



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Tesis de grado previa a la
obtención del Título de
Ingeniera en Gestión
Empresarial.

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
EMPRESA ELABORADORA DE AREPAS DE MAIZ EN EL
CANTÓN BUENA FE**

AUTORA:

ANDREA KATIUSKA BUSTE ZAMBRANO

DIRECTOR:

ING. PEDRO MIRANDA ULLÓN A. M.Sc.

QUEVEDO – ECUADOR

2013



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Tesis de grado previa a la
obtención del Título de
Ingeniera en Gestión
Empresarial.

Tema

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
EMPRESA ELABORADORA DE AREPAS DE MAIZ EN EL
CANTÓN BUENA FE**

Autora:

ANDREA KATIUSKA BUSTE ZAMBRANO

Director:

ING. PEDRO MIRANDA ULLÓN A. M.Sc.

QUEVEDO – ECUADOR

2013



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA
ELABORADORA DE AREPAS DE MAÍZ EN EL CANTÓN BUENA FE**

Presentado al honorable Consejo Directivo de la facultad de Ciencias
Empresariales como requisito previo a la obtención del título de:

Ingeniero en Gestión Empresarial

APROBADO POR:

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

QUEVEDO – ECUADOR

2013

CERTIFICACIÓN

El suscrito, Ing. Pedro Miranda Ullón, MSc. docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la egresada Andrea Katuska Buste Zambrano, realizó la tesis previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión Empresarial, titulada: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA ELABORADORA DE AREPAS DE MAIZ EN EL CANTÓN BUENA FE”**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con la disposición reglamentaria establecida para el efecto.

ING. PEDRO MIRANDA ULLÓN, MSc
DIRECTOR DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

AUTORIA

Las ideas conceptos, procedimientos y resultados del presente trabajo de investigación “**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA ELABORADORA DE AREPAS DE MAIZ EN EL CANTÓN BUENA FE**”, son de exclusiva responsabilidad del autor y pertenecen al mismo.

Andrea Katuska Buste Zambrano

AUTORA

DEDICATORIA

Agradezco a Dios por darme la vida, a mi familia y en especial: A mis padres, por sus enseñanza y amor, por sus herencias: mi educación apoyo y comprensión quienes se encargaron de inculcarme buenos principios y valores, que me han permitido desarrollarme como hija, esposa y madre.

A mi esposo Jorge quien me impulsa cada día para crecer como persona y como profesional y sobre todo al amor de mi vida, mi hija Yurena, mi fuente de inspiración, que me da las fuerzas suficientes para seguir adelante en esta vida.

A los Docentes, quienes con su sabiduría y paciencia sembraron en mi la semilla de la enseñanza.

Andrea

AGRADECIMIENTO

La autora deja constancia de su agradecimiento.

A la Universidad, en cuyas aulas los maestros nos dieron todo de sí para crecer en conocimientos.

A las Autoridades de la Universidad

Ing.. M.Sc. Roque Vivas Moreira, Rector de la UTEQ.

Ing. M.Sc. Guadalupe Murillo de Luna, Vicerrectora Administrativa de la UTEQ.

Ing. M.Sc. Williams Burbano Montecé, Vicerrector Académico de la UTEQ

Al Ing. MSc. Pedro Miranda Ullón, Director del proyecto investigativo por ser un docente comprometido con la Carrera.

A cada uno de nuestros profesores que me brindaron sus conocimientos para mi formación profesional.

A todas y cada una de las personas que de una u otra manera me brindaron su apoyo y ayuda para la realización de esta investigación.

Andrea

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación sobre el Plan de negocios para la implementación de una empresa elaboradora de arepas de maíz en el cantón Buena Fe, se realizó en el cantón del mismo nombre, Provincia de Los Ríos, para lo cual se planearon los siguientes objetivos: Elaborar un plan de negocios para la implementación de una empresa elaboradora de arepas de maíz, realizar un estudio de mercado para conocer la situación actual sobre la oferta y demanda de arepas de maíz, elaborar un estudio técnico, económico para establecer la viabilidad del proyecto, evaluar financieramente el proyecto para la creación e implementación de una empresa elaboradora de arepas de maíz, en base a su punto de equilibrio.

Para el desarrollo del trabajo de campo se aplicó método inductivo, deductivo y cualitativo, la población del cantón Buena Fe es de 47.361 habitantes según El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) 2010, representa el 7,3% del total de la Provincia de Los Ríos; ha crecido en el último periodo a un ritmo del 3,2% promedio anual, en el 2011 la Población económicamente activa para el 2011 se proyecta a 20.824, se aplicó la fórmula de probabilidades para calcular la muestra dando un total de 241 personas, mismas que fueron encuestadas para obtener la información necesaria a demás aplicó la técnica de la observación directa para observar el proceso de producción de la competencia.

De acuerdo al estudio de mercado para la implementación de una empresa destinada a la producción de las arepas el cantón Buena Fe, demostró que hay demanda en un 67.06%, es decir que no está insatisfecha porque la oferta no cubre todos los requerimientos.

El estudio técnico comprende los procesos para la producción de las arepas y los requerimientos de la materia prima e insumos y el estudio financiero permitió determinar el capital necesario para la realización del proyecto, cuya inversión asciende a \$ 14.128,56, el cual será financiado con recursos propios el 30% y un crédito mediante una institución financiera con el 70%.

Mediante la evaluar desde el punto de vista económico y financiero el proyecto para la creación e implementación de una empresa elaboradora de arepas de maíz, se obtuvo una TIR 38%, el VAN \$ 11.349.98 y R B/C 1,20 dólares.

SUMMARY

This research on the business plan for the implementation of a processing company arepas in Canton Buena Fe, was performed in the canton of the same name, province of Los Rios, which is planned for the following objectives: Develop a business plan for the implementation of a processing company arepas, conduct a market survey to know the current situation on the supply and demand for corn arepas, prepare a technical study to establish the economic viability of the project, assess financially the project for the creation and implementation of a processing company arepas, based on its equilibrium.

For the development of the field work was applied inductive, deductive and qualitative, the population of the corner of Good Faith is 47,361 inhabitants according to the National Institute of Statistics and Census (INEC) 2010, representing 7.3% of the Province Los Rios has grown in the last period at a rate of 3.2% per year, in 2011 the economically active population in 2011 is projected at 20,824, the formula was applied to calculate probabilities for a total sample of 241 people were surveyed same for other information needed to apply the technique of direct observation to observe the production process of competition.

According to the market study for the implementation of an enterprise for the production of the canton arepas Buena Fe, showed that there is demand in a 67.06%, ie is unsatisfied because the offer does not cover all requirements.

The technical study includes processes for the production of arepas and requirements of raw materials and supplies and financial study determined the capital required for the project, whose investment amounts to \$ 14,128.56, to be funded with 30% equity and a loan through a financial institution with 70%.

By evaluating from economically and financially the project for the creation and implementation of a processing company arepas, we obtained a 38% R B/C, NPV \$ 11.349.98 and RB / C \$ 1.20.

ÍNDICE

	Pág
	.
CARATULA	i
CONTRA CARATULA	ii
PRESENTACIÓN TRIBUNAL	iv
CERTIFICACIÓN	v
AUTORÍA	vi
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
RESUMEN EJECUTIVO	ix
SUMMARY	xi
INDICE	xii
INDICE DE CUADRO	xvii
INDICE DE FIGURA	xix
INDICE DE ANEXOS	xx
DUBLIN CORE	xxii
CAPÍTULO I	
Marco Contextual de la Investigación.....	1
1.1. Introducción.....	2
1.2. Problema.....	3
1.2.1 Problematización	3
1.2.2 Planteamiento del Problema.....	4
1.2.3 Formulación del Problema.....	4
1.2.4 Delimitación del Problema.....	5
1.3. Objetivos.....	5
1.3.1. General.....	5
1.3.2. Específicos.....	6
1.4. Hipótesis.....	6
1.4.1. Hipótesis general.....	6
1.4.2. Hipótesis específica.....	6

CAPÍTULO II

Marco Teórico de la Investigación.....	7
2.1. Fundamentación conceptual.....	8
2.1.1. Plan de negocio.....	8
2.1.2. Empresa.....	10
2.1.3. Tipos de empresas.....	10
2.2. Estudio de mercado.....	11
2.2.1. Antecedentes del estudio de mercados.....	11
2.2.2. Oferta.....	12
2.2.3. Demanda.....	12
2.3. Estudio Técnico.....	13
2.3.1. Tamaño de un Proyecto.....	13
2.3.2. Localización.....	13
2.3.3. Ingeniería del proyecto.....	14
2.3.3.1. Producto.....	14
2.3.3.2. Precio.....	15
2.3.3.3. Comercialización.....	15
2.4. Estudio económico.....	16
2.4.1. Inversión.....	16
2.4.2. Activos Fijos.....	17
2.4.3. Financiamiento.....	17
2.4.3.1. Fuentes de financiamiento.....	18
2.4.4. Costos.....	18
2.4.4.1. Costo de venta.....	18
2.4.4.2. Costos Fijos.....	19
2.4.5. Balance general.....	19
2.5. Evaluación financiera.....	19
2.5.1. Beneficio Neto.....	20
2.5.2. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	21
2.5.3. Relación Beneficio Costo.....	21
2.5.4. Tiempo de recuperación del capital.....	22
2.5.5. Análisis de sensibilidad.....	22

5.6.	Evaluación del impacto ambiental.....	22
------	---------------------------------------	----

CAPÍTULO III

Metodología de la Investigación.....	23	
3.1	Materiales y métodos.....	23
3.1.1.	Materiales.....	24
3.1.2.	Métodos.....	24
3.1.2.1.	Inductivo.....	24
3.1.2.2.	Deductivo.....	24
3.1.2.3.	Cuantitativo.....	25
3.2	Tipos de investigación.....	25
3.2.1.	Bibliográfica.....	25
3.2.2.	De campo.....	25
3.3.	Diseño de la investigación.....	26
3.3.1.	Fuentes de referencia.....	26
3.3.1.1.	Primaria.....	26
3.3.1.2.	Secundaria.....	26
3.3.2.	Técnicas e instrumentos de evaluación.....	26
3.3.2.1.	Observación Directa.....	26
3.3.2.2.	Encuestas.....	26
3.3.3.	Procesamiento metodológico.....	27
3.4.	Población y muestra.....	30
3.4.1.	Población.....	30
3.4.2.	Muestra.....	30

CAPÍTULO IV

Análisis e interpretación de los Resultados de la investigación....	32	
4.1.	Resultados	33
4.1.1.	Encuestas a consumidores para plan de negocios de Arepas	33
4.1.1.1.	Proyección de la oferta.....	44
4.1.1.2.	Análisis de la demanda.....	44
4.1.1.3.	Proyección de la demanda.....	45
4.1.1.4.	Demanda insatisfecha	46

4.1.2.	Descripción del proceso de elaboración de las arepas de maíz.....	46
4.1.2.1.	Recepción de materia prima.	47
4.1.2.2.	Descripción de equipos.....	48
4.1.2.3.	Estimación de producción diaria.	48
4.1.2.4.	Ingredientes y preparación.....	49
4.1.2.5.	Etiquetas.....	49
4.1.3.	Cadena de comercialización para definir estrategias que se aplique al plan de negocios.....	50
4.1.3.1.	Publicidad y propaganda.....	50
4.1.4.	Organización.....	51
4.1.4.1.	Administrador o gerente.....	51
4.1.4.2.	Operario.....	52
4.1.4.3.	Contador.	52
4.1.4.4.	Técnico en nutrición.....	53
4.1.5.	Estudio financiero para evaluar la factibilidad y rentabilidad comercial.....	53
4.1.5.1.	Inversión.....	54
4.1.6.	Capital de Operaciones.....	54
4.1.7.	Costos de producción.....	55
4.1.8.	Fuentes de Financiamiento.....	57
4.1.9.	Depreciaciones.....	60
4.1.10.	Ingresos.....	60
4.1.11.	Estado de resultados.....	60
4.1.12.	Punto de equilibrio.....	63
4.1.13.	Flujo de caja.....	63
4.1.14.	Valor Actual Neto (VAN).....	63
4.1.15.	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	64
4.1.16.	Relación Beneficio Costo (R B/C).....	65
4.1.17.	Tiempo de Recuperación del Capital.....	65
4.1.18.	Análisis de sensibilidad.....	66
4.2.	Discusión.....	66
4.3.	Comprobación de hipótesis	68

CAPÍTULO V

Conclusiones y Recomendaciones.....	69
5.1. Conclusiones.....	70
5.2. Recomendaciones.....	71

CAPÍTULO VI

Bibliografía.....	72
6.1. Revisión de bibliografía.....	73

CAPITULO VII

ANEXOS.....	76
.....	

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro		Pág.
1	¿Sabe usted que son las arepas?.....	33
2	¿Sabe usted la diferencia entre arepas y tortillas?.....	34
3	¿Consume usted arepas de maíz?.....	35
4	¿Por qué considera conveniente consumir arepas de maíz.	36
5	¿Le gustaría comprar arepas precocinadas?.....	37
6	¿En qué tipo de presentación le gustaría que venga el producto?.....	38
7	¿Cuál es la frecuencia de consumo de arepas?.....	39
8	¿Cuántas arepas de maíz consume usted por semana?.....	40
9	¿Dónde adquiere las arepas?.....	41
10	¿Qué precio estaría usted dispuesto a pagar por una arepa?.....	42
11	Determinación de la oferta actual de clientes según el estudio de mercado para la creación de una empresa elaboradora de arepas de maíz en el cantón Buena Fe.	43
12	Serie histórica de venta de arepas de acuerdo a la población.	43
13	Proyección de la oferta de arepas.	44
14	Análisis de la demanda histórica en función del número de habitantes PEA.	45
15	Proyección de la demanda histórica en función del número de habitantes PEA.	45
16	Proyección en función del número de habitantes PEA.....	46
17	Inversión fija.....	54
18	Costos de producción de arepas de maíz.....	56
19	Fuente de financiamiento y amortización.....	57
20	Depreciaciones de la empresa procesadora de arepas de maíz.....	58
21	Ingresos de la empresa procesadora de arepas de maíz.....	60

22	Estado de resultados de la empresa procesadora de arepas.....	61
23	Punto de equilibrio de la empresa procesadora de arepas.....	62
24	Flujo de caja de la empresa procesadora de arepas.....	63
25	Valor actual neto.....	64
26	Tasa interna de retorno.....	64
27	Relación Beneficios Costos.....	65
28	Tiempo de Recuperación del Capital.....	66

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura		Pág.
1	¿Sabe usted que son las arepas?.....	33
2	¿Sabe usted la diferencia entre arepas y tortillas?.....	34
3	¿Consume usted arepas de maíz?.....	35
4	¿Por qué considera conveniente consumir arepas de maíz?.	36
5	¿Le gustaría comprar arepas precocinadas?.....	37
6	¿En qué tipo de presentación le gustaría que venga el producto?.....	38
7	¿Cuál es la frecuencia de consumo de arepas?.....	39
8	¿Cuántas arepas de maíz consume usted por semana?.....	40
9	¿Dónde adquiere las arepas?.....	41
10	¿Qué precio estaría usted dispuesto a pagar por una arepa?.	42
11	Diagrama de flujo.....	47
12	Etiquetas.....	49
13	Canales de comercialización.....	50
14	Organigrama del área administrativa.....	51
15	Punto de equilibrio.....	62

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo		Pág.
1	Encuestas.....	77
2	Fotos.....	78

DUBLIN CORE (ESQUEMAS DE CODIFICACION)

1	Título/ title	M	PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA ELABORADORA DE AREPAS DE MAIZ EN EL CANTÓN BUENA FE
2	Creador /creator	M	Andrea Katuska Buste Zambrano
3	Materia /Subject	M	Ciencias Empresariales: Proyecto de factibilidad
4	Descripción /Description	M	La presente investigación se realizó en cantón Buena Fe, Provincia de Los Ríos, Realizar un plan de negocios para la implementación de una empresa elaboradora de arepas de maíz que sea autosustentable con el propósito de beneficiar a la población del cantón Buena Fe, provincia de Los Ríos.
5	Editor /Publisher	M	FCE; Carrera de Gestión Empresarial; Andrea Katuska Buste Zambrano
6	Colaborador /Contributor	O	Ninguno
7	Fecha /Date	M	05-03-2013
8	Tipo /Type	M	Proyecto de factibilidad
9	Formato /Format	R	Documento de Word
10	Identificador /Identifier	M	http://biblioteca.uteq .
11	Fuente /Source	O	Proyecto de factibilidad
12	Lenguaje /Lenguaje	M	Español
13	Relación /Relation	O	Ninguno
14	Cobertura /Coverage	O	Proyecto de factibilidad
15	Derechos /Rights	M	Ninguno
16	Audiencia /Audience	O	Project of Investigation

(DUBLIN CORE) ESQUEMAS DE CODIFICACION			
1	Título/ title	M	BUSINESS PLAN FOR THE IMPLEMENTATION OF A PROCESSING COMPANY AREPAS CANTON IN BUENA FE
2	Creador /creator	M	Andrea Katuska Buste Zambrano
3	Materia /Subject	M	Business: Project feasibility
4	Descripción /Description	M	This research was conducted in Canton Buena Fe, Province of Los Ríos, Making a business plan for the implementation of a processing company arepas be self-sustaining in order to benefit the people of Canton Buena Fe, The Province Los Ríos.
5	Editor /Publisher	M	FCE; Business Management Career; Andrea Katuska Buste Zambrano
6	Colaborador /Contributor	O	None
7	Fecha /Date	M	05-03-2013
8	Tipo /Type	M	Project Feasibility
9	Formato /Format	R	document Word
10	Identificador /Identifier	M	http://biblioteca.uteq .
11	Fuente /Source	O	Project Feasibility
12	Lenguaje /Lenguaje	M	Español
13	Relación /Relation	O	None
14	Cobertura /Coverage	O	Project Feasibility
15	Derechos /Rights	M	None
16	Audiencia /Audience	O	Proyect of Investigation

CAPÍTULO I
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. INTRODUCCIÓN

La globalización de la economía, caracterizada por la apertura comercial y el adelanto tecnológico, hace que los estudios de factibilidad se conviertan en herramientas fundamentales que deben emplear los inversionistas y administradores para la toma de decisiones de carácter financiero con el propósito de alcanzar la eficacia, eficiencia y rentabilidad utilizando los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados en un proyecto de inversión.

El presente estudio permitirá que se apoye a pequeñas empresas puesto que la demanda de arepas de maíz (*Sea Maíz*), favorece e incentiva para que más personas se dediquen a invertir en este tipo de actividades microempresarias y de buena rentabilidad.

La arepa era preparada y consumida por los aborígenes del territorio actual de Colombia, Venezuela y Panamá desde antes de la llegada de los españoles; en la actualidad es considerada un icono gastronómico en algunos países de la región. Tradicionalmente se hace con masa de maíz seco (blanco o amarillo) previamente pilado (proceso manual para quitarle la cáscara), cocinado y molido. Actualmente con la modernidad y por facilidad, se prepara también con harina de maíz precocida industrial empacada, blanca o amarilla, la cual se vende en tiendas y supermercados, y que al mezclarse con agua, sal y opcionalmente queso, se va amasando con las manos hasta conseguir una masa compacta, de la que se forman pequeñas bolas que luego serán aplanadas para darles la tradicional forma redonda del grueso deseado. La arepa también se elabora de maíz tierno, también conocido como choclo.

De lo antedicho surge la necesidad de realizar un estudio de factibilidad, para conocer el impacto de los pequeños productores elaboradores de arepas de maíz, pues esta actividad, es significativa sobre la economía del sector, estando sujetas a problemas de estacionalidad de la producción, por la falta de

asesoramiento técnico para el sector micro empresarial, bajos rendimientos, altos costos y mala calidad de los productos, entre otros aspectos.

En el país el maíz se lo utiliza en la industria y en la dieta del hombre y de los animales domésticos, entre otros usos. Cabe destacar que su utilidad como dieta alimenticia aporta gran cantidad de fibra, siendo así que las arepas son apetecidas por su sabor característico y su bajo costo de producción.

Además es necesario tener en cuenta que la rentabilidad de la inversión se verá reflejada por los altos volúmenes de venta esperados por exigencia del mercado se mejorará en términos de la calidad del producto a un precio razonable y como producto alternativo en la alimentación humana.

1.2. PROBLEMA

1.2.1 Problematización

Causas:

1. Poco conocimiento de las arepas.
2. Carencia de empresas que elaboren subproductos de harina de maíz.
3. costos de introducción al mercado muy alto de las arepas de maíz.

Efectos:

1. Desconocimiento del proceso de elaboración.
2. Búsqueda de alternativas de producción.
3. Baja demanda del producto.

Pronóstico:

1. Se necesita más apoyo al sector micro empresarial para emprender en producción de productos a bajos costos.

2. Hacen falta proyectos de factibilidad para implementar estos negocios con asesoría técnica
3. Movilización a diferentes lugares para comercializar el producto.

Control del pronóstico:

1. Analizar el mercado para proporcionar estrategias eficientes en la prestación del producto.
2. Determinar la demanda insatisfecha de arepas de maíz para establecer el aporte del proyecto.
3. Realizar un estudio financiero que permitirá conocer la rentabilidad de la actividad.
4. Diseñar un plan de negocios para implementar una empresa elaboradora de arepas de maíz en el cantón Buena Fe.

1.2.2. Planteamiento del Problema

En la presente investigación se pretende realizar un plan de negocio ya que actualmente en el cantón Buena Fe no existe una empresa que elabore exclusivamente arepas de maíz, solamente existen de tipo artesanal, las mismas que ofrecen sus productos de manera limitada en ciertos sectores, además no cumplen con los permisos y normas sanitarias que exigen las leyes ecuatorianas.

Con estos antecedentes se buscará concluir en la necesidad o no de realizar este tipo de investigación para ofrecer un producto de calidad y a bajo costo, estableciendo una microempresa autosustentable.

1.2.3 Formulación del Problema

¿La carencia de planes de negocios, no permite presentar nuevas alternativas para mejorar el nivel socioeconómico de la población de la provincia de Los Ríos?

¿Cuáles serán los principales beneficios a nivel socioeconómico que presenta este plan de negocio?

¿Qué rentabilidad alcanzará la empresa elaboradora de arepas de maíz para el consumo humano?

¿Qué aceptación tendrán las arepas de maíz en el cantón Buena Fe?

1.2.4. Delimitación del Problema

Objeto de estudio: Plan de negocios para implementar una empresa elaboradora de arepas de maíz.

Campo de acción: Creación de empresas

Ubicación: Cantón Buena Fe

Tiempo: El tiempo en que se realizará la investigación es de seis meses; lo cual permitirá conocer los resultados de factibilidad de la inversión para poder implementar el negocio.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1. General

Elaborar un plan de negocios para la implementación de una empresa elaboradora de arepas de maíz en el cantón Buena Fe.

1.3.2. Específicos

- Realizar un estudio de mercado para conocer la situación actual sobre la oferta y demanda de arepas de maíz en el cantón Buena Fe.
- Elaborar un estudio técnico, económico para establecer la viabilidad del proyecto.
- Evaluar financieramente el proyecto para la creación e implementación de una empresa elaboradora de arepas de maíz, en base a su punto de equilibrio.

1.4. HIPÓTESIS

1.4.1. Hipótesis general

La elaboración de un plan de negocios permitirá establecer la viabilidad técnica, económica, financiera y organizacional del proyecto.

1.4.2. Hipótesis Específica

- El diagnóstico situacional a través del estudio de mercado identificará el mercado meta, para conocer las exigencias, y preferencias del consumidor final.
- A través de la cadena de comercialización se definirán estrategias para un plan de negocios de arepas de maíz.
- El estudio económico y financiero permitirá conocer la rentabilidad del negocio de arepas de maíz.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

2.1.1. Plan de Negocio

"El Plan de Negocios es una ejecución útil tanto para lanzar una nueva empresa o una actividad en la empresa existente."

Surge la necesidad conceptual, metodológica y de gestión, de introducir un instrumento que permite concretar las estrategias en términos técnicos, económicos, tecnológicos y financieros.

Este instrumento que se denomina mundialmente como Plan de Negocios, debe argumentar tanto a corto como mediano plazo una descripción detallada de los servicios y productos que se ofrecen, las oportunidades de mercados que poseen y cómo está dotado de recursos tangibles e intangibles, que le permitan determinada competitividad y diferenciación entre competidores y aliados.

Plan de negocios según esta definición en las entidades: Es una forma de pensar sobre el futuro del negocio: a donde ir; cómo ir rápidamente, o qué hacer durante el camino para disminuir la incertidumbre y los riesgos.

Objetivos del Plan de Negocios en la Economía de Mercado.

El Plan de Negocios tiene como objetivo ayuda a alcanzar un conocimiento amplio y objetivo de la empresa o la actividad que pretende poner en marcha. Al mismo tiempo encontrar socios o servir de base para convencer a estos del mérito del proyecto y conseguir reunir los recursos y capacidades necesarias para poner en marcha el plan, y de esta manera obtener el financiamiento para ejecutar el negocio.

El estudioso en esta materia propone un posible índice del Plan de Negocios, el cual detallamos a continuación:

1-Resumen ejecutivo.

2-Concepto del negocio.

2.1 Bien o servicio que se va a producir o vender.

2.2 Enfoque específico para producir o vender.

2.3 Factores fundamentales de diferenciación.

3-La nueva empresa en su sector.

4-El producto y su posible potenciación con productos o servicios relacionados.

5-Tecnología.

5.1 Plan de Investigación y Desarrollo, aspectos tecnológicos que desarrolla y aspectos que se comparan, calendario y presupuesto.

5.2 Plan de Investigación y Desarrollo, motivación y retención.

5.3 Principales contingencias tecnológicas y sus coberturas.

6-El mercado y la competencia.

6.1 Plan comercial.

6.2 Plan de producción.

6.3 Comprar frente a fabricar. Proveedores.

6.4 Sus contratistas.

7-Personal. Plan de incorporación de personas. Perfiles, motivación y retención.

8-Aspectos económicos. Previsión de cash - flow. Rentabilidad.

8.1 Financiación. Necesidades financieras de la nueva empresa.

8.2 Fuentes de fondo para financiar capital. Deudas.

8.3 Accionistas y sus derechos y obligaciones.

9-Gestión de la empresa. Responsabilidad de cada actividad y medios de control.

10-Plan detallado de lanzamiento de la empresa. Contingencias principales y coberturas.¹.

¹ MS. C Maira Infante Nápoles y Lic: Raúl Carballosa Torres. (2013). <http://www.monografias.com/trabajos15/plan-negocio/plan-negocio.shtml>

2.1.2. Empresa

Es una entidad que opera en forma organizada utilizando sus conocimientos sus recursos para elaborar productos o prestar servicios que se suministran a terceros, en la mayoría de los casos mediante lucro o ganancia².

La empresa es la institución o agente económico que toma las decisiones sobre la utilización de factores de la producción para obtener los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado. La actividad productiva consiste en la transformación de bienes intermedios (materias primas y productos semielaborados) en bienes finales, mediante el empleo de factores productivos (básicamente trabajo y capital)³.

2.1.3. Tipos de empresas

Las Empresas pueden clasificarse en distintos tipos, según diversos criterios en las economías de mercado siendo los más habituales⁴:

Primario:(extractivo) ganadería, agricultura, caza, pesca, extracción de áridos, agua, minerales, petróleo, energía eólica, entre otros.

Secundario: (Industrial) construcción, la óptica, la maderera, la textil, entre otros.

Terciario: (Servicios) reúne diversidad de empresas como: comercio, transporte, hotelería, bancos, seguros, asesorías, educación, restaurantes, entre otros.

²REYES, P. AGUSTIN (2011). Empresa. Disponible en: www.scribd.com Consultado el 11 de Marzo del 2011.

³BUSTAMANTE ENGEL SOFIA. (2009). La empresa, disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos11/empre/empre.shtml>. Consultado el 8 de Marzo del 2011. Thomson México. P. 102.

⁴RICO, C. (2009). Tipo de empresa. Disponible en: <http://cangurorico.com> Consultado el 10 de Marzo del 2011.

2.2. ESTUDIO DE MERCADO

Es el lugar donde se llevan a cabo las transacciones económicas, es decir, es el lugar donde concurren demandantes y ofertantes⁵.

Para realizar el estudio de mercado se aplican herramientas como las encuestas, que buscan aclarar información indispensable al proyecto; métodos de regresión estadística como el de los mínimos cuadrados, con tres variables que permiten proyectar la demanda futura; la aplicación de conceptos económicos que permite, entre otras cosas, identificar el comportamiento de la oferta, demanda y los precios⁶.

2.2.1. Antecedentes del estudio de mercados

El estudio de mercado surge como un problema del marketing y que no podemos resolver por medio de otro método. Al realizar un estudio de éste tipo resulta caro, muchas veces complejos de realizar y siempre requiere de disposición de tiempo y dedicación de muchas personas⁷.

Para tener un mejor panorama sobre la decisión a tomar para la resolución de los problemas de marketing se utilizan una poderosa herramienta de auxilio como lo son los estudios de mercado, que contribuyen a disminuir el riesgo que toda decisión lleva consigo, pues permiten conocer mejor los antecedentes del problema.

⁵COTRINA SAUL (2005). Estudio de mercado. Disponible en: www.mailxmail.com. Capitulo 4. Consultado el 9 de Marzo del 2011.

⁶FLORES URIBE JUAN (2007). Proyecto de inversión para las PYME Creación de empresa, Primera edición. Bogotá – Colombia. Pp. 10,17.

⁷CONTRERAS Z. CYNTHIA, (2008). Mercado. Disponible en: www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml Consultado el 8 de Marzo del 2011.

2.2.2. Oferta

Es aquel que se remite al potencial Cliente ofreciéndole un bien o servicio a cambio de una cierta contraprestación económica. Por lo general responde a una solicitud del propio Cliente (mediante petición directa, concurso público o restringido, etc.), aunque también puede ser una oferta no solicitada de satisfacerla. En este caso es interesante evaluar la capacidad real de contratación que tenga el Cliente antes de preparar la oferta⁸.

La oferta es la cantidad de producto y servicio que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado para satisfacer necesidades o deseo⁹.

2.2.3. Demanda

La demanda es la cantidad de mercancías y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor o por el conjunto de consumidores¹⁰.

Los proyectos que generan ingresos monetarios, tal, como la habíamos anotado anteriormente, suponen la estimación de cantidades que pueden ser vendidas a ciertos niveles de precios. Además, aparecen unas series de factores que condicionan y determinan los gustos y preferencias de los consumidores, lo mismo que su poder adquisitivo o capacidad de compra. En este contexto podemos afirmar, que la demanda es el proceso mediante el cual

⁸DOMINGO, A. ALBERTO (2005). Dirección y Gestión de Proyecto, un enfoque práctico 2ª Edición Actualizada y Revisada Consultada el 8 de Marzo del 2011. P 138.

⁹REYES, P. AGUSTIN (2011). Empresa. Disponible en: www.scribd.com Consultado el 11 de Marzo del 2011.

¹⁰ORTEGA, A. (2006). Análisis Financiero. Certificación internacional de formulación, evaluación y gestión de proyectos. Maestría en gestión de proyectos. BID - CITE - EPN - U.T.E.Q. Módulo 5.

se logran determinar las condiciones que afectan el consumo de un bien o servicio¹¹.

La demanda se define como la cantidad que están dispuestos a comprar los consumidores de un determinado producto o servicios, considerando un precio y en un determinado periodo¹².

2.3. ESTUDIO TÉCNICO

2.3.1. Tamaño de un Proyecto

Es la capacidad física o real de producción de bienes o servicios, durante un periodo de operación normal, de la cual se determina el tamaño o dimensionamiento que debe tener las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos por el proceso de conversión del proyecto¹³.

2.3.2. Localización

El estudio de localización se orienta a analizar las diferentes variables que determinan el lugar donde finalmente se ubicara el proyecto, buscando el todo caso una mayor utilidad de una minimización de costos¹⁴.

El estudio de localización comprende niveles progresivos de aproximación que van desde una integración al medio nacional o regional (macrolocalización), hasta identificar una zona urbana o rural (microlocalización), para finalmente determinar un sitio preciso.

¹¹MIRANDA, M. JUAN (2003). Gestión de Proyecto. Cuarta edición Bogotá. Consultado el 10 de Marzo del 2011. Pp. 93, 105, 119, 122 y 133.

¹²COTRINA SAUL (2005). Estudio de mercado. Disponible en: www.mailxmail.com. Capitulo 4. Consultado el 9 de Marzo del 2011.

¹³VARGAS M. JORGE (2010). El tamaño del proyecto. Disponible en: www.itescam.edu.mx Consultado el 12 de Marzo del 2011.

¹⁴MIRANDA, M. JUAN (2003). Gestión de Proyecto. Cuarta edición Bogotá. Consultado el 10 de Marzo del 2011. Pp. 93, 105, 119, 122 y 133.

Con el estudio de localización se seleccionará la ubicación más conveniente para el proyecto, buscando la minimización de los costos y el mayor nivel de beneficios¹⁵.

2.3.3. Ingeniería del proyecto

El estudio de ingeniería no se realiza en forma aislada de estudios del proyecto. Así el estudio de mercado definirá las variables relativas a las características del producto como: la demanda proyectada, la estacionalidad de las ventas, el abastecimiento de los materiales y el sistema de comercialización de productos, entre otras, cuya información deberá tomarse en cuenta al seleccionar el proceso productivo¹⁶.

Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio¹⁷.

2.3.3.1. Producto

Los productos se clasifican en bienes de consumos y bienes de capital. Al estudiar el producto se debe tener en cuenta:

- a. Grado de diferenciación de los productos: qué tipo de productos y subproductos pueden identificarse: que aspectos los diferencian (existencia de primera y segunda marcas, con diferentes precios).
- b. Requerimientos técnicos de los productos: necesidad o no de una cadena de frío, de redes de transporte especial, tipo de embalaje requerido, reconocimiento por marcas, entre otros.¹⁸

¹⁵SANTOS S. TANIA (2008). Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio. Disponible en: www.eumed.net Consultado el 8 de Marzo del 2011.

¹⁶CÓRDOBA PADILLA MARCIAL (2006). Formulación y evaluación de proyecto. Colección Universitaria – Bogotá. Pp. 22, 157,158, 241.

¹⁷COTRINA SAUL (2005). Estudio de mercado. Disponible en: www.mailxmail.com. Capítulo 4. Consultado el 9 de Marzo del 2011.

2.3.3.2. Precio

El precio es un instrumento que adquiere especial importancia por su capacidad de generar ingresos, no es sólo el valor del producto, sino también el tiempo y esfuerzo requerido para obtenerlo. Estas características sobre lo que es en realidad el precio para el cliente son de gran importancia para determinar una efectiva diferenciación en el precio, que permita asegurar una ventaja competitiva. Una diferenciación que consista únicamente en precios más altos o más bajos que los de la competencia, que no esté justificada por un servicio de prestaciones o calidad distintas, pueden llevar a deteriorar la cuenta de resultados o a una guerra de precios que no beneficie finalmente a nadie¹⁹.

Los factores a considerar para la determinación del precio de un producto son entre otros: el precio existente en el mercado, el establecimiento en el sector público (en caso de ser básico), el estimado con base en el costo de producción entre otros²⁰.

2.3.3.3. Comercialización

La comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean, y debería servir de guía para lo que se produce y se ofrece. La comercialización es a la vez un conjunto de actividades realizadas por organizaciones, y un proceso social²¹.

¹⁸CÓRDOBA PADILLA MARCIAL (2006). Formulación y evaluación de proyecto. Colección Universitaria – Bogotá. Pp. 22, 157,158, 241.

¹⁹GARCIA, C. (2006). Empresa meta, la satisfacción del cliente y el producto. Disponible en: www.dspace.espol.edu.ec Consultado el 10 de Marzo del 2011.

²⁰CÓRDOBA PADILLA MARCIAL (2006). Formulación y evaluación de proyecto. Colección Universitaria – Bogotá. Pp. 22, 157,158, 241.

²¹ONTRERAS Z. CYNTHIA, (2008). Mercado. Disponible en: www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml Consultado el 8 de Marzo del 2011

2.4. ESTUDIO ECONÓMICO

Es el tanteo de un estudio económico del mercado donde se desea confirmar si en verdad existe una demanda insatisfecha. En otras palabras si existe mercado o no para el producto o servicio. Se necesita saber que tan grande puede llegar a ser ese mercado para la nueva oferta²².

2.4.1. Inversión

Esta etapa se caracteriza por la movilización de recursos humanos, financieros y físicos, con el propósito de garantizar los medios idóneos para el cumplimiento posterior del objetivo social de la empresa.

Estudiado el plan de negocio, determinada su conveniencia y aprobadas su inversión, se produce a su ejecución, que no es otra cosa que la utilización de los recursos humanos, técnicos, financieros y administrativos necesarios para llevar a feliz término la puesta en marcha del proyecto.

En la solicitud del crédito es necesario cuantificar la necesidad de recursos para las inversiones fijas, para el capital de trabajo y para gastos pre-operativos, si es del caso, entendiendo y aplicando los criterios que para tal fin utilizan los intermediarios financieros. Ahora bien, los intermediarios financieros administran líneas de créditos específicas de acuerdo con el uso que se le vaya a dar a los recursos crediticios solicitados por el emprendedor.²³

²²SILVA, V. GERARDO (2004). Formulación de Proyectos de Inversión Económica. Perú. Consultado el 10 de Marzo del 2011. Pp. 11,12.

²³FLORES URIBE JUAN (2007). Proyecto de inversión para las PYME Creación de empresa, Primera edición. Bogotá – Colombia. Pp. 10,17.

2.4.2. Activos Fijos

Los activos fijos son bienes de la empresa que tienen una vida relativamente larga y no están para la venta dentro de las actividades normales de la empresa, y solo están para su servicio²⁴.

Los activos fijos serán todos aquellos bienes tangibles necesarios para el proceso de transformación de materia prima (edificios, terrenos, maquinaria, equipos, etc.) o que pueden servir de apoyo al proceso. Estos activos fijos conforman la capacidad de inversión de la cual dependen la capacidad de producción y la capacidad de comercialización²⁵.

2.4.3. Financiamiento

Una vez que se haya determinado la inversión para llevar a cabo un determinado proyecto, la pregunta que nos planteamos es ¿de dónde consigo esos recursos financieros?, es decir tenemos que pensar en el financiamiento. El financiamiento en un proyecto consiste en las fuentes de financiamiento que se van a utilizar para conseguir los recursos que permitan financiar el proyecto; a través del financiamiento podremos establecer la estructura de financiamiento del proyecto, lo cual implica determinar el grado de participación de cada fuente de financiamiento²⁶.

2.4.3.1. Fuentes de financiamiento

Entre las fuentes de financiamiento que se pueden utilizar para financiar un proyecto, pueden ser:

²⁴SENA (2002). (Servicio Nacional de Aprendizaje). Consultado el 9 de Marzo del 2011.

²⁵VÁQUIRO, C. JOSÉ (2008). El valor presente neto. Disponible en: [http://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm#La inversión inicial previa](http://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm#La%20inversi3n%20inicial%20previa) Consultado el 12 de Marzo del 2011.

²⁶COTRINA SAUL (2005). Estudio de mercado. Disponible en: www.mailxmail.com. Capítulo 4. Consultado el 9 de Marzo del 2011.

Fuentes internas.- Es el uso de recursos propios o autogenerados, así tenemos: el aporte de socios, utilidades no distribuidas, incorporar a nuevos socios, etc.

Fuentes externas.- Es el uso de recursos de terceros, es decir endeudamiento, así tenemos: préstamo bancario, crédito con proveedores, leasing, prestamistas, etc.²⁷

2.4.4. Costos

Es una inversión, que se hace directamente en el departamento de producción, en consecuencia es un valor recuperable e inventariable²⁸.

2.4.4.1. Costo de venta

En el estado el costo de venta, se suma el costo de los artículos terminados al saldo inicial del inventario de artículos terminados para obtener el costo de los artículos disponibles para la venta durante el periodo. El inventario final de artículos terminados se calcula multiplicando cada unidad física por su costo unitario. Si se usa un sistema de inventarios perpetuos, las cantidades reales del inventario de artículos terminados se pueden comparar con aquella cantidad que debería haber estado disponible basándose en el estado en el saldo de la cuenta de artículos terminados registrado al final del periodo. Cualquier diferencia se puede atribuir a pérdidas que podrían ser resultados de robos, piezas rotas, evaporación o errores contables.

El costo del inventario final de artículos terminados se sustrae del costo de los artículos disponibles para la venta con el fin de determinar el costo de venta²⁹.

²⁷COTRINA SAUL (2005). Estudio de mercado. Disponible en: www.mailxmail.com. Capitulo 4. Consultado el 9 de Marzo del 2011.

²⁸SARMIENTO RUBÉN (2010). Contabilidad de costos. Segunda edición, impreso en Quito - Ecuador Pp. 10, 260.

²⁹BARFIELD JESSE (2005). Contabilidad de costo tradiciones e innovaciones. Quinta edición. Editorial Thomson México. P 102.

2.4.4.2. Costos Fijos

Los costos fijos son algunas veces referenciados como costo de capacidad, puestos que ellos se originan en desembolsos hechos para instalaciones en plantas, equipos y otros ítems necesarios para proporcionar la capacidad básica que apoya las operaciones. Para propósitos de planeación. Los costos fijos se clasifican en: comprometidos y discrecionales³⁰

2.4.5. Balance general

El balance proporciona información sobre los activos, pasivos y neto patrimonial de la empresa en una fecha determinada, al realizar el balance general al inicio de la operación de una empresa o al inicio de un año fiscal, se le conoce con el nombre de balance general inicial, se le conocerá con el nombre de balance general final. También se pueden realizar balances en cualquier momento, en los cuales no solo se incluyen los activos, pasivos y capital³¹.

2.5. EVALUACIÓN FINANCIERA

La Evaluación Financiera de Proyectos es el proceso mediante el cual una vez definida la inversión inicial, los beneficios futuros y los costos durante la etapa de operación, permite determinar la rentabilidad de un proyecto. Antes que mostrar el resultado contable de una operación en la cual puede haber una utilidad o una pérdida, tiene como propósito principal determinar la conveniencia de emprender o no un proyecto de inversión.

³⁰CUEVAS VILLEGAS CARLOS (2001). Contabilidad de costos enfoque gerencial y de gestión. Editorial Pearson. Bogotá – Colombia P 41.

³¹CRUZ M. VIDAL (2010). Balance general proyecto financiero. Disponible en: <http://www.slideshare.net/vidalcruz/3-el-balance-general> Consultado el 10 de Marzo del 2011.

En el ámbito de la Evaluación Financiera de Proyectos se discute permanentemente sí las proyecciones de ingresos y gastos deben hacerse a precios corrientes o a precios constantes; es decir, sí se debe considerar en las proyecciones de ingresos y gastos el efecto inflacionario, o sí se debe ignorarlo.

En el presente artículo se presenta un caso práctico de Evaluación Financiera de Proyectos en el cual se pretende demostrar que sólo en los proyectos no sometidos al pago de impuestos resulta indiferente hacer proyecciones a precios corrientes que a precios constantes, al obtenerse el mismo Valor Presente neto (VPN) y la misma Tasa Interna de Retorno (TIR).³²

2.5.1. Beneficio Neto

Cuando al beneficio antes de impuestos se le deduce el impuesto de sociedad, se obtiene el beneficio neto, beneficio después de impuestos y, en definitiva, lo que él denomina resultado del ejercicio (beneficio o pérdida):

Es decir, el impuesto de sociedades, o que mas correctamente debería ser denominado “impuesto sobre beneficios” es considerado como uno de los gastos de ejercicio, al establecerse que se debe tener siempre en cuenta para calcular el resultado de la empresa, cuyo importe se determinará en función del impuesto atribuible contablemente al ejercicio siguiendo el principio del devengo, con independencia de la cuota que tenga que pagar a la hacienda pública como consecuencia de la liquidación correspondiente al citado tributo.

El resultado neto es el que se denomina usualmente como BN = beneficio neto o bien, “beneficio después de tributos”³³.

³²MEZA OROZCO JHONNY (2009). Evaluación financiera de proyectos. Proyecciones a precios corrientes o a precios constantes. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/evaluacion-financiera-de-proyectos-precios-corrientes-y-constant.html> consultado el 12 de Marzo del 2011.

³³ESLAVA JOSÉ DE JAIME (2003). Análisis económico – financiero de las decisiones de gestión empresarial. Escuela superior de gestión comercial y marketing. Madrid – España. Pp. 79, 80.

2.5.2. Tasa Interna de Retorno (TIR)

El criterio de la Tasa Interna de Retorno (TIR) evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo con lo cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual. Representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomarán prestados y el préstamo (principal e interés acumulado) se pagara con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo".³⁴

El TIR es aquella tasa que iguala el valor actual de los beneficios al valor actual de los costes. O aquella tasa que hace nulo al VAN. El TIR es la tasa de descuento más alta que deja al proyecto en la frontera de la rentabilidad. Cuanto más rentable sea el proyecto, mayor será el rango de valores compatible con un VAN positivo. La regla de decisión consiste en que se acepte el proyecto si el TIR es mayor que el costo de oportunidad del inversionista³⁵.

2.5.3. Relación Beneficio Costo

La relación beneficio/ costo compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El método lleva a la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es cero. La relación beneficio/ costo será igual a uno. Si el VAN es mayor que cero, la relación será mayor que uno, y si el VAN es negativo, esta será menor que uno. Este método no aporta ninguna información importante que merezca ser considerada³⁶.

³⁴SAPAG CHAÍN NASSIR (2003). Preparación y Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición, McGraw-Hill México, Pp. 301, 302 y 303.

³⁵SILVA, V. GERARDO (2004).Formulación de Proyectos de Inversión Económica. Perú. Consultado el 10 de Marzo del 2011. Pp. 11,12.

³⁶SAPAG CHAÍN NASSIR (2007). Proyecto de inversión formulación y evolución, Edición Pearson Prentice Hall México S.A, Pp. 256,287, 288.

2.5.4. Tiempo de recuperación del capital

Es el número de años que la empresa tarda en recuperar la inversión. Este método selecciona aquellos proyectos cuyos beneficios permiten recuperar más rápidamente la inversión, es decir, cuanto más corto sea el periodo de recuperación de la inversión mejor será el proyecto³⁷.

2.5.5. Análisis de sensibilidad

Son los resultados que se obtienen al aplicar los criterios de evaluación no miden exactamente la rentabilidad del proyecto, sino solo la de uno de los tantos escenarios futuros posibles. Los cambios que casi con certeza se producirán en el comportamiento de las variables del entorno harán que sea prácticamente imposible esperar que la rentabilidad calculada sea la que efectivamente tenga el proyecto debe basarse más en la comprensión del origen de la rentabilidad de la inversión y del impacto de la no ocurrencia de algún parámetro considerado en el cálculo del resultado que en el VAN positivo o negativo³⁸.

2.5.6. Evaluación del impacto ambiental

Consiste en una serie de procedimientos asociados con dar a los consumidores una mejora ambiental continua de los productos y servicios que proporcionará la inversión, asociada con los menores costos futuros de una eventual reparación de los daños causados sobre el medio ambiente³⁹.

³⁷TARRAGO SABATÉ J. (2006). Fundamentos de economía de la empresa. Disponible en www.gestiopoli.com Consultado el 11 de Marzo del 2011. P. 308.

³⁸SAPAG CHAÍN NASSIR (2007). Proyecto de inversión formulación y evolución, Edición Pearson Prentice Hall México S.A, Pp. 256,287, 288.

³⁹ZAPATA S, PEDRO. (2007). Contabilidad de Costos, McGraw-Hill, Colombia, Sexta edición. Pp. 5, 33, 455, 458.

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 MATERIALES Y MÉTODOS

3.1.1. Materiales

Los materiales que se utilizaron (libros, empastados, copias, entre otros) para realizar la investigación fueron financiados con recursos propios de la autora, mismos que permitieron cumplir con el propósito de la investigación.

3.1.2. Métodos

3.1.2.1. Inductivo

Este método, permitirá a través de la observación de los fenómenos o escenarios específicos llegar a conclusiones generales que enmarcan el problema de la investigación y concluir en proposiciones; lo emplearemos en el desarrollo de las encuestas a los consumidores finales.

3.1.2.2. Deductivo

Este método permitirá la aplicación de técnicas y métodos teóricos al campo de la investigación: además se podrá aplicarse hechos o situaciones particulares que involucran la descripción las preferencias y gustos de los consumidores, a partir de la teoría general, es decir que se partirá de un principio general ya conocido para inferir en las consecuencias particulares, y de esta manera elaborar las conclusiones.

3.1.2.3. Cuantitativo

Porque con la extracción de las encuestas que se realizará al sector agropecuario y la recolección de información técnica y financiera se podrá establecer el estudio técnico y financiero para determinar la rentabilidad del proyecto de un plan de negocio para la implementación de una empresa elaboradora de arepas de maíz.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.2.1. Bibliográfica

Este tipo de investigación permitirá analizar, evaluar y buscar fuentes de consultas primarias y secundarias de libros, revistas, informes, internet, entre otras, que servirán para elaborar el marco teórico, sustentar el tema y el problema de la investigación

3.2.2. De campo

Este tipo de investigación permitirá que el investigador extraiga los datos de la realidad mediante técnicas de recolección de datos como la observación directa, entrevista y la encuesta con el fin de alcanzar los objetivos planteados en la investigación.

3.3. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.3.1. Fuentes de referencia

3.3.1.1. Primaria

Se obtendrá información del lugar de los hechos aplicando las técnicas de observación, entrevista y encuestas a los habitantes del cantón Buena Fe, por medio de una muestra representativa se realizará la investigación.

3.3.1.2. Secundaria

Se recurrirá a la aplicación del método científico a través de la investigación bibliográfica en textos, folletos, revistas e internet que sustente el trabajo investigativo y así poder elaborar el plan de negocio.

3.3.2. Técnicas e instrumentos de evaluación

En la presente investigación se utilizará la técnica de la observación directa, la entrevista y la encuesta, mismos que permitirán recopilar datos relevantes para la ejecución de la investigación planteada.

3.3.2.1. Observación Directa

Será un punto de partida para analizar y conocer los gustos y preferencias de los habitantes del cantón Buena fe en cuanto a gustos y preferencias.

3.3.2.2. Encuestas

Este instrumento será aplicada a habitantes del cantón Buena fe, con la finalidad de conocer, recoger para la elaboración del proyecto, la recolección de datos se utilizará a través de un cuestionario de encuesta que respaldará la formulación de los objetivos.

3.3.3. Procesamiento metodológico

El análisis de la oferta de arepas de maíz, se realizará una investigación sobre las características de los servicios que ofertan la empresa en las diferentes localidades, demandada, ofertada, gastos y precios.

Para determinar la demanda se encuestará a la población en estudio de la localidad, de quienes se obtendrán criterios sobre precio, la presentación, sabor, calidad, entre otros.

La construcción de las diferentes áreas la diseñará con un ingeniero civil el plano de la edificación y además se hará un estudio técnico del suelo.

El análisis económico del proyecto se realizará la proyección que se apoya en la información primaria obtenida de las encuestas y entrevistas, de donde se obtendrán los parámetros de oferta, demanda, comercialización y precios.

Los costos se proyectarán de los resultados obtenidos de la investigación de mercado e información secundaria. De igual manera los ingresos serán tomados de la proyección de producción y el precio de asesoría se obtendrá de los ingresos que genera esta actividad.

El estado de pérdidas y ganancias se realizará con la proyección de costos e ingresos con el fin de determinar la utilidad neta. Con las entradas y salidas de dinero se proyectará el flujo de caja a cinco años, a fin de determinar el superávit o déficit.

Para determinar los costos fijos, variables y el costo total y unitario por servicio se aplicará la siguiente fórmula:

$$CT = CF + CV$$

Donde:

CT = Coto Total

CF = Costo Fijo

CV = Costo Variable

Punto de equilibrio

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Ingresos totales}}}$$

Con la utilización de la fórmula del VAN (Valor Actual Neto), se podrá determinar la rentabilidad en función del financiamiento.

$$\text{VAN} = -I + \frac{\text{FNE}_1}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE}_2}{(1+i)^2} + \dots + \frac{\text{E}_n}{(1+i)^n} + \text{VR}$$

Donde:

VAN = Valor actual neto

FNE = Flujo neto de efectivo

I = Inversión

n = Número de años

í = Tasa de interés

VR = Valor residual

Para determinar la rentabilidad (TIR) en función de porcentaje, se utilizará la siguiente fórmula:

$$\text{TIR} - T_m + (T_m - T_m) \left[\frac{(\text{Van}_m)}{(\text{Van}_m - \text{VANM})} \right]$$

Donde:

TÍR = Tasa interna de retorno

Tm = Tasa menor

TM = Tasa mayor o tasa superior

Vanm = Valor actual neto menor

VANM = Valor actual neto mayor

Para determinar la rentabilidad del proyecto se utilizará la relación beneficio/costo mediante la siguiente fórmula:

Relación Beneficio Costo (R B/C).

$$RB/C = \frac{\sum_{i=0}^n \frac{BNt}{(1+i)^n}}{\sum_{i=0}^n \frac{Ct}{(1+i)^n} + lo} = \frac{VAN \text{ Ingresos}}{VAN \text{ Egresos}}$$

Donde:

BN t = Beneficio neto hasta el año t

C t = Costos totales hasta el año t

t = Intervalo de tiempo (1,2,3,...n)

n = Último año de vida útil del proyecto

lo = Inversión del año cero

Depreciación

$$Da = \frac{V.a}{V.u}$$

Por despeje y reemplazo se puede aplicar la siguiente ecuación:

$$Vr = Va - Da$$

Donde:

Va = Valor actual

Vu = Vida útil

Vr = Valor residual

Da = Depreciación acumulada

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población

La población del cantón Buena Fe es de 47.361 habitantes según El Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) 2010, representa el 7,3% del total de la Provincia de Los Ríos; ha crecido en el último periodo a un ritmo del 3,2% promedio anual, en el 2011 la Población económicamente activa para el 2011 se proyecta a 20.824.

3.4.3. Muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se considerará el muestreo probabilístico aleatorio simple. Esta técnica permitirá generalizar los resultados que se obtendrán a partir de una muestra hacia toda la población.

Para el efecto se aplicará la siguiente fórmula:

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

Donde:

n= muestra

N = Universo objetivo 20824 (PEA, 2011)

Z = Nivel de confianza 1.96%

e = Margen de error 5%

p= Probabilidad de ocurrencia del evento 50%

q = Probabilidad de no ocurrencia 50%

Aplicación de la Ecuación:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 20824}{0.05^2 (20824 - 1) + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 0.50 \times 0.50 \times 20824}{0.0025(20823) + 3.8416 \times 0.50 \times 0.50}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 5206}{82.057 + 0.9604}$$

$$n = \frac{19.999.37}{83.0174} = 240.91 \cong 241$$

La población representativa según la fórmula del muestreo es de 241 personas del cantón Buena Fe, a quien estuvo dirigida la encuesta aplicada.

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1. Encuestas a consumidores para plan de negocios de Arepas

1. ¿Sabe usted que son las arepas?

Cuadro 1. Conocimiento de arepas

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	179	74,21
No	62	25.79
Total	241	100.00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

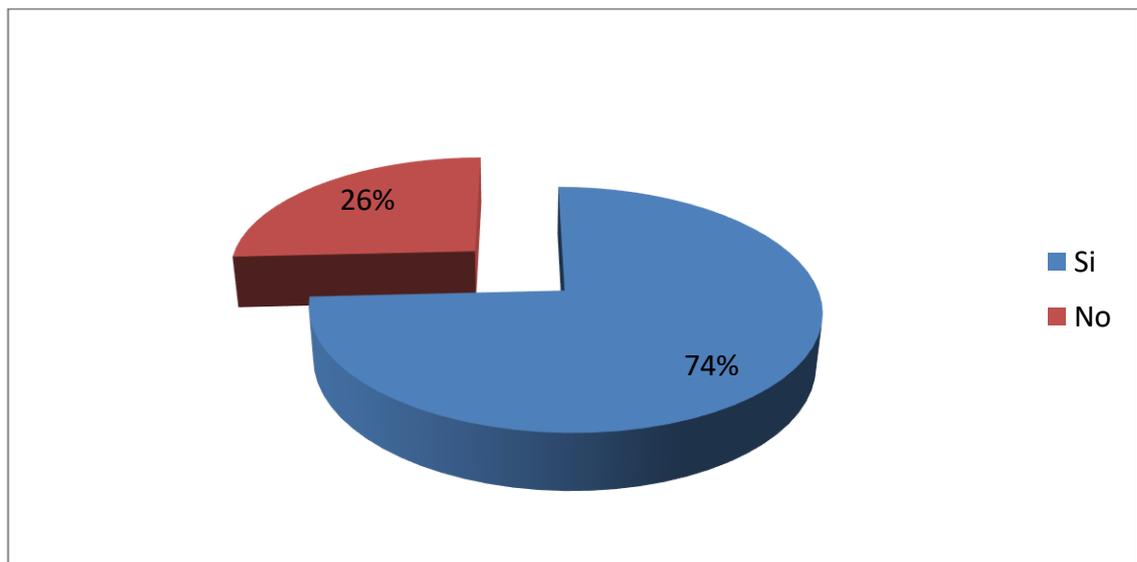


Figura 1. Conocimiento de arepas

Análisis:

El 74% de las personas encuestadas conocen las arepas de maíz y el 26% indicó que no según el cuadro y figura 1.

2. ¿Sabe usted cuál es la diferencia entre arepas y tortillas?

Cuadro 2. Diferencia entre arepas y tortillas.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	21	8,73
No	220	91.27
Total	241	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

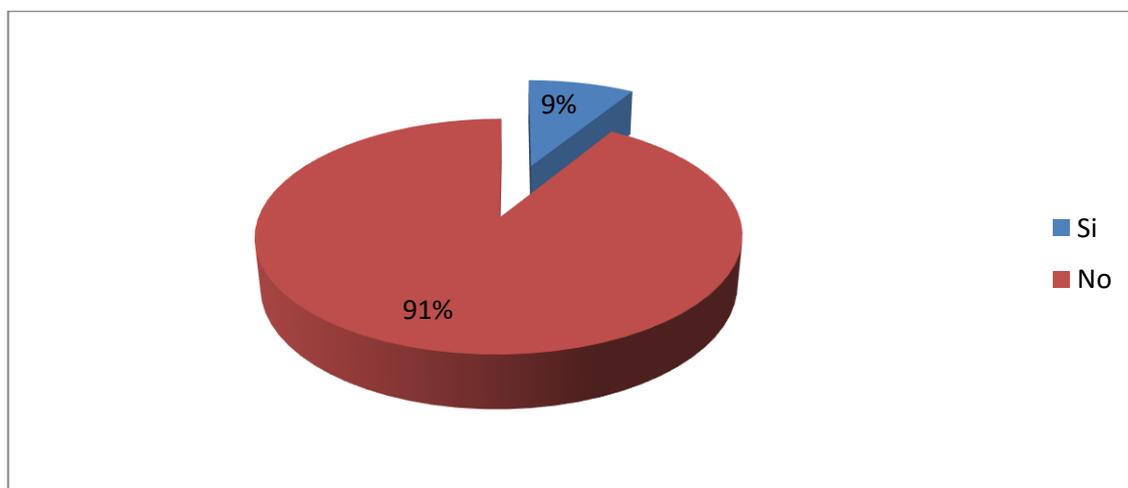


Figura 2. Diferencia entre arepas y tortillas.

Análisis:

Según el cuadro y figura 2, el 91% de los encuestados no saben la diferencia entre arepas y tortillas mientras que un 9% manifestó que si saben diferenciar.

3. ¿Consume usted arepas de maíz?

Cuadro 3. Consumo de arepas.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	83	34,33
No	158	65,67
Total	241	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

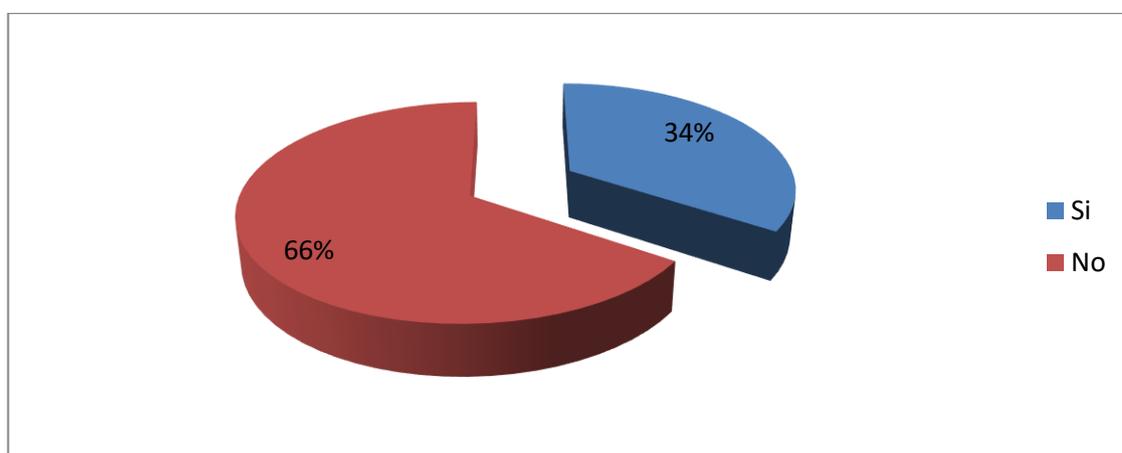


Figura 3. Consumo de arepas.

Análisis:

Según el Cuadro y figura 3. El 66% de las personas encuestadas no consumen arepas de maíz y el 34% si consumen.

4. ¿Por qué considera conveniente consumir arepas de maíz?

Cuadro 4. Situación consumo de arepas.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Por calidad	66	27,33
Por el gusto	77	32,00
Por presentación	46	19,00
Por nutrición	52	21,67
Total	241	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

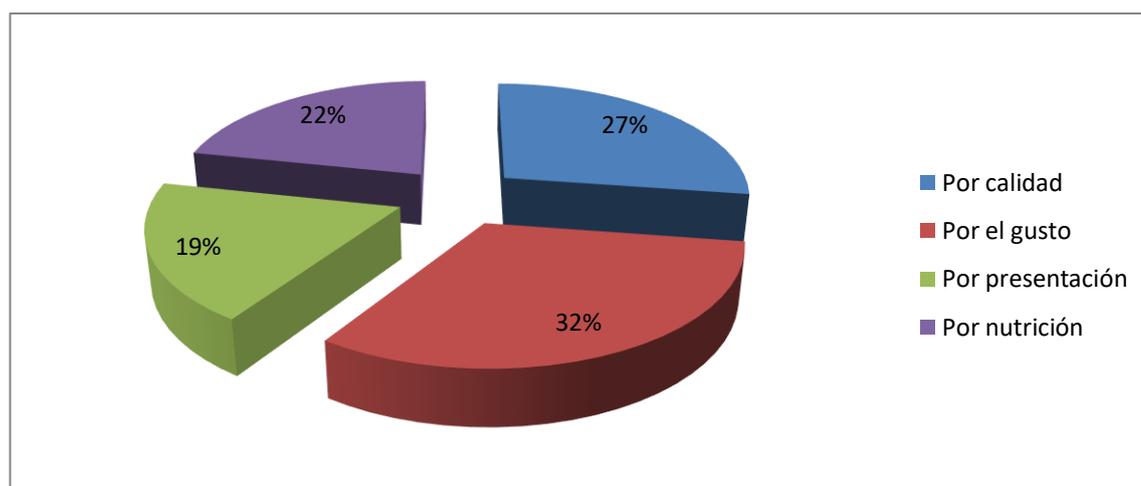


Figura 4. Situación consumo de arepas.

Análisis:

En el Cuadro y figura 4. El 32% de las personas encuestadas consumen por el gusto de las arepas, el 27% manifiestan que por la calidad, 22% por nutrición y el 19% por la presentación de las mismas.

5. ¿Le gustaría comprar arepas precocinadas?

Cuadro 5. Compra de arepas.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	161	67.06
No	30	12.30
Tal vez	50	20.63
Total	241	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

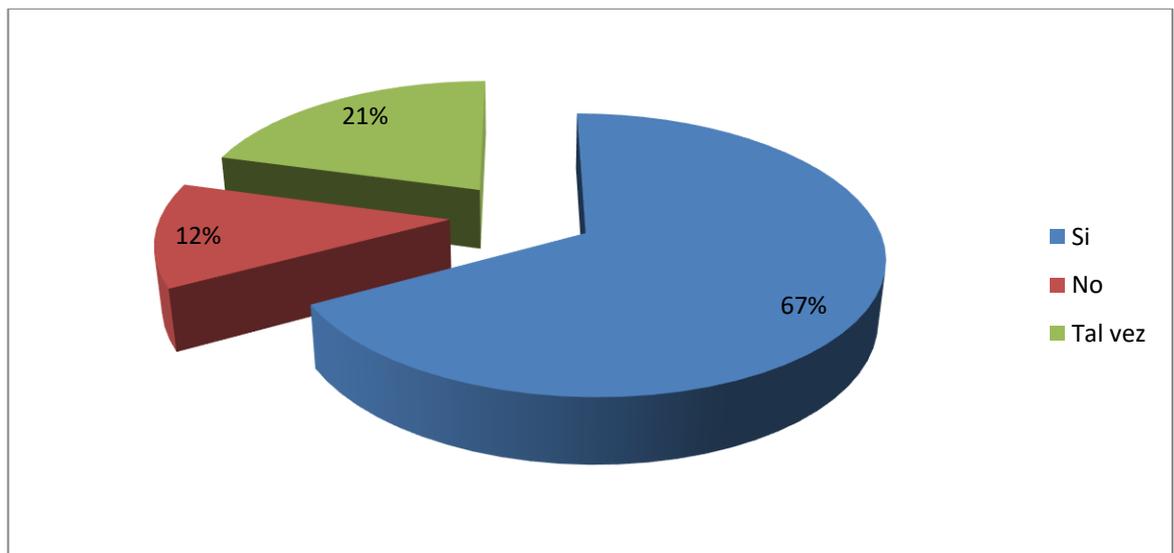


Figura 5. Compra de arepas.

Análisis:

El 67% de los encuestados contestaron que Si les gustaría comprar arepas precocinadas y el 12% dijeron que No les gustaría comprar, el 21% dijeron que tal vez comprarían. Resultados del Cuadro y figura 5.

6. ¿En qué tipo de presentación le gustaría que se entregue el producto?

Cuadro 6. Presentación del producto.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Fundas	60	25,00
Bandejas	181	75,00
Total	241	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

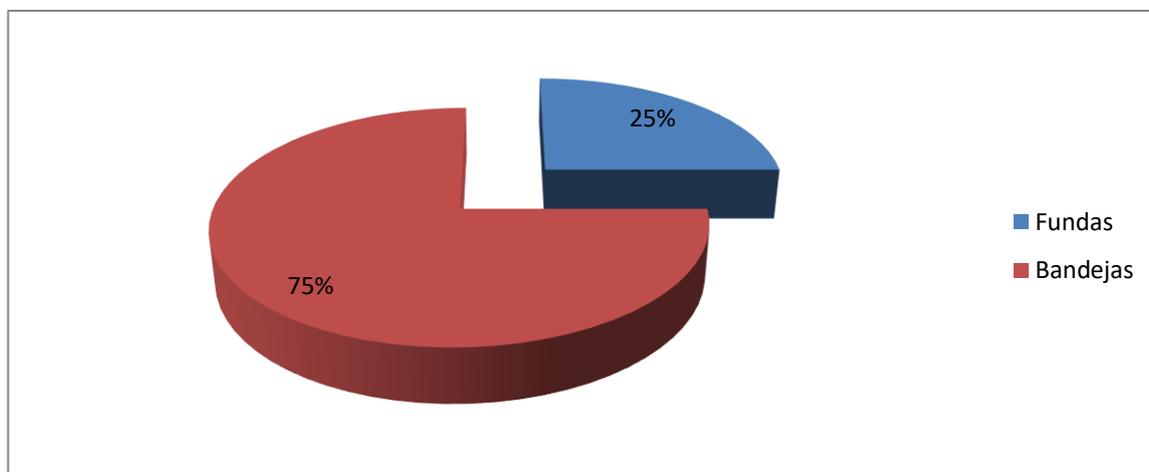


Figura 6. Presentación del producto.

Análisis

La mayoría de los encuestados manifiestan con el 75% que les gustaría la presentación en bandejas, mientras que un 25% les gustaría el tipo de presentación en fundas. Según el Cuadro y figura 6.

7. ¿Cuál es la frecuencia en su consumo de arepas?

Cuadro 7. La frecuencia en su consumo de arepas.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Diario	62	25,79
1 a 2 veces por semana	98	40,87
1 semanal	81	33,33
Otros	0	0,00
Total	241	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

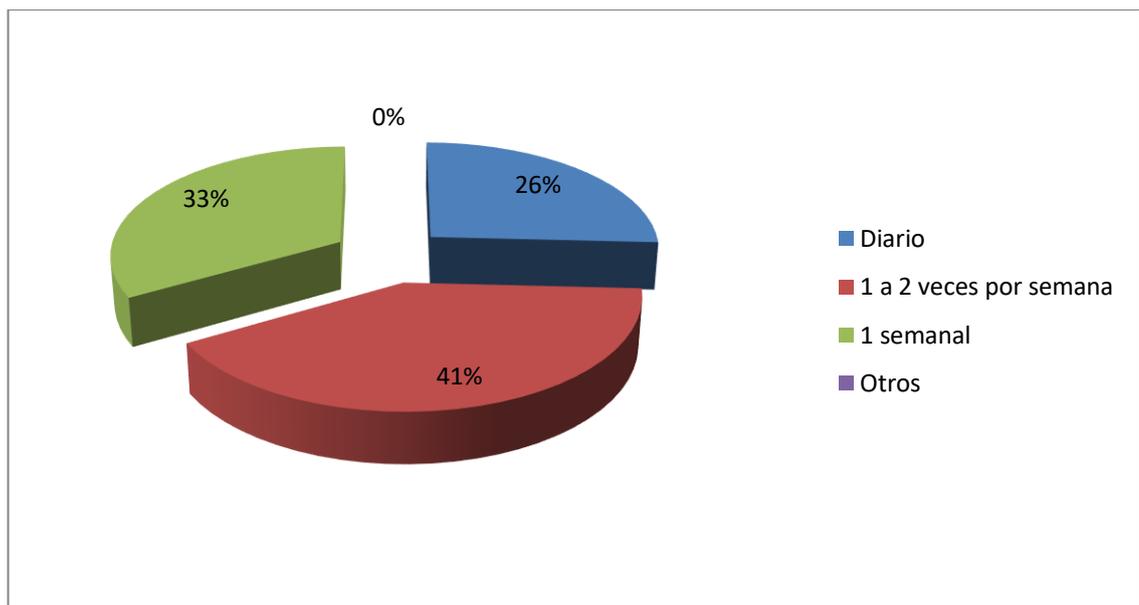


Figura 7. La frecuencia en su consumo de arepas.

Análisis:

El 41% de las personas encuestadas dijeron que de 1 a 2 veces por semana, el 33% su consumo sería semanal y con el 26% la frecuencia de consumo sería diario. Según el Cuadro y figura 7.

8. ¿Cuántas arepas de maíz consume usted por semana?

Cuadro 8. Consumo por semana.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
0	0	0,00
1-5	225	93,22
5-10	10	4,24
10-15	6	2,54
Total	241	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

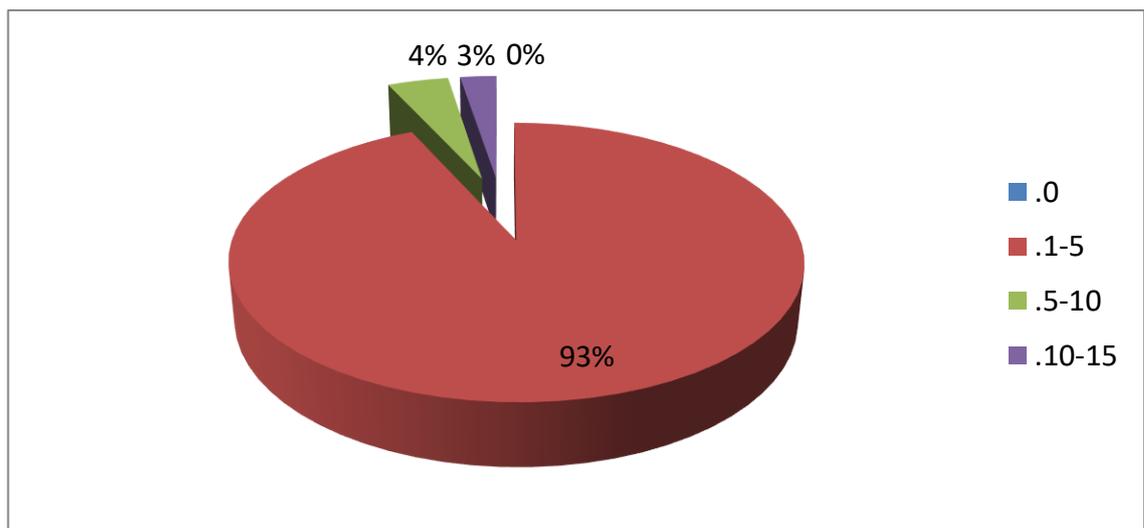


Figura 8. Consumo por semana.

Análisis:

Las personas encuestadas esto es el 93% consumen de 1-5 por semana, mientras que el 4% de 5 a 10 y el 3% su consumo sería de 10 a 15 semanales. Según el Cuadro y figura 8.

9. ¿Dónde adquiere las arepas?

Cuadro 9. Lugares de compra.

Alternativa	Valor Unitario	Frecuencia	Porcentaje
Comisariato		181	75,00
Tiendas		29	11,90
Supermercados		19	7,94
Otras		12	5,16
Total		241	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

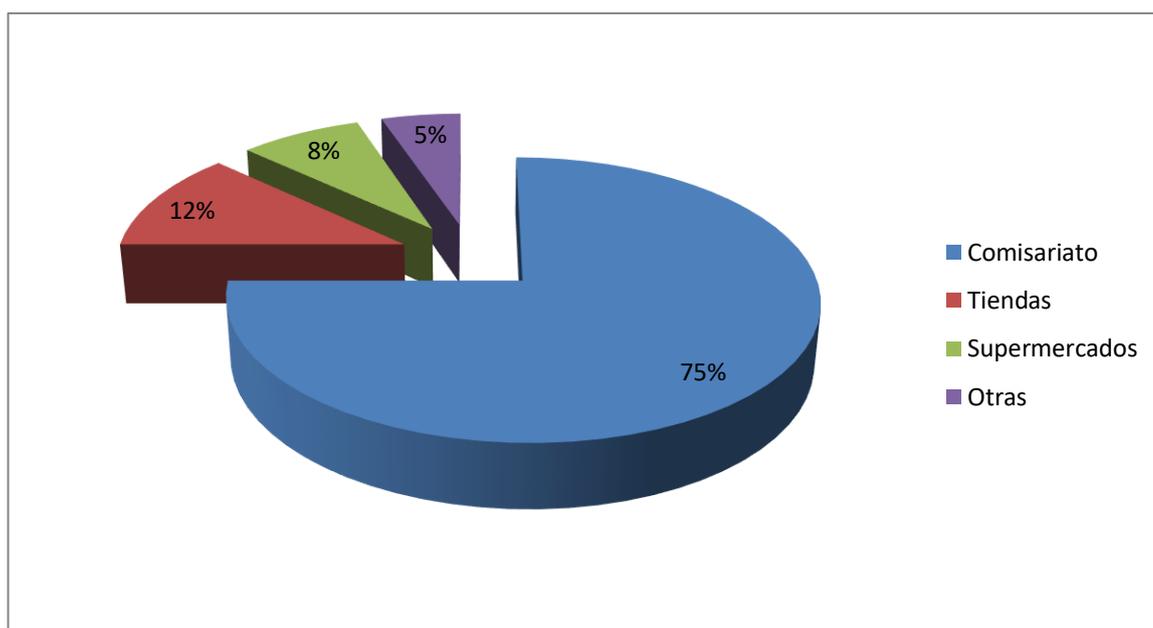


Figura 9. Lugares de compra.

Análisis:

En el Cuadro y figura 9. El 75% de las personas encuestadas manifiestan que adquieren las arepas en el comisariato, el 12% en las tiendas y en menor cantidad en supermercados y otras.

10. ¿Qué precio estaría usted dispuesto a pagar por una arepa?

Cuadro 10. Precio que pagaría.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
\$ 0,25	132	54,76
\$ 0,50 a 1,00	57	23,81
\$ 1 00 a 1,50	52	21,43
Total	241	100,00

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La autora

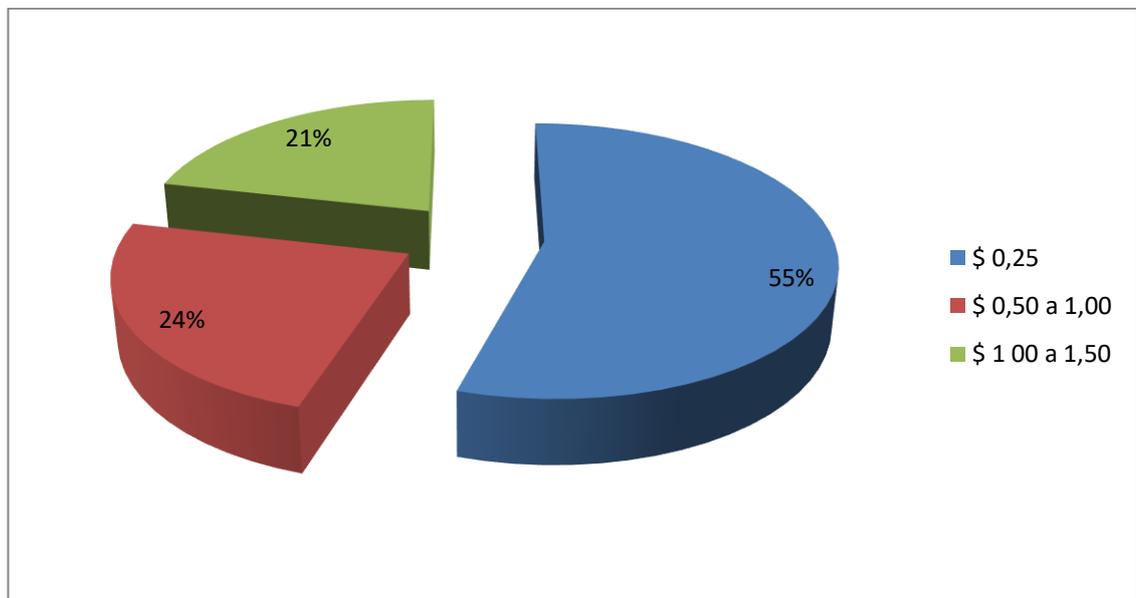


Figura 10. Precio que pagaría.

Análisis:

El 55% de los encuestados estarían dispuestos a pagar \$ 0.25 centavos por una arepa, el 24% \$ 0.50 a \$ 1.00, y el 21% pagarían de \$ 1.00 a \$ 1.50 por una arepa. Según el Cuadro y figura 10.

La oferta de arepas semanales es de 241 personas que compran el productos y que multiplicado al año representa un total de 11.568 clientes, atendidos al año que representa la oferta aparente.

Cuadro 11. Determinación de la oferta actual de clientes según el estudio de mercado para la creación de una empresa elaboradora de arepas de maíz en el cantón Buena Fe.

Arepas	Nº de clientes		
	Semanal	Mensual	Anual
1-5	225	899	10.784
5-10	10	41	490
10-15	6	45	294
Total	241	985	11.568

Fuente: Encuestas
Elaborado por: La autora

Como se aprecia en el cuadro 12 para obtener la serie histórica de ventas de arepas en Buena Fe, se han tomado datos estadísticos de dos años obtenidos de las entrevistas a las personas que elaborar arepas, considerando que los habitantes realizan la compra de este producto el 93.22% por semana, para la proyección se consideró un crecimiento poblacional 3.20%, según el INEC 2010.

Cuadro 12. Serie histórica de venta de arepas de acuerdo a la población.

	x Años	y Producción	x ²	xy
2010	1	18791,29	1	18.791
2011	2	19412,13	4	38.824
Σ	3	38.203	5	57.616
X	1,50	19.102	2,50	28.808

Fuente: Encuestas
Elaborado por: La autora

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

$$a = \overline{Y} - b \overline{X}$$

$$b = \frac{310,42}{0,50}$$

$$a = 18.170,44$$

$$b = 620,85$$

4.1.1.1. Proyección de la oferta

En el cuadro 13, se observa la proyección de la oferta, para ello se utilizó la fórmula de regresión lineal, para lo cual fue necesario calcular los valores de a) y b) para luego multiplicar para el número de año, tal como se presenta a continuación.

Cuadro 13. Proyección de la oferta de arepas.

Años	x Años	Y = a + bx
2013	4	20.653,82
2014	5	21.274,67
2015	6	21.895,51
2016	7	22.516,36
2017	8	23.137,20

Elaborado por: La autora

4.1.1.2. Análisis de la demanda

Los resultados del censo de población y vivienda del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos para el año 2010 de la ciudad determinan que la población total económicamente activa es de 20.824 habitantes del cantón Buena Fe con un crecimiento del 3.2% anual. De acuerdo a la encuesta realizada a la ciudadanía el 93.22% realiza la compra 1 vez por semana del producto.

Cuadro 14. Análisis de la demanda histórica en función del número de habitantes PEA.

	x Años	y Producción	x²	xy
2010	1	20.158,00	1	20.158,00
2011	2	20.824,00	4	41.648,00
Σ	3	40.982,00	5	61.806,00
\bar{X}	1,50	20.491,00	2,50	30.903,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

4.1.1.3. Proyección de la demanda

Para la proyección de la demanda se utilizó la fórmula de regresión lineal, para lo cual fue necesario calcular los valores de a) y b) para luego multiplicar para el número de año, se inicia con año 4 porque el 2012 es año cero para el proyecto tal como se presenta a continuación, Cuadro 15.

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

$$a = \bar{Y} - b \bar{X}$$

$$b = \frac{333,00}{0,50}$$

$$a = 19.492,00$$

$$b = 666,00$$

Cuadro 15. Proyección de la demanda histórica en función del número de habitantes PEA.

Años	x Años	Y = a + bx Población
2013	4	22.156,00
2014	5	22.822,00
2015	6	23.488,00
2016	7	24.154,00
2017	8	24.820,00

Fuente: Encuestas

Elaborado por: La autora

4.1.1.4. Demanda insatisfecha

Luego de determinar la demanda y oferta futura se calculo la demanda insatisfecha, restando la oferta de la demanda de los próximos cinco años, la misma que se refleja en los valores negativos, si multiplicamos 1.502 por 3 arepas promedio que consume cada persona por 4 semanas y 12 meses se obtiene un total de 216.288 arepas anuales, como se puede apreciar en el Cuadro 16.

Cuadro 16. Proyección en función del número de habitantes PEA.

Años	Oferta Futura	Demanda Futura	Demanda Insatisfecha Futura
2013	20.654	22.156	-1.502
2014	21.275	22.822	-1.547
2015	21.896	23.488	-1.592
2016	22.516	24.154	-1.638
2017	23.137	24.820	-1.683

Elaborado por: La autora

Del total de arepas al año se obtiene el aporte del proyecto, mismo que será de 54.000 arepas anual que representa el 65%, considerando ventas promedios de 0.25 las de queso y 75 las de chicharon.

4.1.2. Descripción del proceso de elaboración de las arepas de maíz.

4.1.2.1. Recepción de materia prima.

Se reciben todos los insumos en la bodega.

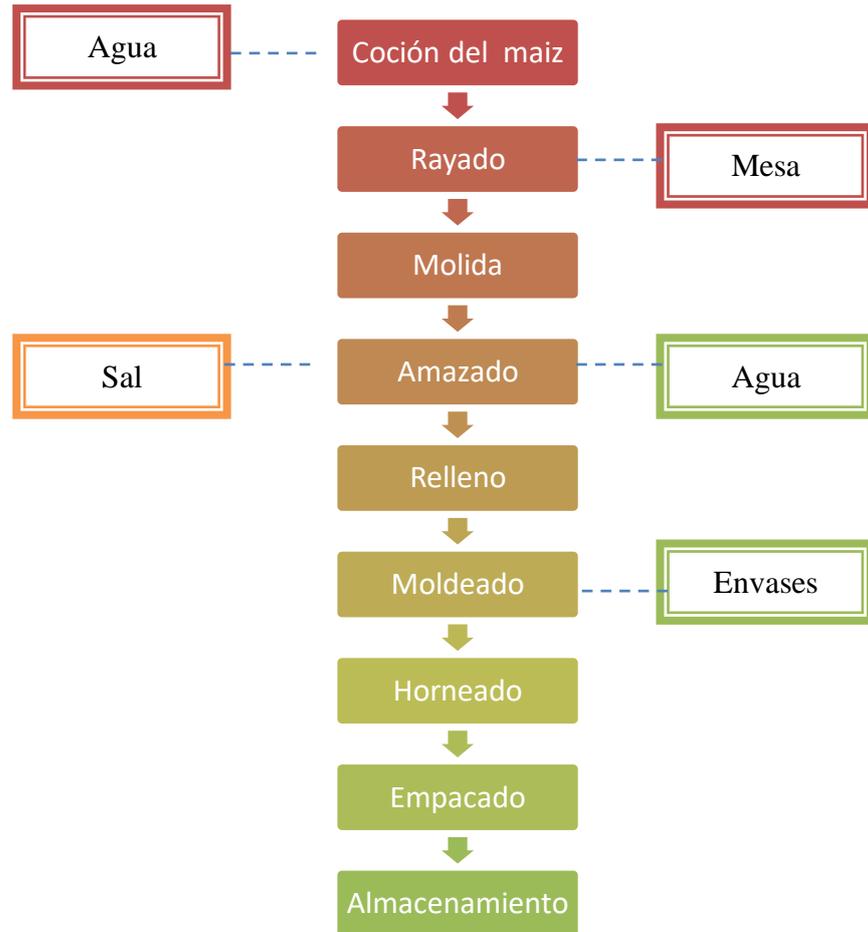


Figura 11. Diagrama de flujo

Cocción: en un recipiente se pone a cocinar el maíz con agua sufriente por dos horas en la cocina industrial.

Rayado: luego se que esta frio el maíz se procede a rayar con un rayador.

Molida: Una vez que se tiene rayado el maíz se procede a moler.

Mezcla: la masa molida se pone en la mesa para amasar y mezclar los ingredientes por medio de rayado, molida y amasado.

Moldeado: La dosificadora para arepas se hace en porciones uniformes de la masa.

Relleno: se corta el queso en pedazos o chicharon para luego rellenar cada arepa.

4.1.2.2. Descripción de equipos.

La selección de equipos se realizó analizando el proceso experimental de las arepas de maíz y llevándolo a escala industrial.

Molino: Consiste moler el maíz luego de ser rayado se coloca el material en un recipiente. Material Acero Inoxidable.

Mesa: Elaborado con acero inoxidable.

Selladora: La tapadora lineal continua se encarga de colocar y asegurar las arepas en los recipientes de plásticos. Material Acero Inoxidable.

Etiquetadora: Equipo para etiquetado automático autoadhesivo de todo tipo de envases. Etiquetadora lineal, con alta velocidad y precisión.

4.1.2.3. Estimación de producción diaria.

Como se indicó anteriormente, la cantidad de masa a utilizarse para la determinación de producción de arepas.

4.1.2.4. Ingredientes y preparación

Ingredientes

- Maíz
- Agua
- Sal
- Huevo
- Chicharon
- Queso

Preparación

La preparación de las tortillas de maíz, el cual, luego de ser cocinado, rayado y molido, lo amasa y le da forma redondeada, rellenando su interior con queso criollo o chicharrón, para satisfacer el gusto de sus clientes, quienes las ingieren acompañadas de humeantes tazas de café.

Lo que le da un sabor característico a las tortillas es la manera en que se las dora con el fuego. Para ello, se coloca en el interior de un horno una plancha metálica encendido, permaneciendo así algunos minutos hasta quedar listas para ser consumidas por los clientes. El valor de las tortillas está al alcance de cualquier bolsillo, pues cuestan 0.50 centavos de dólar las de queso y 0.75 las de chicharrón.

4.1.2.5. Etiquetas



Figura 12. Etiquetas

4.1.3. Cadena de comercialización para definir estrategias que se aplique al plan de negocios.

En el presente proyecto utilizará como principales canales de distribución la comercialización directa como estrategias aplicará la promoción.



Figura 13. Canales de comercialización

Comercialización.

La comercialización de las arepas se realizará mediante.

- **Canal directo.**- La venta será productor - consumidor.

Promoción.

Para la apertura del centro de procesamiento de arepas, se realizará una promoción que consistirá en un descuento del 10%. Además en fechas festivas, se realizaran combos por cada compra.

4.1.3.1. Publicidad y propaganda.

La propaganda se basa en los siguientes términos:

- Se establecerá contratos con radio VIVA para la emisión de 4 cuñas diarias durante 1 año en propagandas principales por un costo de (\$ 450.00).
- 10000 Hojas volantes de 32 x 22 cm. En blanco y negro elaborados en la Imprenta de la ciudad de Buena Fe o cantones aledaños (\$ 30.00).

4.1.4. Organización

La producción de arepas se comercializará en Buena Fe. De acuerdo al incremento de la demanda se considerará realizar un ajuste al proyecto para adquirir nuevas maquinas e incrementar el volumen de producción.

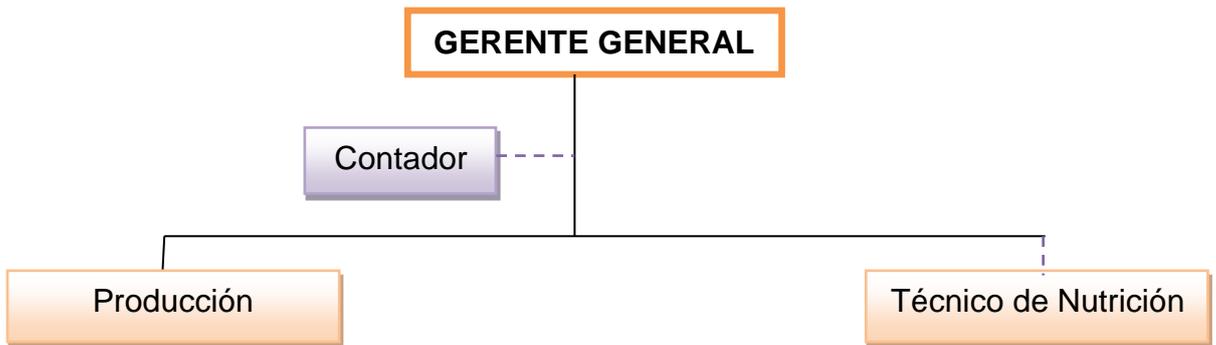


Figura 14. Organigrama del área administrativa

4.1.4.1. Administrador o gerente.

Es el gerente quien administrará esta empresa, lo que le confiere la máxima autoridad de la organización.

Dentro de las principales atribuciones que le competen en la ejecución del proyecto están:

- Constitución de la base legal de la organización, lo cual faculta a la empresa poseer la capacidad jurídica.
- Discutir y aprobar los estados financieros de la empresa.
- Aprobación los planes operativos anual.
- Tomar las decisiones fundamentales que competen a la empresa.
- Decidir sobre las transacciones que sobrepasen al límite de suma del gerente.
- Velar por los intereses de la empresa.
- Elaborar los planes de acción y programas operativos a implementar por la empresa en la ejecución del proyecto.

- Coordinar las acciones a seguir, dentro de los intereses de la organización.
- Velar porque se cumpla el plan anual de trabajo, así como también el logro de los objetivos trazados.
- Realizar las contrataciones del personal operativo necesario para el proyecto.
- Dirigir y coordinar la ejecución de todas las actividades administrativas y Financieras.
- Coordinar y dirigir todas las actividades inherentes a la comercialización.
- Realizar la gestión de venta del producto final y demás negociaciones correspondientes al precio, cantidad, calidad y presentación del producto.
- Preparar informes de ventas periódicas.
- Coordinar las acciones relevantes con el Gerente General.

4.1.4.2. Operario.

- Determinar los requerimientos de materia prima, insumos y demás materiales utilizados en el procesamiento de elaboración de arepas de maíz.
- Realizar el inventario de materias primas, insumos y demás materiales necesarios para el funcionamiento de arepas de maíz.
- Procesar la materia prima, mediante las diferentes operaciones de manufactura para obtener el producto terminado.
- Velar por que se cumplan las buenas prácticas de operación y de control de calidad.
- Desarrollar y ejecutar un programa de mantenimiento preventivo y correctivo para los equipos y maquinaria de la planta.

4.1.4.3. Contador.

La competencia son las siguientes:

- Elaborar las contrataciones y pago de las planillas correspondientes al personal administrativo y operativo.
- Llevar los registros contables y efectuar los informes financieros pertinentes.
- Mantener el control y vigilancia de los activos de la empresa elaboradora de arepas de maíz.

4.1.4.4. Técnico en nutrición.

- Se encargará de establecer las normas técnicas de control de calidad.
- Verificar el análisis de la materia prima.
- Elaborar el plan de mitigación.
- Capacitar sobre el proceso de producción, entre otros.

4.1.5. Estudio financiero para evaluar la factibilidad y rentabilidad comercial.

4.1.5.1. Inversión

De acuerdo al presupuesto realizado, la inversión asciende a un total de \$ 14.128,56 por concepto de obras de infraestructura, equipos y herramientas, Cuadro No. 17.

Cuadro 17. Inversión fija

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	V. U. (\$)	TOTAL (\$)
MUEBLES				
Escritorios	Unid.	1	75,00	75,00
Estanterías	Unid.	5	100,00	500,00
Sillas	Unid.	3	25,00	75,00
EQUIPOS				
Fax	Unid.	1	520,00	520,00
Selladora	Unid.	1	120,00	120,00
Cocina industrial	Unid.	1	1.700,00	1.700,00
Etiquetadora	Unid.	1	65,00	65,00
Horno industrial	Unid.	1	350,00	350,00
Mesa metálica	Unid.	1	400,00	400,00
Licuada	Unid.	1	120,00	120,00
Computadora	Unid.	1	780,00	780,00
HERRAMIENTAS:				
Materiales de bioseguridad	Unid.	1	120,00	120,00
Utensilios de cocina	Unid.	1	250,00	250,00
INVERSIÓN DIFERIDA				
Permisos y patentes				1.200,00
Capital de trabajo (tres meses)				7.130,77
SUBTOTAL				13.455,77
Imprevisto 5%				672,79
TOTAL INVERSIONES				14.128,56

Elaborado por: La autora

4.1.6. Capital de Operaciones

Tomando como referencia los costos de producción, en especial los siguientes rubros: labores de instalación valorada en jornales, insumos, materiales y servicios, gastos de ventas y gastos administrativos, el total asciende a \$7130.77 que se obtiene de sumar los costos de los tres primeros meses del primer año de establecimiento del sistema de la planta elaboradora de arepas de maíz.

4.1.7. Costos de producción

En el Cuadro No. 18, encontramos el cuadro de costos de producción proyectado a 5 años que da un total de \$ **146.592,17**, de los cuales **\$28.523,08** corresponde para el primer año considerando el 4% de incremento por la inflación, el mismo que incluye los rubros de compra de materia prima, insumos, materiales y servicios, los gastos de ventas por concepto de producción y comercialización de las arepas más el costo de los gastos que se originan a partir del primer año, los gastos administrativos que incluyen un administrador.

Cuadro 18. Costos de producción de arepas de maíz

CONCEPTO	V. U. (\$)	Unidades	1er. Año	2013	2do. Año	2014	3er. Año	2015	4to. Año	2016	5to. Año	2017	Acumulado	
			Cantidad	Total (\$)	Cantidad	Total (\$)								
A. LABORES DE INSTALACIÓN														
Instalacion de las maquinarias y equipos	40,00	hora	3	120,00		-	0	-	0	-	0	-	3	120,00
Subtotal A				120,00		-		-		-		-		120,00
B. INSUMOS, MATERIALES Y SERVICIOS														
Maiz Harina	2,50	kilo	2.160	5.400,00	2.160	5.616,00	2.160	5.840,64	2.160	6.074,27	2.160	6.317,24	10.800,00	29.248,14
Queso	3,00	kilo	576	1.728,00	576	1.797,12	576	1.869,00	576	1.943,76	576	2.021,52	2.880,00	9.359,41
Chicharon de cerdo	3,50	kilo	576	2.016,00	576	2.096,64	576	2.180,51	576	2.267,73	576	2.358,43	2.880,00	10.919,31
Mantequilla	2,80	kilo	432	1.209,60	432	1.257,98	432	1.308,30	432	1.360,64	432	1.415,06	2.160,00	6.551,58
Huevos	0,13	unidad	216	28,08	216	29,20	216	30,37	216	31,59	216	32,85	1.080,00	152,09
Sal	0,60	kilo	288	172,80	288	179,71	288	186,90	288	194,38	288	202,15	1.440,00	935,94
Litros de agua (4 litros para 60 comptas)	3,50	mes	12	21,00	12	21,84	12	22,71	12	23,62	12	24,57	60,00	113,74
Gas	1,80	cilindro	12	21,60	12	22,46	12	23,36	12	24,30	12	25,27	60,00	116,99
Enérgia eléctrica	0,10	voltios	1.080	108,00	1.080	112,32	1.080	116,81	1.080	121,49	1.080	126,34	5.400,00	584,96
Subtotal B				10.705,08		11.133,28		11.578,61		12.041,76		12.523,43		57.982,17
C. MANO DE OBRA														
Operario	10,00	día	360	3.600,00	720	3.600,00	720	3.600,00	720	3.600,00	720	3.600,00	3.240	18.000,00
Asesoría técnica en alimento	100,00	J	12	1.200,00	12	1.200,00	12	1.200,00	12	1.200,00	12	1.200,00	60	6.000,00
Subtotal C				4.800,00		24.000,00								
D. GASTOS DE VENTA														
Envases plástico	0,25	unidad	21.600	5.400,00	21.600	5.400,00	21.600	5.400,00	21.600	5.400,00	21.600	5.400,00	108.000	27.000,00
Etiqueta y empaque	0,01	unidad	21.600	216,00	21.600	216,00	21.600	216,00	21.600	216,00	21.600	216,00	108.000	1.080,00
Permisos y patentes, bomberos	25,00	Unidades	1	25,00	1	25,00	1	25,00	1	25,00	1	25,00	5	125,00
Publicidad (radial y hojas volantes)				480,00	0	480,00	0	480,00	0	480,00	0	480,00	-	2.400,00
Subtotal D				6.121,00		30.605,00								
E. GASTOS ADMINISTRATIVOS														
- Administrador Técnico				4.800,00		4.800,00		4.800,00		4.800,00		4.800,00		24.000,00
- Arriendo				1.200,00		1.200,00		1.200,00		1.200,00		1.200,00		6.000,00
- Mantenimiento de Maquinarias y equipos				360,00		360,00		360,00		360,00		360,00		1.800,00
- Suministros y Materiales				60,00		60,00		60,00		60,00		60,00		300,00
- Agua				21,00		21,00		21,00		21,00		21,00		105,00
- Energía Eléctrica				96,00		96,00		96,00		96,00		96,00		480,00
- Teléfonos				120,00		120,00		120,00		120,00		120,00		600,00
- Otros Gastos Administrativos				120,00		120,00		120,00		120,00		120,00		600,00
Subtotal E				6.777,00		33.885,00								
COSTO TOTAL				28.523,08		28.831,28		29.276,61		29.739,76		30.221,43		146.592,17

Elaborado por: La autora

4.1.8. Fuentes de Financiamiento

El proyecto será financiado con capital propio 30% y el otro 70% con financiamiento del Banco Nacional de Fomento, es decir \$ 9.889,99, a cinco años plazo al 9% de interés anual, durante 5 años, ver tabla de amortización.

Cuadro 19. Fuente de financiamiento y amortización

Financiamiento	Absoluto	Relativo%
Capital propia	4.238,57	30
Financiamiento (B.N.F.)	9.889,99	70
TOTAL	14.128,56	100

TABLA DE AMORTIZACIÓN

MONTO:	9.889,99	PERIODO DE GRACIA:	0 AÑOS
PLAZO:	5 AÑOS	FORMA DE PAGO:	ANUAL
TASA (%):	9,00	FECHA DE INICIO:	04-Ene-2012

DIVID. No.	FECHA	CAPITAL	INTERESES	DIVIDENDO	SALDO DE CAPITAL
	04-Ene-2012				\$ 9.889,99
1	29-Diciembre-2012	1.978,00	890,10	2.868,10	7.911,99
2	24-Diciembre-2013	1.978,00	712,08	2.690,08	5.933,99
3	19-Diciembre-2014	1.978,00	534,06	2.512,06	3.956,00
4	14-Diciembre-2015	1.978,00	356,04	2.334,04	1.978,00
5	08-Diciembre-2016	1.978,00	178,02	2.156,02	0,00
T O T A L E S		9.889,99	2.670,30	12.560,29	

Elaborado por: La autora

4.1.9. Depreciaciones

Las depreciaciones se encuentran en el Cuadro No. 20, en él se incluyen aquellos bienes muebles e inmuebles que se utilizarán en el proyecto, algunos de ellos tales como: compra molino, horno, tanques, computadora, selladora, etc., se consideró depreciarlos a 5 años, maquinarias, herramientas, equipos, a 3 años y muebles de oficina a 10 años, con un valor residual estimado en el 10% de su costo original, la depreciación se calculó mediante el método lineal.

Cuadro 20. Depreciaciones de la empresa procesadora de arepas de maíz.

TABLA DE DEPRECIACION LINEAL							
ITEM	PRECIO UNITARIO (\$)	UNIDADES	AÑO INVERSION	VALOR INICIAL	VIDA UTIL (AÑOS)	DEPRECIACION ANUAL	VALOR RESIDUAL (10%)
Escritorios	75,00	1	1	75,00	10	6,00	15,00
Estanterias	100,00	5	1	500,00	10	40,00	100,00
Sillas	25,00	3	1	75,00	5	12,00	15,00
Fax	520,00	1	1	520,00	5	93,60	52,00
Selladora	120,00	1	1	120,00	5	21,60	12,00
Cocina industrial	1.700,00	1	1	1.700,00	5	306,00	170,00
Etiquetadora	65,00	1	1	65,00	3	19,50	6,50
Horno industrial	350,00	1	1	350,00	5	63,00	35,00
Mesa metalica	400,00	1	1	400,00	5	72,00	40,00
Licuadaora	120,00	1	1	120,00	3	36,00	12,00
Computadora	780,00	1	1	780,00	3	234,00	78,00
Materiales de bioseguridad	120,00	1	1	120,00	1	96,00	24,00
Utencilios de cocina	250,00	1	1	250,00	1	200,00	50,00

TABLA DE DEPRECIACION LINEAL							
ITEM	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	VALOR A LOS 5 AÑOS	VALOR EN LIBROS (\$)
Escritorios	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00	30,00	45,00
Estanterias	40,00	40,00	40,00	40,00	40,00	200,00	300,00
Sillas	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00	60,00	15,00
Fax	93,60	93,60	93,60	93,60	93,60	468,00	52,00
Selladora	21,60	21,60	21,60	21,60	21,60	108,00	12,00
Cocina industrial	306,00	306,00	306,00	306,00	306,00	1.530,00	170,00
Etiquetadora	19,50	19,50	19,50			58,50	6,50
Horno industrial	63,00	63,00	63,00	63,00	63,00	315,00	35,00
Mesa metalica	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00	360,00	40,00
Licuadora	36,00	36,00	36,00			108,00	12,00
Computadora	234,00	234,00	234,00			702,00	78,00
Materiales de bioseguridad	96,00					96,00	24,00
Utencilios de cocina	200,00					200,00	50,00
TOTAL DEPRECIACION	1.199,70	903,70	903,70	614,20	614,20	4.235,50	839,50

Elaborado por: La autora

4.1.10. Ingresos

Los ingresos se determinaron de acuerdo a la producción anual, durante cinco años, se estimó la producción de arepas de maíz y se multiplicó por el precio proyectado de \$ 0.25 las de queso y \$ 0.50 la de chicharon en base a datos históricos. La planificación del sistema de producción se prevé una producción constante por año 250 arepas diarias 150 de queso y 100 de chicharon, esto permite obtener ingresos para el primer año de \$. 40.500, en el segundo año \$ 42120 como se aprecia existe un incremento cada año. Ver Cuadro No.21.

Cuadro 21. Ingresos de la empresa procesadora de arepas de maíz.

CONCEPTO	ANOS				
	2013 1	2014 2	2015 3	2016 4	2017 5
PRODUCCIÓN:					
AREPAS DE QUESO	54.000	54.000	54.000	54.000	54.000
AREPAS DE CHICHARON	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000
TOTAL	90.000	90.000	90.000	90.000	90.000
PRECIOS UNITARIOS:					
PRECIO AREPAS	0,25	0,26	0,27	0,28	0,29
AREPAS DE CHICHARON	0,50	0,52	0,54	0,56	0,58
VENTAS POR PRODUCTO:					
INGRESOS POR AREPAS	22.500	23.400	24.336	25.309	26.322
AREPAS DE CHICHARON	18.000	18.720	19.469	20.248	21.057
TOTAL INGRESOS	40.500	42.120	43.805	45.557	47.379
INGRESOS VENTA COMPOTAS/8 ONZ/AÑO	40.500	42.120	43.805	45.557	47.379

Elaborado por: La autora

4.1.11. Estado de resultados.

El estado de resultados proyectado desde el año 2013 al 2018 refleja un saldo positivo en el primer año, la utilidad va desde US\$ 6.303,0 y 7.441.50 para el último año de análisis. Para obtener utilidad neta antes de deducir los impuestos le restamos la depreciación, ya que este constituye para el productor y/o empresario un beneficio que se conoce como escudo de impuesto, escudo fiscal o beneficio fiscal. Si no fuere permisible la deducción de la depreciación

para fines de la tributación se pagaría una cantidad mucho mayor. Ver Cuadro No. 22.

Cuadro 22. Estado de resultados de la empresa procesadora de arepas.

CONCEPTO	AÑOS				
	2013	2014	2015	2016	2017
	1	2	3	4	5
(+) INGRESOS POR VENTA DE COMPOTAS	40.500,00	42.120,00	43.804,80	45.556,99	47.379,27
(-) COSTOS DE PRODUCCION	15.625,08	15.933,28	16.378,61	16.841,76	17.323,43
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	24.874,92	26.186,72	27.426,19	28.715,23	30.055,84
(-) GASTOS DE ADMINISTRACION	12.898,00	12.898,00	12.898,00	12.898,00	12.898,00
(-) GASTOS FINANCIEROS	890,10	712,08	534,06	356,04	178,02
(-) DEPRECIACIONES	1.199,70	903,70	903,70	614,20	614,20
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACION TRABAJADORES	9.887,12	11.672,94	13.090,43	14.846,99	16.365,62
(-) PARTICIPACION DE TRABAJADORES 15%	1.483,07	1.750,94	1.963,56	2.227,05	2.454,84
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	8.404,05	9.922,00	11.126,86	12.619,94	13.910,78
(-) IMPUESTO A LA RENTA 25%	2.101,01	2.480,50	2.781,72	3.154,99	3.477,69
(=) UTILIDAD NETA	6.303,0	7.441,5	8.345,1	9.465,0	10.433,1

Elaborado por: La autora

4.1.12. Punto de equilibrio.

La Figura N°15 y cuadro 23, se presentan los datos para el cálculo del Punto de Equilibrio a largo plazo, siendo la producción igual a 69.931 arepas a un precio promedio de 0.49 centavos de dólares, misma que será comercializada en tiendas y comisariatos dentro y fuera de la localidad del cantón Buena Fe. Esto significa que los ingresos son iguales a los costos, y a partir de allí empieza el beneficio para el inversionista dentro.

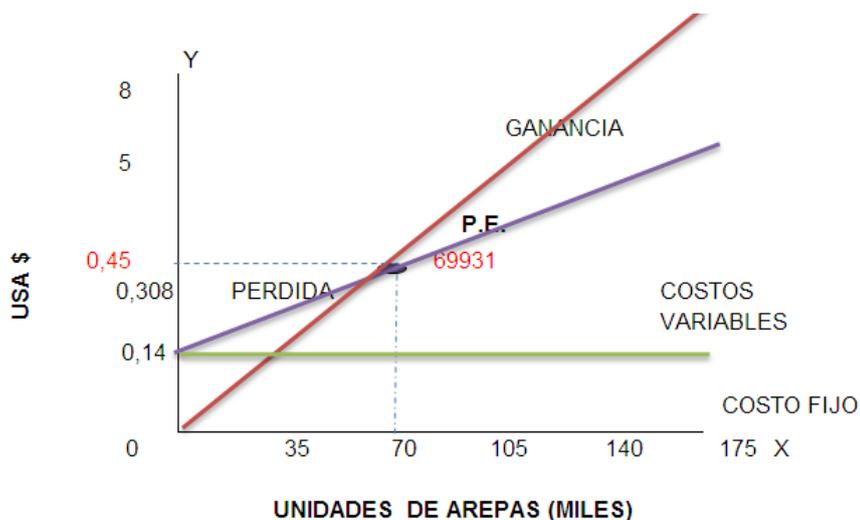


Figura 15. Punto de equilibrio

Cuadro 23. Punto de equilibrio de la empresa procesadora de arepas.

RUBROS	2012	2013	2014	2015	2016	ACUMULADO	VALORES UNITARIOS
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL	
COSTOS FIJOS	12.898,00	12.898,00	12.898,00	6.777,00	12.898,00	58.369,00	
DEPRECIACION	1.199,70	903,70	903,70	614,20	12.898,00	4.235,50	
TOTAL COSTOS FIJOS (CF)	14.097,7	13.801,7	13.801,7	12.898,0	25.796,0	62.604,5	0,139
COSTOS VARIABLES	21.746,1	22.054,3	22.499,6	22.499,6	23.444,4	112.244,0	
PARTICIPACION DE EMPLEADOS 15%	1.483,1	1.750,9	1.963,6	2.227,0	2.454,8	9.879,5	
IMPUESTO A LA RENTA 25%	2.101,0	2.480,5	2.781,7	3.155,0	3.477,7	13.995,9	
GASTOS FINANCIEROS	890,1	712,1	534,1	356,0	178,0	2.670,3	
TOTAL COSTOS VARIABLES (CV)	26.220,3	26.997,8	27.779,0	28.237,7	29.555,0	138.789,7	0,308
TOTAL COSTOS	40.318,0	40.799,5	41.580,7	41.135,7	55.351,0	201.394,2	0,448
AREPAS POR AÑO	90.000,0	90.000,0	90.000,0	90.000,0	90.000,0	450.000,0	
INGRESOS POR VENTA AÑO (\$)	40.500,0	42.120,0	43.804,8	45.557,0	47.379,3	219.361,1	
PRECIOS POR AREPAS (promedio)	0,45	0,47	0,49	0,51	0,53	0,49	0,49

Elaborado por: La autora

MARGEN DE CONTRIBUCION:

MG = Venta Total - Costo Variable Total
 MG = 219.364,1 - 138.789,7
 MG = 311.210,31

PUNTO DE EQUILIBRIO MONETARIO:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos} \times \text{Ingresos Totales (Ventas)}}{\text{Margen de Contribución}}$$

$$PE = \frac{62.604,5 \times 219.364,90}{311.210,31}$$

$$PE = 44.127,68$$

PUNTO DE EQUILIBRIO FISICO:

Pu = 0,49 Precio Unitario (promedio canal y subproducto)
 Cvu = 0,308 Costo Variable Unitario

$$Qpe = \frac{\text{Costos Fijos}}{Pu - Cvu}$$

$$Qpe = \frac{62.604,50}{0,49 - 0,308} = \frac{62.604,50}{0,18}$$

$$Qpe = 69.931 \text{ AREPAS}$$

4.1.13. Flujo de caja

Para obtener el flujo de fondos netos a la utilidad neta le sumo las depreciaciones correspondientes a cada año y el valor de salvamento de los activos fijos para el quinto año, de esta manera se obtiene un flujo negativo para el año cero de \$ -14.128.6 y a partir del primer año es positivo, con 5.524,70. Ver Cuadro No. 24.

Cuadro 24. Flujo de caja de la empresa procesadora de arepas.

CONCEPTO	AÑOS						
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
	0	1	2	3	4	5	
A INGRESOS POR VENTAS		40.500,00	42.120,00	43.804,80	45.556,99	47.379,27	
CREDITOS	9.889,99	-	-	-	-	-	
COSTOS DE PRODUCCION		21.746,08	22.054,28	22.499,61	22.962,76	23.444,43	
GASTOS DE ADMINISTRACION		6.777,00	6.777,00	6.777,00	6.777,00	6.777,00	
GASTOS FINANCIEROS		890,10	712,08	534,06	356,04	178,02	
DEPRECIACIONES		1.199,70	903,70	903,70	614,20	614,20	
B TOTAL COSTOS Y GASTOS		30.612,88	30.447,06	30.714,37	30.710,00	31.013,65	
C UTILIDAD ANTES DE IMP. Y PARTICIPACION	A - B		9.887,12	11.672,94	13.090,43	14.846,99	16.365,62
D PARTICIPACION DE TRABAJADORES 15%	C x 15%		1.483,07	1.750,94	1.963,56	2.227,05	2.454,84
E UTILIDAD DESPUES DE PARTICIPACION TRABAJ.	C - D		8.404,05	9.922,00	11.126,86	12.619,94	13.910,78
F IMPUESTO A LA RENTA 25%	E x 25%		2.101,01	2.480,50	2.781,72	3.154,99	3.477,69
G UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTO A LA RENTA	E - F		6.303,04	7.441,50	8.345,15	9.464,96	10.433,08
H DEPRECIACIONES			1.199,70	903,70	903,70	614,20	614,20
I DISPONIBLE	G + H		7.502,74	8.345,20	9.248,85	10.079,16	11.047,28
INVERSIONES + CAPITAL DE TRABAJO		14.128,56					
AMORTIZACION DE CAPITAL			1.978,00	1.978,00	1.978,00	1.978,00	1.978,00
SALDOS							
FLUJO		-14.128,6	5.524,7	6.367,2	7.270,8	8.101,2	9.069,3

Elaborado por: La autora

4.1.14. Valor Actual Neto (VAN)

El cálculo del valor presente neto se lo realizó a partir de los flujos de fondos netos con un factor de descuento del 12% con lo cual obtuvimos un VAN positivo de \$ 11.349.98 lo que significa que es atractivo invertir en este proyecto, siendo una buena opción en el mercado de inversiones. Ver Cuadro No. 25.

Cuadro 25. Valor actual neto

AÑOS	FLUJO NETO DE CAJA	F.N.C. ACTUALIZADO AL 12%
0	14.128,56	-14.128,56
1	5.524,74	4.932,80
2	6.367,20	5.075,89
3	7.270,85	5.175,25
4	8.101,16	5.148,43
5	9.069,29	5.146,16
$\Sigma =$		11.349,98

Elaborado por: La autora

4.1.15. Tasa Interna de Retorno (TIR)

Con los antecedentes antes anotados, se realizó el cálculo de la tasa interna de retorno, para lo cual se aplicó la fórmula de la TIR Interpolada.

Para encontrar la misma se procedió a calcular el Valor Actual Neto de los Flujos de Fondos a una tasa del 12% obteniendo un valor positivo y aplicando una tasa del 38% se obtuvo el Valor Actual Neto negativo, interpolando se obtuvo como resultado una Tasa Interna de Retorno del 38%, siendo la misma mayor a la tasa de oportunidad 12% y por tanto se puede invertir en el proyecto, Ver Cuadro No. 26.

Cuadro 26. Tasa interna de retorno

AÑOS	FLUJO NETO DE CAJA	F.N.C. ACTUALIZADO AL 12%	F.N.C. ACTUALIZADO AL 38%
0	14.128,56	-14.128,56	-14.128,56
1	5.524,74	4.932,80	3.997,64
2	6.367,20	5.075,89	3.333,74
3	7.270,85	5.175,25	2.754,62
4	8.101,16	5.148,43	2.220,83
5	9.069,29	5.146,16	1.799,01
$\Sigma =$		11.349,98	-22,72

Elaborado por: La autora

4.1.16. Relación Beneficio Costo (R B/C)

Al relacionar los beneficios y los costos actualizados, para lo cual se aplicó una tasa de oportunidad del 12%, arrojan una Relación Beneficio Costo igual a 1.20, lo cual indica que el proyecto es confiable y por lo tanto se puede realizar las inversiones propuestas. Ver Cuadro No. 27.

Cuadro 27. Relación Beneficios Costos

AÑOS	BENEFICIOS (B) ACTUALIZADOS	COSTOS (C) (EGRESOS)	COSTOS (C) ACTUALIZADOS
0	-	14.128,56	14.128,56
1	36.160,71	30.612,88	27.091,04
2	33.577,81	30.447,06	23.844,52
3	31.179,39	30.714,37	21.286,60
4	28.952,29	38.070,03	23.349,06
5	26.884,27	38.924,19	21.126,49
Valor Residual en el año 5	476,35		
$\Sigma =$	157.230,83	182.897,09	130.826,27

Elaborado por: La autora

4.1.17. Tiempo de Recuperación del Capital

Relacionando los flujos de cada año con la inversión inicial fija tangible e intangible más el capital de trabajo del los tres primeros meses, en el proyecto se logra determinar que la recuperación de la misma en 2 años. Ver Cuadro No. 28.

Cuadro 28. Tiempo de Recuperación del Capital

CONCEPTO	AÑOS					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA		5.524,74	6.367,20	7.270,85	8.101,16	9.069,29
INVERSIÓN	14.128,56	-	-	-	-	-
FLUJO ACUMULADO		5.524,74	11.891,94	19.162,79	27.263,95	36.333,24

Elaborado por: La autora

$$Pr = 11.891,94$$

$$Pr = \frac{\text{Inversión} \times n \text{ años en que el flujo la supera}}{\text{La sumatoria hasta el año } n} = \frac{11891,94 \times 2}{11.891,94} = 2$$

$$Pr = 2 \text{ años}$$

4.1.18. Análisis de sensibilidad

El proyecto es sensible a la baja producción de arepas de maíz, alza del precio de la materia prima, incremento de la tasas de intereses entre otros factores.

4.2. DISCUSIÓN

De acuerdo al estudio de mercado las encuestas determinaron que existe demanda insatisfecha para adquirir de arepas de maíz, lo que garantiza la instalación de la empresa productora y comercializadora, es decir que los encuestados reportaron alimentar a los miembros de la familia con productos alternativos nutritivos con de arepas de maíz en un 67.06%, en la alimentación, lo que concuerda con **Ortega (2006)**, que dice el estudio de mercado tiene como finalidad medir el número de individuos, empresas u otras entidades que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción o servicios, en un periodo determinado; así como sus especificaciones y el precio que los consumidores están dispuesto a pagar, por lo tanto la hipótesis planteada “El diagnostico situacional a través del estudio de mercado identificará el mercado

meta, para conocer las exigencias, y preferencias del consumidor final”, se acepta.

El valor actual neto es de \$ **11.349.98** positivo, coincidiendo con lo manifestado por **Sapag (2003)**, Este criterio plantea que el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto (VAN) es igual o superior a cero, donde el VAN es la diferencia entre todos sus ingresos y egresos expresados en moneda actual.

La tasa interna de retorno es de 38%, la cual resultó superior a la tasa de interés del mercado, por lo tanto el proyecto es factible y viable desde el punto de vista económico. **Ortega (2006)**, Es la tasa de actualización que iguala el valor presente de los ingresos totales con el valor presente de los egresos totales de un proyecto en estudio, la hipótesis planteada “A través de la cadena de comercialización se definirán estrategias para un plan de negocios de arepas de maíz”, se acepta, porque las estrategias comerciales permiten incrementar las ventas, la hipótesis planeada

La relación beneficio costo da 1.20, es decir que por cada dólar invertido retorna un dólar con catorce centavos, lo cual concuerda con **Sapag (2007)**, La relación Beneficio costo compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El método lleva a la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es cero, la relación beneficio costo será igual a uno. Si el VAN es mayor que cero la relación será mayor que uno y si el van es negativo, esta será menor que uno, al relacionar los beneficios y los costos actualizados, para lo cual se aplicó una tasa de oportunidad del 12%, arrojan una Relación Beneficio Costo igual a 1.20, lo cual indica que el proyecto es confiable y por lo tanto se puede realizar las inversiones propuestas. La hipótesis planteada “El estudio económico y financiero permitirá conocer la rentabilidad del negocio de arepas de maíz” se acepta.

4.3 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

La hipótesis se comprueba en base a los resultados obtenidos y a los diferentes criterios de los autores citados: “La elaboración de un plan de negocios permitirá establecer la viabilidad técnica, económica, financiera y organizacional del proyecto”.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y CONCLUSIONES

5.1. CONCLUSIONES

- De acuerdo al estudio de mercado para la implementación de una empresa destinada a la producción de las arepas el cantón Buena Fe, demostró que hay demanda insatisfecha, con un consumo semanal 33.33%, las personas adquieren su producto en el comisariato en un 75%.
- La población del cantón Buena Fe en un 41% consumen las arepas de 1 a 2 veces por semana, el 33% consumen semanalmente y el 26% a diario.
- El estudio técnico comprende los procesos para la producción de las arepas y los requerimientos de la materia prima e insumos y el estudio financiero permitió determinar el capital necesario para la realización del proyecto, cuya inversión asciende a \$ 14.128,56, el cual será financiado con recursos propios el 30% y un crédito mediante una institución financiera con el 70%.
- Mediante la evaluar desde el punto de vista económico y financiero el proyecto para la creación e implementación de una empresa elaboradora de arepas de maíz, se obtuvo una TIR 38%, el VAN \$ 11.349.98 y la relación Beneficio costos de 1,20 dólares.

5.2. RECOMENDACIONES

- Se debe captar la demanda mediante una empresa productora y comercializadora de arepas de maíz en el cantón Buena Fe porque el estudio de mercado determinó que existe demanda de arepas de maíz.
- Se debe buscar financiamiento para la inversión fija por cuanto se garantiza el cumplimiento de los dividendos aplicando un sistema de comercialización directa de arepas de maíz, con el fin de asegurar la venta y además buscar otros mercados o sitios vulnerables para ofertar el producto.
- Se tiene que crear la empresa productora y comercializadora de arepas de maíz en el cantón Buena Fe porque desde el punto de vista del estudio económico y financiero demostró viabilidad y rentabilidad del mismo.
- Se tiene que realizar un plan de marketing para promocionar el producto y establecer estrategias de ventas acorde a los requerimientos de los diferentes sectores.

CAPÍTULO VI
BIBLIOGRAFÍAS

6.1. Literatura citada

BARFIELD JESSE (2005). Contabilidad de costo tradiciones e innovaciones. Quinta edición. Editorial Thomson México. P 102.

CÓRDOBA PADILLA MARCIAL (2006). Formulación y evaluación de proyecto. Colección Universitaria – Bogotá. Pp. 22, 157,158, 241.

CUEVAS VILLEGAS CARLOS (2001). Contabilidad de costos enfoque gerencial y de gestión. Editorial Pearson. Bogotá – Colombia P 41.

DOMINGO, A. ALBERTO (2005). Dirección y Gestión de Proyecto, un enfoque práctico 2ª Edición Actualizada y Revisada Consultada el 8 de Marzo del 2011. P 138.

ESLAVA JOSÉ DE JAIME (2003). Análisis económico – financiero de las decisiones de gestión empresarial. Escuela superior de gestión comercial y marketing. Madrid – España. Pp. 79, 80.

FLORES URIBE JUAN (2007). Proyecto de inversión para las PYME Creación de empresa, Primera edición. Bogotá – Colombia. Pp. 10,17.

MIRANDA, M. JUAN (2003). Gestión de Proyecto. Cuarta edición Bogotá. Consultado el 10 de Marzo del 2011. Pp. 93, 105, 119,122 y133.

ORTEGA, A. (2006). Análisis Financiero. Certificación internacional de formulación, evaluación y gestión de proyectos. Maestría en gestión de proyectos. BID - CITE - EPN - U.T.E.Q. Módulo 5.

REYES, P. AGUSTIN (2011). Empresa. Disponible en: www.scribd.com Consultado el 11 de Marzo del 2011.

RICO, C. (2009). Tipo de empresa. Disponible en: <http://cangurorico.com> Consultado el 10 de Marzo del 2011.

SAPAG CHAÍN NASSIR (2003). Preparación y Evaluación de Proyectos, Cuarta Edición, McGraw-Hill México, Pp. 301, 302 y 303.

SAPAG CHAÍN NASSIR (2007). Proyecto de inversión formulación y evolución, Edición Pearson Prentice Hall México S.A, Pp. 256,287, 288.

SARMIENTO RUBÉN (2010). Contabilidad de costos. Segunda edición, impreso en Quito - Ecuador Pp. 10, 260.

SENA (2002). (Servicio Nacional de Aprendizaje). Consultado el 9 de Marzo del 2011.

SILVA, V. GERARDO (2004).Formulación de Proyectos de Inversión Económica. Perú. Consultado el 10 de Marzo del 2011. Pp. 11,12.

ZAPATA S, PEDRO. (2007). Contabilidad de Costos, McGraw-Hill, Colombia, Sexta edición. Pp. 5, 33, 455, 458.

Lincografía

BUSTAMANTE ENGEL SOFIA. (2009). La empresa, disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos11/empre/empre.shtml>. Consultado el 8 de Marzo del 2011.

CONTRERAS Z. CYNTHIA, (2008). Mercado. Disponible en: www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml Consultado el 8 de Marzo del 2011.

COTRINA SAUL (2005). Estudio de mercado. Disponible en: www.mailxmail.com. Capitulo 4. Consultado el 9 de Marzo del 2011.

CRUZ M. VIDAL (2010). Balance general proyecto financiero. Disponible en: <http://www.slideshare.net/vidalcruz/3-el-balance-general> Consultado el 10 de Marzo del 2011.

GARCIA, C. (2006). Empresa meta, la satisfacción del cliente y el producto. Disponible en: www.dspace.espol.edu.ec Consultado el 10 de Marzo del 2011.

MEZA OROZCO JHONNY (2009). Evaluación financiera de proyectos. Proyecciones a precios corrientes o a precios constantes. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/finanzas-contaduria/evaluacion-financiera-de-proyectos-precios-corrientes-y-constant.html> consultado el 12 de Marzo del 2011.

SANTOS S. TANIA (2008). Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio. Disponible en: www.eumed.net Consultado el 8 de Marzo del 2011.

TARRAGO SABATÉ J. (2006). Fundamentos de economía de la empresa. Disponible en www.gestiopoli.com Consultado el 11 de Marzo del 2011. P. 308.

VÁQUIRO, C. JOSÉ (2008). El valor presente neto. Disponible en: [http://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm#La inversión inicial previa](http://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm#La%20inversi%C3%B3n%20inicial%20previa) Consultado el 12 de Marzo del 2011.

VARGAS M. JORGE (2010). El tamaño del proyecto. Disponible en: www.itescam.edu.mx Consultado el 12 de Marzo del 2011.

http://www.ecuadoracolors.com/ed2011_feb/pages/page_05.html

CAPÍTULO VII
ANEXOS

7.1. Anexos

ENCUESTAS A CONSUMIDORES PARA PLAN DE NEGOCIOS UTEQ

1. ¿Sabe Ud. Que son las arepas?

2. ¿Sabe Ud. La diferencia entre arepas y tortillas?

3. ¿Consume Ud. Arepas de maíz?

Si ()
No ()

4. ¿Por qué considera conveniente consumir arepas de maíz?

Por calidad ()
Por el gusto ()
Por presentación ()
Por nutrición ()

5. ¿Le gustaría comprar arepas precocinadas?

Si ()
No ()
Tal vez ()

5. ¿En qué tipo de presentación le gustaría que venga el producto?

Fundas ()
Bandejas ()

7. ¿Cuál es la frecuencia de consumo de arepas?

Diario ()
1 a 2 veces por semana ()
1 semanal
Otros () Explique _____

8. ¿Cuántas arepas de maíz consume Ud. Por semana?

0 ()
1-5 ()
5-10 ()
10-15 ()

8. ¿Dónde adquiere las arepas?

Comisariato ()
Tiendas ()
Supermercados ()
Otras () ¿Cuáles? _____

10. ¿Qué precio estaría Ud. dispuesto a pagar por una arepa?

Presentación	Valor Unitario
1 unidad	\$ 0.25 ()
4 unidades	\$ 0.50 a 1.00 ()
6 unidades	\$ 1.00 a 1.50 ()



Foto1. Arepas para el proceso de horneado



Foto2. Arepas cocidas listas para el consumo