidad, mientras tanto 115 de ellos que corresponde al 33,00% respondió que por la marca; además 49 de ellos que corresponde al 14% respondieron por la calidad.

7.- La entrega de los snacks por parte de sus distribuidores son:

Tabla 15

Tabulación Pregunta 7

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	122	35%
Muy buena	98	28%
Buena	77	22%
Regular	35	10%
Ineficiente	18	5%
TOTAL	350	100%



Figura 7 Servicio de entrega de los distribuidores

Al preguntar a los administradores de autoservicios y tiendas, como califica la entrega de los snacks por parte de sus distribuidores 122 de ellos que corresponde al 35,00% manifestaron que es excelente, sin embargo 98 de ellos que corresponde al 28,00% comentaron que es muy buena, mientras tanto 77 de ellos que corresponde al 22,00% respondió que es buena, además 35 de ellos que corresponde al 10% respondieron que es regular, por ultimo 18 de ellos manifestaron que es ineficiente que corresponde al 5%.

8.- ¿Cuántas veces a la semana consume snacks artesanales?

Tabla 16
Tabulación Pregunta 8

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una vez	210	60%
Dos veces	133	38%
Tres veces	7	2%
TOTAL	350	100%

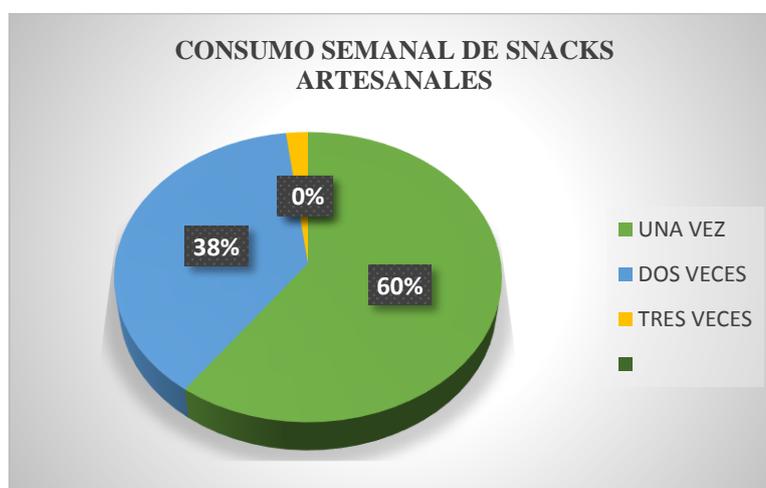


Figura 8 Las veces por semana que consumo los snacks

Al preguntar a los administradores de autoservicios y tiendas, cuántas veces a la semana consume snacks artesanales 210 de ellos que corresponde al 60,00% manifestaron una vez a la semana, sin embargo 133 de ellos que corresponde al 38,00% comentaron dos veces a la semana, mientras tanto 7 de ellos que corresponde al 2,00% respondió que tres veces a la semana.

9.- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por una funda de 50 gramos de este producto?

Tabla 17
Tabulación Pregunta 9

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$ 0.36 – \$ 0.42 centavos	200	57%
\$ 0.42 – \$ 0.48 centavos	105	30%
\$ 0.48 – \$ 0.54 centavos	31	9%
\$ 0.54 -- \$ 0.60 centavos	14	4%
TOTAL	350	100%



Figura 9 Cantidad que está dispuesto a pagar por una funda

Al preguntar a los administradores de autoservicios y tiendas, cuánto está dispuesto a pagar por una funda de snacks artesanales 200 de ellos que corresponde al 57,00% se manifestaron que la primera opción, sin embargo 105 de ellos que corresponde al 30,00% comentaron que la segunda opción, mientras tanto 31 de ellos que corresponde al 9,00% respondió por la tercera opción, además 14 de ellos que corresponde al 4% respondieron que por la cuarta opción.

10.- Si saliera al mercado una nueva marca de Snack, que le ofrezca calidad debido a la optimización de los niveles de fritura ¿La compraría?

Tabla 18
Tabulación Pregunta 10

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	252	72%
No	17	5%
Tal vez	81	23%
TOTAL	350	100%

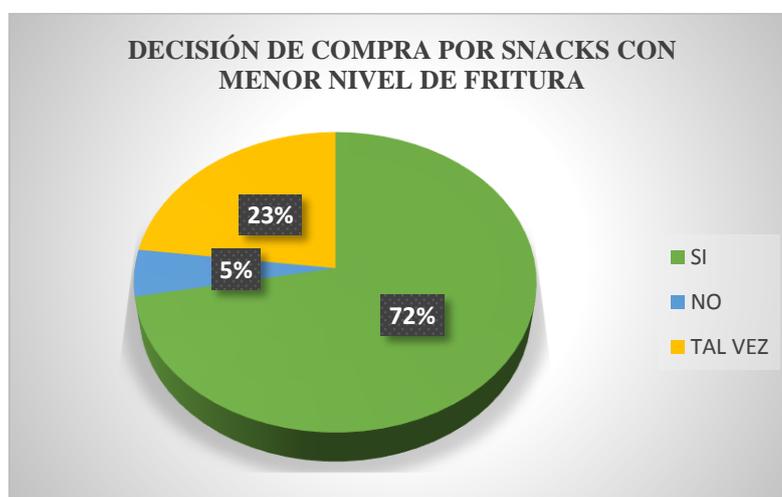


Figura 10 Compraría un nuevo producto de mejor calidad

Al preguntar a los administradores de autoservicios y tiendas, su decisión de compra por snacks con menor nivel de fritura 252 de ellos que corresponde al 72,00% se manifestaron por él sí, sin embargo 17 de ellos que corresponde al 5,00% comentaron que por él no, mientras tanto 81 de ellos que corresponde al 23,00% respondió que tal vez.

11 ¿Dónde le gustaría encontrar el producto?

Tabla 19
Tabulación Pregunta 11

DESCRIPCION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mayoristas	105	30%
Distribuidores	234	67%
Otros	11	3%
TOTAL	350	100%

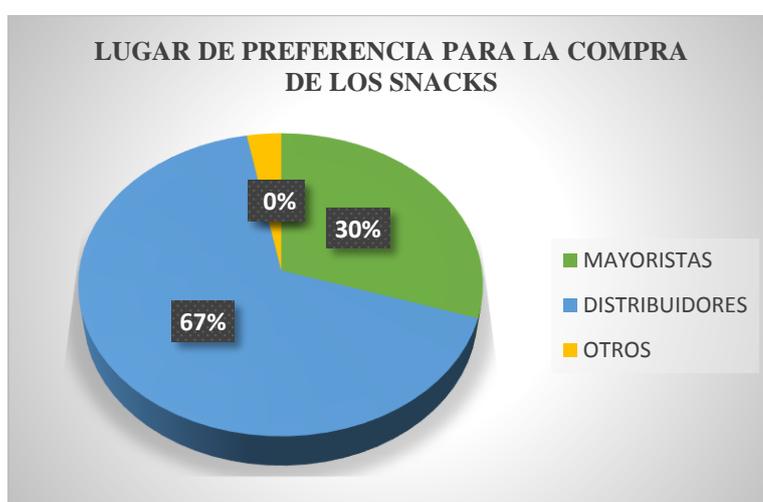


Figura 11 Lugares donde le gustaría encontrar el producto

Al preguntar a los administradores de autoservicios y tiendas, a dónde le gustaría encontrar el producto 105 de ellos que corresponde al 30,00% manifestaron en los mayoristas, sin embargo 234 de ellos que corresponde al 67,00% comentaron en los distribuidores, mientras tanto 11 de ellos que corresponde al 3,00% respondió otros.

Análisis general de la encuesta

De acuerdo con la información obtenida en la encuesta realizada de snacks de chifles a base de plátano, podemos interpretar lo siguiente: El conocimiento acerca del snack está cambiando, convirtiéndose en un producto cada vez más saludable y que se puede disfrutar en cualquier lugar y en cualquier momento.

La percepción de que el snack previene comer en exceso entre las comidas del día a día, se direcciona en un beneficio para la salud y por ende la adopción de buenos hábitos alimenticios. En algunas categorías de snacks ,como en la clase de snacks que adquiere 193 de ellos que corresponde al 55,00% manifestaron por los chifles, sin embargo 140 de ellos que corresponde al 40,00% comentaron por las papas, mientras tanto 17 de ellos que corresponde al 5% respondieron que por el maduro; como es el caso de los productos con sal, el precio con el 38% y la marca con el 33% sigue siendo uno de los principales factores de compra, si este producto tiene un enfoque a la salud no tendrá objeción de consumo alguno.

Entre otros atributos para poder seleccionar un snack están también la cantidad con el 15% y la calidad con el 14%. Sobre otras características que debe tener el producto para ser seleccionado es su presentación por lo que un 54% de los encuestados seleccionaron fundas plásticas laminadas porque creen que el producto tiene mejor protección y un 36% fundas plásticas transparentes porque les gusta observar lo que compran. Y sobre la tendencia de consumir productos más saludables el 72% contesto que, si le gustaría consumir este tipo de productos, mientras tanto un 23% contesto que tal vez y solo un 5% se manifestó que no. Por consiguiente, según los resultados de la encuesta será favorable la formalización de los snacks artesanales “Del Cultivo “cumpliendo con las características ya expuestas.

4.1.2. Árbol del problema

ÁRBOL DEL PROBLEMA

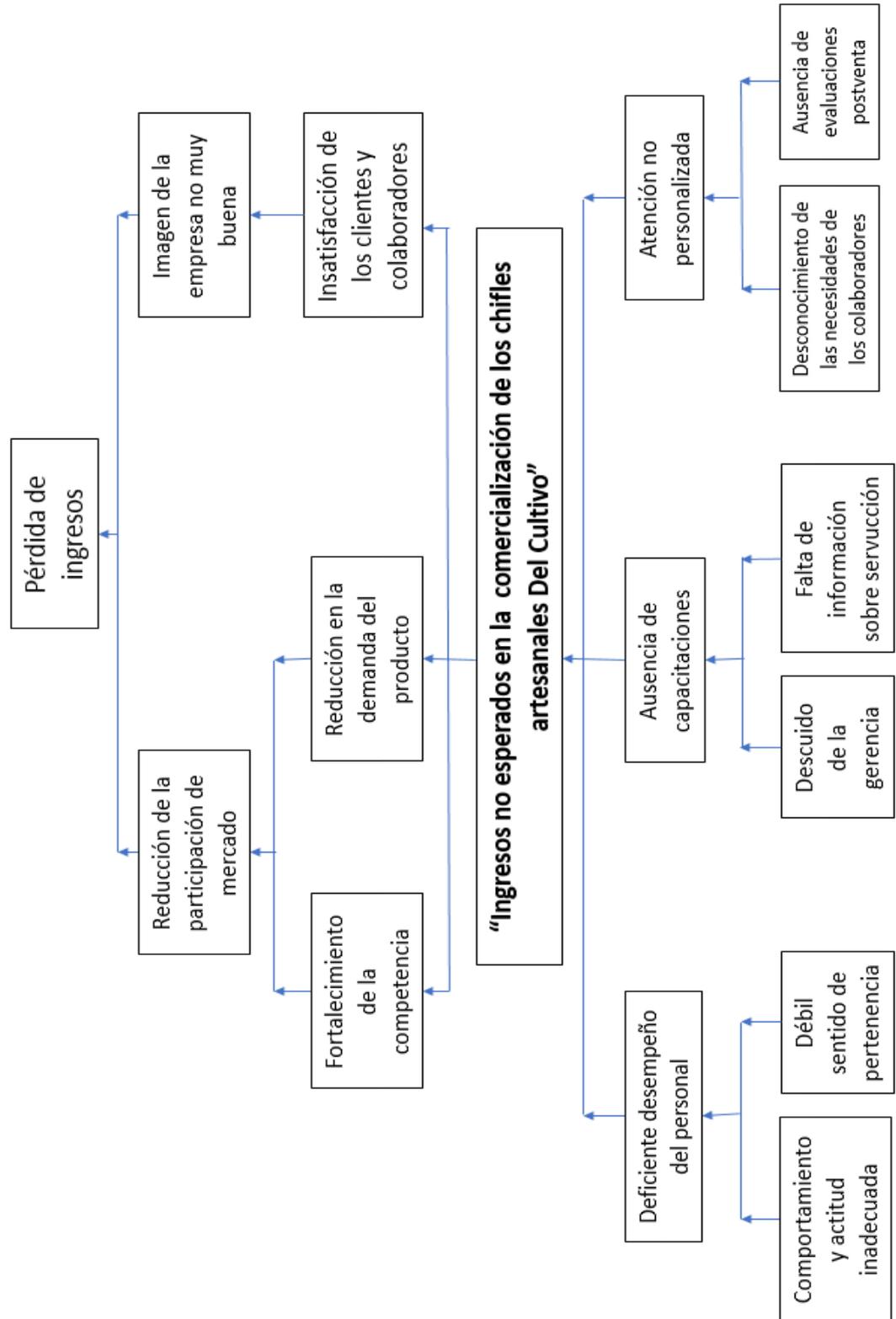


Figura 12 Árbol del Problema

Análisis Crítico del árbol del problema

Se establece que uno de los problemas que mayor afectación provoca es la deficiente estructura organizativa, administrativa y financiera, la cual es evidente, puesto que los roles de los colaboradores administrativos y trabajadores en general no están plenamente definidos lo que trae como consecuencia un deficiente modelo de gestión, además la no estandarización del procesamiento del snack de plátano tiene también influencia en el desarrollo productivo de la empresa.

La organización presenta limitaciones por el mercado que no es atendido lo que repercute en la baja producción, trayendo como efecto que los ingresos económicos no sean los esperados por la microempresa. También se ha podido evidenciar que existe la producción del snack sin procedimientos adecuados y operarios que no cumplen con funciones específicas dentro de la empresa lo que trae como efecto que exista bajo rendimiento de estos, afectando el normal desarrollo del negocio, como también además porque el snack no es conocido formalmente al no tener marca.

Se pudo detectar también que la empresa posee tecnología no moderna en la producción de los snacks de plátano. Los problemas descritos provocan que la producción del chifle disminuya significativamente, afectando el ingreso económico de la empresa como tal y a consecuencia de esto también influye en el ingreso de las familias que son parte de ella.

Como se demuestra en el siguiente cuadro, donde se observa las ventas anuales en unidades de productos desde cuando se inició la comercialización de los chifles en forma informal, se puede apreciar, que desde el año 2017 hasta el año siguiente 2018 hubo un pequeño incremento del 0.35%; en lo que va del año 2019 hasta el mes de Julio se mantiene la tendencia proporcional de ese pequeño porcentaje. Como

vemos los números nos demuestran la realidad de las ventas al comparar los años, por lo que se hace necesario realizar las correcciones pertinentes en base al objetivo general que tiene la organización con este estudio.

Tabla 20

Ventas por unidades del producto

Año	Ventas anuales en unidades	% de variación
2017	112.800	
2018	113.200	0,35
2019	66.031(en 7 meses)	

Al tener baja productividad, se ven afectados los ingresos que es la sostenibilidad del negocio, así como su rentabilidad que es la razón de la organización.

Por lo descrito es importante que se desarrolló el proceso investigativo, a fin de establecer la problemática en torno a la producción de chifles de manera formal, de esta manera se contribuirá con la sostenibilidad y desarrollo de tan importante emprendimiento, para que se vea reflejado en sus indicadores financieros y por lo tanto en su productividad.

4.2. Estudio de mercado

El estudio del mercado nos permite investigar la oferta y la demanda de un bien o servicio, nos arroja información sobre gustos, necesidades, preferencias de los consumidores y que para la ejecución del emprendimiento o negocio servirá como información de primera mano, evitando una posible quiebra a futuro. Así mismo la información sobre la competencia directa o indirecta, tipos de mercado, público de consumidores, nivel de ingresos y otros factores son parte del componente de un estudio de mercado.

Los compradores y vendedores son los que determinan en el mercado la cantidad de bienes y servicios que se producen y se venden, así como su precio.

4.2.1. Ámbito geográfico

El proyecto de prefactibilidad financiera para la formalidad de los snacks artesanales “Del Cultivo” está ubicado en el sector Sur de la ciudad de Guayaquil siendo su radio de acción la parroquia Letamendi; además es considerado el sector como residencial, pero con zonas comerciales, en las cuales se ha incrementado esta actividad.

Es importante conocer tanto el mercado real, compuesto por actuales compradores, como el potencial, que incluirá todos aquellos que podrían incorporarse como compradores en el futuro. El sector en que se enmarca el proyecto es el primario, secundario y terciario.

La organización se dedica al cultivo de la materia prima(plátano), producción y comercialización de snacks artesanales. Va dirigido a negocios como autoservicios, tiendas, mayoristas, distribuidores. A un público consumidor desde los 3 años en adelante, de la parroquia Letamendi de la ciudad de Guayaquil.

Tabla 21
Demanda Potencial

Parroquia	
Letamendi	96.948

Adatado de INEC, (2010).

En esta población se realiza un censo (2019), encontrándose 6.856 negocios; los cuales representan el 100 % del total de estos; y es en esta cifra de negocios que se aplica la fórmula para saber el tamaño de la muestra.

4.2.2. Características generales del mercado

Guayaquil tiene una economía basada de todos los sectores productivos del Ecuador, convirtiéndose en el motor de desarrollo de la economía del país.

4.2.3. Análisis y proyección de la demanda

El principal propósito del análisis de la demanda es determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado, con respecto al producto, además está realizada en base al gusto del consumidor, la variedad en la gastronomía en el mercado, la necesidad real de que se vive en el mercado de estudio, entre otros. El resultado arrojado de la encuesta es nuestra demanda real proyectada, que es la siguiente:

Tabla 22
Demanda real proyectada

Administradores de autoservicios y tiendas	6.856
--	-------

4.2.4. Análisis y proyección de la oferta

Actualmente existen fábricas de chifle de plátano en el Ecuador ubicadas en las provincias de Manabí, Guayas, El Oro, Pichincha, Santa Elena, Los Ríos, Santo Domingo y Esmeraldas; quienes abastecen de este producto al mercado nacional e internacional. Cabe indicar que las industrias dedicadas a esta actividad solo cubren

una parte de la demanda nacional según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Actualmente nuestra organización oferta a 455 clientes de este mercado, que representa el 6,64% de la demanda real proyectada, quedando por atender el 93,36% de la mencionada demanda, este dato nos permite percibir una brecha en donde existe una demanda insatisfecha, cabe mencionar que es una oportunidad para incursionar con nuestro producto y satisfacer la necesidad de ese segmento de mercado.

4.2.5. Demanda insatisfecha

Según el portal Marketing para dos, se llama demanda insatisfecha a aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte por el proyecto; dicho de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta, también es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio o es la demanda de espacio que el mercado no puede satisfacer por razones diversas, como problemas de precios o localización no adecuada. . (Marketing, 2013).

Con los datos obtenidos procedemos a calcular la demanda insatisfecha que es la diferencia entre la demanda real proyectada y la oferta proyectada

Tabla 23

Demanda insatisfecha

Proyección de la demanda real	6.856
Proyección de la oferta	455
Diferencia (DI)	6.401

Según el resultado, la demanda insatisfecha es de 6.401 unidades, lo que representa el 93,36% del mercado de la parroquia Letamendi que no está siendo

atendido con nuestro producto. Este resultado permite identificar que existe una excelente oportunidad de negocio, por el alto porcentaje de clientes no atendidos.

4.2.6. Análisis FODA del proyecto

Este análisis permite reconocer las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que el proyecto puede tener. A continuación, se desarrolla este análisis, que tiene que ser preciso, conciso y claro.

Análisis interno.

Fortalezas.

F1: Precios más accesibles.

F2: Materia prima 100 % orgánica.

F3: Alianzas estratégicas con proveedores de materia prima de alimentos.

F4: Empaques amigables con el medio ambiente, biodegradables.

F5: Productores de materia prima

Debilidades.

D1: Ausencia de tecnología de punta.

D2: Maquinarias artesanales para la producción.

D3: Carencia de personal capacitado.

D4: No contar con una buena logística.

Análisis Externo.

Oportunidades.

O1: Amplio mercado para ofertar, parroquias cercanas como Ximena.

O2: Mercado dispuesto a probar nuevos productos respecto a la actual tendencia de consumo en base a la variedad de nuevas alternativas.

O3: Empresas locales desarrollan nuevas maquinarias que se ofrecen al mercado para optimizar y mejorar los procesos productivos del chifle.

O4: Gobierno ecuatoriano fomenta al crecimiento de la matriz productiva incentivando el crecimiento y creación de microempresas.

O5: Costos de los productos de la competencia más altos.

Amenazas.

A1: Empresas con mayor experiencia y renombre en el mercado lanzan nuevos productos constantemente.

A2: Entrada de nuevos competidores al mercado de snacks como son los vendedores informales que se encuentran ubicados en los distintos sectores de la ciudad ofreciendo mayor cantidad a un precio menor.

A3: Tendencia a estilo de vida más saludable.

A4: Cambios en las leyes gubernamentales.

4.2.7. Producto

El plátano, también conocido como verde, tiene tres variedades: barraganete, dominico y maqueño, es muy utilizado en la gastronomía. El plátano tiene un alto valor nutritivo. Es una fuente importante de potasio, magnesio y fosfato. El potasio del plátano es muy bueno para el corazón ya que puede ayudar a prevenir la hipertensión y los ataques cardíacos. El alto contenido en vitaminas A, B1, B2, B6 y C ayuda mantener la visión, una piel saludable y contribuye a fortalecer el sistema inmunológico. Tiene además un alto contenido en fibra y carbohidratos.

Naturaleza

Del plátano se puede extraer:

Productos principales: Chifles con sal y dulces.

Subproductos: Como el alcohol, harina de plátano, vino, vinagre, puré y almidón.

Productos sustitutos: La papa, el camote y la yuca.

Los chifles pueden tener diversas formas como: redondos, alargados o cualquier otra forma según se proceda al corte del plátano

Propiedades alimenticias del chifle:

El chifle es considerado uno de los snacks más saludables por su alto contenido de potasio, porque no contiene colesterol en comparación con otros snacks cuyo valor alimenticio es muy bajo. En la tabla siguiente se pueden apreciar algunos de estos valores:

Composición nutritiva del chifle de plátano:

Valor nutricional en (100 g.)

Calorías Totales (mg) 545

Calorías de grasas (mg) 316

Grasas totales (g) 31

Grasas saturadas (g) 6

Colesterol (mg) 0

Sodio (mg) 120

Carbohidratos totales (g) 60

Fibra dietética (g) 4.6

Azúcares (g) 12

Proteínas (g) 2

Esto demuestra que los chifles de plátano son snacks saludables.

Segmentación del mercado

Para segmentar el mercado que vamos a atender usaremos dos variables:

La segmentación Geográfica. - Se refiere a la división del mercado en regiones de un país, tamaño del mercado, densidad del mercado o clima.

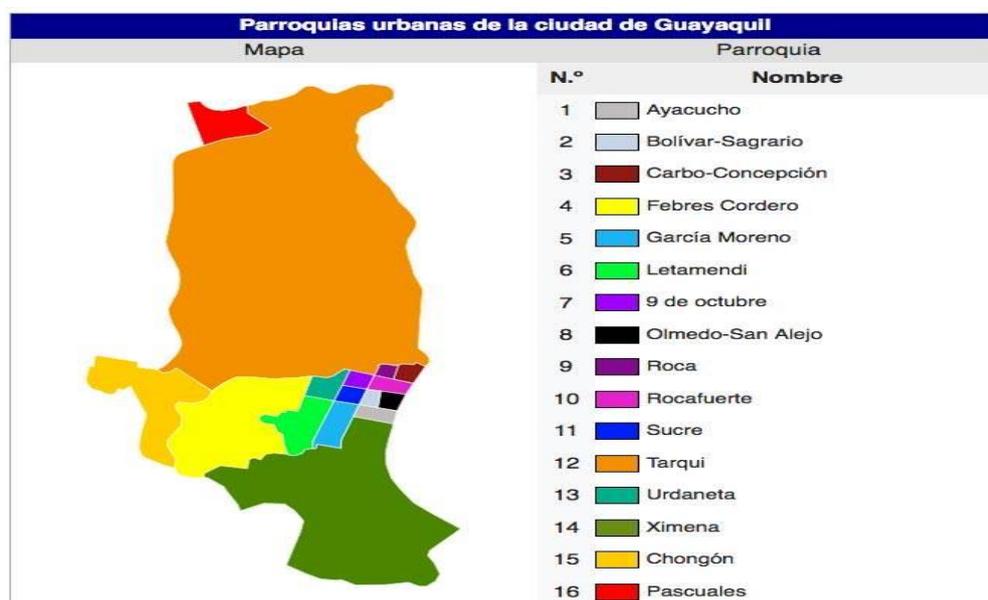


Figura 13 Parroquias urbanas de Guayaquil
Adaptado de Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil. Dirección de Urbanismo

La parroquia urbana Letamendi ubicada en el croquis con el No 6 de color verde, es el caso de estudio del segmento geográfico del mercado que estamos analizando.

La segmentación Demográfica. - Se relaciona con el comportamiento de compra y consumo del consumidor. Las bases comunes para este tipo de segmento son: edad, sexo, ingreso y antecedentes étnicos.

Tabla 24

Mercado meta, donde va dirigido el producto y su consumo

Niños, jóvenes y adultos de edades comprendidas desde 3 años en adelante

De todas las clases sociales

Por el gusto de comerlo, por fiestas, reuniones entre amigos o familias

El producto que es el chifle natural y con sal del presente estudio se comercializa principalmente en el mercado de la parroquia Letamendi.

Presentación del producto.

- **Rebanado:** Consiste en cortar en forma redonda el producto en finas rodajas de 2-3 mm de espesor, constituidos en porciones individuales.
- **El empaque:** En bolsas de polipropileno transparente y laminadas; la funda que contiene el producto posee tres láminas de protección, que lo mantiene en óptimas condiciones, protegiéndolo de la luz y el calor, cumpliendo con todos los requerimientos del mercado y son embaladas las mismas en cajas de cartón.

Cada presentación incluirá en el reverso el Registro Sanitario y el tiempo de consumo, tendrá un número de teléfono para preguntas y comentarios; y para que se escriba a servicio al cliente una dirección de correo electrónico.

Se detallará en cada paquete la composición que tendrá este producto terminado con las características específicas y principales cumpliendo con las normas establecidas por el INEN.

Marca del producto: “Del Cultivo”.

Variedad y presentación: 50 gramos

Forma de uso: Directamente al consumo o combinándolos con otros alimentos.

Valor agregado: Plátano 100% orgánico y fundas biodegradables.

El logotipo o tipografía, en este proyecto se la ha utilizado para representar su naturaleza, utilizando los siguientes colores:

Tipografía

DEL CULTIVO CLASSICO

Se elabora el logotipo para personas que buscan un producto saludable y de buen sabor, escogido como la marca para niños, jóvenes y adultos.



Figura 14 Colores de la funda de la marca

- **El rojo:** Se usa para lanzar ofertas y descuentos porque incita a las compras impulsivas.
- **El naranja:** Es muy vibrante y enérgico; puede estar asociado con la salud y vitalidad. El naranja estimula la actividad mental y se asocia a la creatividad y felicidad. Incita a la compra y encaja muy bien con el público joven, como también al éxito.
- **El amarillo:** Es un color positivo, denota alegría, inteligencia y felicidad. Estimula la actividad mental y promueve la acción. Es ideal para llamar la atención, pero hay que ser precavido, ya que en grandes dosis puede transmitir irritabilidad.
- **El verde:** Representa un nuevo comienzo y crecimiento. También significa la renovación y la abundancia. Es el color de la naturaleza, representa armonía, el crecimiento o la frescura; a nivel emocional tiene una fuerte relación con la seguridad y la esperanza, se relaciona con el medio ambiente.
- **El blanco:** Blanco a menudo se asocia con la pureza, la limpieza, y la virtud es un color que aporta una gran cantidad de soluciones, ya que es igualmente elegante y hace juego con cualquier otro color tenga la tonalidad que tenga.

El slogan

Un slogan, es una proposición que define brevemente o representa la misión de una organización, y debe ser fácil de recordar.

El slogan para la presentación será:

“Es delicioso, sabe tan rico” (It's Delicious, it tastes so good); este resalta el origen de la fruta.

4.2.8. Precio

Los precios en el mercado obedecen a una serie de factores, como producción, materia prima, calidad a ofrecer, competencia y clientes; que incidan directamente y que establecen el valor real del producto ya procesado. Para este caso algunas de las variables que hay que tomar en cuenta en lo que se refiere al costo, es el del empaque siendo el tipo, tamaño y su utilización entre otros. El precio del producto tendrá un valor de \$0.42 por funda de 50 g.

Tabla 25
Cuadro comparativo de precios

Marcas	45g	70g	150g
Tortolines	\$0.45	\$0.90	\$1.45
Banchis	0.43	0.88	1.40
Carli	0.42	0.87	1.38
Frito lay	0.44	0.89	1.40
Presco chifles	0.42	0.86	1.35

4.2.9. Plaza (comercialización)

La comercialización del chifle está orientada al consumo de todas las personas desde los tres años en adelante, por cuanto tiene propiedades beneficiosas para la salud de los consumidores. La venta será a través de nuestros propios vendedores, de distribuidores y por intermedio de las principales cadenas de comisariatos.

Tipo de empresa

El tipo de empresa está considerada como microempresa y de bienes, la cual contará desde el inicio de la operación con un aproximado de 5 colaboradores entre personal administrativo y de operaciones, cantidad que irá en aumento o disminución de acuerdo con la necesidad o requerimiento de la actividad comercial puesta en marcha.

Tabla 26

Tipo de empresa

Tamaño de la empresa	Número de personas	Ventas
Microempresa	De 1 a 9	Menor a \$100,000.00

Adaptado de INEC: Directorio de empresas y establecimientos,2014

Población

De acuerdo con la encuesta realizada para el presente proyecto de prefactibilidad hemos obtenido los siguientes datos:

Tabla 27

Clientes encuestados

Componentes	Cantidad
Administradores de tiendas y autoservicios	350

Actividad económica

En la realización del proyecto de prefactibilidad financiera para formalidad de los snacks artesanales “Del Cultivo”, debemos de conocer las diferentes actividades económicas que existen en la parroquia Letamendi, tales como:

Tamaño de la empresa

En los diferentes sectores de la parroquia Letamendi podemos encontrar múltiples negocios pequeños, medianos y grandes como tiendas, restaurantes, picanterías; también podemos encontrar sucursales de grandes empresas como Tía, Mini comisariatos, Super Aki, a demás bares de colegios, escuelas, existen múltiples negocios ubicados los sectores comerciales de la parroquia.

Tipos de negocios

En la cuesta realiza para el presente proyecto, se pudo determinar los siguientes segmentos de mercado:

- Servicios de Cyber
- Comidas tales como:Asaderos, picanterías, comedores, chifas, restaurantes, panaderías

- Belleza como: Spa, Gabinete de belleza, peluquería, barbería.
- Medicina con servicios tales como: farmacias, consultorios médicos, dentales.
- Servicio de Tecnología como: Venta y mantenimiento de computadoras, venta y mantenimiento de celulares.
- Tiendas de abarrotes, bazares, papelerías, licorerías, heladerías
- Servicio para mascotas entre las que hay: Veterinarias, peluquerías de mascotas.
- Servicios para vehículos: Ventas de repuestos y mantenimiento.
- Modas tales como Boutiques y talleres de costuras.

Equipamiento de la zona

El proyecto de prefactibilidad financiera para la formalización de los snacks está ubicado en el sector Sur de la ciudad de Guayaquil, en la ciudadela Morejón

Almeida que cuenta con los siguientes equipamientos en la zona:

- Servicios Básicos: Como el eléctrico, de agua potable y telefonía fija.
- Servicio de Internet brindado por las compañías Netlife, Claro, Cnt EP, Tv Cable.
- Servicio de televisión pagada como: Claro, Cnt EP, Tv Cable, Directv.
- Servicio de transporte público y privado como: Metro vía, diferentes líneas de buses y autos.

Competencias

El proyecto de prefactibilidad financiera debe de tener identificadas sus competencias directas e indirectas, para con esto tener bien claro, quiénes son los competidores que podrían restarle sus clientes potenciales.

Competencias directas:

La directa son las empresas o negocios que venden un producto igual o casi igual al nuestro y que lo venden en el mismo mercado, como Tortolines, Banchis, Carli.

Competencias indirectas:

La indirecta son las empresas o negocios que intervienen en el mismo mercado con productos sustitutos o de forma diferente, como los vendedores informales sin marca y sin registro sanitario.

Proveedores de Plátano

Por intermedio del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca; a través de su departamento de Agrocalidad se obtuvo la información segmentada por provincia del número de fincas a nivel nacional.

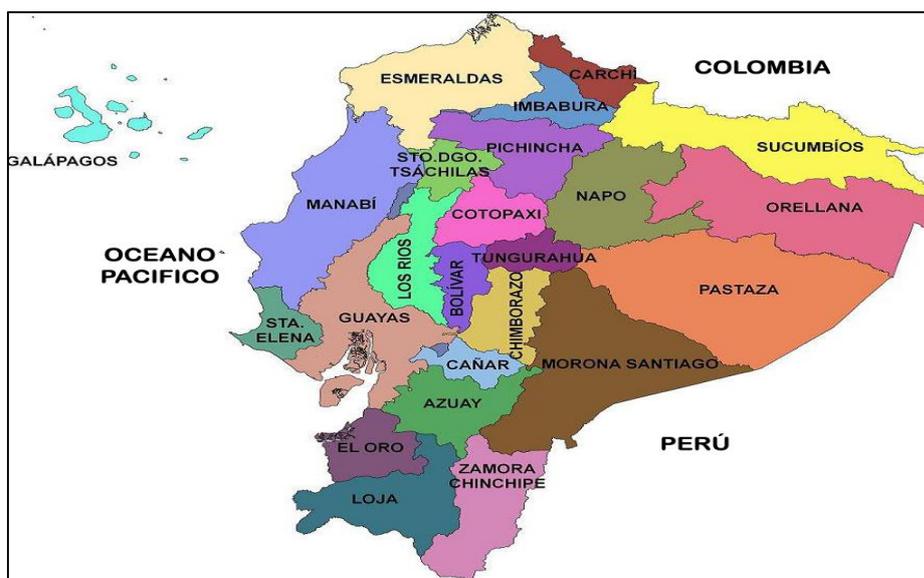


Figura 15 Provincias proveedoras de verde
Adaptado de El Instituto Geográfico Militar (IGM)

Es importante para toda empresa realizar alianzas comerciales con los proveedores que siembran y producen plátano en sus fincas las que permitan abastecer y cubrir las necesidades del mercado.

Tabla 28
Proveedores de materia prima (plátano)

Provincias	Proveedores
Guayas	640
Manabí	685
Esmeraldas	558
El Oro	660
Los Ríos	590
Santo Domingo	430
Santa Elena	290
TOTAL:	3.853

Adaptado de MAGAP(Agrocalidad)

Tabla 29
Proveedores de insumo

Aceite vegetal: La Fabril y Danec S. A

Fundas laminadas para el chifle: Prepacking y Sigmaplast

Mesa de acero inoxidable: Metalza e Ibea S.A

Gavetas con tapa plastica : Ideltro,Displast y Plapasa

Freidora industrial de acero inoxidable: Fritega,Corempo S.A, Equindeca.

Productos de limpieza: Proquimec , Cecomex, Spartan del Ecuador, Proquilarv S. A

Cliente

La razón principal para que una empresa subsista en el mercado con el tiempo son sus clientes. El cliente es el beneficiario de los productos o servicios que comercialice o produzca la empresa. Se constituye como una importante fuente de información para las organizaciones puedan corregir o llevar a cabo mejoras en los productos y servicios que se ofrecen en el mercado. El cliente es el que tiene las necesidades y expectativas, las cuales deberán ser satisfechas por la empresa.

4.2.10. Promoción

Para ingresar al mercado con la finalidad económica de tratar que el consumidor compre el producto, se difundirá una campaña de publicidad y un programa de promoción que resaltará la excelente calidad nutricional del producto, para informar e influir en la decisión de compra de los clientes potenciales. La publicidad tratará de

comunicar al sector consumidor las bondades nutricionales de este nuevo chifle, considerándose que un aspecto importante para lograr esto es la comunicación.

Se concluye de acuerdo con el enfoque de posicionamiento que el lugar estratégico para presentar una publicidad son los mismos locales de los negocios porque es ahí donde acude directamente el cliente final a consumirlo. Con la autorización respectiva de cada propietario o administrador se pondrán los afiches. El tamaño de los afiches será de 40 cm de largo x 25 cm de ancho.



Figura 16 *Medidas del afiche*

El chifle de plátano se promocionará a través de los siguientes medios

Promoción nutricional del producto en prensa y radio

- Redes sociales
- Página Web
- Afiches
- Publicidad personal
- Degustaciones

Tabla 30
Estrategias de promoción

Estrategias de Promoción	
Importancia	Objetivo
<p>Realizar una campaña de entrega del producto, a los clientes seleccionados como punto de partida para el desarrollo del proyecto.</p> <p>Se manejará la interacción del personaje Chiflito, el cual que participará en horas y días estratégicos; además participar en eventos puntuales que realicen los clientes.</p> <p>Por la recolección de 10 empaques vacíos de los Snack Del Cultivo y ponerlos con sus respectivos datos en las ánforas que se encontrarán en los diferentes puntos de ventas para que participen en el sorteo.</p> <p>Entregar exhibidores que sirvan para que el producto esté expuesto.</p> <p>Dar facilidades de pago, dependiendo del monto de compra que realice y el tipo de cliente</p>	<p>Para que los mismos conozcan el sabor del chifle.</p> <p>Para impulsar y degustar el producto, entregando también muestras gratis a los clientes y de esta manera conozcan el nuevo chifle.</p> <p>Donde el ganador podrá hacerse acreedor a accesorios de tecnología como pen drive, cargadores, protectores de celular y una variedad de artículos, motivando el consumo de los snacks.</p> <p>Por qué un producto bien exhibido tiene ventaja competitiva.</p> <p>Para facilitar el ingreso con ciertos clientes potenciales.</p>

Tabla 31
Estrategias de publicidad

Importancia	Objetivo
<p>Realizar activaciones que permitan interactuar el personaje chiflito con los consumidores</p> <p>Proporcionar material publicitario a los puntos de ventas.</p> <p>Al inicio de clases se instalarán islas en los colegios para dar a conocer el nuevo chifle Del Cultivo.</p> <p>En las diferentes actividades que realicen los colegios como novatada, olimpiadas, fiestas por el día del niño, en los meses de julio, agosto, octubre y por fin de año. se tendrá presencia de la marca con impulsadoras y el personaje Chiflito.</p> <p>En conjunto con la Dirección Académica de cada colegio se premiará a los estudiantes que sobresalgan con sus notas en periodos trimestrales.</p>	<p>Para dar a conocer las bondades de los chifles “Del Cultivo”</p> <p>Para llegar de manera directa a los consumidores de los clientes de la empresa.</p> <p>Para impulsar la campaña viva sano dando a conocer todos los beneficios que tiene el chifle, entregando muestras gratis.</p> <p>Hacer que se poseione en la mente y gustos de los jóvenes los chifles “Del Cultivo”.</p> <p>Para el fortalecimiento del vínculo de la marca de los chifles “Del Cultivo “con los directivos, padres de familia y estudiantes apoyando la excelencia académica.</p>

Comercialización del producto.

Es la parte en donde la empresa da a conocer a su mercado objetivo los productos y servicios que ofrece, llegando de manera directa (personal) o indirecta (masiva) al consumidor.

La distribución será otro punto de la estrategia de mercadeo. Incluye los canales por los cuales se van a distribuir los productos, las formas de entrega, las alianzas comerciales de venta y todas las actividades relacionadas con el manejo del producto, su cuidado y su llegada al consumidor final, venta directa con equipo de ventas propio, a través de las cadenas de comisariatos, mayorista y el telemarketing (canal de ventas basado en llamadas telefónicas).

La comercialización dentro de una empresa es realmente importante puesto que conocer las necesidades, gustos y preferencias, de los consumidores es primordial, ya que ninguna empresa puede ingresar al mercado competitivo sin tener ideas claras de cómo hacerlo, para tomar mejores decisiones en beneficio del cliente, y es la forma mediante la cual nos haremos conocer en el mercado.

4.3. Estudio técnico

A través del estudio técnico se diseña la función de producción óptima que mejor utiliza los recursos disponibles para obtener el producto deseado, sea este un bien o servicio. Pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que desea, su objetivo es verificar la disponibilidad técnica de fabricación de producto o servicio.



Figura 17 Productos o servicios
Adaptado de Guía de estudio técnico para la evaluación de proyectos,2016

4.3.1. Localización del proyecto

El estudio de la localización del proyecto está dirigido explícitamente a la comercialización de chifles de plátano “Del Cultivo” hacia la parroquia Letamendi en la ciudad de Guayaquil.

Factores determinantes de la localización.

Es imprescindible señalar que el lugar en donde está ubicada la microempresa contara con vías de acceso, servicios básicos, clima social, medios de comunicación, los mismos que incidirán positivamente en los costos de la producción. Es importante señalar que la materia prima la obtendremos de los sectores aledaños trasladadas por los mismos proveedores, ya que la localización de la empresa está ubicada en un lugar estratégico para el abastecimiento de materia prima por que está a 10 minutos de la vía perimetral que es uno de los principales accesos a la ciudad. Tiene la disponibilidad de servicios públicos y privados tales como agua potable, luz, telefonía fija y móvil, alcantarillado, internet entre otros. Con respecto a la influencia del clima, Guayaquil mantiene un clima templado con un promedio de 27 grados centígrados; con relación a la mano de obra, la empresa está consciente que debe cancelar a su personal todos los rubros de acuerdo con la ley.

La micro empra está localizada en Guayaquil, específicamente se encuentra ubicada en la parroquia Letamendi, lugar en donde le permitirá realizar la recepción, producción, comercialización, transporte y distribución de chifles a los diferentes consumidores del mercado en estudio.

4.3.2. Tamaño del proyecto

La demanda es uno de los factores más importantes para determinar el tamaño del proyecto y su viabilidad. Como se demostró en el capítulo anterior (estudio de mercado), la demanda insatisfecha en el mercado de la parroquia Letamendi es muy

elevada, indicando que el desarrollo de este proyecto es muy factible y que cuenta con una excelente demanda positiva.

Para determinar el tamaño del proyecto es necesario considerar la variable dimensión del mercado. Actualmente la mayoría de posibles clientes del mercado de la parroquia Letamendi desconoce del chifle artesanal “Del Cultivo” sin embargo luego en esta población se realiza un censo (2019), encontrándose 6.856 negocios; los cuales representan el 100 % del total de estos; y es en esta cifra de negocios que se aplica la fórmula para saber el tamaño de la muestra la misma que arroja la cantidad de 350; donde la pregunta No 3 de la encuesta, consulta ¿Qué clase de snacks adquiere? , respondiendo 193 de ellos que corresponden al 55% por los chifles, pregunta clave para determinar el tamaño del proyecto. Con estos datos se pueden realizar los siguientes cálculos:

Tabla 32

Tamaño del proyecto por posibles clientes

Posibles compradores = Población x Preferencia de consumo o clase de snacks que adquiere
Posibles compradores = 6,856 x 55%
Posibles compradores = 3,771 Negocios que comprarían chifles “Del Cultivo”

Tabla 33

Capacidad de producción de máquinas

Detalle	Característica
Rebanadora	Para varios tipos de snacks, produce entre 50 y 80 Kg Hora
Freidora industrial	Produce 50 Kg x Hora, tiene capacidad para 17 Litros de aceite, a gas.

Hipótesis

Que a los posibles clientes (3,771) se les venda 10 unidades de 50gr a cada uno por semana.

Tabla 34
Tabla de conversión

Detalle	Característica	Cantidad de fundas x hora
Rebanadora	50Kg x H.= 49,940 gr x H.	998 U./H y x 8H=7.984 U
Freidora industrial	50Kg x H.= 49,940 gr x H.	998 U./H y x 8H=7.984 U
Funda	50 gr	

Tabla 35
Desarrollo de conversión

Demanda proyectada	3,771 x 10 U=37.710 x 4 Semanas = 150,840 U
Oferta proyectada x 8 H	7,984 U. x 5 días = 39,920x 4 Semanas = 159,840 U
Demanda insatisfecha	No hay.
Solución de la demanda insatisfecha.	Para satisfacer la demanda proyectada en caso de haberla, se trabajaría el sábado.
Valor en dólares de la demanda proyectada mensual	159,840 U. x \$ 0.42 = \$ 67,132.8

La microempresa, productora de chifles está ubicada en el sector de la parroquia Letamendi, en la ciudadela Morejón Almeida Mz: C-1 V:14 ocupando un área con una extensión de 96 metros cuadrados para la producción de chifles, de los cuales 41 metros cuadrados el despacho y mobiliario de oficina y servicios varios, 35 metros cuadrados para elaboración y producción de chifles, 5 metros para el almacenamiento del chifle, y 15 metros cuadrados para la recepción y almacenamiento de materia prima.

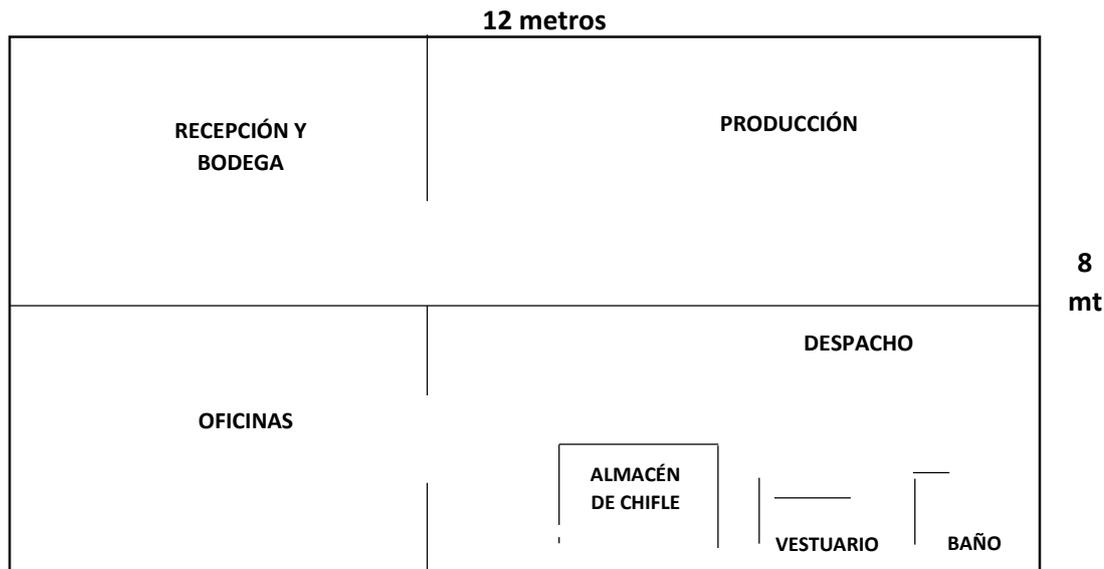


Figura 18 Plano de la empresa

4.3.3. Tecnología que utilizar

Para realizar cualquier proyecto debemos definir que tecnología vamos a utilizar, debemos prever si la tecnología va a estar al alcance de nuestro presupuesto, también se debe tener en cuenta las licencias que se deben obtener, los técnicos, se debe combinar la selección y adquisición de tecnología con la selección de maquinaria y equipos.

Puesto que la tecnología es indiscutiblemente la dimensión que cambia a mayor velocidad, ya que los mercados evolucionan y los beneficios básicos simple y sencillamente permanecen a través del tiempo, la empresa no debe definir su negocio sobre los productos y servicios que de ella resultan y arriesgarse a desaparecer.

Selección de la tecnología

Se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Tamaño del proyecto
- Los costos de inversión
- Fuentes de tecnología

DETALLE	CARACTERÍSTICAS	
Rebanadora	<ul style="list-style-type: none"> * Rebanadora para varios tipos de chips. * Produce entre 50 y 80 kg por hora 	 <p>Fuente: Olx Ecuador</p>
Freidora industrial	<ul style="list-style-type: none"> * Produce 400 Kg cada 8 horas * Cocina industrial a gas * Tiene capacidad para 17 litros de aceite 	 <p>Fuente: Inmegar</p>
Selladora y empacadora	<ul style="list-style-type: none"> * Se adapta a diferentes anchos de bolsas. * Sellado horizontales y verticales * Arrastra automáticamente las bolsas en láminas. * Posee una pesadora que adapta el peso para cada empaque. * Su potencia es de 600 vatios. * Produce de 10 a 15 bolsas por minuto 	 <p>FUENTE: Astimec</p>
Gaveta	<ul style="list-style-type: none"> * Dimensiones de 60x40x30 cm 	 <p>FUENTE: Mercado libre Ecuador</p>
Mesa de acero inoxidable	<ul style="list-style-type: none"> * Mesa de uso industrial. * Dimensiones de 1m largo por 70 cm de ancho. 	 <p>FUENTE: Mercado libre Ecuador</p>

Figura 19 Maquinarias y equipos

4.3.4. Ingeniería del proyecto

La ingeniería está orientado a buscar una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio.

Descripción técnica del proceso de producción de los chifles “Del Cultivo”

Esta etapa tiene dos objetivos fundamentales, la primera es definir los procesos organizacionales y la otra es la selección de los procesos claves. Es el elemento desencadenante del ciclo para poder gestionarlos. Una vez identificados se deben documentar para constituir un manual de procesos.

En este proceso se realiza un análisis detallista para determinar las principales fases, la secuencia de las etapas, que equipos, maquinaria y recursos humanos vamos a requerir, el tiempo que se demora cada proceso. Se debe tener en cuenta las características del producto peso, tamaño, unidad de medida y niveles de producción, también debemos indicar cuáles serán los desechos sólidos, líquidos y gaseosos y como los vamos a eliminar, cual es el medio que se va a utilizar.

A continuación, se detalla el proceso de producción de chifle “Del cultivo”:

Recepción y almacenamiento de materia prima. - Se receiptan los verdes en cajas de 80 verdes, con un peso de 50 libras cada una, por parte del proveedor, y se los almacena en la bodega.

Transporte o movilización al área de producción. - Las cajas de verdes son llevadas al área de producción.

Lavado y descascarado del plátano. - Los verdes son llevados al área de lavado y pelado, en el cual se comienza sacando los verdes de la caja, y se les realiza una abertura en la cascara en forma de una línea vertical, debido a que el verde produce una sustancia pegajosa que dificulta el pelado y mancha la piel. Luego se cortan las

puntas Y se los deja remojando por un tiempo de 10 minutos. Pasado este tiempo se comienza el pelado.

Cortado o rebanado del plátano. -El verde pelado se lo traslada a la máquina cortadora en el cual se rebana el verde en pequeñas rodajas, este proceso es automático.

Calentamiento del aceite y cocción del plátano rebanado. - Las rodajas del verde son llevados a la máquina freidora, una vez que el aceite alcance la temperatura de 90 grados. En la maquina freidora se realiza un constante movimiento para evitar que las rodajas de peguen.

Enfriamiento y Tiempo de reposo del chifle. - Una vez cocinado el chifle es llevado a una cernidora para poder retirar todo el exceso de aceite, y se espera que la temperatura del chifle llegue a su estado normal.

Dosificación o colocación de sal al chifle. - Una vez terminado el proceso anterior el chifle es colocado en unas bandejas grandes en las cuales procede a colocar la cantidad requerida de sal, y queda listo para ser enfundado

Enfundado, pesado, sellado y embalaje del chifle. - Las rodajas de verde son colocadas manualmente dentro de cada funda, pesando, sellando y embalando para finalmente obtener el producto terminado.

Almacenamiento del chifle. - El producto terminado y empacado es trasladado a la bodega de productos terminados y queda listo para su distribución.

Entrega del producto terminado al repartidor o distribuidor. – Este se encarga de la entrega del `producto terminado a los diferentes clientes de la empresa

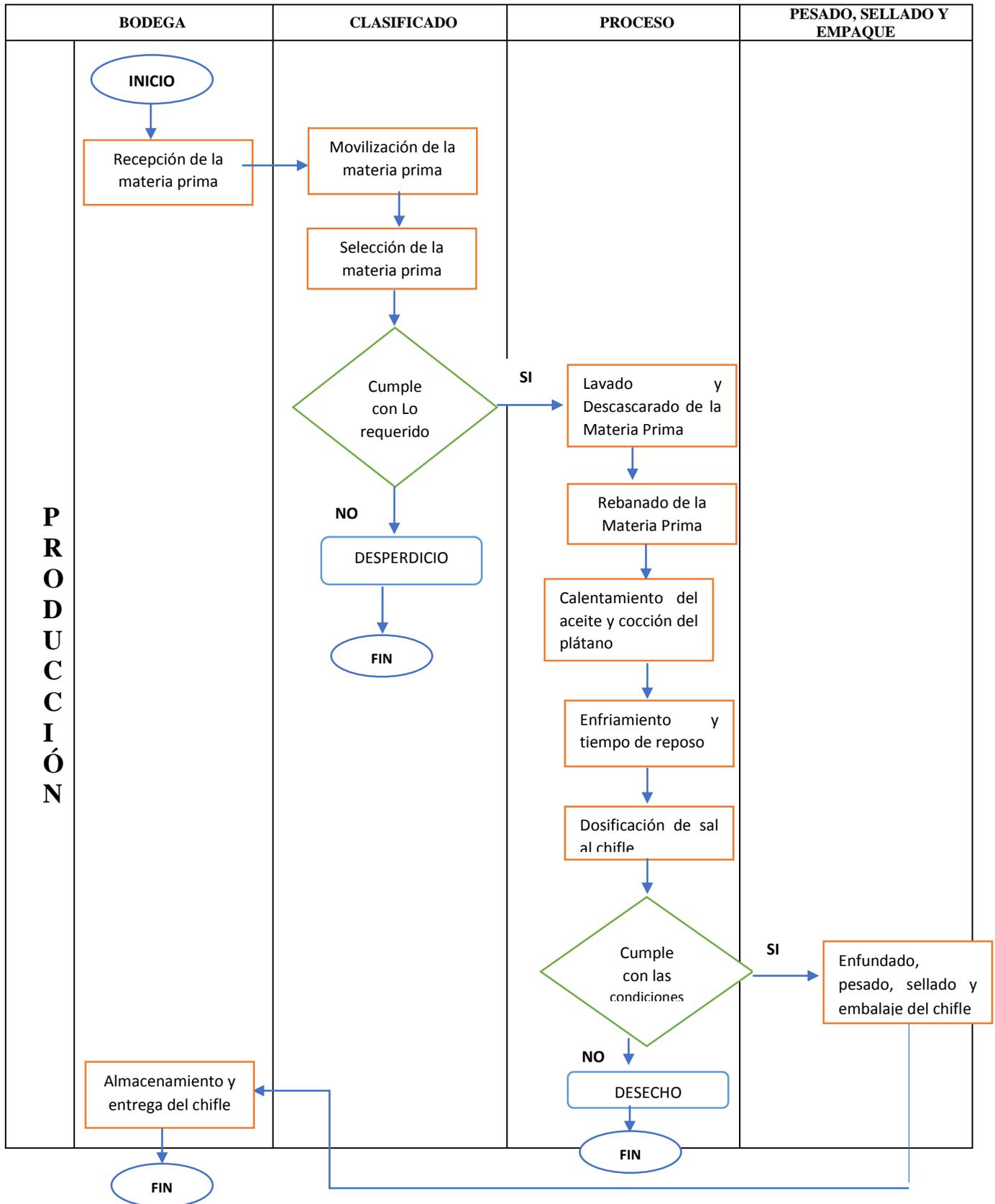


Figura 18 Flujograma del procesamiento de elaboración de snack de plátanos

EGRESOS DEL INVENTARIO

DETALLE DE LA PRODUCCIÓN

DÍA

TURNO

MATUTINO VESPERTINO NOCTURNO

DETALLE DE PRODUCCIÓN

CÓDIGO PRODUCTO

|

CANTIDAD

DOCUMENTOS

REQUISICIÓN No.

AUTORIZADA POR:

ACEPTAR LIMPIAR SALIR

Figura 21 Formulario para mermas y desperdicios de materia prima
Adaptado de Métodos, estándares y diseño del trabajo, 2004.

Abastecimiento

La adquisición de la materia prima e insumos de fabricación serán adquiridos semanalmente a través de los proveedores; los mismos que serán entregados en la bodega de la empresa. En este proyecto, el manejo de materia prima se lo realizará bajo figura de “justo a tiempo”, es decir cero inventarios en la materia prima, pero si un 10% de producto terminado en nuestras bodegas. Se producirá bajo pedido y se despachará de manera inmediata controlando la fecha de caducidad y reduciendo costos de inventario

4.4. Estudio administrativo u organizacional

4.4.1. Planificación

La organización de la empresa está conformada por un solo dueño, además estará a cargo de la administración y la inversión, representación legal, aporte de trabajo y responsabilidad del talento humano, equipo y materiales de la empresa, además el estudio administrativo permitirá ejecutar la planeación y organización de esta.

Visión.

La empresa busca ser líder en el mercado local y nacional en un tiempo aproximado de 5 años, esto en base al esfuerzo de todos los que conforman la empresa.

Misión

Nuestra microempresa dedicada a la elaboración de chifles cuyo objetivo es llegar con un producto de mejor calidad y sabor a todos los consumidores pertenecientes al segmento.

Valores Institucionales:

- **Responsabilidad:** La empresa se esfuerza por cumplir con los compromisos adquiridos con los clientes, proveedores y la comunidad.
- **Trabajo en equipo:** Tanto a nivel de clientes como dentro de la organización. La empresa fomenta trabajo en conjunto ya que el crecimiento del todo depende de la interconexión de cada parte.
- **Honestidad:** Fomentar siempre la transparencia en los procesos dentro y fuera de la organización.
- **Tolerancia:** La tolerancia mejora el ambiente laboral. Es una realidad que en cualquier empresa convergen personas diferentes, poseedoras de rasgos y

actitudes que las distinguen, pero que al interior de la organización requieren establecer vínculos armoniosos y laborar en equipo.

➤ **Respeto:** El respeto, es uno de los valores morales más relevantes para el ser humano y su entorno. Así, este valor es de vital importancia dentro del desarrollo organizacional considerando su naturaleza taxativa (aquello que no levanta dudas, que es firme, elocuente y que no da margen al debate) y generadora de valor en la empresa. Requiere aprender a escuchar a los otros cuidando todas las formas de vida diferentes. Es un valor importante para la sociedad, ya que genera apoyo y solidaridad en el grupo social.

Política de selección de proveedores

- Una política de proveedor permitirá obtener materias primas de calidad con el sistema de entrega justo a tiempo, lo que garantiza una eficiente gestión en los procesos de selección y producción del plátano; aplicándose los siguientes requerimientos:
- Evaluación bimestral del cumplimiento de todos los proveedores de acuerdo con indicadores solicitados por producción en base a los estándares de calidad del producto, eficiencia y eficacia del servicio.
- Solicitar referencias que acrediten experiencia con los clientes a que prestan servicio.
- Control y evaluación de precios de acuerdo con el mercado.

Política de medio ambiente

La política ambiental debe expresar el compromiso de la organización con el medio ambiente en tres puntos fundamentales:

- La mejora continua
- La prevención y control de la contaminación

- El compromiso de cumplir la legislación ambiental relevante y otros compromisos existentes

Para que la empresa pueda funcionar deberá acogerse a las normas exigidas por el ministerio de medio ambiente en cuanto al manejo de aguas residuales, materiales de desechos sólidos, en caso de causar algún daño a la naturaleza, deberán llevar a cabo programas de reparación y mitigación.

4.4.2. Organización Administrativa

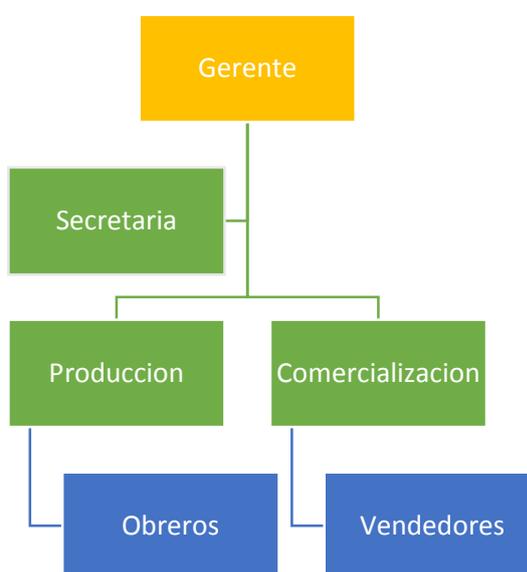


Figura 19 Organigrama estructura lineal o militar “Del Cultivo”

Se caracteriza porque la actividad decisional se concentra en una sola persona, quien toma todas las decisiones y tiene la responsabilidad básica del mando, el jefe superior asigna y distribuye el trabajo a los subordinados, quienes a su vez reportarán a un sólo jefe.

Manual de Funciones Básico guía para desarrollarlo

Un manual de funciones básico debe contener la información clara sobre los siguientes aspectos:

Tabla 36
Manual de funciones

Relación de dependencia (Título del Puesto)
 Dependencia Jerárquica (Relaciones de Autoridad)
 Naturaleza de Trabajo
 Tareas Principales (Funciones)
 Tareas secundarias
 Responsabilidades
 Requerimientos para el Puesto (Requisitos).

Al facilitar esta información permitiría al futuro empleado cumplir sus actividades de forma eficiente.

4.4.3. Funciones principales

Descripción y perfil del puesto

Código: 01

Título del puesto: Gerente

Supervisa: Todos los departamentos existentes en la empresa.

Naturaleza: Planificar, ejecutar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en la empresa; verificar el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Seleccionar y contratar personal idóneo cuando la empresa lo requiera.

Funciones:

Representar a la empresa judicial y extrajudicialmente.

Administrar las finanzas de la empresa, controlando, aprobando y autorizando documentos o pagos en efectivos o cheques.

Organizar cursos de capacitación para todo el personal para potenciar sus actividades.

Desarrollar un buen ambiente de trabajo, que motive un buen ambiente del personal.

Planificar y decidir en la compra de más equipos y accesorios para la empresa.

Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.

Ejercer un liderazgo dinámico para volver operativos y ejecutar los planes y estrategias determinados.

Seleccionar personal idóneo al momento de contratar.

Características del puesto:

Dirigir al personal de la empresa con liderazgo, autoridad y responsabilidad.

Tener iniciativa para resolver los problemas de la empresa.

Responder por el trabajo de los empleados de la empresa.

Requisitos:

Educación: Título de Ingeniero Comercial, Administrador de negocios

Experiencia: Mínimo 3 años.

Código: 02

Título del puesto:

Secretaria Contadora

Reporta a: gerente

Naturaleza:

Organizar y mantener el sistema de contabilidad en la empresa.

Asistir de manera personal al Gerente con temas relacionados a la empresa y clientes en general.

Funciones:

Realizar el pago al personal que labora en la empresa y proveedores.

Realizar un debido manejo en los libros contables.

Tramitar la documentación necesaria al IESS en cuanto a los ingresos y salidas de todo el personal, además de las planillas correspondientes de las aportaciones de estos.

Elaborar Actas, contratos, circulares, enviar y recibir todo tipo de correspondencia de la empresa

Ejecutar los estados financieros correspondientes al periodo.

Presentar informes de la contabilidad al Gerente de la empresa, cada vez que este lo requiera. Emitir facturas a los clientes

Contesta las llamadas de los clientes y proveedores.

Archivo de la documentación de la empresa.

Realiza documentos para el personal interno, clientes y proveedores, y las demás que sean encomendadas por su jefe inmediato de acuerdo con su puesto y función

Características del puesto:

Mantiene informado al Gerente General, sobre las operaciones financieras y administrativas de la empresa, además recibe, organiza y archiva la documentación, como también la emisión, es decir redacta los documentos internos y externos de la empresa.

Requisitos:

Educación: CPA Secretariado ejecutivo, secretaria bilingüe.

Experiencia: Mínimo 2 años

Código: 03

Título del puesto: Encargado de producción

Reporta a: Gerente

Supervisa: Obreros

Naturaleza:

Hacerse cargo de todo lo referente a los procesos productivos, para lograr la eficiencia y un producto de calidad.

Funciones:

Supervisa la producción durante todo el proceso.

Realiza la atención a los proveedores.

Revisa el correcto funcionamiento y el cumplimiento del plan de trabajo establecido.

Revisa el desempeño del personal, así como el de la maquinaria y equipo de trabajo.

Organizar y supervisar la producción ejerciendo un estricto control sobre en el proceso y operario, observando su rendimiento, gasto de insumos y materiales, y la utilización de los recursos.

Analiza todos los fallos o imprevistos durante la producción y los soluciona.

Se asegura de seguir los proyectos de mejora continua y calidad, además revisa el plan de actividades y sugiere ajustes a este de ser necesario.

Características del puesto:

Controlar que la materia prima sea de calidad, controlar la maquinaria y equipos se encuentren en buen estado, además la calidad del producto.

Requisitos:

Educación: Ing. Industrias de alimentos, Tecnólogo en alimentos, Licenciado en administración.

Experiencia: Mínimo 1 año.

Código: 04

Título del puesto: Trabajador/a. u obrero

Reporta a: jefe de producción

Naturaleza: Responsabilidad en la elaboración de chifles.

Funciones:

Trabajar eficazmente en la elaboración del producto en el horario establecido.

Cumplir con la producción diaria en cuanto a la elaboración de chifles.

Mantener la salubridad durante y después del proceso.

Características del puesto: Cumplir con el proceso de elaboración del producto.

Requisitos:

Educación: Bachiller

Experiencia: no se requiere

Código: 05

Título del puesto: Vendedor

Reporta a: Gerente / Secretaria Contadora

Naturaleza: Organizar, registrar, entregar y vender el producto de la empresa (chifles) a los diferentes locales de comidas, tiendas, mayoristas, distribuidores, auto servicios.

Funciones:

Ofertar el producto a los diferentes tipos de clientes.

Receptar el pedido de cada uno de los clientes.

Realizar la entrega del producto de forma oportuna a los clientes

Prospectar nuevos clientes.

Mantener y retener a los clientes.

Incrementar las compras de los clientes actuales.

Conocer el mercado de sus clientes

Formarse constantemente en las técnicas necesarias para su labor.

Administrar eficientemente su cartera de clientes.

Características del puesto:

Conocimientos en ventas para la comercialización de los chifles que produce la empresa, además apertura para el ofertamiento y entrega del producto a los clientes.

Requisitos:**Educación:** Bachiller, conocimiento de ventas**Experiencia:** Mínimo 1 año

Tabla 37

Proceso de reclutamiento y selección del personal

El proceso de reclutamiento y selección de personal es un conjunto de etapas o pasos que tienen como objetivo el reclutar y seleccionar al personal más idóneo para un puesto de trabajo en la empresa; a continuación, cada una de las etapas que conforman este proceso:

1.- Definición del perfil del postulante:

¿Qué actividades deberá realizar?

¿Necesita experiencia?

¿Qué habilidades?

¿Qué conocimientos técnicos?

¿Valores?

¿Capacidad de trabajo en equipo?

¿Trabajo bajo presión?

¿Nivel de estudio?

Principales actividades, responsabilidades

2.- Método de convocatoria o búsqueda:

- Anuncios o avisos.
- Recomendaciones.
- Agencias de empleo.
- La competencia.
- Consultoras en recursos humanos.

- Promoción Interna.
- Archivos o bases de datos

3.- Evaluación:

- Entrevista preliminar
- Prueba de conocimiento
- Prueba psicológica
- Entrevista final

4.- Selección y contratación:

Una vez que hemos evaluados a todos los postulantes se selecciona al que mejor desempeño haya tenido en las pruebas y entrevistas realizadas.

Ya elegido al candidato más idóneo, se lo contrata, es decir, a firmar junto con él un contrato en donde señalemos el cargo a desempeñar, las funciones que realizará, la remuneración que recibirá, el tiempo que trabajará, y otros aspectos que podrían ser necesario acordar.

5.- Inducción y Capacitación

Se debe procurar que se adapte lo más pronto posible a la empresa, y capacitarlo para que se pueda desempeñar correctamente en su nuevo puesto.

Acta de Finiquito

En caso de concluir la relación laboral, se procede a la elaboración del Acta de Finiquito, que es un documento formal que establece la culminación por acuerdo mutuo de la relación laboral. La función del acta consiste en exponer los conceptos de cancelación de los servicios del trabajador; es decir, relacionar detalladamente los pagos que le corresponden por derecho al culminar dicha relación, como, por ejemplo: indemnización, vacaciones pendientes, horas extras, sueldo, etc.

Tabla 38

Esquema general por seguir para generar un acta de finiquito online

-
- 1.- Ingresar a la página web: www.mrl.gob.ec
 - 2.- Ingresar al enlace “Generar Actas de Finiquito en Línea” dentro módulo Viceministerio de Trabajo y Empleo.
 - 3.- Registre la empresa o persona natural.
 - 4.- Llene el Acta de Finiquito.
 - 5.- Imprima el Acta de Finiquito.
 - 6.- Imprima los turnos que el sistema genera automáticamente.
 - 7.- Acuda al Ministerio de Relaciones Laborales, el día y la hora señalada en el turno, adjuntando todos los requisitos que se encuentran en la página web: www.mrl.gob.ec, para ser atendido por el Inspector de Trabajo aleatoriamente asignado.
 - 8.- Firma y legalización de Actas de Finiquito ante el Inspector de Trabajo.
-

Adaptado de Ministerio de relaciones laborables

Tabla 39

Requisitos para la legalización del Acta de Finiquito

Este documento debe ser elaborado por el empleador; para su legalización es indispensable los siguientes requisitos:

- Tres impresiones originales con su respectiva firma del representante legal o empleador de cada una de las actas generadas por trabajador (no copias).
 - Copia del RUC (en caso de ser Empresa).
 - Copia del Nombramiento del Representante Legal (en caso de ser Empresa).
 - Copia de Cédula y papeleta de votación (actualizada) del Representante legal o Empleador.
 - Copia de Cédula y papeleta de votación (actualizada) del Trabajador.
 - Si el pago de la liquidación es en cheque, este debe ser certificado y adjuntar una copia.
 - Si la causa de terminación es por renuncia debe traer el documento de renuncia del trabajador.
-

Adaptado de Ministerio de relaciones laborables

Es necesario recordar que si la empresa o persona natural no legaliza el Acta de Finiquito dentro de los 30 primeros días de la terminación laboral será multada.

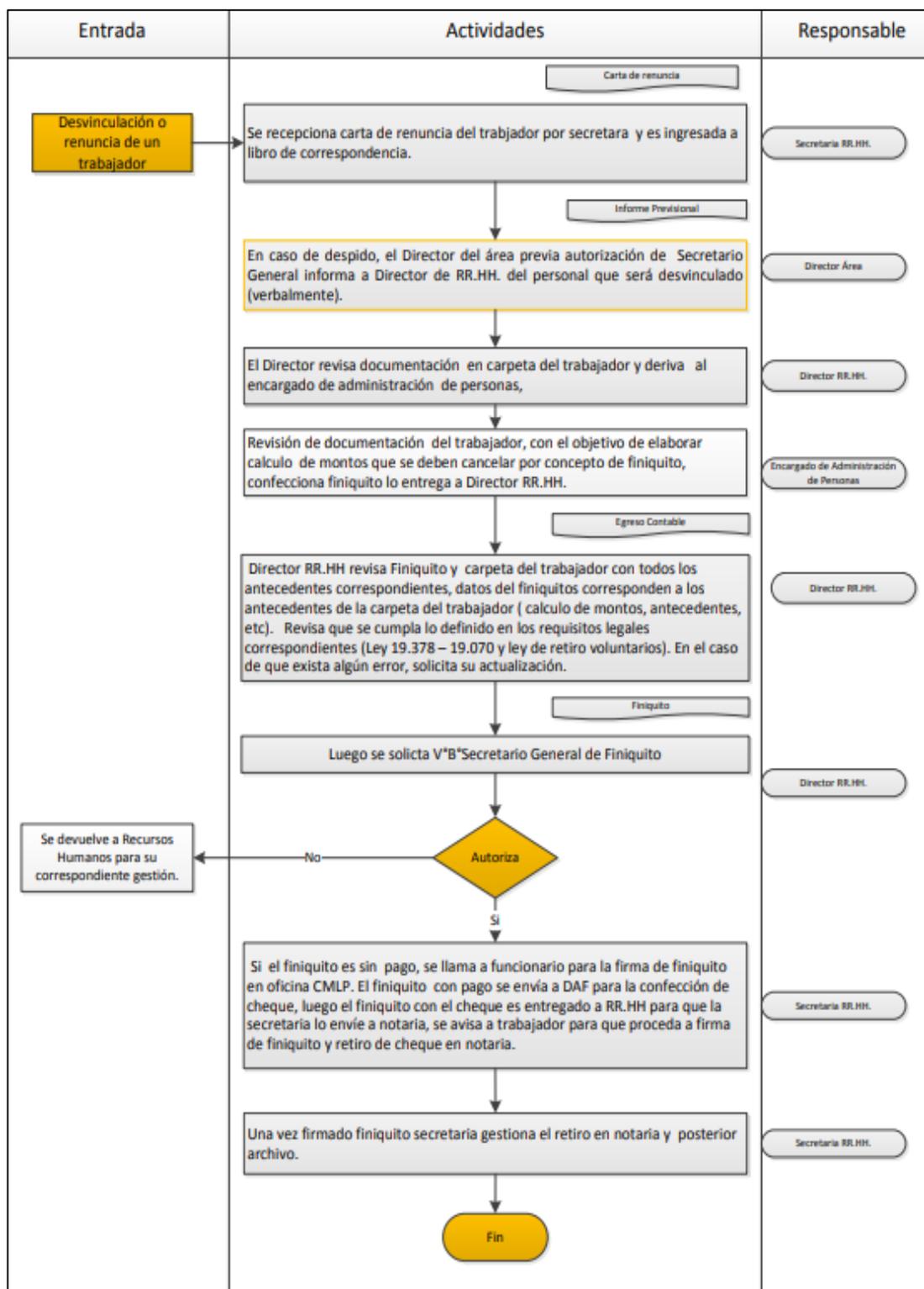


Figura 20 Flujograma procedimiento finiquitos
Adaptado de Ministerio de relaciones laborales

4.4.4. Gastos

Tabla 40
Presupuesto del personal

Cargo	Días	Sueldo	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Fondos de Reserva	Vaca.	Aport patronal 12,15%	Aporte patronal 10,15%	TOTAL
Gerente	30	\$800	\$66.67	\$32.83	\$66.64	\$33.33	-	\$81.20	\$1,147.28
Secretaria/Contadora	30	\$600	\$50.00	\$32.83	\$49.98	\$25.00	\$72.90	-	\$909.96
Encargado de Producción	30	\$500	\$41.66	\$32.83	\$41.65	\$20.83	\$60.75	-	\$793.30
Obrero	30	\$394	\$32.83	\$32.83	\$32.82	\$16.42	\$47.87	-	\$618.64
Encargado de Ventas	30	\$500	\$41.66	\$32.83	\$41.65	\$20.83	\$60.75	-	\$793.30
Vendedor	30	\$394	\$32.83	\$32.83	\$32.82	\$16.42	\$47.87	-	\$618.64
Total									\$4,881.12

NOTA: El fondo de Reserva se cancela a partir de haber cumplido 1 año dentro de la empresa.

Tabla 41
Valores de Activos Fijos

ITEM	DETALLE	CANTIDAD	V.UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipo de computación		2	\$500	\$1,000
Escritorios		2	100	200
Sillas		7	30	210
Equipo de oficina A/C		2	700	1,400
Balanzas gramera		3	290	870
Maquina selladora manual		2	550	1,100
Equipo de refrigeración		1	600	600
Teléfonos		2	50	100
Archivadores		2	80	160
Mesas de acero inoxidable		2	400	800
Gavetas		25	15	375
Impresora		1	480	480
Utensilios de cocina	Varios			200
Cilindro de gas		6	50	300
Sistema informático		1	600	600
Total:				\$ 8,395

4.5. Estudio Legal

4.5.1. Tipo de empresa

Empresa Unipersonal (Minuta de constitución de la empresa)

La constitución de la empresa será de un solo propietario, es decir como persona natural estará a cargo de la empresa, de la inversión, riesgo y las deudas que contraiga la misma, como también de los costos, gastos e impuestos, sueldos y salarios y de las utilidades que genere la empresa. Para el control de los costos, insumos y los gastos, se llevará contabilidad, la misma que está a cargo de un profesional contador (CPA) y se declarará impuestos al SRI como persona natural.

4.5.2. Tramite de legalización

Pasos para constituir una empresa unipersonal

Antes de elaborar el documento de constitución de la empresa unipersonal hay que consultar en la entidad o en la página www.rues.org.com si el nombre o razón social que ha escogido para la misma, se encuentra ya registrado, la Cámara de Comercio no puede registrar empresas unipersonales ni establecimientos de comercio con el mismo nombre de otro ya inscrito; a continuación los pasos:

Elaborar un escrito, ya sea documento privado o escritura pública que contenga lo siguiente:

- a. Nombre, documento de identidad, domicilio y dirección del empresario.
- b. Denominación o razón social de la Empresa seguida de la expresión empresa unipersonal o de su sigla E.U.
- c. Domicilio de la empresa.

- d. Término de duración, si este no fuere indefinido.
 - e. Enunciación clara y completa de las actividades principales, salvo que se exprese que la empresa podrá realizar cualquier acto lícito de comercio.
 - f. El monto del capital, haciendo una descripción pormenorizada de los bienes aportados, con estimación de su valor.
 - g. El número de cuotas de igual valor nominal en que se dividirá el capital de la empresa.
 - h. Forma de administración, nombre, documento de identidad y facultades de los administradores, deberá indicarse la fecha de expedición del documento de identidad o cédula de ciudadanía.
2. El empresario constituyente deberá hacer presentación personal ante el secretario de la Cámara de Comercio, del documento privado de constitución o en su defecto el documento privado deberá ser reconocido ante notario.
 3. Presentar fotocopia y exhibir el original del documento de identificación del representante legal o su apoderado.
 4. Diligenciar el formulario de registro único empresarial y social – Rúes.
 5. Cancelar en la Cámara de Comercio el valor correspondiente al impuesto de registro departamental y los derechos de inscripción por el documento de constitución, los cuáles se liquidarán con la tarifa vigente al momento de solicitar el registro.

6. Por concepto de la Matrícula se liquida de acuerdo con las Tarifas de Registro Mercantil para el año que se solicita la matrícula, con el activo total declarado en el formulario anexo matricula mercantil. Las Tarifas de Registro, las podrá consultar en la siguiente página
web: www.ccmpe.org.com Link “Tarifas”.

7. La persona que radique el trámite deberá exhibir su documento de identificación. Si se va a matricular establecimiento de comercio a nombre de la empresa, se debe suministrar el área total m² y el número de ficha catastral del inmueble donde este funciona o funcionará.

Importante:

La matrícula mercantil debe renovarse anualmente, dentro de los tres primeros meses de cada año, cualquiera que sea la fecha de la matrícula (Artículo 33 CC..., art. 1 D.R. 668/89).

Fuente: Cámara de Comercio

4.5.3. Permisos

Tabla 42
Requisitos legales

Enunciado del requerimiento	Institución que lo concede	Descripción del documento	Requisitos para la obtención del documento	Costos del documento	Tiempo estimado del proceso
Número de RUC y certificado	Servicio de Rentas Internas	El Registro Único de Contribuyentes (RUC), es el número que identifica a una persona natural o jurídica que realiza una actividad económica.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Copia de la cédula a color 2. Copia de certificado de votación a color. 3. Planilla de servicio básico: Luz, agua o teléfono 	Sin costos	De una a tres horas.
Certificado de uso de suelo	Gobierno o Autónomo Descentralizado de Guayaquil	Documento que identifica la factibilidad para ejercer una actividad económica en una dirección específica del cantón.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Copia de la cédula y certificado de votación a colores. 2. Copia de predios urbanos. 3. Copia de Ruc o que deberá contener la misma dirección del predio urbano. 4. Petición dirigida al alcalde. 	\$ 20.00	15 días laborables
Permiso del Cuerpo de Bomberos	Cuerpo de Bomberos Cantón Guayaquil. Baquerizo Moreno entre Av. 9 de octubre y P. Ycaza. Teléfono 3714840 ext. 100	Documento que certifica que el inmueble cumple con la normas de prevención de incendios.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Certificado de Uso de suelo. 2. Copia de la cédula y certificado de votación a colores. 3. Copia de predios urbanos. 4. Copia de Ruc o que deberá contener la misma dirección del predio urbano. 5. Petición dirigida al jefe del Cuerpo de Bomberos. 	\$ 3.00 la tasa para inspección. El costo del permiso de funcionamiento varía dependiendo de la actividad económica y el área del local entre \$45 y \$100.	15 laborables

Tabla 42
Requisitos legales

Permiso de funcionamiento, patente y tasa de habilitación	Gobierno Autónomo Descentralizado de Guayaquil	Documento municipal que habilita el desarrollo de actividades económicas (industriales, comerciales y/o de servicio) en establecimientos, acorde a las condiciones determinadas en las Ordenanzas Municipales referente al uso de suelo y los requerimientos constructivos, ambientales y de seguridad regulados para cada tipo de actividad.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Certificado de Uso de suelo 2. Permiso del Cuerpo de Bomberos. 3. Copia de última planilla de agua cancelada. 4. Copia de la cédula y certificado de votación a colores 5. Copia de predios urbanos 6. Copia de Ruc o que deberá contener la misma dirección del predio urbano 7. Petición dirigida al alcalde 	\$ 20.00	7 días laborables
Emisión de Registro Único de MiPymes. (Categorización)	Ministerio de Industrias y Productividad	Trámite orientado a categorizar a las micro, pequeñas y medianas empresas que realicen actividad económica y proporcionar el Registro Único de MIPYMES (RUM), documento válido para efectuar trámites en otras instituciones del Estado y acceder a beneficios que ofrece el MIPRO.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Registro Único de Contribuyentes - RUC activo o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE) activo. 2. Dirección de correo electrónico actualizada en el SRI. 	Sin costo	7 días

Tabla 42
Requisitos legales

Permiso de funcionamiento sanitario.	Agencia	Documento	Requisitos verificados	Los establecimientos categorizados como microempresas y artesanales están exentos del pago del derecho por Permiso de Funcionamiento	De 24 a 48 horas
	Nacional de Regulación, Control y vigilancia sanitaria	que emite el Ministerio de Salud como requisito previo para que un establecimiento en una ubicación determinada pueda operar, en cumplimiento de la legislación vigente que previene el impacto que los establecimientos puedan generar sobre el ambiente y la salud pública durante su funcionamiento.	<p>en línea:</p> <ol style="list-style-type: none"> Número de Cédula del representante legal del establecimiento. Número de cédula y datos del responsable técnico de los establecimientos que lo requieren. Número de (RUC/RISE) Categorización del Ministerio de Industrias y Productividad <p>Requisitos específicos para el tipo de establecimiento</p> <ol style="list-style-type: none"> Titulo del Técnico responsable del establecimiento Métodos y procesos que se van a emplear para: materias primas, método de fabricación, envasado y material de envase, sistema de almacenamiento de producto terminado Indicar el número de empleados por sexo y ubicación: administración, técnico, operarios. Planos de la empresa con ubicación de equipos siguiendo el flujo del proceso. Planos de la empresa a escala 1:50 con la distribución de áreas Información referente al edificio Detalle de los productos a fabricarse. 		

Tabla 42
Requisitos legales

Registro	Agencia	Documento			
Sanitario	nacional de Regulación, Control y vigilancia sanitaria (ARCSA)	que autoriza a una persona natural o jurídica para fabricar, envasar, Importar o exportar un producto destinado al consumo humano.	<p>1. Formulario de solicitud (129-AL-002-REQ-01) a través de la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE).</p> <p>2. Declaración que el producto cumple con la Norma Técnica Nacional respectiva previo análisis de laboratorio particular autorizado por ellos.</p> <p>3. Descripción general del proceso de elaboración del producto.</p> <p>4. Diseño de la etiqueta o rótulo del producto.</p> <p>5. Declaración del tiempo de vida útil del producto.</p> <p>6. Especificaciones físicas y químicas del material del envase.</p> <p>7. Descripción del código del lote.</p>	\$ 104,53	30 días laborables

4.5.4. Requerimientos tributarios

Descripción

Las principales obligaciones tributarias que se tiene como microempresario, son:

- Inscribirte en los registros pertinentes de acuerdo con la actividad del negocio, como por ejemplo el Registro Único de Contribuyentes. Allí puedes establecer un registro básico que debe tener todo tipo de negocio.
- Llevar los libros y registros contables correspondientes a tu negocio.
- Presentar las distintas declaraciones en las fechas que te corresponden de acuerdo con la actividad de tu negocio.

Las obligaciones detalladas en el párrafo anterior son obligaciones de todo microempresario.

Además de estas, existen otras obligaciones que necesitas cumplir de acuerdo con los ingresos que genere el negocio.

Por ejemplo, si tienes:

Ingresos menores a \$60.000

Si tu negocio genera ingresos menores a \$60.000 cada año (desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre), calificas para sacar el RISE (Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano).

¿Qué es el RISE?

Es un certificado que te permite simplificar el pago de impuestos para tu negocio.

- Algunos de los beneficios del RISE son:
- No tienes que declarar tus impuestos.
- Solo tienes que entregar a tus clientes comprobantes de venta simplificados en los que solamente debes llenar la fecha y el monto de la venta.

- No tienes que retener una porción de tu ingreso para pagar impuestos.
- No tienes que llevar contabilidad de tu negocio.

Los microempresarios obligados a llevar contabilidad son:

- Los microempresarios que han aportado más de \$60.000 en efectivo o en activos (maquinaria etc.) de su propio bolsillo para iniciar su negocio.
- Los microempresarios que tienen ingresos totales superiores a \$100,000 en el año anterior (1 de enero al 31 de diciembre).
- Los que presenten costos y gastos cada año que superan a los \$80.000.

Los microempresarios que **no** tienen que llevar una contabilidad, a pesar de tener ingresos superiores a \$100.000 en el año son:

- **Profesionales:** Personas que prestan servicios profesionales, han obtenido un título universitario y trabajan brindando servicios dentro de su profesión (ej. Un dentista que presta servicios en un consultorio de odontología); y,
- **Artesanos:** Son las personas naturales debidamente calificadas por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio de Relaciones Laborales. (**Fuente:** SRI)

4.6 Conclusiones y recomendaciones

4.6.1. Conclusiones

En este capítulo cuatro se revisan los diferentes estudios de prefactibilidad como es el estudio de mercado por medio del cual se definió la demanda, las cuatro P (Producto, precio, plaza y promoción), además de la realización de la encuesta con la aceptación de un alto porcentaje para el consumo de los chifles; así como también el estudio técnico en donde se detalló la localización y el tamaño del local. La tecnología y el equipo que se requiere, así como la ingeniería del proyecto, se aplica con el estudio administrativo el organigrama, la planificación y las funciones de los

colaboradores y demás estudios requeridos para el correcto funcionamiento de la empresa. La formalidad de los chifles artesanales es una propuesta factible por todos los resultados evaluados, puesto que el producto tiene alta demanda en el mercado, su contenido posee un alto grado de nutrientes, aptos para el consumo humano; por todo esto se determina iniciar el proyecto, una vez concluido estos estudios, se procede con el desarrollo de la parte financiera que es el quinto capítulo.

Capítulo V

5. Estudio financiero

5.1. Título de la propuesta

Proyecto de prefactibilidad financiera para la formalidad de los snacks artesanales “Del cultivo”.

5.2. Autor de la propuesta

Tecnólogo Emilio Patricio Novillo Villaseca

5.3. Empresa auspiciante

Alimentos Agrícolas

5.4. Área que cubre la propuesta

Inversión

5.5. Fecha de presentación

2020-03-15

5.6. Fecha de terminación

2020-02-28

5.7. Duración del proyecto

De acuerdo con los estudios realizados se estiman 6 meses para iniciar con las operaciones

5.8. Participantes del proyecto

- El autor de esta investigación.
- Proveedores de materias primas e insumos.
- Colaboradores que trabajan en la empresa
- La población de la parroquia Letamendi (negocios).

5.9. Objetivo general de la propuesta

Diseñar un estudio financiero que determine la prefactibilidad de la formalidad de snacks artesanales “Del cultivo”.

5.10. Objetivos específicos

- Analizar la inversión, los gastos, los costos y otros rubros que determinen los procesos viables de la formalidad de los de snacks artesanales “Del Cultivo”.
- Examinar los estudios financieros para la correcta elaboración del flujo de caja y la viabilidad esperada del proyecto.
- Proyectar niveles de ventas óptimos para el sustentable desenvolvimiento de la empresa Alimentos Agrícolas
- Determinar el retorno de la inversión y rentabilidad del proyecto para la formalidad de los snacks artesanales “Del Cultivo”.

5.11. Beneficiarios directos

La presente investigación benéfica a los habitantes de la parroquia Letamendi y sus alrededores, como también la generación de plazas de trabajo.

5.12. Beneficiarios indirectos

Los beneficiarios indirectos también serán los mismos habitantes de la mencionada parroquia, ya que consumirán productos de mejor calidad con productos más saludables.

5.13. Impacto de la propuesta

Todo proyecto genera impacto de naturaleza diversa, directo, indirecto, externo e intangible; por lo cual se obtienen los siguientes factores de impacto:

- La creación de nuevas oportunidades de trabajo
- Incentivos con los que contarán los colaboradores de la empresa.

- La implementación de un nuevo producto más saludable en el mercado.
- La atención completa y personalizada en este segmento de mercado.

5.14. Descripción de la propuesta

El presente proyecto tiene como finalidad elaborar un estudio de prefactibilidad financiera para la formalidad de los snacks artesanales “Del Cultivo”, ubicada en la ciudad de Guayaquil, parroquia Letamendi y su comercialización en los autoservicios, tiendas y distribuidores. Para lo cual se deberá considerar lo siguiente:

El capital real necesario para la inversión, la tasa de interés de financiamiento o el costo del capital propio con los beneficios esperados para de esta manera poder arrancar con la operación de la empresa.

La cantidad y variedad de activos fijos que se deberán adquirir, así como su vida útil para su reposición y mantenimiento. La contratación del personal y el costo de la preparación o capacitación inicial, antes del arranque de las funciones operativas y administrativas del personal.

La ubicación exacta donde funciona el negocio, para coordinar todas las operaciones que intervienen en la producción de los snacks. Con la búsqueda de nuevos proveedores de materias primas, cotizaciones de insumos; contando con los correspondientes servicios básicos y permisos de funcionamiento. Para el arranque de la propuesta de la formalidad de los snacks artesanales “Del Cultivo” por lo anteriormente descrito.

5.15. Ingresos

Tabla 43.
Ingresos por Ventas

INGRESOS POR VENTAS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Unidades					
Vendidas	474,960	522,456	574,702	632,172	695,389
Precio Unitario	\$ 0.36	\$ 0.40	\$ 0.44	\$ 0.48	\$ 0.53
Ventas Mensuales	\$14,366.87	\$17,383.91	\$21,034.54	\$25,451.79	\$30,796.66
Ventas Anuales	\$172,402.45	\$208,606.9	\$252,414.4	\$305,421.4	\$369,559.96
Unidades Mes	39,580	43,538	47,892	52,681	57,949
Unidades Diarias	1,979	2,177	2,395	2,634	2,897

Los ingresos son generados por las ventas del producto, que mes a mes se estarán vendiendo y que en este trabajo de investigación se las está calculando anualmente. El valor de los ingresos del primer año de operaciones es de \$ 172,402.45 USD, los mismos que se generan por la venta de las 474,960 fundas de chifles con sal de 50 gramos, siendo el precio de cada funda de \$ 0.36 centavos.

5.15.1. Costos de operación

Para los costos de operación(producción) se han calculado los requerimientos de materia prima directa, que para nuestro proyecto es el verde barraganete, aceite y sal, los costos indirectos de operación (insumos)como: agua, energía eléctrica, guantes, mandiles, gorras, utensilios de cocina, fundas, gavetas, transporte y los de costos de fabricación indirectos en cantidades y valores anuales.

Así como también se presentan las siguientes tablas en las que se detallan los gastos de la nómina administrativa y la de ventas en donde se encuentran el gerente general y la secretaria contadora, como la de los vendedores respectivamente.

Se presentan además la nómina operativa de la mano de obra directa y la indirecta, como las tablas de los gastos administrativos y de ventas proyectados a cinco años; los mismos que se presentan en detalle a continuación:

Tabla 44.
Costos de operación (mpd)

COSTOS DE OPERACIÓN (MPD)						
Descripción	Cantidad		Precio Unitario	Total	Mensual	Anual
Materia Prima						
Verde barraganete	7,2723	Kilo	\$ 0.66	\$4,800.00	\$4,800.00	\$38,400.01
Aceite	1,020	Litro	\$ 1.15	\$1,173.00	\$1,173.00	\$14,076.00
Sal	6.8	Kilo	\$ 0.80	\$ 5.44	\$ 5.44	\$ 65.28
Total			\$ 2.61	\$5,978.44	\$5,978.44	\$52,541.29

Tabla 45.
Costos Indirectos de Operación – Insumos

COSTOS INDIRECTOS DE OPERACION (CIF) - INSUMOS				CIF año x funda de chifle	
Descripción	cantidad	Precio Unitario	Total	Costo anual	
Agua	1	\$ 87.00	\$ 87.00	\$	696.00
Energía eléctrica	1	\$ 98.00	\$ 98.00	\$	784.00
Guantes	12	\$ 1.50	\$ 18.00	\$	216.00
Mandiles	12	\$ 2.50	\$ 30.00	\$	360.00
Gorras	12	\$ 0.20	\$ 2.40	\$	28.80
Utensilios de cocina	8	\$ 2.08	\$ 16.67	\$	200.01
Fundas	474,960	\$ 0.08	\$ 37,996.80	\$	37,996.80
Gavetas	25	\$ 15.00	\$ 375.00	\$	375.00
Transporte	2	\$ 25.00	\$ 50.00	\$	600.00
Total			\$ 38,673.87	\$	41,256.61

Tabla 46.
Costos Indirectos de Fabricación

Costos indirectos de fabricación						
1,03	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Mano de obra indirecta	\$ 5,958.70	\$ 6,137.46	\$ 6,321.58	\$ 6,511.23	\$ 6,706.57	
Herramientas (insumos)	\$ 41,256.61	\$ 42,494.30	\$ 43,769.13	\$ 45,082.21	\$ 46,434.67	
Gas industrial	\$ 520.00	\$ 535.60	\$ 551.67	\$ 568.22	\$ 585.26	
Gas doméstico	\$ 300.00	\$ 309.00	\$ 318.27	\$ 327.82	\$ 337.65	
Depreciación	\$ 1,140.00	\$ 1,140.00	\$ 1,140.00	\$ 1,140.00	\$ 1,140.00	
Total	\$ 49,175.31	\$ 50,616.37	\$ 52,100.66	\$ 53,629.48	\$ 55,204.16	

Tabla 47
Nomina personal administrativo

Nomina Administrativo

Conceptos	N. de colabo.	Sueldos	Beneficios Sociales				Aporte al IESS				Costo mensual	Costo Anual
			Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaci.	Fondos de Reserva 8.33%	Total, Beneficios	Individual 9.45%	Patronal 11.15%	Total, Aport 20.60%		
Gerente General	1	\$800.00	\$ 66.67	\$32.83	\$33.33	\$ 66.64	\$132.83	\$75.60	\$ 89.20	\$164.80	\$857.23	\$10,286.80
Secretaria/contad ora	1	\$600.00	\$ 50.00	\$ 32.83	\$25.00	\$ 49.98	\$107.83	\$56.70	\$ 66.90	\$123.60	\$651.13	\$7,813.60
TOTAL	2	\$1,400.00	\$116.67	\$ 65.67	\$58.33	\$116.62	\$240.67	\$132.30	\$156.10	\$288.40	\$1,508.37	\$18,100.40

Tabla 48
Nomina Ventas

Nomina Ventas

Conceptos	N. de colabo.	Sueldos	Beneficios Sociales				Aporte al IESS				Costo mensual	Costo Anual
			Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaci.	Fondos de Reserva 8.33%	Total, Beneficios	Individual 9.45%	Patronal 11.15%	Total, Aport 20.60%		
Vendedor 1	1	\$ 394.00	\$ 32.83	\$32.83	\$16.42	\$ 32.82	\$ 82.08	\$ 37.23	\$ 43.93	\$ 81.16	\$438.85	\$5,266.20
Vendedor 2	1	\$394.00	\$ 32.83	\$32.83	\$16.42	\$ 32.82	\$ 82.08	\$ 37.23	\$ 43.93	\$ 81.16	\$438.85	\$5,266.20
Vendedor 3	1	\$394.00	\$ 32.83	\$32.83	\$16.42	\$ 32.82	\$ 82.08	\$ 37.23	\$ 43.93	\$ 81.16	\$438.85	\$5,266.20
TOTAL	3	\$1,182.00	\$ 98.50	\$98.50	\$49.25	\$ 98.46	\$246.25	\$ 111.70	\$131,79	\$243.49	\$1,316.55	\$ 15,798.61

Tabla 49.
Nomina Operativos

Nomina Operativos - Mano Obra Directa												
Conceptos	N. de cola bo.	Sueldos	Beneficios Sociales				Aporte al IESS				Costo mensual	Costo Anual
			Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vaca.	Fondos de Reserva 8.33%	Total, Beneficios	Individual 9.45%	Patronal 11.15%	Total, Aporte 20.60%		
Operario/obrero A	1	\$394.00	\$32.83	\$32.83	\$16.42	\$32.82	\$82.08	\$37.23	\$43.93	\$81.16	\$438.85	\$ 5,266.20
Operario/obrero B	1	\$394.00	\$32.83	\$32.83	\$16.42	\$ 32.82	\$82.08	\$37.23	\$43.93	\$81.16	\$438.85	\$ 5,266.20
Operario/obrero C	1	\$394.00	\$32.83	32.83	\$ 16.42	\$32.82	\$82.08	\$37.23	\$43.93	\$81.16	\$438.85	\$ 5,266.20
Operario obrero D	1	\$394.00	\$32.83	\$32.83	\$16.42	\$32.82	\$82.08	\$37.23	\$43.93	\$81.16	\$438.85	\$ 5,266.20
TOTAL		\$1,576.00	\$131.33	\$131.33	\$65.67	\$131.28	\$328.33	\$148.93	\$175.72	\$324.66	\$1,755.40	\$ 21,064.82

Tabla 51.

Proyección de gastos administrativos

PROYECCION DE GASTOS ADMINISTRATIVOS						
	ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos y salarios	\$ 18,100.40	\$ 18,100.40	\$ 18,431.34	\$ 18,768.32	\$19,111.47	\$19,460.89

Tabla 50.
Nomina
Operativos

Nomina Operativos - Mano Obra indirecta												
Conceptos	N. de colaboradores.	Sueldos	Beneficios Sociales				Aporte al IESS				Costo mensual	Costo Anual
			Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vaca.	Fondos de Reserva 8.33%	Total, Beneficios	Individual 9.45%	Patronal 11.15%	Total, Aporte 20.60%		
Encargado de Producción	1	\$450.00	\$37.50	\$32.83	\$18.75	\$37.49	\$ 89.08	\$ 42.53	\$50.18	\$92.70	\$496.56	\$5,958.70
TOTAL		\$450.00	\$37.50	\$32.83	\$18.75	\$37.49	\$ 89.08	\$ 42.53	\$50.18	\$92.70	\$496.56	\$5,958.70
Alquiler de local			\$ 7,200.00	\$ 7,200.00		\$ 7,331.64	\$ 7,465.69	\$ 7,602.18			\$7,741.18	
Suministro de oficina			\$ 240.00	\$ 240.00		\$ 244.39	\$ 248.86	\$ 253.41			\$ 258.04	
Servicios Básicos			\$ 2,700.00	\$ 2,700.00		\$ 2,749.37	\$ 2,799.63	\$ 2,850.82			\$2,902.94	
Gasto depreciación			\$ 916.40	\$ 916.40		\$ 916.40	\$ 916.40	\$ 916.40			\$ 916.40	\$ 916.40
Gastos preoperacionales			\$ 600.00	\$ 600.00		\$ -	\$ -	\$ -			\$ -	\$ -
TOTAL						\$ 29,756.80	\$ 29,673.13	\$ 30,198.90		\$ 30,734.28		\$31,279.45

Considerando 1.83% de incremento debido al proceso inflacionario

Tabla 52.

Proyección de gastos administrativos

Gastos de Ventas	PROYECCION DE GASTOS VENTAS				
	ANUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4

Sueldos y Salarios	\$ 15,798.61	\$ 15,798.61	\$16,087.46	\$16,381.60	\$16,681.11	\$16,986.09
Publicidad	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Transporte	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL		\$ 15,798.61	\$16,087.46	\$16,381.60	\$16,681.11	\$16,986.09

5.15.2. Financiamiento del proyecto

Para financiar el capital ajeno haremos un préstamo por 3 años. La tasa de interés de este préstamo será de 16,61 % anual, la cual es la tasa activa referencial del Banco Central del Ecuador. Los dividendos para pagar serán mensuales, como se demuestra en la siguiente información.

Tabla 53.

Financiamiento del proyecto

INVERSION TOTAL	\$43,916.75
Préstamo	\$16,150.01
Capital de Operaciones	\$27,766.74
CAPITAL PROPIO	\$10,979.19

FINANCIAMIENTO BANCARIO	\$ -
Inversión Total	\$43,916.75
(,) Capital Propio	\$10,979.19
Total, Requerido	\$32,937.56
CAPITAL PRESTADO	\$32,937.56

Años de Financiamiento	3	<u>Tasa de interés activa</u>
Pagos	12	Seguro Todo Riesgo
Interés de Gracia	0	
Tasa de Interés Activa	16.61%	
Número de Pagos	36	

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto anual del financiamiento	\$ 4,789.50	\$ 3,134.90	\$ 1,183.55	\$ -	\$ -
Amortización de capital	\$ 9,225.67	\$10,880.27	\$ 12,831.62	\$ 0.00	\$ 0.00

5.15.3. Estados financieros

Tabla 54.
Estados Financieros

ACTIVOS	BG Inicial	2019	2020	2021	2022	2023
CORRIENTE						
Caja - Bancos	\$27,766.7	\$20,796.5	\$46,881.7	\$101,863.8	\$206,484.5	\$355,009.9
Cuentas X C	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inven. Materi Prima y Mat.	\$ -	\$10,163.5	\$10,349.3	\$10,538.5	\$10,731.2	\$ 10,927.4
TOTAL, ACTIVO CORRIENTE	\$27,766.7	\$30,960.0	\$57,231.0	\$112,402.3	\$217,215.6	\$365,937.3
FIJO						
Mue. y Enseres	\$ 1,970.0	\$1,970.0	\$ 1,970.0	\$ 1,970.0	\$ 1,970.0	\$ 1,970.0
Maquinaria Equipos de Cómputo	\$11,400.0	\$11,400.0	\$11,400.0	\$11,400.0	\$11,400.0	\$ 11,400.0
(-)Depreciaci. Acumulada	\$ 2,180.0	\$2,180.0	\$ 2,180.0	\$ 2,180.0	\$ 2,180.0	\$ 2,180.0
TOTAL, ACTIVO FIJO	\$15,550.0	\$14,633.6	\$ 13,717.2	\$12,800.8	\$11,884.4	\$ 10,968.0
DIFERIDO						
Otros Activos (-) Amortizaci. Acumulada	\$ 600.0	\$ 600.0				
TOTAL, ACTIVO DIFERIDO	\$ 600.0	\$ -				
TOTAL, ACTIVOS	\$43,916.7	\$45,593.6	\$ 70,948.2	\$125,203.1	\$229,100.0	\$376,905.3
PASIVOS CORRIENTE						
Ctas X P. prove.		\$10,163.5	\$ 10,349.3	\$10,538.5	\$10,731.2	\$ 10,927.4
Participación Trabaja.		\$ 110.9	\$ 5,444.7	\$11,869.5	\$19,555.6	\$28,731.6
Impu. a la Renta		\$ 138.2	\$ 6,787.8	\$14,797.3	\$24,379.4	\$35,818.7
TOTAL, PASIVO CORRIENTE		\$10,412.5	\$22,581.7	\$37,205.2	\$54,666.2	\$75,477.7
OTROS PASIVOS						
Deuda a Largo Plazo	\$32,937.6	\$23,711.9	\$12,831.6	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL, OTROS PASIVOS	\$32,937.6	\$23,711.9	\$12,831.6	\$ -	\$ -	
TOTAL, PASIVOS	\$32,937.6	\$34,124.4	\$35,413.4	\$37,205.2	\$54,666.2	\$75,477.7

Tabla 54
Estados Financieros

PATRIMONIO						
	\$					
Capital Social	100.0	\$ 100.0	\$ 100.0	\$ 100.0	\$ 100.0	\$ 100.0
Aporte socios	\$10,879.2	\$10,879.2	\$10,879.2	\$10,879.2	\$10,879.2	\$10,879.2
Reserva legal		\$ 49.0	\$ 2,455.6	\$ 7,701.9	\$16,345.5	\$29,044.8
Utilidad Neta del Ejercicio		\$ 441.0	\$ 21,659.1	\$47,216.7	\$77,792.4	\$114,294.4
Utilidades Acumuladas			\$ 441.0	\$22,100.1	\$69,316.8	\$147,109.2
TOTAL, PATRIMONIO	\$10,979.2	\$11,469.2	\$ 35,534.8	\$87,997.9	\$174,433.8	\$301,427.6
TOTAL, PASIVO Y PATRIMONIO	\$43,916.7	\$45,593.6	\$ 70,948.2	\$125,203.1	\$229,100.0	\$376,905.3

Análisis de estado de situación financiera

El estado financiero representa la situación económica del proyecto, que al inicio de la gestión estuvo representado por las deudas que soportaron la cobertura del capital de trabajo y el capital operativo. Como la generación de ingresos obtenido por las ventas del producto es el principal objetivo del negocio, entonces se puede observar como las deudas están siendo cubiertas a tal punto que su pasivo fijo por préstamo bancario disminuye a cero. El mayor beneficio se acumula en el patrimonio más las utilidades de cada ejercicio.

En la cuenta banco en el primer año disminuyó el valor en la caja con relación al año cero, pero a partir del año dos se comienza a incrementar. La deuda a largo plazo a partir del año uno fue disminuyendo.

Entre el patrimonio y pasivo, el total pasivo es mayor al patrimonio hasta el año tres; a partir del cuarto año el patrimonio se incrementa su valor, debido a la cancelación del préstamo

Tabla 55.
Estado de resultado Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$173,045.4	\$ 209,384.9	\$253,355.7	\$306,560.4	\$370,938.1
(-) Costo de venta	\$121,961.4	\$ 124,191.3	\$126,461.9	\$128,774.1	\$131,128.5
Utilidad bruta	\$51,084.0	\$ 85,193.6	\$126,893.8	\$177,786.4	\$239,809.7
(-) GASTOS					
Gastos Administrativos:					
Sueldos y Salarios	\$18,100.4	\$18,431.3	\$18,768.3	\$19,111.5	\$19,460.9
Alquiler del local	\$7,200.0	\$ 7,331.6	\$7,465.7	\$7,602.2	\$ 7,741.2
Suministros de Oficina	\$ 240.0	\$ 244.4	\$ 248.9	\$ 253.4	\$ 258.0
Servicios básicos	\$2,700.0	\$ 2,749.4	\$2,799.6	\$2,850.8	\$ 2,902.9
Depreciación	\$ 916.4	\$ 916.4	\$ 916.4	\$ 916.4	\$ 916.4
Amortización	\$ 600.0	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total, Gastos Adminis.	\$29,756.8	\$29,673.1	\$30,198.9	\$30,734.3	\$31,279.4
Gastos de Ventas:					
Sueldos y Salarios	\$15,798.6	\$16,087.5	\$16,381.6	\$16,681.1	\$16,986.1
Total, Gastos de Ventas	\$15,798.6	\$16,087.5	\$16,381.6	\$16,681.1	\$16,986.1
TOTAL, GASTOS	\$45,555.4	\$45,760.6	\$46,580.5	\$47,415.4	\$48,265.5
UTILIDAD OPERACIONAL	\$5,528.5	\$39,433.0	\$80,313.3	\$130,371.0	\$191,544.1
Gastos Financieros	\$4,789.5	\$ 3,134.9	\$1,183.6	\$ -	\$ -
Utili. antes de partici. a trabaja.	\$ 739.0	\$36,298.1	\$79,129.8	\$130,371.0	\$191,544.1
Participación Trabajado.	\$ 110.9	\$ 5,444.7	\$11,869.5	\$19,555.6	\$ 28,731.6
Utili. antes de inmpu.a la renta	\$ 628.2	\$30,853.4	\$67,260.3	\$110,815.3	\$162,812.5
Impuesto a la Renta	\$ 138.2	\$ 6,787.8	\$14,797.3	\$24,379.4	\$ 35,818.7
Utili. antes de reserva legal	\$ 490.0	\$24,065.7	\$52,463.0	\$86,436.0	\$126,993.7
Reserva legal	\$ 49.0	\$ 2,406.6	\$5,246.3	\$8,643.6	\$ 12,699.4
UTILIDAD NETA	\$441.0	\$21,659.1	\$47,216.7	\$77,792.4	\$114,294.4

Análisis de estados de resultados proyectado

En base a este estado de resultado proyectado, se puede medir el rendimiento económico que ha generado la comercialización de los chifles artesanales “Del Cultivo”. El objetivo de la realización de este estado de resultado proyectado es

calcular la utilidad y los flujos netos de efectivo del proyecto, que en forma general son el beneficio real de la operación de la empresa Alimentos Agrícolas y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos y gastos que se incurren en esta actividad; así como los impuestos que se deben pagar. Este estado de resultado es el que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico, como resultado de los ingresos y gastos siendo conocido también como estado de pérdidas y ganancias.

Para este proyecto de la formalidad de los snacks artesanales se observa que la utilidad neta en el primer año es baja; a partir del segundo año se incrementa considerablemente hasta el quinto año establecido en el proyecto a consecuencia del crecimiento de las ventas de los snacks. También se observa que los gastos financieros que a partir del cuarto año no se reflejan valores en esta cuenta, debido a la cancelación del préstamo.

5.15.4. Flujo de caja

Tabla 56
Flujo de Caja

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVIDADES DE OPERACIÓN						
INGRESOS	\$173,045.37	\$209,384.90	\$ 253,355.73	\$306,560.43	\$370,938.13	
(-) Costos de ventas	\$121,961.42	\$124,191.28	\$ 126,461.91	\$128,774.05	\$131,128.47	
Utilidad Bruta	\$51,083.96	\$ 85,193.62	\$ 126,893.82	\$177,786.38	\$239,809.65	
	30%	41%	50%	58%	65%	
(-) GASTOS OPERACIONALES						
Gastos Administrativos	\$ 29,756.80	\$ 29,673.13	\$ 30,198.90	\$ 30,734.28	\$ 31,279.45	
Gastos de Venta	\$ 15,798.61	\$ 16,087.46	\$ 16,381.60	\$ 16,681.11	\$ 16,986.09	
TOTAL, GASTOS OPERACIONALES	\$ 45,555.41	\$ 45,760.59	\$ 46,580.49	\$ 47,415.39	\$ 48,265.54	
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 5,528.54	\$ 39,433.03	\$ 80,313.33	\$130,370.99	\$191,544.11	
(-) Gastos Financieros	\$(4,789.50)	\$ (3,134.90)	\$ (1,183.55)	\$ -	\$ -	
Utilidad antes de participación a trabajadores	\$ 739.05	\$ 36,298.13	\$ 79,129.78	\$130,370.99	\$191,544.11	
Pago Participación Trabajadores	\$ -	\$(110.86)	\$(5,444.72)	\$(11,869.47)	\$(19,555.65)	
Pago Impuesto a la Renta e imp.	\$ -	\$(138.20)	\$(6,787.75)	\$(14,797.27)	\$(24,379.38)	
(=) Utilidad de ejercicio	\$ 739.05	\$36,049.07	\$66,897.30	\$103,704.26	\$147,609.09	
(+) Ajustes de Depreciación	\$ 916.40	\$ 916.40	\$ 916.40	\$ 916.40	\$916.40	
(+) Ajuste por Amortización	\$ 600.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
(=) EFECTIVO ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	\$ 2,255.45	\$ 36,965.47	\$ 67,813.70	\$104,620.66	\$148,525.49	

Análisis flujo de caja

El flujo de caja es importante realizarlo porque nos permite observar el comportamiento del movimiento de este, tanto de entradas como de salidas en un tiempo determinado. El flujo de caja muestra los ingresos y egresos desde el año uno hasta el año cinco del proyecto. Los gastos no desembolsables como la depreciación y la amortización se toman en cuenta porque son valores contables que no significan salida de dinero pero que son deducibles para fines tributarios. Como se puede observar el efectivo de actividades de operación a partir del

segundo año, se incrementa considerablemente debido al aumento de las ventas de la empresa.

5.15.5. Evaluación económica

La evaluación económica da a conocer las inversiones iniciales, costos de operaciones, así como los flujos de cajas proyectados lo que permite determinar la rentabilidad del proyecto.

Tabla 57
Costos fijos

COSTOS FIJOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos administrativos	\$ 29,756.80	\$ 30,649.50	\$ 31,568.99	\$ 32,516.06	\$ 33,491.54
Gastos de venta	\$ 15,798.61	\$ 16,272.57	\$ 16,760.75	\$ 17,263.57	\$ 17,781.48
Gastos financieros	\$ 4,789.50	\$ 3,134.90	\$ 1,183.55	\$ -	\$ -
Costos fijos de producción	\$ 48,355.31	\$ 49,805.97	\$ 51,300.15	\$ 52,839.15	\$ 54,424.32
TOTAL, ANUAL	\$ 98,700.21	\$ 99,862.94	\$ 100,813.44	\$ 102,618.78	\$ 105,697.34
TOTAL, MENSUAL	\$ 8,225.02	\$ 8,321.91	\$ 8,401.12	\$ 8,551.56	\$ 8,808.11

Tabla 58
Costos variables

COSTOS VARIABLES					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
MOD	\$ 5,266.20	\$ 5,424.19	\$ 5,586.92	\$ 5,754.52	\$ 5,927.16
MPD	\$ 52,541.29	\$ 54,117.53	\$ 55,741.06	\$ 57,413.29	\$ 59,135.69
CIF V	\$ 38,673.87	\$ 39,834.08	\$ 41,029.11	\$ 42,259.98	\$ 43,527.78
TOTAL, ANUAL	\$ 96,481.37	\$ 99,375.81	\$ 102,357.08	\$ 105,427.79	\$ 108,590.63
TOTAL, MENSUAL	\$ 8,040.11	\$ 8,281.32	\$ 8,529.76	\$ 8,785.65	\$ 9,049.22

Tabla 59
Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio de Venta	\$ 0.36	\$ 0.40	\$ 0.44	\$ 0.48	\$ 0.53
(-) Costo Variable	\$ 0.11	\$ 0.11	\$ 0.12	\$ 0.12	\$ 0.12
(=) Contribución marginal	\$ 0.25	\$ 0.29	\$ 0.32	\$ 0.36	\$ 0.41
Costos fijos	\$98,700.21	\$99,862.94	\$100,813.44	\$102,618.78	\$105,697.34
P. DE EQUI. ANUAL					
UND	389,021	348,162	311,645	281,880	258,480
P. DE EQUI. MENSUAL					
UND	32,418	29,013	25,970	23,490	21,540
PUNTO DE EQUI. ANUAL	\$141,734.75	\$139,532.92	\$137,387.94	\$136,692.45	\$137,879.84
PUNTO DE EQUI. MENSUAL	\$11,811.23	\$11,627.74	\$11,449.00	\$11,391.04	\$11,489.99

Cantidad	Costo total	Ingreso Total
0	\$ 98,700.21	\$ -
50,000	\$ 104,231.34	\$ 18,216.84
100,000	\$ 109,762.47	\$ 36,433.67
150,000	\$ 115,293.60	\$ 54,650.51
200,000	\$ 120,824.73	\$ 72,867.35
250,000	\$ 126,355.86	\$ 91,084.18
300,000	\$ 131,886.99	\$ 109,301.02
350,000	\$ 137,418.11	\$ 127,517.86
400,000	\$ 142,949.24	\$ 145,734.69
450,000	\$ 148,480.37	\$ 163,951.53
500,000	\$ 154,011.50	\$ 182,168.37
550,000	\$ 159,542.63	\$ 200,385.20
600,000	\$ 165,073.76	\$ 218,602.04
650,000	\$ 170,604.88	\$ 236,818.87
700,000	\$ 176,136.01	\$ 255,035.71

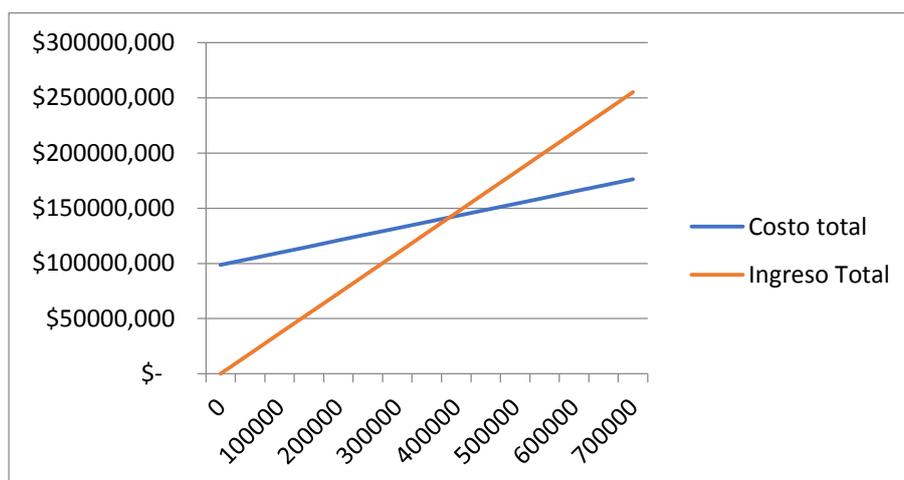


Figura 21 Punto de Equilibrio

5.15.6. Evaluación financiera

Esta evaluación permite determinar la rentabilidad del proyecto que dio como resultado una TIR de 65 %. Según este indicador, el proyecto es rentable en el lapso de los 5 años de duración del proyecto y puede aceptarse. También evaluó el indicador del VAN el cual dio como resultado \$ 183,185.58 El VAN positivo nos indica que el proyecto es rentable, la inversión inicial se cubre y se recupera en el año tres.

Tabla 60

Evaluación financiera VAN Y TIR

Rentabilidad del proyecto			
VAN	\$ 176,293.52	Periodo antes de ganancia	2
TIR	65%	Valor absoluto	\$ 24,801.77
		Flujo de caja siguiente	\$ 54,982.09
		Periodo de Payback	2.45

Rf + b (Rm-Rf)	
Tasa de libre riesgo (Rf)	9%
Tasa de mercado (Rm)	10%
Beta (b)	0,77

Rubro	Monto	Participación	Costo financiero
Deuda	\$ 43,916.75	75,00%	16,61%
Capital	\$ 5,203.00	25,00%	9,80%
Inversión	\$ 49,119.75	100,0%	

5.15.7. Relación costo-beneficio

La fórmula de relación costo - beneficio planteada es la siguiente:

$$RBC = \frac{\text{Ingresos}}{\text{Costos} + \text{Inversión Inicial}}$$

Costos + Inversión Inicial

Tabla 61
Relación Costo/Beneficio

	año0	año 1	año 2	año3	año4	año 5	T ingreso
Actividades de operación							
Ingresos		\$173,045.37	\$209,384.90	\$253,355.73	\$306,560.43		\$ 370,938.13
(-) Costos de ventas		\$121,961.42	\$124,191.28	\$126,461.91	\$128,774.05		\$ 131,128.47
Utilidad Bruta		\$ 51,083.96	\$ 85,193.62	\$126,893.82	\$177,786.38	\$ 239,809.65	\$ 680,767.43
(-) Gastos operacionales							
Total, gastos operacionales		\$45,555.41	\$45,760.59	\$46,580.49	\$47,415.39	\$ 48,265.54	\$ 233,577.42

INVERSIÓN INICIAL (\$ 43,916.75)

Reemplazamos en formula:

$$RBC = \$ 680,767.43 / \$ 233,577.42 + (-\$43,916.75) = \$ 3.59$$

Cuando el beneficio/costo, es mayor que uno; el valor de los beneficios es mayor a los costos del proyecto, dicho de otra manera, los ingresos son superiores a los egresos por lo que se afirma que por cada unidad monetaria invertida se obtendrá un retorno del capital invertido y una ganancia de tres punto cincuenta y nueve, en consecuencia, el proyecto resulta rentable.

5.15.8. Tiempo de recuperación de la inversión

Para saber el tiempo de recuperación de la inversión aplicamos la siguiente formula: **PRI** = Año de recuperación + Diferencia (inversión – Flujo acumulado) / Flujo neto del siguiente año

Tabla 62.
Tiempo de recuperación

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(=) FLUJO NETO	\$ 10,978.75	\$ 22,742.38	\$ 51,116.72	\$ 84,612.97	\$ 139,552.50	\$ 190,158.46
Flujo del préstamo	\$ (32,938.00)	\$ 36,504.92	\$ 64,879.26	\$ 98,375.51	\$ 139,552.50	\$ 190,158.46
Flujo del proyecto	\$ (43,916.75)	\$ 22,742.38	\$ 51,116.72	\$ 84,612.97	\$ 139,552.50	\$ 190,158.46
Payback	\$ (43,916.75)	\$ (21,174.37)	\$ 29,942.35	\$ 114,555.31	\$ 254,107.81	\$ 444,266.27

Se reemplaza valores en la fórmula:

$$PRI = 2 + (\$ 43,916.75 - \$ 8,767.98) / 114,555.31$$

$PRI = 2 + 0.3068 = 2.31$ El resultado se interpreta, que a fines del año dos se recupera la inversión requerida.

- 2 años, 4 meses y 21 días.

5.15.9. Análisis de sensibilidad

Tabla 63
Análisis de sensibilidad

	PESIMISTA -5%	ESPERADO	OPTIMISTA 5%
Precio	0.35	0.36	0.40
Costo variable		\$ 0.11	
Costo fijos		\$48,355.31	
VAN	\$ 141,327.98	\$ 176,293.52	\$266,900.77
TIR	49.92%	65%	96%

En el análisis de sensibilidad se comparan tres escenarios de lo que puede ocurrir durante la fase operativa de la empresa, en primera instancia se evidencia el resultado del escenario moderado esperado, demostrado en el apéndice A, tomando como referencia una tasa mínima aceptable del 10% donde se considera que el mercado vaya en aumento, y las debidas proyecciones de egresos se evaluarán con la inflación supuesta por el Banco Central del Ecuador, obteniendo como resultado:

TIR 65 %
VAN \$176,296.52

En el segundo escenario, el pesimista demostrado en el apéndice B, considerando una tasa mínima aceptable de retorno del 12% y considerando un nivel de ventas menor, generando que la empresa reduzca los presupuestos, disminución de trabajadores, debido a estos factores la empresa no obtendría una recuperación de la inversión a mediano plazo, obteniendo como resultado:

TIR 49.92 %
VAN \$ 141,327.98

En el escenario optimista, demostrado en el apéndice C con una tasa aceptable de retorno del 12% se tomará en consideración que la empresa tenga una alta demanda en su producto y que este se mantenga constante, lo que permite a la empresa no depender de futuros clientes, obteniendo como resultado:

TIR 96 %
VAN \$ 266,9000.77

5.16. Importancia

La importancia en el presente proyecto de prefactibilidad financiera radica principalmente en las plazas de empleo que se generarán, además del rédito financiero que obtendrá el propietario y los empleados involucrados en el mismo, sin dejar de lado la satisfacción de los consumidores del sector; al poder contar, con un producto de mejor calidad, elaborado con mejores procesos de producción repercutiendo en el cuidado de la salud de estos.

5.17. Metas del proyecto

Cómo metas principales del proyecto a tener en cuenta son las siguientes:

- La concientización de la importancia de ingerir alimentos con buenas prácticas de preparación y su correlación con la salud de los consumidores.
- El inmediato alcance para la adquisición del producto en los locales que se visiten.
- Liderar la comercialización del snack localmente.
- Alcanzar normas de calidad del producto y servicio comparables con grandes empresas que se desenvuelven dentro de la misma actividad.
- Optimización de los recursos e insumos para respetar y ser amigables con el medio ambiente.

- Lograr un rango excelente de ventas a corto plazo para aumentar el número de colaboradores necesarios para la producción de los chifles artesanales “Del Cultivo.

5.18. Finalidad de la propuesta

La finalidad se basa en dar inicio al presente proyecto para crear plazas de empleo, tanto para su propietario como para los futuros empleados, de esta manera se contribuye a la sociedad mejorando el nivel de vida de todas las personas que intervienen en la empresa y la mejora de la salud de los consumidores del sector al alimentarse con los chifles artesanales “Del Cultivo”; por ser elaborados siguiendo las normas y los procesos de calidad.

5.19. Conclusión

En este capítulo habiendo realizado los distintos análisis financieros donde se obtuvo en un escenario moderado esperado, una tasa interna de retorno TIR del 65 % y un valor actual neto VAN de \$176.296,52, además de concluir que la inversión se recupera aproximadamente en 3 años, contemplándose por estos indicadores la favorable viabilidad para el arranque del proyecto.

Se puede concluir que el proyecto de prefactibilidad financiera para la formalización de los snacks artesanales “Del Cultivo” ubicado en la parroquia Letamendi de la ciudad de Guayaquil, se ejecuta en base al análisis del comportamiento y necesidades de los habitantes del sector a partir de los tres años en adelante al ser un producto que viene listo para consumir y de alto valor nutricional, el mismo que otorga grandes beneficios por la facilidad que este producto tiene.

En cuanto a las alternativas para la inversión habiendo evaluado el rendimiento de acciones, bonos o papel comercial renovable cada año en Bolsas o Casa de Valores se

obtendría una rentabilidad entre el cinco y siete por ciento, y en póliza de acumulación en el sistema Bancario entre el tres y el cinco por ciento; comparando estas alternativas hace más rentable y atractivo poner en marcha el arranque de la formalidad de los snacks artesanales de la empresa Alimentos Agrícolas.

5.20. Recomendaciones

- El proyecto es rentable debido al alto porcentaje de la demanda insatisfecha potencial
- El margen de contribución tiende a crecer en el 96% a medida que la producción se incrementa
- La inversión se recupera en tres años
- La exoneración anticipada del impuesto a la renta contribuye a que el proyecto sea rentable
- La rentabilidad inicial del proyecto es del 65 %.

Por todo lo expuesto se recomienda iniciar el proyecto de la formalidad de los snacks artesanales “Del Cultivo”.

Referencias

Andres , M. (2001). Proyecto de inversion:Formulacion y evaluacion para micro y pequeñas empresas / 4a Ed. Oaxaca, Mexico: Instituto Tecnologico de Oaxaca.

Andres Ferranda, J. (2008). Gestion Administrativa. Valencia: Universidad politecnica de Valencia.

Beckwith, H. (2012). Venda lo invisible. Madrid: Prentice Hall.

Besley, S., & Brigham, E. (2001). Fundamentos de administracion financiera / 12a Ed. Mexico D.F.: Mc Graw - Hill.

Blueindic. (2017). Recuperado el 13 de 01 de 2019, de <https://www.blueindic.com/blog/cual-es-la-diferencia-entre-un-proveedor-y-un-acreedor/>

Buffett, M. (2005). Los siete secretos para invertir. Barcelona: Deusto.

Carbonel , J. (2016). Formulacion y evaluacion de proyectos de inversion. Lima: Macro.

Carnegie, D. (2015). Como ganar amigos e influir sobre ellos. Buenos Aires: Sudamericana.

Carrillo, F., & Marcillo, P. (2012). Plan de negocios para la creacion de la microempresa de papas fritas artesanales. Rumiñahui: Quito:UCE.

Cepeda, G. (1997). Auditoria y control interno. Cali: McGraw-Hill.

Chiavenato, A. (2005). Introduccion a la teoria general administrativa. Ciudad de Mexico: McGraw.

- Chiavenato, I. (2017). Comportamiento Organizacional : La dinamica del exito en las organizaciones / 3Ed. Ciudad de Mexico: Mc Graw-Hill.
- Churchill, G., & Walker, O. (1992). Sales Force Management. Nueva York: McGraw-Hill Higher Education.
- Cohen, W. (2002). El plan de Marketing. Barcelona: Deusto.
- Dayton, D. (2001). Como gestionar las relaciones con clientes claves. Barcelona: Reviews.
- Economipedia. (2018). <https://economipedia.com/definiciones/oferta.html>.
- Escotto, J. (2005). El genio director de proyectos. Madrid: Create Space Independent.
- Fernandez, E. (2019). Innovar para competir. Valladolid: Piramide.
- Galindez, E. (2002). Administracion de organizaciones. Cali: Unibiblos.
- Gates, R. (2005). Investigacion de mercados. Mexico D. F.: UADE.
- Gerry, J. (2005). Direccion estrategica. Madrid: Prentice Hall.
- Gestion.org. (2018). <https://www.gestion.org/el-cliente/>.
- Gilbert, D. (1996). Administracion. Mexico D.F.: Pearson Prentice Hall.
- Gonzales , L. (2017). El Talento: La nueva guerra corporativa. Ciudad de Mexico: Selector.
- Gordon, W. (2005). Presupuestos: Planificcion y control. Ciudad de mexico: Pearson.
- Graham, B., & Zweig, J. (2007). El inversor inteligente. Barcelona: Deusto.

- Guizar, R. (2013). Desarrollo Organizacional: Principios y Aplicaciones. Mexico D.F.: Mc Graw- Hill.
- Guzman , F. (2008). Preparacion y evaluacion de proyectos. Medellin: Universidad Nacional de Colombia.
- Hagen, K. (2017). Manejar su propio negocio: Contabilidad, Finanzas y Administracion. Madrid: Reviews.
- Hernandez, G. (2014). Educacion financiera avanzada. Huesca: Kindle.
- Hill, N. (2012). Piense y hagase rico. Barcelona: Obelisco.
- Hinojosa , J. (2000). Evaluacion economica financiera de proyectos de inversion. Ciudad de Mexico: Trillas.
- Limaico, E., & Torres, P. (2014). Estudio de factibilidad para la creacion de una empresa productora y comercializadora de snacks. Antonio Ante, Imbabura: Tesis.
- Marketing. (18 de Diciembre de 2013).
<https://marketingparados.wordpress.com/tag/demanda-insatisfecha/>.
- Medianero, D. (2018). Manual de diseño de proyectos de desarrollo sostenible. Cajamarca , Peru: Deposito legal en la biblioteca nacional del Peru.
- Meza, P. (2013). Proyecto de factibilidad para la creacion de una microempresa de produccion de chifles. Loja: Tesis.
- Muñiz, L. (2010). Planes de negocios. Barcelona: Prifit.
- Olmedo, J. (2013). Finanzas Internacionales para la Empresa. Madrid: Editorial Piramide.

Oriol, A. (1997). Contabilidad y gestion de costes. Barcelona: Gestion 2000.

Ortega, F. (2010). Gestion de la liquidez. Madrid: Esic.

Palacios , C. (2017). Plan de negocios de chifles de manzana. Guayaquil: Tesis.

Palomar, A. (2017). Procedimiento Administrativo. Pamplona: Aranzadi.

Peres de la peña, A. (2016). *Fuente de financiacion*. Madrid: Esic.

Perez, A. H. (2014). Economia. Mexico: Unid Editorial.

Perez, J. (2011). Evaluacion economica de las inversiones. Madrid: Esic Editorial.

Rataud , P. (2001). Preguntas que hacen vender. Barcelona: Gestion 2000.

Ross, A. (2018). Hipercrecimiento. Buenos Aires: Alta books.

Siegel, J. (2015). Invertir a largo plazo. Barcelona: Profit.

Stanton, B. (2005). Fundamentos de Marketing. Ciudad de Mexico: McGraw.

Strafford, J. (2002). Manual del director de ventas. Bilbao: Ediciones Deusto.

Tracy, B. (1997). Estrategias eficaces de ventas. Barcelona: Paidos.

Train, J. (2008). Grandes maestros de la inversion. Barcelona: Deusto.

Villareal, A. (2006). Evaluacion financiera de proyectos de inversion. Mexico, distrito federal: Norma.

INALECSA. (2016). INALECSA. Obtenido de <http://www.inalecsa.com/>

INEC. (2010). Obtenido de Ecuador en cifras

Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo. (2012). Obtenido de Transformación de la matriz productiva. <http://www.planificacion.gob.ec/>

Leyes: Ley de Economía Popular y Solidaria.

Apéndices
Apéndice A Encuesta
ENCUESTA A DUEÑOS DE NEGOCIOS Y ADMINISTRADORES DE
AUTOSERVICIOS O DUEÑOS DE NEGOCIOS
UNIVERSIDAD PARTICULAR SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Muy buenos días, la presente encuesta se realiza con el objetivo de determinar las necesidades que tienen los administradores de autoservicios y dueños de negocios. Además, obtener datos para el análisis de rentabilidad del proyecto de prefactibilidad económica. Con la información que se obtenga de esta encuesta, se diseñará una estrategia que se ajuste a los requerimientos de los clientes y empresa. Por favor conteste las siguientes interrogantes con responsabilidad y honestidad.

Datos Informativos

Sexo: M___ F___ Edad: ___

Nombre: _____

CUESTIONARIO

1.- ¿Acostumbra usted a observar el registro sanitario al comprar las fundas de snacks?

Siempre___ A veces___ Nunca___

2.- ¿Señale qué clase de snacks adquiere?

Papas___ Chifles___ Yuca___ Otros___

3.- ¿En qué cantidades solicita los snacks por semana?

2 paquetes___ 4 paquetes___ 6 paquetes___ 10 paquetes___

12 paquetes___

4.- ¿Cuál es el empaque que prefiere para sus snacks?

a) En funda plástica transparente___

b) En funda laminada___

c) En ambas presentaciones___

5.- ¿Cuáles son los atributos determinantes para decidir su compra por snacks?

Precio___ Cantidad___ Marca___

6.- La entrega de los snacks por parte de sus distribuidores son:

Excelente ____ Muy buena ____ Bueno ____ Regular ____ Ineficiente ____

7.- ¿Cuántas veces a la semana consume snacks artesanales?

- a) 1 vez ____
- b) 2 veces ____
- c) más de 3 veces ____

8.- ¿Cuánto está dispuesto a pagar por 1 funda de 50 gramos de este producto?

- a) \$ 0.36 – \$ 0.42 centavos ____
- b) \$ 0.42 – \$ 0.48 centavos ____
- c) \$ 0.48– \$ 0.54 centavos ____
- d) \$ 0.54 -- \$ 0.60 centavos ____

9.-Cuál de las siguientes características es de mayor importancia en el momento de comprar el producto?

- a) Calidad ____
- b) Precio ____
- c) Presentación ____
- d) Sabor ____

10.- Si saliera al mercado una nueva marca de Snack, que le ofrezca calidad debido a la optimización de los niveles de fritura ¿La compraría?

Si ____ No ____ Tal vez ____

11. ¿Dónde le gustaría encontrar el producto?

Autoservicios ____ Tiendas ____ Bar del colegio ____ Supermercados ____
Otros ____

Hemos concluido, muchas gracias por su ayuda

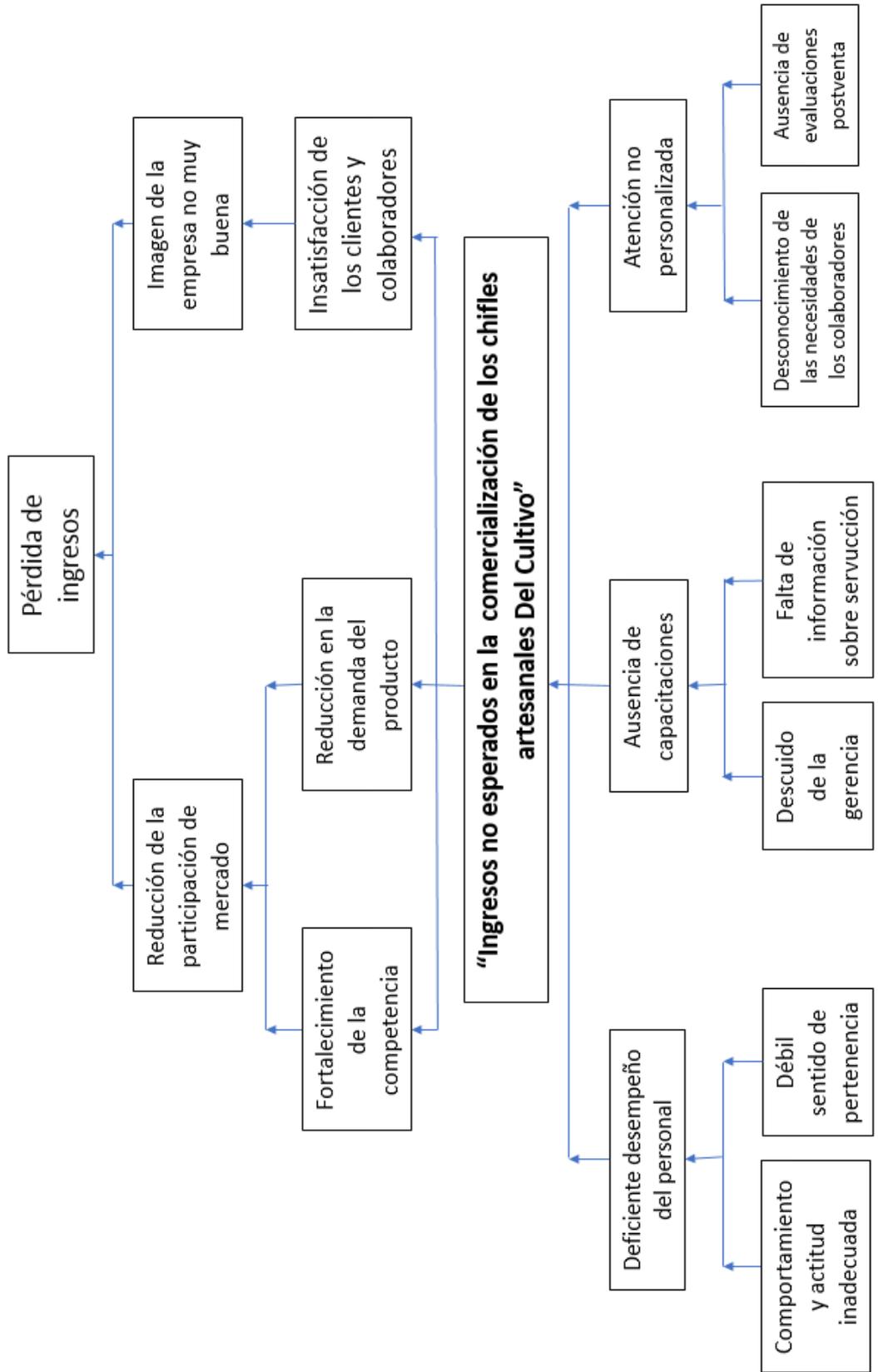
Encuesta 2.019

Nombre: Emilio Novillo Villaseca

C.C. 0908416100

Apéndice B árbol del problema

ÁRBOL DEL PROBLEMA



Apéndice C Flujo efectivo escenario moderado esperado

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACT. DE OPERAC.						
INGRESOS		\$173,0457	\$209,3840	\$253,355.3	\$306,560.43	\$370,938.3
(-) Costos de ventas		\$121,9612	\$124,1918	\$126,461.1	\$128,774.05	\$131,128.7
Utilidad Bruta		\$51,083.6	\$85,193.2	\$126,893.2	\$177,786.38	\$239,809.5
		30%	41%	50%	58%	65%
(-) GASTOS OPERA.						
Gastos Administrativos		\$29,756.80	\$29,673.13	\$30,198.90	\$30,734.28	\$31,279.45
TOTAL, GASTOS OPERACIONALES		\$45,555.41	\$45,760.59	\$46,580.49	\$47,415.39	\$8,265.54
UTILIDAD OPERACIONAL		\$5,528.54	\$39,433.03	\$80,313.33	\$130,370.99	\$191,544.11
(-) Gastos Financieros		\$(4,789.50)	\$(3,134.90)	\$(1,183.55)	\$ -	\$ -
Uti. antes de P. a T.		\$739.05	\$36,298.13	\$79,129.78	\$130,370.99	\$191,544.11
Pago Participación Trabajadores		\$ -	\$(110.86)	\$(5,444.72)	\$(11,869.47)	\$(19,555.65)
Pago Impuesto a la Renta e imp.		\$ -	\$(138.20)	\$(6,787.75)	\$(14,797.27)	\$(24,379.38)
(=) Utilidad de ejercicio		\$739.05	\$36,049.07	\$66,897.30	\$103,704.26	\$147,609.09
(+) Ajustes de Depreciación		\$916.40	\$91.40	\$ 916.40	\$ 916.40	\$916.40
(+) Ajustes por Amortización		\$600.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) EFEC ACT. DE OPERAC.		\$2,255.45	\$36,965.47	\$67,813.70	\$104,620.66	\$148,525.49

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(=) FLUJO NETO	\$10,979.19	\$(6,970.23)	\$26,085.20	\$54,982.09	\$104,620.66	\$148,525.49
FLUJO DEL PRESTAMO	\$(32,937.56)	\$7,044.94	\$40,100.37	\$68,997.26	\$104,620.66	\$148,525.49
FLUJO DEL PROYECTO	\$(43,916.75)	\$(6,970.23)	\$26,085.20	\$54,982.09	\$104,620.66	\$148,525.49
FLUJO ACUMULADO	\$(43,916.75)	\$(50,886.97)	\$(24,801.77)	\$30,180.32	\$134,800.98	\$ 283,326.46

TIR y VAN	
TMAR	10 %
TIR	65%
VAN	\$ 176,293.52

Apéndice D Flujo efectivo escenario pesimista

Actividad de Operaci.	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		\$164,393.10	\$198,915.66	\$240,687.94	\$291,232.41	\$352,391.22
(-) Costos de ventas		\$121,961.42	\$124,191.28	\$126,461.91	\$128,774.05	\$131,128.47
Utilidad Bruta		\$42,431.69	\$74,724.38	\$114,226.04	\$162,458.36	\$221,262.75
		26%	38%	47%	56%	63%
(-) Gastos Operaci.						
Gastos Administra.		\$29,756.80	\$29,673.13	\$30,198.90	\$30,734.28	\$31,279.45
Gastos de Venta		\$15,798.61	\$16,087.46	\$16,381.60	\$16,681.11	\$16,986.09
Total, Gastos Ope.		\$45,555.41	\$45,760.59	\$46,580.49	\$47,415.39	\$48,265.54
Utilidad Operacio.		\$(3,123.73)	\$28,963.79	\$67,645.54	\$115,042.97	\$172,997.20
(-) Gastos Financi..		\$(4,789.50)	\$(3,134.90)	\$ (1,183.55)	\$ -	\$ -
Utili. antes de particl. a trabaja		\$(7,913.22)	\$25,828.89	\$ 66,461.99	\$115,042.97	\$172,997.20
Pago Partici.Traba.		\$ -	\$(110.86)	\$(5,444.72)	\$(11,869.47)	\$(19,555.65)
Pago Imp. a la Renta e imp.		\$ -	\$(138.20)	\$(6,787.75)	\$(14,797.27)	\$(24,379.38)
(=) Utilidad de ejercicio		\$(7,913.22)	\$25,579.83	\$ 54,229.52	\$88,376.24	\$129,062.18
(+) Ajustes de Depreciación		\$ 916.40	\$ 916.40	\$ 916.40	\$ 916.40	\$ 916.40
(+) Ajuste por Amortización.		\$ 600.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Efec. Activi. de Operación		\$(6,396.82)	\$26,496.23	\$55,145.92	\$89,292.64	\$129,978.58

Descripción	Año 0	Año				
		Año 1	2	3	4	Año 5
(=) FLUJO NETO	\$10,979.19	\$(15,622.49)	\$15,615.96	\$42,314.30	\$89,292.64	\$129,978.58
FLUJO DEL PRESTAMO	\$(32,937.56)	\$(1,607.33)	\$29,631.13	\$56,329.47	\$89,292.64	\$129,978.58
FLUJO DEL PROYECTO	\$(43,916.75)	\$(15,622.49)	\$15,615.96	\$42,314.30	\$89,292.64	\$129,978.58
FLUJO DEL INVERSIONISTA	\$10,979.19	\$(15,622.49)	\$15,615.96	\$42,314.30	\$89,292.64	\$129,978.58

VAN y TIR	
	\$
VAN	141,327.98
TIR	50%
TMAR	10%

Apéndice E Tabla de amortización de préstamo

N	CAPITAL	INTERES	TOTAL, DIVIDENDO	AMORTIZACION CAPITAL
				\$ 32,937.56
1	\$ 712.02	\$ 455.91	\$ 1,167.93	\$ 32,225.54
2	\$ 721.88	\$ 446.06	\$ 1,167.93	\$ 31,503.67
3	\$ 731.87	\$ 436.06	\$ 1,167.93	\$ 30,771.80
4	\$ 742.00	\$ 425.93	\$ 1,167.93	\$ 30,029.80
5	\$ 752.27	\$ 415.66	\$ 1,167.93	\$ 29,277.53
6	\$ 762.68	\$ 405.25	\$ 1,167.93	\$ 28,514.85
7	\$ 773.24	\$ 394.69	\$ 1,167.93	\$ 27,741.61
8	\$ 783.94	\$ 383.99	\$ 1,167.93	\$ 26,957.67
9	\$ 794.79	\$ 373.14	\$ 1,167.93	\$ 26,162.88
10	\$ 805.79	\$ 362.14	\$ 1,167.93	\$ 25,357.09
11	\$ 816.95	\$ 350.98	\$ 1,167.93	\$ 24,540.14
12	\$ 828.25	\$ 339.68	\$ 1,167.93	\$ 23,711.89
13	\$ 839.72	\$ 328.21	\$ 1,167.93	\$ 22,872.17
14	\$ 851.34	\$ 316.59	\$ 1,167.93	\$ 22,020.83
15	\$ 863.13	\$ 304.80	\$ 1,167.93	\$ 21,157.70
16	\$ 875.07	\$ 292.86	\$ 1,167.93	\$ 20,282.63
17	\$ 887.19	\$ 280.75	\$ 1,167.93	\$ 19,395.44
18	\$ 899.47	\$ 268.47	\$ 1,167.93	\$ 18,495.98
19	\$ 911.92	\$ 256.02	\$ 1,167.93	\$ 17,584.06
20	\$ 924.54	\$ 243.39	\$ 1,167.93	\$ 16,659.52
21	\$ 937.34	\$ 230.60	\$ 1,167.93	\$ 15,722.19
22	\$ 950.31	\$ 217.62	\$ 1,167.93	\$ 14,771.88
23	\$ 963.46	\$ 204.47	\$ 1,167.93	\$ 13,808.42
24	\$ 976.80	\$ 191.13	\$ 1,167.93	\$ 12,831.62
25	\$ 990.32	\$ 177.61	\$ 1,167.93	\$ 11,841.30
26	\$ 1,004.03	\$ 163.90	\$ 1,167.93	\$ 10,837.27
27	\$ 1,017.92	\$ 150.01	\$ 1,167.93	\$ 9,819.34
28	\$ 1,032.01	\$ 135.92	\$ 1,167.93	\$ 8,787.33
29	\$ 1,046.30	\$ 121.63	\$ 1,167.93	\$ 7,741.03
30	\$ 1,060.78	\$ 107.15	\$ 1,167.93	\$ 6,680.25
31	\$ 1,075.47	\$ 92.47	\$ 1,167.93	\$ 5,604.78
32	\$ 1,090.35	\$ 77.58	\$ 1,167.93	\$ 4,514.43
33	\$ 1,105.44	\$ 62.49	\$ 1,167.93	\$ 3,408.99
34	\$ 1,120.74	\$ 47.19	\$ 1,167.93	\$ 2,288.24
35	\$ 1,136.26	\$ 31.67	\$ 1,167.93	\$ 1,151.99
36	\$ 1,151.99	\$ 15.95	\$ 1,167.93	(\$ 0.00)
	\$32,937.56			

Apéndice F Resumen de tabla de amortización

PRESTAM: \$32,937.56 **PERIODO:** 36 meses
TASA: 1.38%

AÑO	CAPITAL	INTERES	T. DIVIDENDO	AMORTIZACION CAPITAL
1	\$ 9,225.67	\$4,789.50	\$ 14,015.17	\$ 23,711.89
2	\$ 10,880.27	\$ 3,134.90	\$ 14,015.17	\$ 12,831.62
3	\$ 12,831.62	\$ 1,183.55	\$ 14,015.17	\$ 0.00
4	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
5	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
