



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

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

**TEMA:**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA PRODUCTORA DE DERIVADOS DEL  
PLÁTANO, CANTÓN EL EMPALME, AÑO 2014”**

**AUTOR:**

**DARWIN IVÁN PINARGOTE MUÑOZ**

**DIRECTORA:**

**ING. ELSYE COBO LITARDO, M.SC.**

**QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR**

**2015**

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS**

Yo, **DARWIN IVÁN PINARGOTE MUÑOZ**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

---

**EGD. DARWIN IVÁN PINARGOTE MUÑOZ**

## CERTIFICACIÓN

La suscrita, **ING. ELSYE COBO LITARDO M.Sc.** Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que el egresado, **DARWIN IVÁN PINARGOTE MUÑOZ** realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial, titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE DERIVADOS DEL PLÁTANO, CANTÓN EL EMPALME, AÑO 2014”**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

---

**ING. ELSYE COBO LITARDO M.Sc.**  
**DIRECTORA DE TESIS**



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

**TEMA**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE DERIVADOS DEL PLÁTANO, CANTÓN EL EMPALME, AÑO 2014.”**

Presentado a la Comisión Académica como requisito previo a la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial

**TRIBUNAL DE TESIS**

---

Lcdo. Manuel Montalvo Ramos, Msc.  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS**

---

Ing. Oscar Moncayo Carreño, Msc.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

---

Ing. Julia Fajardo Arriaga, Msc.  
**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

**QUEVEDO – LOS RÍOS – ECUADOR**

**2015**

## **AGRADECIMIENTO**

Le agradezco a Dios, quien me ha permitido tener vida y así poder culminar con esta meta.

A mi madre y esposa por el enorme sacrificio que han hecho al hacer realidad este sueño ya que sin ellos no hubiera sido posible.

A mi hermana y demás familiares que de alguna manera han sido fundamentales para mí.

A cada uno de los profesores por transmitirme sus conocimientos a lo largo de estos años y con estos ha sido posible este proyecto.

**Iván Pinargote Muñoz**

## **DEDICATORIA**

Dedico este proyecto y toda mi carrera universitaria a Dios por ser quien ha estado a mi lado en todo momento.

A mi madre, esposa quienes han velado por mí y con su ejemplo me han motivado a seguir adelante y me han brindado su apoyo incondicional.

A mi hermana quién me ha aconsejado en aquellos momentos duros y a mis amigos más cercanos con los que pasé momentos de alegrías y tristezas.

**Iván Pinargote Muñoz**

# ÍNDICE GENERAL

## PORTADA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS .....	ii
CERTIFICACIÓN .....	iii
TRIBUNAL DE TESIS .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
DEDICATORIA .....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS .....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICO .....	xv
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xvi
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xvii
RESUMEN EJECUTIVO .....	xviii
SUMMARY .....	xix
DUBLIN CORE (ESQUEMA DE CODIFICACIÓN) .....	xx
CAPÍTULO I .....	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN .....	1
1.1. Introducción .....	2
1.1.1. Problematización .....	3
1.1.2. Diagnóstico.....	3
1.1.3. Formulación del problema .....	4
1.1.4. Sistematización del problema .....	4
1.1.5. Justificación .....	4
1.2. Objetivos .....	6
1.2.1. General.....	6
1.2.2. Específicos.....	6
1.3. Hipótesis .....	7
1.3.1. General.....	7
1.3.2. Específicas .....	7
CAPÍTULO II .....	8
MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN .....	8
2.1. Fundamentación Teórica .....	9
2.1.1. Estudio de mercado .....	9

2.1.2. Investigación de mercado .....	9
2.1.2.1. Mercadeo y comercialización .....	10
2.1.2.2. Medio externo de la empresa y del departamento del mercado.....	10
2.1.2.3. Producto.....	11
2.1.2.4. Cliente .....	12
2.1.2.5. Comercialización .....	12
2.1.2.6. Demanda.....	12
2.1.2.7. Método de proyección.....	13
2.1.2.8. Proyección de la demanda.....	13
2.1.2.9. Oferta.....	13
2.1.2.10. Elasticidad de la oferta.....	14
2.1.2.11. Proyección de la oferta .....	14
2.1.2.12. Precio .....	14
2.1.2.13. Distribución.....	15
2.1.2.14. Canales de distribución.....	15
2.1.2.15. Comercialización .....	15
2.1.2.16. Muestra.....	16
2.1.2.17. Recopilación de Información de Fuentes Secundarias .....	16
2.1.3. Estudio Técnico .....	16
2.1.3.1. Estudio de las Materias Primas y de los Insumos .....	17
2.1.3.2. Tamaño .....	17
2.1.3.3. Localización .....	17
2.1.3.4. Ingeniería del proyecto .....	18
2.1.3.5. Procesos administrativos .....	18
2.1.3.6. Procesos operativos .....	19
2.1.3.7. Proceso de producción .....	19
2.1.3.8. Planteamiento y control de la producción.....	19
2.1.3.9. Ubicación de la Planta de Producción.....	20
2.1.3.10. Impacto ambiental.....	20
2.1.3.11. Ecología .....	21
2.1.4. Estudio financiero .....	21
2.1.4.1. Objetivos del estudio económico .....	21
2.1.4.2. Flujos de caja.....	22

2.1.4.3. Depreciación .....	22
2.1.4.4. Inversión del proyecto .....	22
2.1.4.5. Inversiones fijas .....	22
2.1.4.6. Inversiones diferidas .....	23
2.1.4.7. Capital de trabajo.....	23
2.1.4.8. Costos de producción .....	23
2.1.4.9. Gastos administrativos.....	24
2.1.4.10. Funciones del departamento financiero.....	24
2.1.4.11. Presupuestos de Ingresos y Egresos .....	24
2.1.4.12. Punto de equilibrio .....	24
2.1.4.13. Amortización.....	25
2.1.4.14. Evaluación financiera .....	25
2.1.4.15. Valor Presente neto .....	25
2.1.4.16. Razón beneficio costo .....	26
2.1.4.17. Tasa interna de retorno .....	26
2.1.4.18. Evaluación Económica Financiera .....	26
<b>2.2. Fundamentación Conceptual .....</b>	<b>27</b>
2.2.1. Producto.....	27
2.2.2. Demanda.....	27
2.2.3. Oferta .....	27
2.2.4. Precio .....	28
2.2.5. Canales de comercialización .....	28
2.2.6. Estudio técnico.....	28
2.2.7. Localización .....	29
2.2.8. Tamaño del proyecto .....	29
2.2.9. Ingeniería del proyecto .....	29
2.2.10. Estudio financiero .....	30
2.2.11. Punto de equilibrio .....	30
2.2.12. Costos Fijos .....	30
2.2.13. Costos variables .....	31
2.2.14. Gastos directos .....	31
2.2.15. Gastos Indirectos .....	31
2.2.17. Balance general.....	32

2.2.18. Sistemas de amortización .....	32
2.2.19. Valor de salvamento .....	32
2.2.19. Evaluación económica .....	33
2.2.20. Valor actual neto (VAN) .....	33
2.2.21. Tasa interna de retorno (TIR).....	33
2.2.22. Relación costo beneficio .....	33
2.2.23. Tiempo de recuperación del capital .....	34
2.3. Fundamentación Legal .....	34
<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>38</b>
<b>METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>38</b>
<b>3.1. Materiales y métodos .....</b>	<b>39</b>
3.1.1. Materiales .....	39
3.1.2. Métodos.....	39
3.1.2.1. Analítico .....	39
3.1.2.2. Deductivo .....	39
3.1.2.3. Inductivo .....	39
<b>3.2. Tipos de investigación .....</b>	<b>40</b>
3.2.1. Descriptiva .....	40
3.2.2. Bibliográfica .....	40
<b>3.3. Diseño de investigación .....</b>	<b>40</b>
3.3.1. Fuentes primarias .....	40
3.3.2. Fuentes Secundarias .....	40
<b>3.4. Población y muestra .....</b>	<b>41</b>
3.4.1. Tamaño de la muestra .....	41
3.4.2. Muestra.....	41
<b>3.5. Localización de la investigación .....</b>	<b>42</b>
<b>CAPÍTULO IV.....</b>	<b>43</b>
<b>RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>43</b>
<b>4. Tabulación de la Encuesta.....</b>	<b>44</b>
Encuesta dirigida a las personas de 15 años y más en el Cantón “El Empalme” para conocer el criterio sobre la creación de la microempresa que elabore productos derivados del plátano .....	44

Encuesta dirigida a los dueños de restaurantes del Cantón El Empalme para conocer su criterio sobre la creación de una microempresa que elabore y comercialice productos derivados del plátano.....	49
<b>4.1. Estudio de mercado .....</b>	<b>58</b>
4.1.1. Características que tendrán los productos y servicios de la empresa.....	58
4.1.2. Demanda actual de los derivados de plátano.....	58
4.1.3. Fórmula para determinar la demanda futura.....	59
4.1.4. Fórmula demanda futura .....	59
4.1.5. Oferta actual .....	59
4.1.6. Fórmula para determinar la oferta futura .....	60
4.1.7. Oferta futura .....	60
4.1.8. Demanda insatisfecha actual .....	61
4.1.9. Demanda insatisfecha futura.....	61
4.1.10. Demanda a satisfacer futura.....	61
4.1.11. Demanda a satisfacer mensual por líneas de productos.....	62
<b>4.2. Estudio técnico.....</b>	<b>63</b>
4.2.1. Definición del producto .....	63
4.2.2. Localización del proyecto.....	63
4.2.3. Macro-Localización .....	63
4.2.4. Micro-localización .....	64
4.2.5. Tamaño del proyecto .....	65
4.2.6. Disponibilidad y costos de la materia prima e insumos. ....	65
4.2.7. Maquinaria, equipos, muebles y enseres .....	65
4.2.8. Equipos de oficina .....	65
4.2.9. Equipo de computación .....	66
4.2.10. Vehículo .....	66
4.2.11. Determinación de la organización .....	66
4.2.12. Análisis administrativo.....	66
4.2.13. Área Administrativa .....	67
4.2.14. Área de producción.....	68
4.2.15. Área de ventas .....	68
4.2.16. Factibilidad técnica .....	68
<b>4.3. Estudio económico.....</b>	<b>70</b>

4.3.1. Detalle de Activos .....	70
4.3.2. Depreciación .....	72
4.3.3. Inversión de proyectos.....	72
4.3.4. Capital de trabajo.....	73
4.3.5. Financiamiento del proyecto .....	73
4.3.6. Financiamiento Bancario .....	74
4.3.7. Tabla de amortización.....	74
4.3.8. Gastos Administrativos .....	75
4.3.9. Gastos Generales .....	75
4.3.10. Gastos de Ventas .....	76
4.3.11. Costo de ventas Variables el 5% anual .....	76
4.3.12. Costo de Producción por Línea de Producto .....	77
4.3.13. Ingresos de Ventas.....	79
4.3.14. Balance General .....	79
4.3.15. Estado de Resultado .....	81
4.3.16. Flujo de Efectivo.....	81
4.4. Evaluación Financiera .....	82
4.4.1. VAN, Costo beneficio y TIR.....	82
4.4.2. Punto de Equilibrio para el Primer Año .....	83
4.4.3. Calculo del TMAR .....	84
4.5. Discusión .....	84
CAPÍTULO V.....	86
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	86
5.1. Conclusiones .....	87
5.2. Recomendaciones .....	88
CAPÍTULO VI.....	89
BIBLIOGRAFÍA .....	89
6.1. Literatura Citada .....	90
CAPÍTULO VII.....	93
ANEXOS.....	93
7.1. Anexos .....	94

## ÍNDICE DE CUADROS

	<b>Pág.</b>
1. Productos derivados plátano son nutritivos .....	44
2. Derivados del plátano .....	45
3. Ideal para acompañar comidas.....	46
4. Observar el registro sanitario .....	47
5. Presentar registro sanitario .....	48
6. Creación de una microempresa .....	49
7. Crear fuentes de empleo .....	50
8. Abastecimiento restaurante .....	51
9. Productos derivados del plátano.....	52
10. Microempresa productora de derivados del plátano. ....	53
11. Pagar por los productos.....	54
12. Conoce alguna microempresa similar .....	55
13. Ubicación de la empresa.....	56
14. Presentación de los productos.....	57
15. Demanda actual.....	58
16. Demanda futura .....	59
17. Demanda futura .....	59
18. Oferta actual .....	59
19. Fórmula oferta futura .....	60
20. Oferta futura.....	60
21. Demanda insatisfecha actual.....	61
22. Demanda insatisfecha futura .....	61
23. Demanda a satisfacer futura.....	61
24. Demanda a satisfacer mensual.....	62
25. Detalle de activos.....	70
26. Depreciación .....	72
27. Inversión de proyectos .....	72
28. Capital de trabajo.....	73
29. Financiamiento del proyecto .....	73

<b>30.</b>	Financiamiento bancario .....	74
<b>31.</b>	Tabla de amortización.....	74
<b>32.</b>	Gastos administrativos.....	75
<b>33.</b>	Gastos generales.....	75
<b>34.</b>	Gastos de ventas .....	76
<b>35.</b>	Costo de ventas variables.....	76
<b>36.</b>	Costo de producción .....	77
<b>37.</b>	Costo de producción .....	77
<b>38.</b>	Costo de producción .....	77
<b>39.</b>	Costo de producción .....	78
<b>40.</b>	Costo de producción .....	78
<b>41.</b>	Costo de producción .....	78
<b>42.</b>	Ingresos de ventas.....	79
<b>43.</b>	Balance general .....	79
<b>44.</b>	Estado de resultado .....	81
<b>45.</b>	Flujo de efectivo .....	81
<b>46.</b>	Van, costo beneficio y tir .....	82
<b>47.</b>	Punto de equilibrio .....	83
<b>48.</b>	Calculo del TMAR .....	84

## ÍNDICE DE GRÁFICO

	<b>Pág.</b>
1. Productos nutritivos .....	44
2. Derivados del plátano .....	45
3. Ideal para acompañar comidas.....	46
4. Observar el registro sanitario .....	47
5. Presentar registro sanitario .....	48
6. Creación de una microempresa .....	49
7. Crear fuentes de empleo .....	50
8. Abastecimiento restaurante .....	51
9. Productos derivados del plátano.....	52
10. Microempresa productora de derivados del plátano. ....	53
11. Pagar por los productos.....	54
12. Conoce alguna microempresa similar.....	55
13. Ubicación de la empresa.....	56
14. Presentación de los productos.....	57

## ÍNDICE DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
1. Mapa macrolocalizacional.....	64
2. Mapa microlocalizacional.....	64
3. Organigrama.....	67
4. Factibilidad técnica.....	69
5. Punto de equilibrio.....	83

## ÍNDICE DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
1. Formato de encuesta .....	94

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente trabajo está dirigido a elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora de derivados del plátano, en el Cantón El Empalme, provincia del Guayas, y la actividad principal se desarrollará en el sector agrícola y comercial, por lo tanto es fundamental la implementación del estudio de factibilidad que permita dar a conocer este nuevo producto. Básicamente el proyecto contiene un análisis de la problemática, donde se determinaron las fortalezas y las oportunidades objetivos, hipótesis, marco teórico y la metodología aplicada en su desarrollo; además se realizó un estudio de mercado que se desarrolló en el cantón a través de una encuesta aplicada a la población y que demostró una demanda potencial insatisfecha sobre el consumo de productos derivados del plátano a nivel de la población y de los restaurantes existentes. El estudio técnico identifica el proceso de producción a seguir a través de maquinaria, equipos, infraestructura, mano de obra, materias primas entre otros y el económico y financiero demostrar la viabilidad económica de la inversión. Se recalca la oportunidad de un crecimiento continuo sobre un producto financiador como valor agregado teniendo como fortaleza un excelente producto para el mercado objetivo. El proyecto tendrá entre sus principales impactos los aspectos económicos, tecnológicos, comerciales y empresariales y el objetivo principal es que el proyecto se mantenga con éxito en el corto mediano y largo plazo.

## **SUMMARY**

This work aims to develop a feasibility study for the establishment of a production microenterprise derivatives banana in the Cantón El Empalme, Guayas Province, and the main activity will take place in the agricultural and commercial sectors, therefore it is essential to implement the feasibility study that allows to present this new product. Basically the project contains an analysis of the problem, where the strengths and opportunities objectives, assumptions, theoretical marco and the methodology applied in its development were determined; plus a market study that developed in the cantón through a survey of the population and demonstrated a potential unmet demand on the consumption of products derived from banana population level and existing restaurants was performed. The technical study identifies the production process to be followed by machinery, equipment, infrastructure, labor, raw materials etc. and economic and financial demonstrate the economic viability of the investment. The opportunity for continued growth over a financier value-added product as having as strong an excellent product for the target market is emphasized. The project will have its main impact of economic, technological, commercial and business aspects and the main objective is that the project remains successful in the short medium and long term.

## DUBLIN CORE (ESQUEMA DE CODIFICACIÓN)

1	Título/Title	M	Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora de derivados del plátano, Cantón El Empalme, Año 2014.
2	Creador/Creator	M	Darwin Iván Pinargote Muñoz: Universidad Técnica Estatal de Quevedo
3	Materia/Subject	M	Ciencias Empresariales; Ingeniería en Gestión Empresarial.
4	Descripción /Decription	M	El trabajo de investigación se realizó en el Cantón El Empalme. para el logro del objetivo principal se realizó un estudio de mercado, estudio técnico y un estudio económico financiero a fin de obtener toda la información requerida y se realizó análisis que verificó la viabilidad del proyecto
5	Editor/Publisher	M	Facultad de ciencias empresariales: Carrera de Ingeniería Gestión Empresarial.
6	Colaborador/Contributor	O	Ninguno
7	Fecha/Date	M	
8	Tipo/Type	M	Tesis de Grado; Artículo
9	Formato/Format	R	Doc. Windows XP; Microsoft Word 2012

10	Identificador/Identifier	M	<a href="http://biblioteca.uteq.edu.ec">http://biblioteca.uteq.edu.ec</a>
11	Fuente/Source	O	Investigación empresarial Creación de Microempresa
12	Lenguaje/Language	M	Español
13	Relación/Relation	O	Ninguno
14	Cobertura/Coverage	O	Localización :Ámbito empresarial
15	Derechos/Rights	M	Ninguno
16	Audiencias /Audience	O	Proyecto de investigación

**CAPÍTULO I**  
**MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN**

## **1.1. Introducción**

El Empalme es un cantón netamente comercial e industrial, ocupa un lugar importante dentro de los cantones de la Provincia del Guayas prueba de ello está en el desarrollo empresarial comercial y agroindustrial, cuenta con una extensa zona productiva lo que ha permitido que mantenga un crecimiento por lo que se considera importante emprender en este negocio.

El presente proyecto tiene la finalidad explotar el sector productivo de uno de los productos de mayor producción en la zona del Cantón El Empalme, como lo es el plátano, el cual mantiene un alto nivel de consumo en esta localidad por ser un producto rico en proteínas apto para niños y adultos, es por ello, que se consideró el elaborar productos derivados del plátano con materia prima.

El capítulo uno se determina la contextualización, donde se analiza a través de un diagnóstico, la situación actual de la problemática, se plantean los objetivos, se formulan la hipótesis general y las específicas, se justifica la investigación.

En el capítulo dos, se plantea el marco teórico, a través de la fundamentación teórica, conceptual y legal, se detalla los aspectos más relevantes de acuerdo a los objetivos planteados y que aportan variables para el desarrollo de la investigación.

El capítulo tres identifica los métodos, las técnicas y los tipos de investigación, además se identifican las fuentes de información y se determina la población y la respectiva muestra.

En el capítulo cuatro, se detallan los resultados obtenidos a través de un estudio de mercado, donde se analiza la demanda insatisfecha del producto que se pretende, la oferta existente, los precios y los respectivos canales de

comercialización,; Un estudio técnico, donde se identifica el proceso productivo de la microempresa a través de la localización óptima de la planta, el tamaño óptimo, la selección de equipos y maquinarias, insumos, materias primas, mano de obra, entre otros.; seguidamente se analiza el estudio económico a través del cual se determinan los ingresos, egresos ,financiamiento, adquisición de activos, capital de trabajo, estado de resultados que permite indicar la factibilidad económica de la inversión, finalmente se realiza la evaluación financiera la que demuestra la rentabilidad del proyecto mediante la utilización de los indicadores financieros como el VAN y la TIR. Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones pertinentes.

La microempresa facilitará satisfacer la demanda potencial insatisfecha existente en el entorno de una manera fácil y con una buena presentación, ya que el consumo de estos productos es muy importante porque favorece en mantener una buena salud, por este motivo se presenta esta nueva opción de producción y distribución, para mejorar la calidad de vida.

#### **1.1.1. Problematización**

#### **1.1.2. Diagnóstico**

El Cantón El Empalme sobresale como una región que presenta condiciones favorables para la producción agrícola, lo que la ha convertido en una zona productora de plátano sin embargo este potencial no ha sido aprovechado por cuanto el agricultor sabe lo que produce, por cuanto no produce el valor agregado que se le puede dar a través de diferentes tipos que se derivan del producto, lo que genera desperdicio disminuyendo los ingresos para los agricultores, condiciones que no han permitido lograr mejores niveles de rentabilidad.

Además, es importante mencionar que en la ciudad existen locales dedicados a la preparación de toda clase de comidas, por lo que se considera importante ofrecer esta variedad de productos en restaurantes, y cevicherías existentes en buen número en esta localidad y cantones aledaños.

### **1.1.3. Formulación del problema**

¿De qué modo influye la elaboración de un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa productora de derivados del plátano para el sector de negocios de comida en el Cantón El Empalme?

### **1.1.4. Sistematización del problema**

¿Permite el estudio de mercado establecer la oferta, demanda insatisfecha, precios y comercialización del producto?

¿Cómo el estudio técnico identifica el proceso operativo de la microempresa?

¿De qué manera se identificarán los recursos que serán necesarios para una adecuada planificación y gestión operativa del negocio?

¿Cómo la viabilidad financiera del proyecto permitirá poner en marcha la microempresa productora de derivados del plátano?

### **1.1.5. Justificación**

En la investigación realizada se presenta el planteamiento del problema sobre la situación actual en el Cantón El Empalme, los consumidores tienen por costumbre consumir alimentos sin tomar en cuenta el componente nutricional de los mismos. Es por ello que la presente investigación tiene como finalidad incidir en la tradicional forma de consumo, ofreciendo un producto de alto contenido nutricional y fácil acceso a la adquisición de la materia prima, la

misma que existe en el entorno de gran calidad y disponible durante todo el año.

El Empalme es un sector netamente agrícola y comercial, en el cual se puede apreciar una serie de negocios de diferentes actividades empresariales o micro-empresariales, por ello, se tomó la iniciativa para estudiar las diferentes características que presenta, encontrándonos que el mercado de comidas no cuenta con una microempresa dedicada a la elaboración de los derivados del plátanos para abastecer al sector con la gran variedad de productos que nos brinda como valor agregado el plátano o verde como se lo conoce comúnmente.

La creación de esta microempresa beneficia en gran medida a esta zona ya que permite mejorar el nivel de vida de los agricultores, el nivel nutricional de la población y explotar un mercado que está potencialmente insatisfecho.

En la zona existen las materias primas que la microempresa requiere para la producción de productos derivados del plátano y por su ubicación, los costos disminuyen, adquiriéndose a un precio conveniente .El proyecto se justifica por la necesidad de creación de microempresas de producción de este tipo en una zona netamente agrícola y comercial contribuyendo al progreso socioeconómico de la zona.

## **1.2. Objetivos**

### **1.2.1. General**

Determinar la factibilidad para la creación e implementación de una microempresa productora de derivados del plátano dirigido al sector de restaurantes en el Cantón El Empalme.

### **1.2.2. Específicos**

Identificar la oferta, demanda insatisfecha, precios y comercialización del producto.

Establecer un estudio técnico de la microempresa para evidenciar la localización, tamaño óptimo y análisis administrativo.

Identificar los recursos económicos que serán necesarios para la adecuada planificación y gestión operativa de la microempresa .

Determinar la viabilidad financiera del proyecto para la puesta en marcha de la microempresa de derivados del plátano.

## **1.3. Hipótesis**

### **1.3.1. General**

El Estudio de Factibilidad demostrará que el proyecto es viable técnica, económica y financieramente.

### **1.3.2. Específicas**

El estudio de mercado permitirá establecer la oferta, demanda insatisfecha, precios y comercialización del producto.

El estudio económico identificará los recursos que serán necesarios para la adecuada planificación y gestión operativa del proyecto.

**CAPÍTULO II**  
**MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN**

## 2.1. Fundamentación Teórica

### 2.1.1. Estudio de mercado

Se entiende como mercado: el área en la cual convergen las fuerzas de la demanda y la oferta para establecer un precio único, y comercialización: lo relativo al movimiento de bienes entre productores y usuarios.

La esencia del estudio de mercado es saber que vamos a producir, cómo lo vamos a producir y cuánto vamos a producir, es decir, de qué diferentes formas vamos a satisfacer la demanda del proyecto.

El mercado de un proyecto está constituido por el mercado proveedor, el mercado competidor, el mercado distribuidor y el mercado consumidor.

Dentro de los aspectos que debe ser estudiados en esta parte de la formulación se encuentra: generalidades, objetivos y metodologías de análisis del producto y/o servicio, área de influencia, comportamiento y proyección de la materia prima, comercialización del proyecto, comercialización de la competencia, comportamiento histórico y proyectado de la oferta y la demanda, segmentación del mercado, estrategias de penetración en el mercado, formas e promoción y publicidad, presentación del produservicio, normas vigentes con respecto al producto. **(Prieto J. , Proyecto enfoque gerencial, 2012, pág. 78).**

### 2.1.2. Investigación de mercado

Según **(Morales, 2009)** Permite conocer con cierta precisión si los productos o servicios que la empresa desea generar serán aceptados por el mercado. Si el estudio determina que es preciso hacer modificaciones a los productos o servicios, la organización deberá valorar la conveniencia de hacerlos para

disminuir el riesgo de que posteriormente sean rechazados por los consumidores.

#### **2.1.2.1. Mercadeo y comercialización**

El objetivo de este componente es estimar la cuantía de los bienes y/o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad o los clientes estarían dispuestos a adquirir a determinados precios.

Se entiende como mercado: el área en la cual convergen las fuerzas de la demanda y la oferta para establecer un precio único, y comercialización: lo relativo al movimiento de bienes entre productores y usuarios.

La esencia del estudio de mercado es saber qué vamos a producir, cómo lo vamos a producir y cuánto vamos a producir, es decir, de que diferentes formas vamos a satisfacer la demanda del proyecto.

El mercado de un proyecto está constituido por el mercado proveedor, el mercado competidor, el mercado distribuidor y el mercado consumidor.

Dentro de los aspectos que deben ser estudiados en esta parte de la formulación se encuentra: generalidades, objetivos y metodologías de análisis del producto y/o servicios, área de influencia, comportamiento y proyección de la materia prima, comercialización del proyecto, comercialización de la competencia, comportamiento histórico y proyectado de la oferta y la demanda, segmentación del mercado, estrategias de penetración en el mercado, formas de promoción y publicidad, presentación del produservicio, normas vigentes con respecto al producto. **(Prieto E. , 2010, pág. 64).**

#### **2.1.2.2. Medio externo de la empresa y del departamento del mercado**

Existe una serie de elementos externos a la organización que inciden directamente en las operaciones de la empresa y del mercado de sus

productos, aunque la compañía no tiene poder ni capacidad para modificarlos, sí debe tenerlos en cuenta en la planeación y operaciones de mercadeo para obtener el mayor beneficios de ellos cuando le son favorables o disminuir su efecto negativo, cuando no lo son; estos factores son: la situación económica internacional del país y de las regiones en donde se mercadean sus productos; los cambios sociales, la distribución de la riqueza y la capacidad de distribución de sus habitantes; los cambios tecnológicos; las políticas y acuerdos macroeconómicos; la competencia; las devaluaciones o revaluaciones de la moneda; los cambios en los gustos de los consumidores; la globalización; los bloques económicos; la tasa de interés; las medidas gubernamentales y los acuerdos empresariales o gubernamentales; la inflación; la recesión; la tasa de desempleo y subempleo; el superávit o déficit fiscal; de la balanza comercial o de la balanza de pagos; los nuevos impuestos, la situación de orden público y los problemas sociales. **(Berghe, 2010).**

### **2.1.2.3. Producto**

El producto es una variable estratégica que va a determinar el resto de las políticas de marketing de la empresa, ya que en base a éste se va a fijar un precio, unos canales de distribución, una estrategia comercial para impulsar su venta, etc.

Un producto es un bien, servicio o idea consistente en un conjunto de atributos, tanto tangibles como intangibles, que el consumidor cree que posee un determinado bien para satisfacer sus necesidades **(Lucio, Técnicas de Marketing, Identificar, Conquistar y fidelizar Clientes, 2010, pág. 48).**

Un producto es una suma de características o atributos físicos. En este enfoque se considera el marketing como una función subordinada de la producción, limitado a las actividades de venta. **(Rivera, 2012).**

#### **2.1.2.4. Cliente**

El cliente es la figura más importante porque configura el mercado de la empresa.

La tarea del responsable de marketing es conocer a los clientes, cuantificarlos y saber cómo se comportan **(Lucio, 2010)**.

#### **2.1.2.5. Comercialización**

La distribución es el instrumento de marketing que relaciona la producción con el consumo; es decir, el instrumento que transfiere los productos/servicios desde el fabricante al consumidor o cliente final. Su misión es poner el producto a disposición del consumidor final o comprador industrial, con los servicios requeridos, en la cantidad, lugar y momento en que lo demande. **(Lucio, 2010)**.

La importancia del estudio de comercialización variará dependiendo del producto de que trate, si es de consumo final, intermedio o de capital; o si se trata de productos agrícolas, industriales, mineros. **(Florez, 2012)**.

#### **2.1.2.6. Demanda**

Antes de hacer una estimación de ventas es necesario delimitar las características del negocio en el cual se realiza la estimación. Así mismo es necesario identificar los competidores directos e indirectos así como los productos sustitutos, que pueden interferir en la compra de nuestra oferta. Igualmente, se deben analizar las variables de mercado que influyen en el negocio, en la firma y en los competidores para evaluar las oportunidades y amenazas que pueden condicionar la fijación de los objetivos de ventas.

Para poder analizar todas estas variables se usa el concepto de estructura de demanda, el cual se concibe como un proceso formado por varias etapas en donde la parte final es el pronóstico o estimación de ventas. **(Rivera, 2012)**.

### **2.1.2.7. Método de proyección**

Una manera de clasificar las técnicas de proyección consiste en hacerlo en función de su carácter, esto es, aplicando métodos de carácter cualitativo, modelos causales y modelos de series de tiempo **(Sapag Nassir, 2008)**.

### **2.1.2.8. Proyección de la demanda**

Uno de los objetivos últimos del estudio es lograr una estimación de la demanda. Esta proyección permite construir el flujo de fondos durante la vida del proyecto así como estimar el tamaño óptimo. El esfuerzo dedicado al análisis y proyección de la demanda tiene relación directa con el tipo de proyecto, el tamaño, el tipo de producto y la estructura del mercado que se piensa ocupar.

Si el producto es no diferenciado y el mercado es competitivo, el análisis de la demanda pierde importancia y lo gana el análisis de precios y la ventaja de costos del proyecto. Si, en cambio, el mercado es Monopsónicos, el análisis debe centrarse en el comportamiento del Monopsónista y su estrategia de compra y de precios **(Córdoba, 2013)**.

### **2.1.2.9. Oferta**

El termino oferta se aplica tanto a la curva como a la tabla de oferta. Lo mismo ocurre en la demanda. La conjunción de ambas curvas determina el precio de equilibrio y la cantidad de equilibrio. De esta manera, el punto de conjunción o punto de equilibrio es aquel en el que, a un precio determinado, se igualan las cantidades ofrecidas y demandadas.

Al igual que en la demanda, existen algunos factores que pueden producir cambios en la oferta, a saber, el valor de los bienes relacionados o sustitutos. **(Sapag Nassir, 2008)**.

### 2.1.2.10. Elasticidad de la oferta

“La elasticidad de la oferta es la medida o cambio porcentual que muestra la cantidad ofrecida cuando ocurre una variación de precios. Los tipos de la elasticidad en la oferta son:

**Perfectamente inelásticas.** Aun cuando el precio varié, la cantidad ofrecida permanece constante.

**Perfectamente elástica.** Es cuando el precio es fijo y la cantidad ofrecida crece de manera indefinida.

**Elasticidad unitaria.** Esta situación se presenta cuando ante un cambio de precio se produce el mismo cambio porcentual en la cantidad ofrecida. También se dice que tiene una pendiente de uno en la recta de la asociación de las variables precio-oferta.” **(Morales, Proyectos de Inversión, 2009, pág. 69).**

### 2.1.2.11. Proyección de la oferta

Para realizar la proyección de la oferta se puede usar el método de regresión simple explicado en este capítulo. Por lo general, la oferta no depende de un solo factor. Por ello, cuando se desea elaborar un pronóstico, en su estimación se deben incluir todos los elementos que la determinan. **(Morales, 2009).**

### 2.1.2.12. Precio

Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o un servicio, cuando la oferta o la demanda están en equilibrio. Es indispensable conocer el precio del producto en el mercado, no por el simple hecho de saberlo, sino porque será la base para calcular los ingresos probables en varios años. Por tanto el precio que se proyecte no será el que se use en el estado de resultado ya que esto

implicaría que la empresa vendiera directamente al público o consumidor final **(Baca G. , 2010)**.

Siempre que se suceda un cambio de los derechos de propiedad o siempre que se suministre un servicio, habrá un precio; en cada caso las empresas fijarán precios para sus bienes teniendo en cuenta ciertas consideraciones en torno a los costos, a la demanda y al mercado, y dentro del marco de lo político como las conveniencias tanto de tipo económico como social **(Miranda, Gestión de proyectos, 2012)**

#### **2.1.2.13. Distribución**

El objeto de la distribución es hacer pasar los productos acabados del estado de producción al estado de consumo. **(Lucio, 2010)**.

Las decisiones sobre el canal de distribución o comercialización se encuentran entre las más importantes que debe tomar la administración, pues afectan de manera directa todas las demás decisiones de mercadotecnia. **(Cordoba, 2013, pág. 78)**.

#### **2.1.2.14. Canales de distribución**

Los distribuidores son aquellas personas u organizaciones que, actuando como intermediarios, facilitan el flujo de bienes y servicios desde los productores o fabricantes a los consumidores finales.

Los canales de distribución sirven para acercar el producto desde el fabricante hasta el consumidor final. **(Lucio, 2010)**.

#### **2.1.2.15. Comercialización**

La importancia del estudio de comercialización se hace referencia a todo el proceso que comienza en la producción de bien o servicios hasta que llega al

usuario consumidor final, recorriendo todos los pasos intermedios que tienen relación con: la presentación, el almacenamiento, el transporte, el servicio de crédito, la asistencia técnica, los mecanismos de promoción y publicidad y obviamente, los canales de comercialización. **(Miranda, Gestion de proyecto, 2012, pág. 134).**

#### **2.1.2.16. Muestra**

Una población es la suma de todos los elementos que comparten algún conjunto común de características y que constituyen el universo para los propósitos del problema de la investigación de mercados.

Después se utilizan las características de la muestra, llamadas estadísticos, para hacer inferencias sobre los parámetros de la población. **(Malhotra, 2008).**

#### **2.1.2.17. Recopilación de Información de Fuentes Secundarias**

“Se conoce como fuentes secundarias aquellas que contienen información y cualquier otro dato incluido en el banco de datos de alguna empresa o institución.” **(Morales, Proyectos de Inversión, 2009, pág. 51).**

#### **2.1.3. Estudio Técnico**

Tiene como objetivo exponer las bases principales de origen técnico que proveen al preparador del proyecto tanto la información económica como una propuesta de recopilación y sistematización de la información relevante de las inversiones y los costos que puedan extraerse del estudio técnico. **(Sapag Nassir, 2008).**

Así mismo, debe tener un acceso expedito y barato a todos los elementos que influyen en los procesos de fabricación y venta de los productos y/o servicios

que contempla el proyecto de inversión, tales como vías de comunicación (terrestre, fluviales, aéreas), energía eléctrica, seguridad, instituciones de salud y educativas para los empleados, drenaje, etc.” **(Morales, Proyectos de Inversión, 2009, pág. 84).**

#### **2.1.3.1. Estudio de las Materias Primas y de los Insumos**

Una parte fundamental del proceso de producción es el conocimiento de las especificaciones que deben satisfacer los productos. Como consecuencia, es necesario precisar las características de las materias primas que se integraran a ellos, e incluso, se deben detallar los insumos adicionales que se usaran durante el proceso de producción. Según la calidad de las materias primas será la calidad de los productos, es decir, si estos cubren las especificaciones para las que fueron creados. **(Morales, Proyectos de Inversión, 2009, pág. 85).**

#### **2.1.3.2. Tamaño**

La determinación del tamaño debe basarse en dos consideraciones que confieren un carácter cambiante a la optimización del proyecto: la relación precio-volumen, por el efecto de la elasticidad de la demanda, y la relación costo-volumen, por las economías y economías de escala que pueden lograrse en el proceso productivo.

La evaluación que se realice de estas variables tiene por objeto estimar los costos y beneficios de las diferentes alternativas posibles de implementar y determinar el valor actual neto de cada tamaño opcional para identificar aquel en que éste se maximiza. **(Sapag Nassir, 2008).**

#### **2.1.3.3. Localización**

Al estudiar la localización del proyecto se puede concluir que hay más de una solución factible adecuada.

La localización puede tener un efecto acondicionador sobre la tecnología utilizada en el proyecto, tanto por las restricciones físicas que importa como por la variabilidad de los costos de operación y capital de las distintas alternativas tecnológicas asociadas con cada ubicación posible.

El análisis de la ubicación del proyecto puede realizarse con distintos grados de profundidad, que dependen del carácter de factibilidad, pre factibilidad o perfil del estudio. Independientemente de ello, es necesario realizar dos etapas: la selección de una macro localización y, dentro de ésta, la de micro localización definitiva. **(Sapag Nassir, 2008).**

#### **2.1.3.4. Ingeniería del proyecto**

La ingeniería del proyecto se refiere a aquella parte del estudio técnico, que se relaciona con su fase de producción; que permita optimizar los recursos disponibles para la fabricación del producto o la prestación del servicio **(Prieto J. , Proyecto enfoque gerencial, 2012).**

Para ello deberán analizarse las distintas y condiciones en que se pueden combinar los factores productivos, identificando, a través de la cuantificación y proyección en el tiempo de los montos de inversiones de capital, los costos y los ingresos de operación asociados con cada una de las alternativas de producción. **(Sapag Nassir, 2008).**

#### **2.1.3.5. Procesos administrativos**

En la etapa de previsión se elabora un diagnóstico del medio ambiente donde operará la organización para identificar los factores que limitan y permiten el desarrollo de la empresa; el objetivo es establecer los planes a manera en que las organizaciones deben operar en los diversos escenarios que probablemente se presentaran durante el desarrollo de sus actividades **(Morales, Proyectos de Inversión, 2009).**

#### **2.1.3.6. Procesos operativos**

El proceso operativo se define como una serie de elementos como: tecnología, recurso humano, sistemas y procedimiento de operación, el proceso que se seleccione afectará en forma directa a la rentabilidad del proyecto, por ello deberá elegirse aquella que optimice los resultados. **(Córdoba, 2013).**

#### **2.1.3.7. Proceso de producción**

Es un proceso en el cual un conjunto de factores como trabajo, capital, insumos, métodos, etc., son integrados y coordinados técnicamente para generar productos o servicios según el objetivo del proyecto. **(Prieto J. , Proyecto enfoque gerencial, 2012).**

En el momento de elegir la tecnología que se empleara, hay que tener en cuenta los resultados de la investigación de mercado, puesto que esto dictará las normas de calidad y la cantidad que se requieren, factores que influyen la decisión. **(Baca U. G., 2010, pág. 89).**

#### **2.1.3.8. Planteamiento y control de la producción**

Para realizar una apropiada planeación de la producción, la organización debe tener en cuenta el medio ambiente competitivo, sus objetivos planes estratégicos y la tendencia en la tecnología y en el gusto de los consumidores, siempre teniendo en cuenta la situación macro económica, regional, nacional e internacional, actual y proyectada.

La planeación de la producción debe realizarse para tres periodos de tiempo, así; planeación a largo plazo de cuatro a cinco años, determina que bienes producir y cuanto fabricar. Planeación a mediano plazo; de dos a tres años,

se debe determinar el flujo de producción, donde y como obtener los recursos necesarios para su normal operación, así como las necesidades laborales.

Planeación a corto plazo, a un año analizando e implementando los procesos y sistemas de producción de la planta; convierte las metas en planes específicos de producción. Siempre se debe planear a largo plazo, pero teniendo en cuenta las metas y objetivos intermedios de corto y mediano plazo.

La decisión de qué tipo de maquinaria y tecnología utilizar no debe ser una decisión a corto plazo, sino a mediano, acorde con las perspectivas, objetivos y metas de la empresa; en esta decisión deben participar la gerencia, el departamento de finanzas y el de producción, con el fin de determinar lo que más convenga a la empresa según su situación financiera actual. Se debe realizar un análisis de costo-beneficio entre todas las posibles máquinas a adquirir, con el fin de determinar la opción más rentable para la empresa. **(Berghe, 2010).**

#### **2.1.3.9. Ubicación de la Planta de Producción**

La selección del sitio adecuado es una decisión crítica, debe ser realizada por un comité integrado por el gerente general y sus directivos; la primera decisión es si la planta debe ser propia o arrendada; una buena localización afecta el crecimiento de la empresa; debe ubicarse en una área de rápido crecimiento industrial y comercial, con facilidades de acceso y con servicios públicos; debe estar cerca de los proveedores, de los centros de consumo, y en un área de gran crecimiento poblacional. Para cualquier clase de empresa se deben analizar las políticas gubernamentales sobre impuestos, subsidios, leyes, y medidas sobre el medio ambiente. **(Berghe, 2010).**

#### **2.1.3.10. Impacto ambiental**

Si en la ejecución del proyecto se destruyen indiscriminadamente recursos naturales, los resultados de largo plazo los podrá llevar al agotamiento de los mismos.

Estos estudios ambientales son definidos por las leyes medioambientales nacionales, siendo de obligatorio cumplimiento por las partes involucradas en la puesta en marcha del proyecto, los cuales deberán cumplir con los requerimientos establecidos en la legislación.

La política global y sectorial del Estado, brinda instrumentos para exigir a las empresas incluir los costos ambientales, establecer un precio por el uso del medio ambiente y lograr una óptima asignación de los recursos. **(Florez, 2012).**

#### **2.1.3.11. Ecología**

Es una ciencia que pertenece al ámbito de la biología se ocupa del estudio de los sistemas naturales por lo cual comprende el estudio de las interrelaciones entre los organismos y su ambiente. Se ocupa de casi todos los niveles de organización de la vida sobre la Tierra. **(Morales, Proyectos de Inversión, 2009).**

#### **2.1.4. Estudio financiero**

En el estudio financiero se especifican las necesidades a invertir, con detalle de las cantidades y fechas para los diversos ítems señalados, su forma de financiación y las estimaciones de ingresos y egresos para el periodo de vida útil de proyecto. El estudio financiero permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generara y la manera como se financiará. **(Cordoba, 2013).**

##### **2.1.4.1. Objetivos del estudio económico**

El objetivo del estudio económico consiste en procesar la información de carácter financiero que se determinó en el estudio técnico y de mercado,

considerando entre otros costos para adquisición de maquinarias, equipos, infraestructura, materia prima etc. **(Baca U. G., 2010, pág. 35).**

#### **2.1.4.2. Flujos de caja**

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que se determinen en ella.

El flujo de caja de cualquier proyecto se comprende de cuatro elementos básicos: a) los egresos iniciales de fondos, b) los ingresos y egresos de operación, c) el momento en que ocurren estos ingresos, y d) el valor de desecho o salvamento del proyecto. **(Sapag N. , 2008).**

Su estructura se inicia cuando se constituye la sociedad y se aportan los recursos, ya sean en efectivo fijo, o en otra modalidad definida para los socios. **(Florez, 2012).**

#### **2.1.4.3. Depreciación**

Este concepto queda registrado en los estados financieros como un valor que disminuye el monto de los activos fijos, sin embargo, su contabilización es llevado como un gasto, disminuyendo las utilidades del periodo en que se causan. **(Florez, 2012, pág. 209).**

#### **2.1.4.4. Inversión del proyecto**

Comprende la inversión inicial constituida por todas los activos fijos, tangibles e intangibles necesario para operar y el capital de trabajo. **(Cordoba, 2013).**

#### **2.1.4.5. Inversiones fijas**

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles o diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de

la empresa con excepción del capital de trabajo. Se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo, a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinarias, equipos, mobiliario, vehículo de transporte, herramientas y otros. **(Baca G. , 2010).**

#### **2.1.4.6. Inversiones diferidas**

Las inversiones diferidas se basan en estudios técnicos y jurídicos: estos estudios previos pueden ser de carácter técnico o jurídico. Se trata de estudios de sueldos, selección de procesos, asesorías tributarias y de sociedades, titulaciones, conceptos jurídicos sobre la pertinencia del uso del sueldo, estudios geológicos y de sueldos, etc. Que tengan efectos directos sobre el proyecto en cuestión y se realizan después de haber tomado la decisión de emprender el proyecto. Es obvio, que en caso de que por alguna circunstancia el proyecto no se realice, estos tomarán el carácter de no recuperables o hundidos. **(Miranda, Gestion de proyecto, 2012).**

#### **2.1.4.7. Capital de trabajo**

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados. **(Sapag Nassir, 2008).**

#### **2.1.4.8. Costos de producción**

El proceso de costeo en producción es una actividad de ingeniería, más que de contabilidad, si se determina que el proceso productivo requiere de 25 obreros y sucede que cuando arranca la planta se observa que son insuficientes y que aún faltan tres de los trabajadores más, la responsabilidad no será de contabilidad, que se concretó a anotar el salario de los trabajadores que se le solicitaron. **(Baca U. G., 2010).**

#### **2.1.4.9. Gastos administrativos**

Todos los relacionados con el área administrativa como sueldos y prestaciones, depreciaciones sobre activo fijos, amortización de diferidos, seguros; impuestos de catastro y otros como papelería y útiles de oficina, comunicaciones, transporte, viáticos, investigaciones y desarrollo, etc. **(Florez, 2012, pág. 216).**

#### **2.1.4.10. Funciones del departamento financiero**

La función del departamento financiero es lograr unos estados de resultados a tiempo y confiables siendo los entandares nacionales delimitados en el código de comercio y los principios de contabilidad generalmente aceptados. La función financiera es un proceso que comprende la recopilación, realización, interpretación, comparación y análisis de los estados financieros y las cifras operacionales y financieras de la organización, para suministrar información de las operaciones de la empresa que sirva para facilitar la toma de daciones y la proyección de la compañía. **(Berghe, 2010).**

#### **2.1.4.11. Presupuestos de Ingresos y Egresos**

Presenta el análisis descriptivo de los ingresos y gastos presupuestados en el tiempo, de tal forma que facilite el establecimiento del flujo de caja proyectándolos durante la vida útil del proyecto. En la elaboración de los presupuestos se tiene en cuenta la información recolectada en los estudios de mercado. **(Cordoba, 2013).**

#### **2.1.4.12. Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio es el punto en el que se consigue un nivel de ventas que cubre todos los costes y que a partir de este punto la empresa empieza a tener beneficios.

Por lo tanto, en cualquier Plan de Marketing tiene que elaborarse un análisis del punto de equilibrio, ya que es el que determinara si las acciones de marketing han sido beneficiosas o no. Es importante destacar que el punto de equilibrio no determina el éxito o un fracaso del Plan de Marketing, ya que esto se determina con el cumplimiento o no de los objetivos fijados, que no necesariamente implican un incremento del volumen de ventas. **(Marin, Como hacer un Plan de Marketing, 2012, pág. 30).**

#### **2.1.4.13. Amortización**

El término amortización del préstamo se refiere a la determinación de los pagos iguales y periódicos del préstamo. Estos pagos proporcionan a un prestamista un rendimiento de intereses específico y reembolsan el principal del préstamo en un periodo determinado. El proceso de la amortización del préstamo implica calcular los pagos futuros, durante el plazo del préstamo, cuyo valor presente a la tasa de interés del préstamo equivale al monto del principal inicial prestado. **(Gitman, 2010).**

#### **2.1.4.14. Evaluación financiera**

Define, desde el punto de vista de un inversionista si los ingresos que recibe son superiores a los dineros que aporta. Se basa en la suma de dinero que el inversionista recibe, entrega o deja recibir y emplea precios del mercado o precios financieros para estimar las inversiones: los costos de operación y financiación y los ingresos que genera el proyecto. **(Velez, 2013).**

#### **2.1.4.15. Valor Presente neto**

El VPN es un indicador que compara los ingresos con los egresos en una misma fecha. **(Meza, 2010).**

**(Prieto E. , 2010)** V.P.N. es menor que 0: indica que el dinero invertido en el proyecto rinde menos que el interés usado en el cálculo del valor presente y menos que la tasa de interés de oportunidad. No es conveniente hacerlo.

V.P.N. es igual a 0: indica que el dinero invertido en el proyecto rinde exactamente igual al interés usado en el cálculo del valor presente e igual a la tasa de interés de oportunidad. Es indiferente hacerlo.

V.P.N. es mayor que 0: Indica que el dinero invertido en el proyecto tiene un rendimiento mayor al interés utilizando en el cálculo del valor presente y mayor que la tasa de interés de oportunidad. Es conveniente hacerlo.

#### **2.1.4.16. Razón beneficio costo**

Se utiliza especialmente en proyectos relacionados con el sector público y que reciben financiación y organismos multilateral ya sean bancarios o de cooperación internacional entre países y su cálculo está basado en el concepto de valor presente neto. **(Prieto E. , 2010).**

#### **2.1.4.17. Tasa interna de retorno**

El procedimiento consiste en calcular un V.P.N. con una tasa de interés (TI) a gusto y si éste es mayor que cero (0), repetir los cálculos usando una TI inferior hasta cuando encontremos una tasa de interés para la cual el V.P.N. sea menor que (0). **(Prieto J. , 2009).**

Es la tasa de descuento por la cual el valor presente neto es igual a cero. Es la tasa que iguala a la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. **(Baca G. , 2010).**

#### **2.1.4.18. Evaluación Económica Financiera**

Es aquella que permite determinar si el proyecto es capaz de generar un flujo de recursos positivos para hacer frente a todas las obligaciones del proyecto

y alcanzar una cierta tasa de rentabilidad esperada. **(Morales, Proyectos de Inversión, 2009, pág. 372)**

## **2.2. Fundamentación Conceptual**

### **2.2.1. Producto**

El producto es una variable estratégica que va a determinar el resto de las políticas de marketing de la empresa, ya en base a éste se va a fijar un precio, unos canales de distribución, una estrategia comercial para impulsar su venta. **(Lucio, Técnicas de Marketing, Identificar, Conquistar y fidelizar Clientes, 2010).**

### **2.2.2. Demanda**

**(Morales, Proyectos de Inversión, 2009)** La demanda es la cantidad de un bien que los compradores desean adquirir a cada precio concebible. Así la demanda no es una cantidad específica, como los productos, sino una descripción detallada de la cantidad de producto que el comprador adquirirá a todos y cada uno de los precios que se podrían aplicar.

La demanda es una solicitud, súplica o pedido. Aquel que demanda solicita que se le entregue algo. **(Rivera, 2012)**

### **2.2.3. Oferta**

Oferta es la relación que existe entre el precio de un bien y las cantidades que un empresario desearía ofrecer de ese bien por unidad de tiempo. La oferta global es la sumatoria para cada precio de las cantidades que todos los productores de ese mercado desean ofrecer. **(Florez, 2012).**

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado. **(Baca, 2010)**

#### **2.2.4. Precio**

Al precio se lo define como la manifestación en valor de cambio de un bien expresado en términos monetarios, o como la cantidad de dinero que es necesario entregar para adquirir un bien. **(Córdoba, 2013).**

Precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o un servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio. **(Baca G. , 2010).**

#### **2.2.5. Canales de comercialización**

Conocer los canales de comercialización permite determinar el costo agregado al producto por efecto de su distribución. En ocasiones se descubre que los márgenes de intermediación son exagerados con respecto al costo del producto. **(Miranda, Gestion de proyecto, 2012, pág. 134).**

Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar **(Baca G. , 2010).**

#### **2.2.6. Estudio técnico**

Según **(Morales, Proyectos de Inversión, 2009)** El estudio técnico es aquel que demuestra la determinación del tamaño óptimo de la planta, la localización e ingeniería del proyecto, también el análisis administrativo y legal.

### **2.2.7. Localización**

El objetivo general es llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta. **(Baca G. , 2010).**

La selección de la localización del proyecto se define en dos ámbitos: el de la macro localización, donde se elige la región o zona; y la micro localización, que determina el lugar específico donde se instalará el proyecto. **(Sapag Nassir, 2008).**

### **2.2.8. Tamaño del proyecto**

Desde el punto de vista de un proyecto de inversión privada la determinación de su tamaño está ligada con aspectos tales como las predicciones sobre las tendencias, la estacionalidad de las ventas y la demanda relativa de cada producto, lo que lleva a tener en cuenta el ritmo de producción. **(Meza, 2010).**

Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo del tipo de proyecto que se está formulando. **(Cordoba, 2013).**

### **2.2.9. Ingeniería del proyecto**

Un plan de ingeniería debe contener como mínimo: definición clara de objetivos, capacidad, tecnología y forma de ejecución; identificación de los servicios de ingeniería para todas las áreas del proyecto; determinación de la magnitud de los trabajos y sus rendimientos esperados; cuantificación del conocimiento nuevo en el medio; formulación de los sistemas de control y seguimiento del avance de los trabajos. **(Prieto J. , 2012).**

### **2.2.10. Estudio financiero**

Permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generará y la manera como se financiará. **(Cordoba, 2013).**

Ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionan el estudio técnico y de mercado y elabora los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica. **(Baca U. G., 2010).**

### **2.2.11. Punto de equilibrio**

Puede definirse como aquel volumen de ventas que proporciona a la empresa un margen de contribución igual a los costes fijos. A partir de este punto, el incremento de las ventas origina un beneficio, mientras que por debajo de ese punto la empresa ocasiona pérdidas. **(Lucio, Técnicas de Marketing, Identificar, Conquistar y fidelizar Clientes, 2010).**

Nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y los variables. **(Baca U. G., 2010)**

### **2.2.12. Costos Fijos**

Según **(Garcia, 2011, pág. 109)** “Son los que no varían para un determinado nivel de actividad, y comprenden todos los precios pagados por los bienes y servicio adquiridos y que su pago es obligado e independiente del volumen de producción.”

Son aquellos que no varían con los cambio en los niveles de producción. Son costos y gastos que se consideran necesarios para apoyar la estructura del negocio. **(Meza, Evaluacion Financiera de Proyecto, 2010).**

### **2.2.13. Costos variables**

Manifiesta (**García, 2011, pág. 109**) “Son los que varían en razón del volumen de producción. Son directamente proporcionales a los costos fijos y dependen totalmente de la producción que se realice.”

Son aquellos que guardan una relación directa con las unidades producidas o vendidas. Son costos de actividad porque se acumulan como resultados de la producción, actividad o trabajo realizado. (**Meza, Evaluación Financiera de Proyecto, 2010**).

### **2.2.14. Gastos directos**

De acuerdo a (**Morales, Proyectos de Inversión, 2009, pág. 168**)“Incluyen la materia prima, los materiales y la mano de obra directa. La determinación del costo de las materias primas se hace por medio de la estimación del nivel de producción que se ha pronosticado que prevalecerá por el periodo de duración del proyecto de inversión, así como por los precios que se estima registrarán en ese periodo.”

Está constituido por la materia prima, los materiales directos, la mano de obra directa (obreros) con sus respectivas prestaciones. (**Miranda, Gestión de proyectos, 2012**)

### **2.2.15. Gastos Indirectos**

Según (**Morales, Proyectos de Inversión, 2009, pág. 168**)“Corresponden a los demás gastos en que se incurre para realizar el proceso de producción, que deben efectuarse en periodo distintos al momento de la fabricación misma y no necesariamente están relacionados con el volumen producido.”

Estado de pérdidas y ganancias proyectados

El estado de resultado muestra la utilidad contable de un ente económico durante un periodo, generalmente un año, sin que signifiquen que ésta esté disponible en caja para ser repartida, porque puede estar representada en inventarios, cartera, activos fijos. **(Meza, 2010)**.

#### **2.2.17. Balance general**

Según **(Florez, 2012, pág. 271)** Presenta la situación financiera del proyecto en una fecha determinada. Ofrece información a los inversionista sobre cuál será la situación financiera hacia el futuro, para sobre esta base, tomar la decisión de invertir o no en el proyecto.

#### **2.2.18. Sistemas de amortización**

Según **(Meza, Evaluacion Financiera de Proyecto, 2010, pág. 87)**“En el pago de un crédito cualquiera, el deudor se compromete a cubrir dos rubros primero, el costo financiero (pago de interés), que es pago por el uso del dinero tomado en préstamos durante el plazo pactado. El segundo es la retribución del capital recibido en préstamos. De las múltiples formas de pago de estos dos rubros, acordadas libremente entre el deudor y el acreedor, surgen los diferentes sistemas o formas de amortización de un préstamo.”  
Amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión. **(Baca G. , 2010)**.

#### **2.2.19. Valor de salvamento**

Según **(Meza, Evaluacion Financiera de Proyecto, 2010, pág. 116)** “Llamado también valor residual o valor de rescate, es aquel valor que la empresa estima tendrá el activo en cualquier momento de su vida útil o una vez terminada ella.”

A lo largo de todo el estudio se ha considerado un periodo de planeación de cinco años. Al término de este se hace un corte artificial del tiempo con fines de evaluación. Desde este punto de vista, ya no se consideran más ingresos; la planta deja de operar y vende todos sus activos. **(Baca U. G., 2010)**

#### **2.2.19. Evaluación económica**

La evaluación económica intenta medir el rendimiento del proyecto en términos de recursos reales, para la sociedad como un todo **(Cordoba, 2013)**.

#### **2.2.20. Valor actual neto (VAN)**

Mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión. **(Cordoba, 2013)**.

Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. **(Baca U. G., 2010)**.

#### **2.2.21. Tasa interna de retorno (TIR)**

Según **(Garcia, 2011, pág. 88)** “Para identificar la rentabilidad del capital invertido, es decir la tasa de retorno que deberá ofrecer el negocio.”

#### **2.2.22. Relación costo beneficio**

Demuestra el porcentaje de ganancia por cada dólar invertido en el proyecto **(Berghe, 2010)**.

La relación beneficio costo, también llamada índice de productividad, es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de

productividad. Si la razón beneficio costo es mayor a uno, entonces acepte el proyecto **(Cordoba, 2013)**.

### **2.2.23. Tiempo de recuperación del capital**

Según **(García, 2011)** “Sirve para analizar la liquidez del proyecto o para medir en cuanto tiempo será recuperada la inversión.”

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión. Recuperen su costo o inversión inicial. **(Cordoba, 2013)**.

## **2.3. Fundamentación Legal**

Ángela Evelina Farfán Tigre y Johnny Gustavo Rodríguez Sánchez en su tesis titulada “Estudio de factibilidad para la instalación de una empresa productora y comercializadora de un edulcorante sin calorías para bebidas a base de hojas de Stevia, en la ciudad de Montecristi, cita a la Ley de Compañías como un órgano de control y vigilancia, que tiene afinidad con el registro mercantil y con el registro de la propiedad, en donde se lleva el registro de sociedades en base a las copias que el registro mercantil debe remitirles según lo que dicta la constitución del año 2009 en el artículo 115, que dispone “La Superintendencia de Compañías es el organismo técnico y autónomo que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías en las circunstancias y condiciones establecidas por la Ley.

### **Constitución del Ecuador**

#### **Capítulo sexto**

#### **Trabajo y producción**

#### **Sección primera**

#### **Formas de organización de la producción y su gestión.**

**Art. 319.-** se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales, públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autonomías y mixtas. El estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

**Art. 320.-** En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

### **Sección séptima**

#### **Política comercial**

**Art. 304.-** La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacional.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

### ✓ **Superintendencia de Compañía**

Puntualiza que el Servicio de Rentas Internas (SRI) es una institución técnica y autónoma que tiene entre sus funciones recaudar los impuestos constituidos por Ley mediante la aplicación de la normativa actual. Su propósito es el de fortalecer la cultura tributaria en el país, con la finalidad de aumentar sostenidamente el acatamiento de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes

### ✓ **Requisitos para conseguir el permiso de funcionamiento por parte del Ministerio de Salud Pública, según el acuerdo Ministerial 818**

- Formulario de solicitud, llenado y escrito por el propietario
- Copia del Registro único del contribuyente (RUC)
- Copia de cedula de ciudadanía del propietario del establecimiento
- Copia del título del profesional de la salud responsable
- Plano del establecimiento
- Croquis de ubicación del empresa
- Permiso otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos
- Copia de certificado de salud del personal que trabaja en la empresa, concedido por un centro de salud del ministerio de salud pública.

### ✓ **Registro sanitario**

El ministerio de Salud Pública requiere que todos los productos que se vendan directamente al consumidor bajo una marca de fábrica, deberán obtener el Registro Sanitario expedido conforme a lo determinado en el actual reglamento

## ✓ **Requisitos**

El Ministerio de Salud Pública solicita los siguientes requisitos:

- Solicitud escrita por el representante Legal de la empresa, la misma que deberá ser dirigida a la Dirección de Control y Mejoramiento en Vigilancia Sanitaria
- Copia del Registro Sanitario
- Comprobante de depósito de \$20,00 en una cuenta bancaria, a nombre del Ministerio de Salud Pública.

## ✓ **Procedimiento**

- Recepción de la solicitud
- Verificación de la vigencia del Registro Sanitario de producto para el cual solicita
- Legalización del certificado, firma del Director de Control y Mejoramiento en Vigilancia Sanitaria
- Entrega al interesado.

**CAPÍTULO III**  
**METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

## **3.1. Materiales y métodos**

### **3.1.1. Materiales**

- Computadora      Resmas de papel
- Impresora          Pen Drive
- Copiadora
- Calculadora
- Internet

### **3.1.2. Métodos**

#### **3.1.2.1. Analítico**

Este método aprobó realizar un análisis estratégico aplicando como instrumento la encuesta, además permitió identificar los costos fijos y los costos variables en que incurre la empresa.

#### **3.1.2.2. Deductivo**

Permitió obtener las conclusiones de la investigación razonando desde los hechos particulares aceptados como válidos, se utilizó el razonamiento para obtener las conclusiones generales sobre las preferencias de productos alimenticios derivados del plátano.

#### **3.1.2.3. Inductivo**

El método permitió realizar un estudio general del proceso funcional, productivo y administrativo de la empresa. La información fue obtenida por medio de la observación y las encuestas sirvieron para la elaboración del proyecto y establecer conclusiones.

## **3.2. Tipos de investigación**

Se trató de una investigación aplicada para resolver y comprender la necesidad o problema en un contexto determinado. Se realizó a través de encuestas realizadas a personas y fuentes consultadas obteniendo datos relevantes.

### **3.2.1. Descriptiva**

Ayudó a analizar el impacto socioeconómico que generara la empresa en la producción de alimentos derivados de plátano en el Cantón El Empalme.

### **3.2.2. Bibliográfica**

Se acudió a documentación relacionada con el tema de investigación a través de, libros de biblioteca, internet, artículos científicos, etc...

## **3.3. Diseño de investigación**

La encuesta se aplicó a los propietarios de restaurantes en el Cantón El Empalme, como instrumento se utilizó un cuestionario de pregunta relacionada con los objetivos de la investigación.

### **3.3.1. Fuentes primarias**

Se realizaron a través de encuestas a los propietarios de restaurantes del Cantón El Empalme.

### **3.3.2. Fuentes Secundarias**

Se acudió a textos, internet, fuentes escritas relacionadas con el tema de investigación, artículos científico, entre otros.

### 3.4. Población y muestra

Para determinar el universo se identificará a la población de Restaurantes del Cantón El Empalme Provincia del Guayas.

#### 3.4.1. Tamaño de la muestra

Será necesario identificar el universo, y a través de la muestra identificar a los consumidores de productos derivados del plátano.

**Población de referencia:** según el último censo de población y vivienda realizado el año 2010 en El Empalme existen 74.451 habitantes.

**Referencia para la muestra:** considerando una población de 15 años o más para el objetivo de este proyecto, el cantón El Empalme contará con 48.127 habitantes.

n= tamaño de la muestra

N= Universo (48.127 Habitantes del Cantón El Empalme)

P= Probabilidad de que el evento ocurra (0.50)

q= Probabilidad de que el evento no ocurra (0.50)

Z= Nivel de confianza 1.96

d= error de diseño 0.05

#### 3.4.2. Muestra

$$n = \frac{U \cdot Z^2}{(U - 1)(e)^2 + P \cdot Z^2}$$

$$n = \frac{48127(0,50)(0,50)(1,96)^2}{(48127 - 1)(0,05)^2 + (0,50)(0,50)(1,96)^2}$$

$$n = \frac{48127(0,50)(0,50)(3,8416)}{48126(0,0025) + (0,50)(0,50)(3,8416)}$$

$$n = \frac{46221,17}{120,315 + 0,9604}$$

$$n = \frac{46221,17}{121,275}$$

$$n = 3,1 \rightarrow 3 \quad E$$

### 3.5. Localización de la investigación

La investigación se la realizará en el Cantón El Empalme, Provincia del Guayas. Extensión: 683 km<sup>2</sup>.

Ubicación: 167 km al norte de Guayaquil.

Límites: al norte, Manabí, sur estero mancha de mate; este Los Ríos; y oeste Manabí.

Altitud: 128 metros sobre el nivel del mar.

Clima: cálido con una temperatura promedio de 25° centígrados.

Población: 74.451 habitantes.

Población objetiva de la investigación: nuestra población objetiva será, toda la población económicamente activa del Cantón El Empalme.

**CAPÍTULO IV**  
**RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### 4. Tabulación de la Encuesta

Encuesta dirigida a las personas de 15 años y más en el Cantón “El Empalme” para conocer el criterio sobre la creación de la microempresa que elabore productos derivados del plátano

Pregunta 1. ¿Considera usted que los productos derivados del plátano son nutritivos para la alimentación del ser humano?

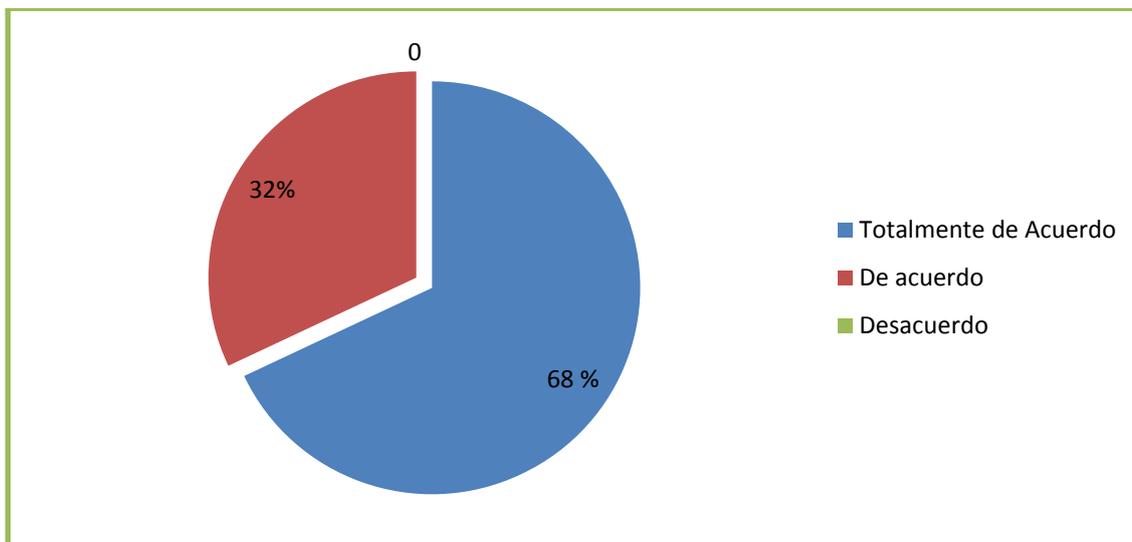
CUADRO 1. PRODUCTOS DERIVADOS PLÁTANO SON NUTRITIVOS

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Totalmente de Acuerdo	259	68
De acuerdo	122	32
Desacuerdo	0	
Total	381	100

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

Gráfico 1. Productos Nutritivos



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Autor

**Análisis :** En la pregunta 1 se tiene que el 68% de las personas encuestadas a partir de los 15 años están totalmente de acuerdo en que los productos derivados del plátano son muy nutritivos para la alimentación del ser humano. Mientras que el 32% manifiestan estar de acuerdo.

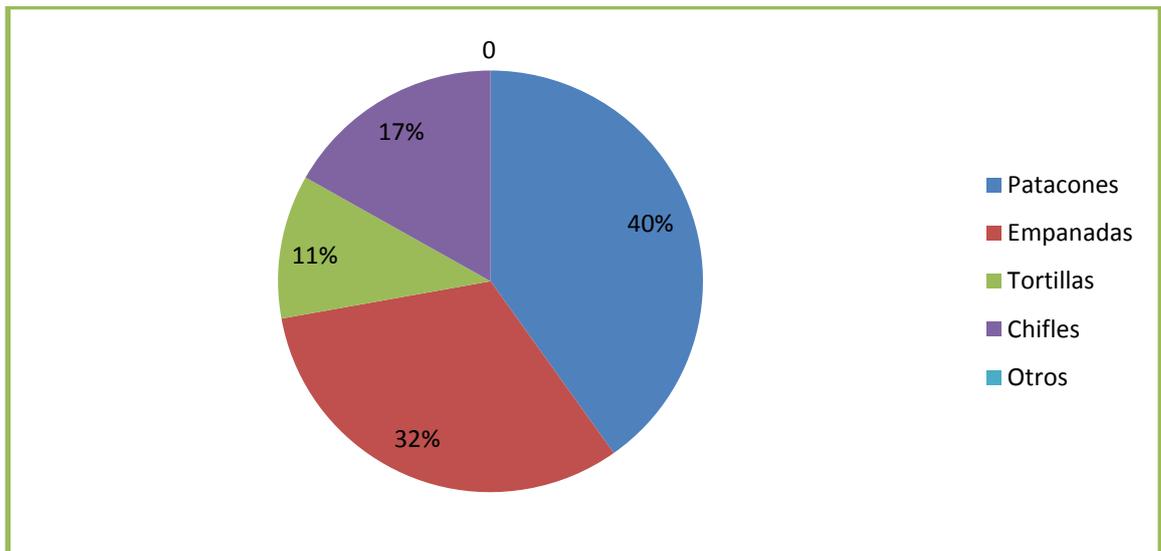
**Pregunta 2.- ¿Cuál de los siguientes productos derivados del plátano son muy nutritivos para la alimentación del ser humano?**

**CUADRO 2. DERIVADOS DEL PLÁTANO**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
<b>Patacones</b>	153	40
<b>Empanadas</b>	122	32
<b>Tortillas</b>	42	11
<b>Chifles</b>	64	17
<b>Otros</b>	0	0
<b>Total</b>	381	100

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 2. Derivados del plátano**



**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Autor

**Análisis:** En la pregunta 2 el 40% de las personas encuestadas consideran a los patacones como muy nutritivos para la alimentación del ser humano, el 32% indica que las empanadas, el 17% identifica a los chifles. Y el 11% se refiere a las tortillas.

**Pregunta 3. ¿Considera usted que los productos derivados del plátano son ideales para ser acompañados en las comidas?**

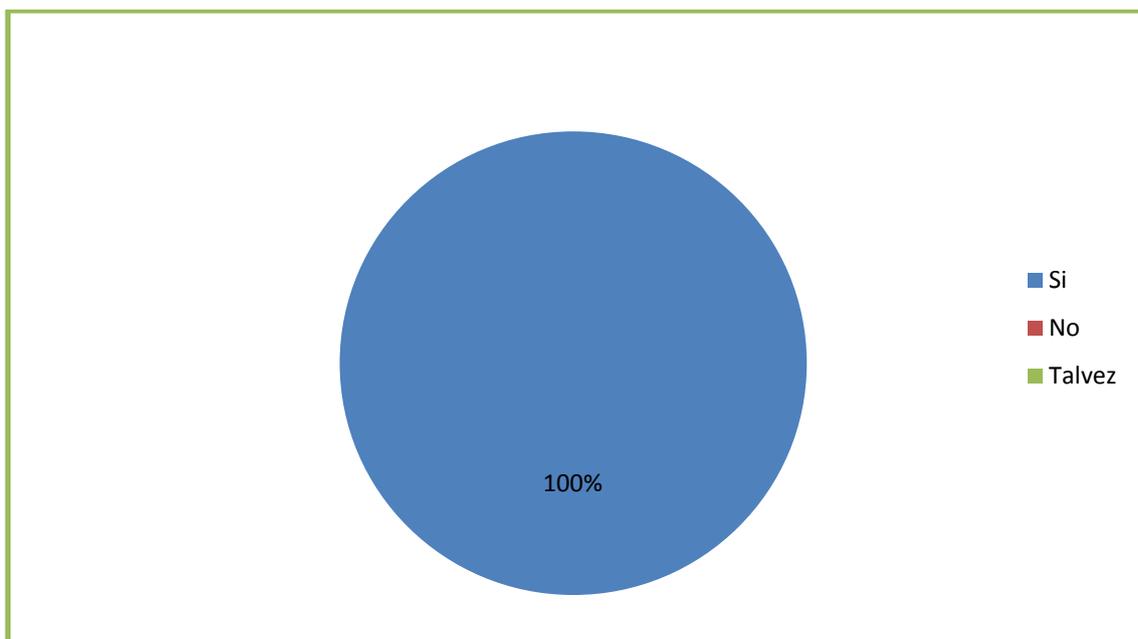
**CUADRO 3. IDEAL PARA ACOMPAÑAR COMIDAS**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	381	100
No	0	0
Tal vez	0	0
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 3. Ideal para acompañar comidas**



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

**Análisis:** La pregunta 3 encaminada a conocer la opinión de los encuestados sobre si los productos derivados del plátano son ideales para ser acompañados en las comidas el 100% los considera como positivos.

**Pregunta 4. ¿Acostumbra usted a observar el registro sanitario al comprar estos productos?**

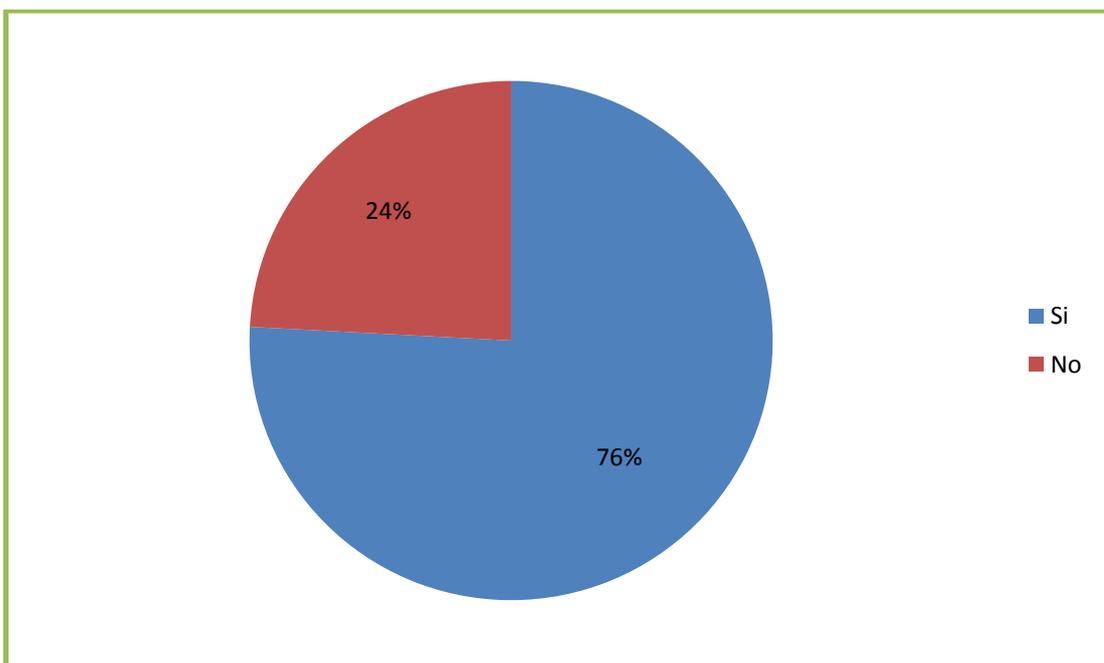
**CUADRO 4. OBSERVAR EL REGISTRO SANITARIO**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Siempre	135	35
A veces	143	38
Nunca	103	27
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 4. Observar el registro sanitario**



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

**Análisis:** De las repuestas a la pregunta 4 el 38% de las personas encuestadas manifiesta que a veces observa el registro sanitario al momento de comprar los productos, el 35% siempre lo hace, mientras que el 27% nunca.

**Pregunta 5. ¿Considera usted que estos productos derivados del plátano deben presentar en su etiquetado el registro sanitario?**

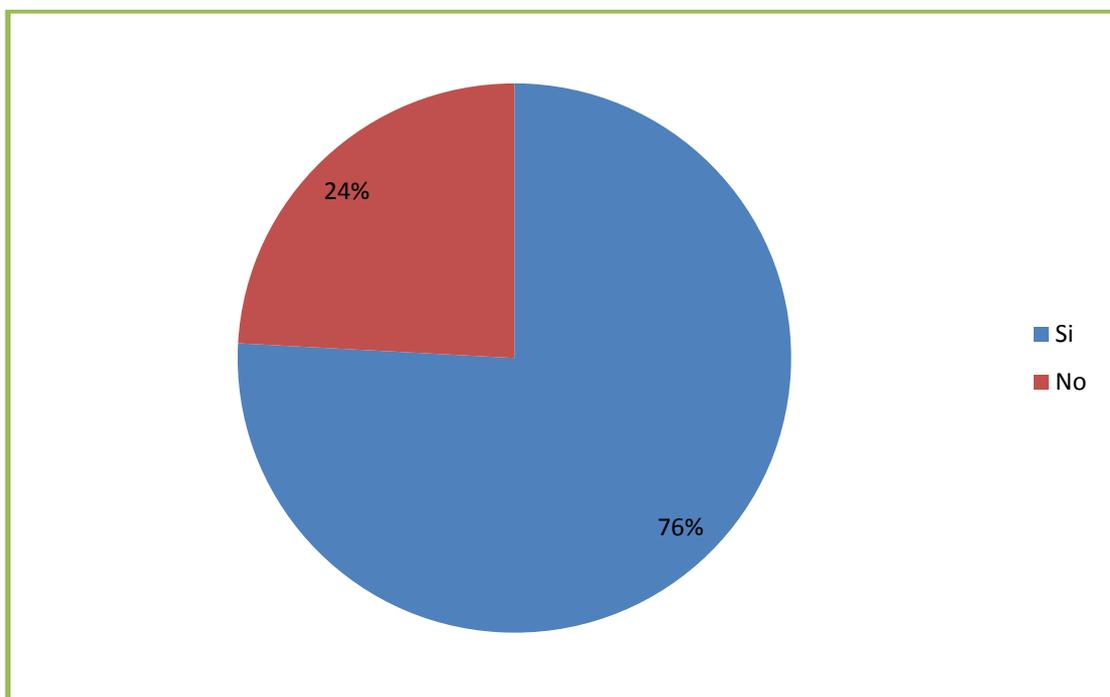
**CUADRO 5. PRESENTAR REGISTRO SANITARIO**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	289	76
No	92	24
Total	381	100

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 5. Presentar registro sanitario**



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

**Análisis:** De las respuestas a la pregunta 5 se concluye lo siguiente: el 76% considera que los productos derivados del plátano sí deben presentar la etiqueta del registro sanitario, mientras que el 24% no lo considera necesario.

Encuesta dirigida a los dueños de restaurantes del Cantón El Empalme para conocer su criterio sobre la creación de una microempresa que elabore y comercialice productos derivados del plátano.

**Pregunta 6. ¿Considera usted oportuno la creación de una microempresa productora de derivados del plátano en el Cantón El Empalme?**

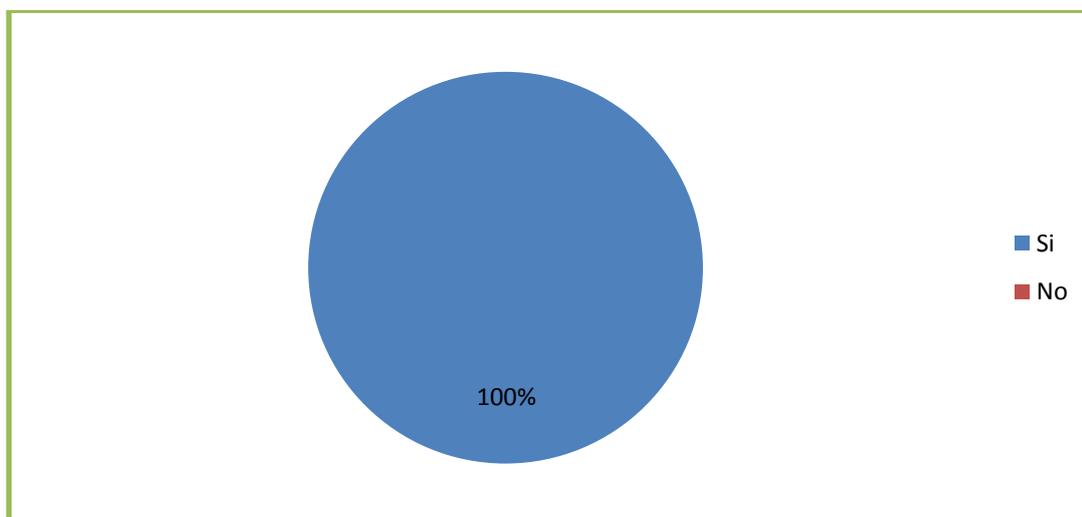
**CUADRO 6. CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	381	100
No	0	0
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 6. Creación de una microempresa**



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

**Análisis:** La pregunta 6 encaminada a conocer el criterio de los dueños de restaurantes en el Cantón El Empalme, el 100% de los encuestados considera oportuno la creación de una microempresa en el Cantón que elabore y comercialice productos derivados del plátano.

**Pregunta 7. ¿Cree usted que al implementar esta empresa, se creen fuentes de empleo?**

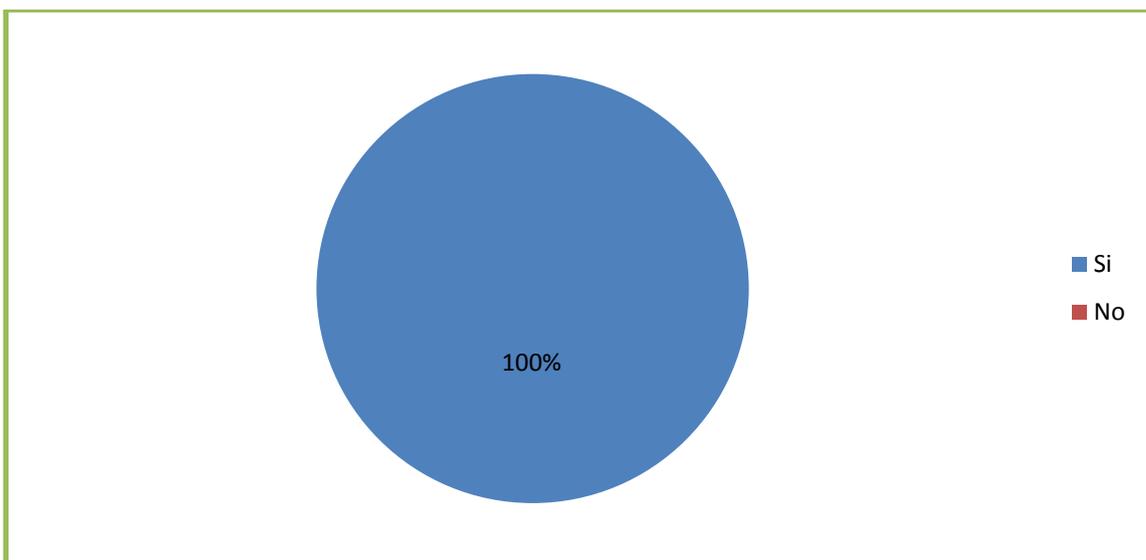
**CUADRO 7. CREAR FUENTES DE EMPLEO**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	381	100
No	0	0
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 7. Crear fuentes de empleo**



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

**Análisis:** De las respuestas a la pregunta 7 se concluye que el 100% de los dueños de restaurantes encuestados, cree que al crear la microempresa se establecerán nuevas fuentes de empleo y mejoraría a la economía del cantón.

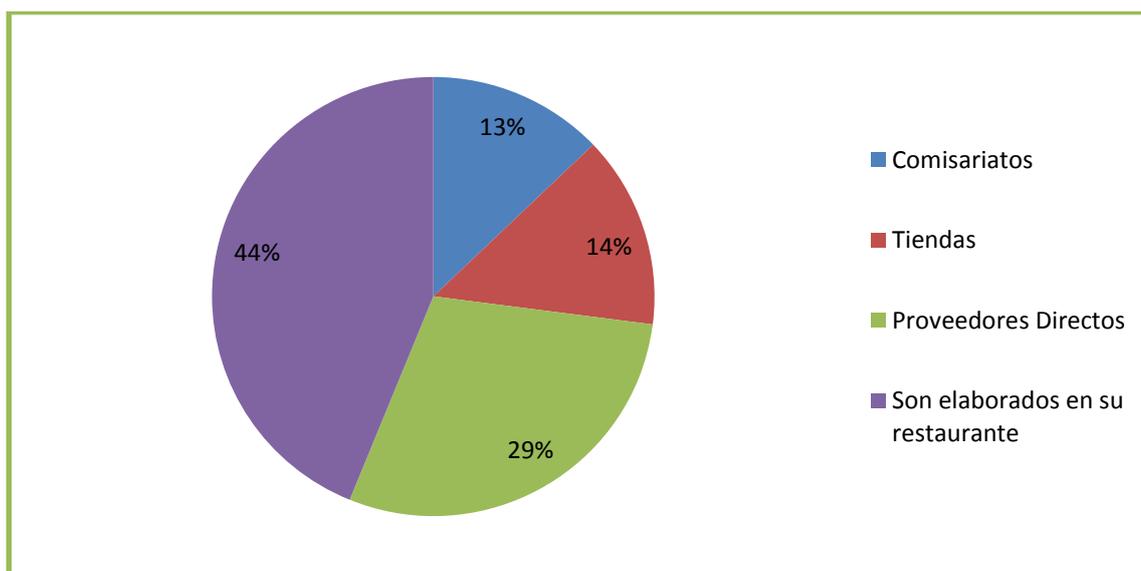
**Pregunta 8. ¿Cómo provee a su restaurante con productos derivados de plátano?**

**CUADRO 8. ABASTECIMIENTO RESTAURANTE**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Comisariatos	49	13
Tiendas	54	14
Proveedores Directos	111	29
Son elaborados en su restaurante	167	44
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 8. Abastecimiento restaurante**



**Fuente:** Investigación de Campo  
**Elaborado por:** Autor

**Análisis:** En la pregunta 8 para conocer cómo se proveen los restaurantes de los productos derivados del plátano, supieron manifestar que el 44% lo elaboran ellos mismos, el 29% lo adquieren a los proveedores, el 12% lo compra en las tiendas, y el 13% en los comisariatos.

**Pregunta 9. ¿Cuáles son los productos derivados de plátanos que más demandan sus clientes?**

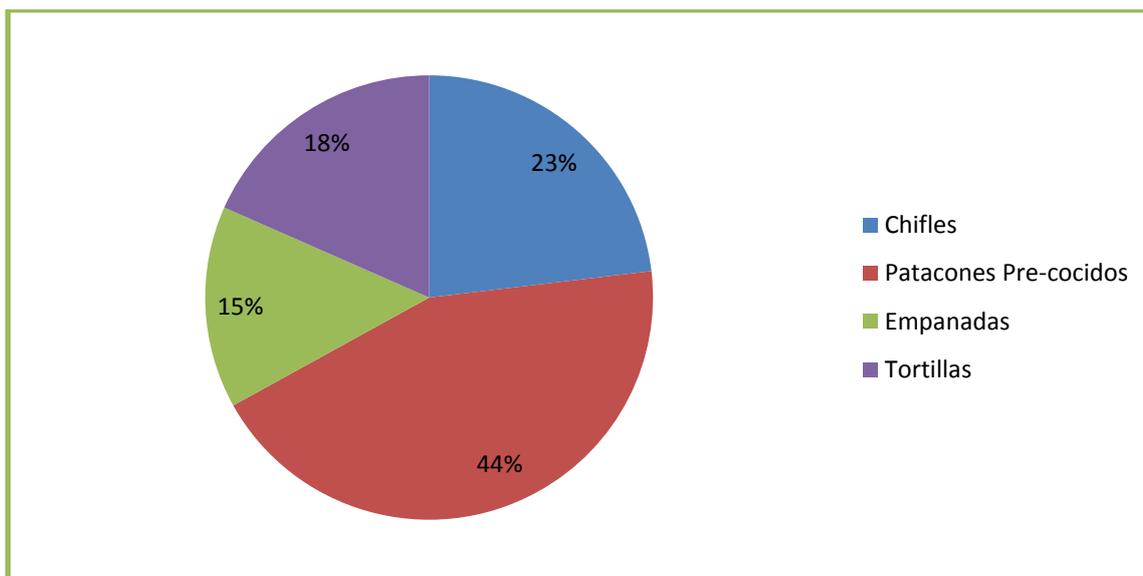
**CUADRO 9. PRODUCTOS DERIVADOS DEL PLÁTANO**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Chifles	88	23
Patacones Pre-cocidos	167	44
Empanadas	56	15
Tortillas	70	18
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 9. Productos derivados del plátano**



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

**Análisis:** En relación a la pregunta 9 realizada a los dueños de restaurantes se concluye que el 44% demanda los patacones, el 23% los chifles, el 18% demanda las tortillas, mientras que el 15 % se pronuncia por las empanadas.

**Pregunta 10.** ¿De existir una microempresa productora de derivados del plátano que le brinde un producto de calidad, estaría dispuesto a comprar estos productos. Considerando que los mismos serán elaborados en el mínimo tiempo requerido para su consumo?

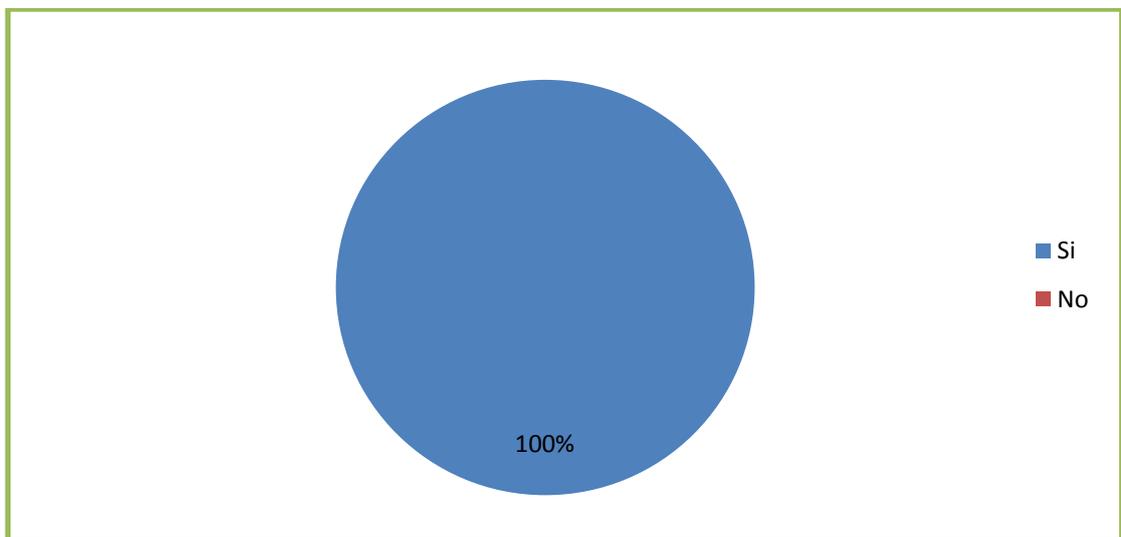
**CUADRO 10.** MICROEMPRESA PRODUCTORA DE DERIVADOS DEL PLÁTANO.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	381	100
No	0	0
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 10.** Microempresa productora de derivados del plátano.



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

**Análisis:** En la pregunta 10 el 100% de los dueños de restaurantes encuestados supieron manifestar que de existir una microempresa en el Cantón El Empalme sí estarían dispuestos a comprar los productos.

**Pregunta 11. Si respondió afirmativamente a la pregunta 10 responda lo siguiente: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los productos?**

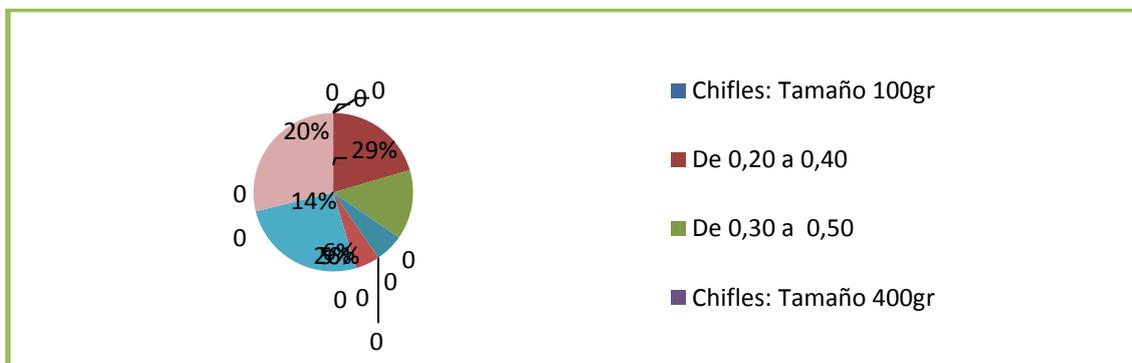
**CUADRO 11. PAGAR POR LOS PRODUCTOS**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Chifles: Tamaño 100gr		
De 0,20 a 0,40	78	20
De 0,30 a 0,50	54	14
Chifles: Tamaño 400gr		
De 0,50 a 0,60	22	6
De 0,80 a 1,25		
Patacones Pre-cocido: Tamaño 100gr		
De 0,30 a 0,60	19	5
De 0,70 a 0,80		
Patacones Pre-cocido: Tamaño 400gr		
De 1,50 a 1,75	98	26
De 2,00 a 2,50		
Empanadas: 6 Unidades		
De 1,00 a 1,50	110	29
Empanadas:10 unidades		
De 2,00 a 2,50		
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 11. Pagar por los productos**



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

**Análisis:** En relación a la pregunta 11 los dueños de restaurantes manifestaron que están dispuestos a pagar entre 0.40 y 0.50 ctvs. Por los chifles en su tamaño correspondiente, mientras que a los patacones pre-cocidos un valor de 0.30 a 0.60 en tamaño de 100 gr. Y las empanadas un valor de 1.00 a 1.50 en presentación de 6 unidades.

**Pregunta 12. ¿Conoce alguna microempresa que elabore productos derivados del plátano en el Cantón El Empalme?**

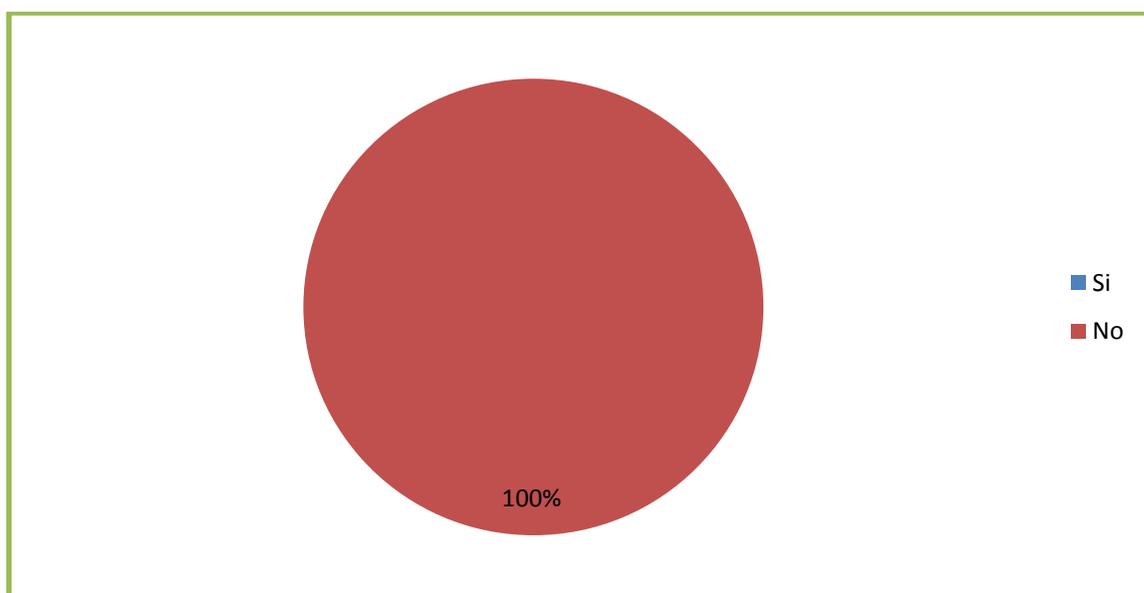
**CUADRO 12. CONOCE ALGUNA MICROEMPRESA SIMILAR**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0
No	381	100
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 12. Conoce alguna microempresa similar**



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

**Análisis:** En la pregunta 12 el 100% de los encuestados supieron manifestar que no conocen ninguna microempresa similar.

**Pregunta 13. ¿Dónde considera usted que debería instalarse la empresa?**

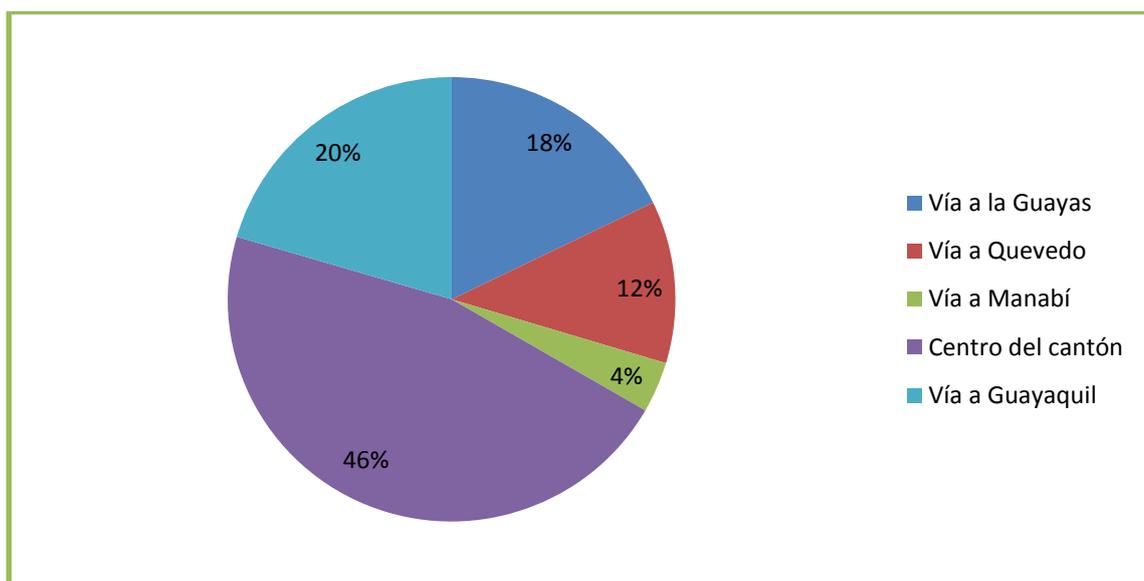
**CUADRO 13. UBICACIÓN DE LA EMPRESA**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Vía a la Guayas	68	18
Vía a Quevedo	45	12
Vía a Manabí	14	4
Centro del cantón	176	46
Vía a Guayaquil	78	20
Total	<b>381</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 13. Ubicación de la empresa**



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

**Análisis:** En pregunta 13 el 46% consideró que la empresa debe instalarse en el centro del Cantón, el 20% en la vía a Guayaquil, el 18% en la vía a la Guayas, el 12% en la vía a Quevedo y el 4% en la vía a Manabí.

**Pregunta 14. ¿Cómo considera que debería ser la presentación de los productos?**

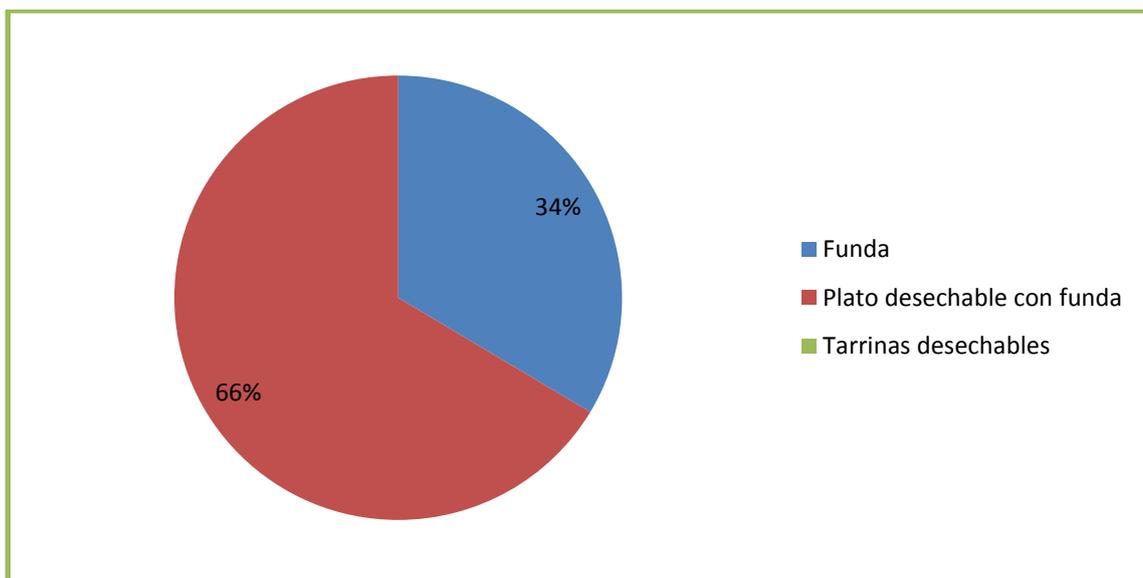
**CUADRO 14. PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS**

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Funda	128	34
Plato desechable con funda	253	66
Tarrinas desechables	0	0
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

**Gráfico 14. Presentación de los productos**



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

**Análisis:** En la pregunta 14 el 66% de los encuestados manifiestan que desearía que la presentación de los productos sea en plato desechable con funda, mientras que el 34% desearía en fundas.

## 4.1. Estudio de mercado

Los resultados del estudio de mercado se consideran la base para tomar decisiones sobre las modificaciones que se introducirán en productos y servicios con el fin de que logren sobrevivir y mantener su fortaleza; así mismo, permiten implementar las estrategias con respecto a los productos que la empresa produce o pretende producir, lo que afecta decisiones tales como:

### 4.1.1. Características que tendrán los productos y servicios de la empresa

Medios a través de los cuales se harán llegar los productos y/o servicios a los consumidores.

El precio al cual se venderán los productos y/o servicios al consumidor final.  
Garantías de los productos y/o servicios.

Incremento de la producción en los siguientes años tomado como base el incremento actual y potencial de la demanda. **(Morales, Proyectos de Inversión, 2009, pág. 44).**

### 4.1.2. Demanda actual de los derivados de plátano

**Cuadro 15.** Demanda Actual

AÑOS	D.A.
2009	45967
2010	48127
2011	50389
2012	52757
2013	55237

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

#### 4.1.3. Fórmula para determinar la demanda futura

**Cuadro 16.** Demanda Futura

Años	x	y	xy	X2
2009	1	45966,57	45966,57	1
2010	2	48127,00	96254,00	4
2011	3	50388,97	151166,91	9
2012	4	52757,25	211029,00	16
2013	5	55236,84	276184,21	25
Total	15	252477	780601	55

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

#### 4.1.4. Fórmula demanda futura

**Cuadro 17.** Demanda Futura

Años	D.F
2014	59764
2015	62081
2016	64398
2017	66715

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

#### 4.1.5. Oferta actual

**Cuadro 18.** Oferta Actual

AÑOS	O.A.
2009	13790
2010	14438
2011	15117
2012	15827
2013	16571

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

#### 4.1.6. Fórmula para determinar la oferta futura

**Cuadro 19.** Fórmula Oferta Futura

Años	x	y	xy	X2
2009	1	13789,97	13789,97	1
2010	2	14438,10	28876,20	4
2011	3	15116,69	45350,07	9
2012	4	15827,18	63308,70	16
2013	5	16571,05	82855,26	25
Total	15	75743	234180	55

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

#### 4.1.7. Oferta futura

**Cuadro 20.** Oferta Futura

Años	O.F.
2014	17929
2015	18624
2016	19319
2017	20014

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

#### 4.1.8. Demanda insatisfecha actual

**Cuadro 21.** Demanda Insatisfecha Actual

Años	O.A	D.A	D.I.A
2009	13790	45967	-32177
2010	14438	48127	-33689
2011	15117	50389	-35272
2012	15827	52757	-36930
2013	16571	55237	-38666

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

#### 4.1.9. Demanda insatisfecha futura

**Cuadro 22.** Demanda Insatisfecha Futura

Años	O.F	D.F	D.I.F
2014	17929	59764	-41835
2015	18624	62081	-43457
2016	19319	64398	-45078
2017	20014	66715	-46700

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

#### 4.1.10. Demanda a satisfacer futura

**Cuadro 23.** Demanda A Satisfacer Futura

Años	D.I.F.	%	Tamaño	Demanda Mensual
2014	-41835	30	12550,36	1045,86
2015	-43457	30	13036,95	1086,41
2016	-45078	30	13523,54	1126,96
2017	-46700	30	14010,12	1167,51

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

#### 4.1.11. Demanda a satisfacer mensual por líneas de productos

**Cuadro 24.** Demanda a satisfacer mensual

Rubro	% De Consumo	Frecuencia De Consumo Mensual	Consumo Mensual De Mercado	Consumo Anual De
<b>Chifles</b>	23%	5	1203	14432,9197
<b>Patacones Pre-cocidos</b>	44%	7	3221	38655,1241
<b>Empanadas</b>	15%	6	941	11295,3285
<b>Tortillas</b>	18%	4	753	9036,26278

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

## **4.2. Estudio técnico**

El estudio técnico en el presente proyecto, realiza un análisis sobre la factibilidad de producir alimentos derivados del plátano en el Cantón El Empalme, para la localización que tendrá la planta y a su vez necesaria para satisfacer la demanda, además la maquinaria, los equipos, las instalaciones para el desarrollo de las actividades propia de la empresa; donde podemos tener la estructura organizacional más óptima para las labores diarias.

### **4.2.1. Definición del producto**

El plátano se destaca por su contenido de potasio, magnesio, ácido fólico, hidratos de carbono, sustancia de acción astringente, un elevado aporte de fibras

### **4.2.2. Localización del proyecto**

De acuerdo a los resultados que se obtuvieron en el estudio de mercado se derivó la localización del proyecto, mediante el conocimiento de la oferta y la demanda se determinó el lugar óptimo del establecimiento de la microempresa para elaborar los alimentos derivados del plátano.

### **4.2.3. Macro-Localización**

La empresa estará localizada en la región costa del Ecuador, provincia del Guayas, Cantón El Empalme.



#### **4.2.5. Tamaño del proyecto**

Para definir el tamaño óptimo del proyecto nos basamos en el nivel de inversiones y costos, además sobre la rentabilidad que generaría el proyecto, tomando en cuenta además la demanda de parte del mercado meta, posibilidades de financiamiento, cercanía de la materia prima y mano de obra calificada y disponible. .

#### **4.2.6. Disponibilidad y costos de la materia prima e insumos.**

Se analizó la disponibilidad y costo de la materia prima e insumos necesaria para la elaboración de los alimentos derivados del plátano, determinando que en el Cantón El Empalme se produce plátano en grandes cantidades y de excelente calidad para el éxito del proyecto, disponible con precios competitivos.

#### **4.2.7. Maquinaria, equipos, muebles y enseres**

3	Escritorio
2	Silla ejecutiva
6	Sillas de espera
1	Archivadores de 2 gavetas
1	Maquinaria artesanal y equipos para fileteado del plátano
1	Extractor de aire
1	Etiquetadora
1	Selladora
4	Cedazo industrial
6	Bandejas industrial

#### **4.2.8. Equipos de oficina**

2	Aire acondicionado
---	--------------------

- 1 Teléfono con línea telefónica

#### **4.2.9. Equipo de computación**

- 3 Computadora
- 2 Impresora multifunción

#### **4.2.10. Vehículo**

- 1 Furgón

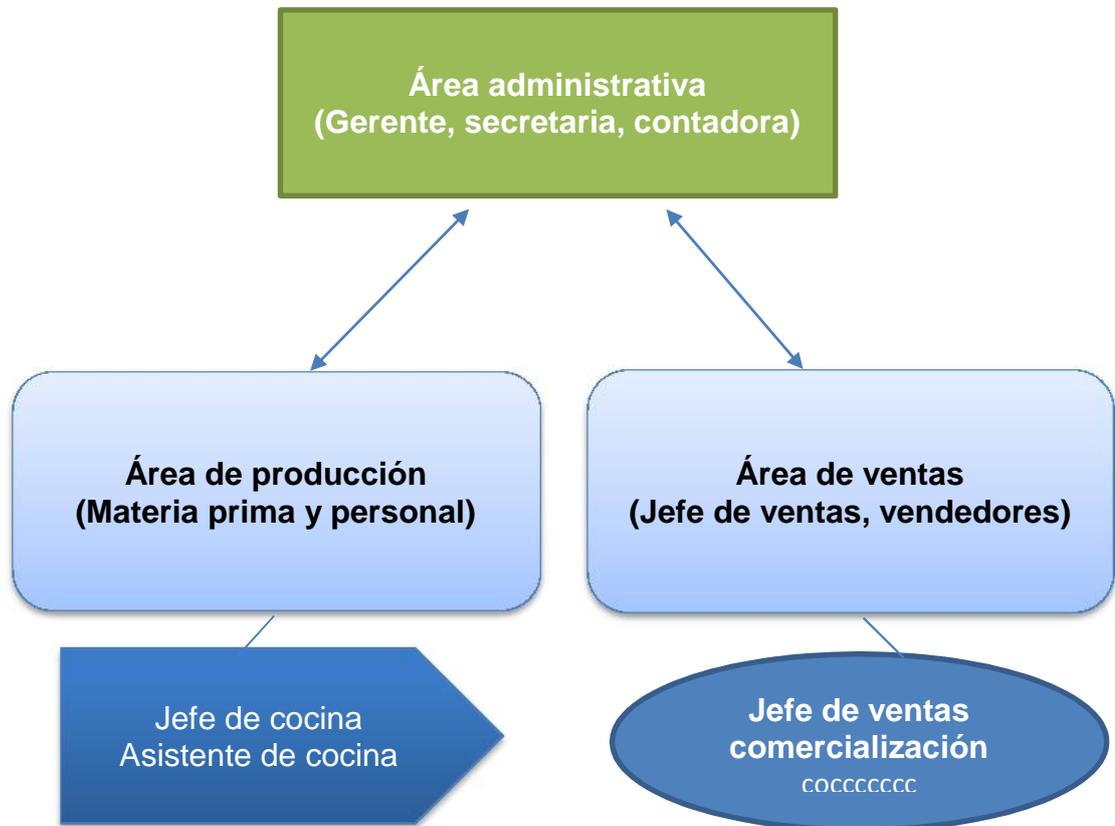
#### **4.2.11. Determinación de la organización**

Se determinó la estructura para la organización de la planta que permita desarrollar en la empresa las actividades diarias, analizando las personas para el puesto indicado, tomando en cuenta los permisos sanitarios, contaminación ambiental, desperdicios de agua etc.

#### **4.2.12. Análisis administrativo**

La microempresa para elaborar alimentos derivados del plátano estará distribuida por áreas de acuerdo a las funciones de cada empleado.

**Figura 3. Organigrama**



#### **4.2.13. Área Administrativa**

El área administrativa tendrá la función de realizar eficazmente las gestiones de todo lo concerniente al funcionamiento de la microempresas, desde el talento humano hasta el área contable, área productiva.

Talento humano en el área administrativa

Gerente

Secretaria.

#### **4.2.14. Área de producción**

El responsable del área de producción tendrá la obligación de mantener la materia prima necesaria para el proceso productivo, así como el control del personal que labora directamente en la producción de los alimentos derivados del plátano.

Talento humano área de producción

Jefe de cocina

Asistentes de cocina

#### **4.2.15. Área de ventas**

Esta área es la responsable de mantener una rentabilidad sostenida, que asegure el pago de todas las obligaciones de la microempresa.

Talente humano área de ventas

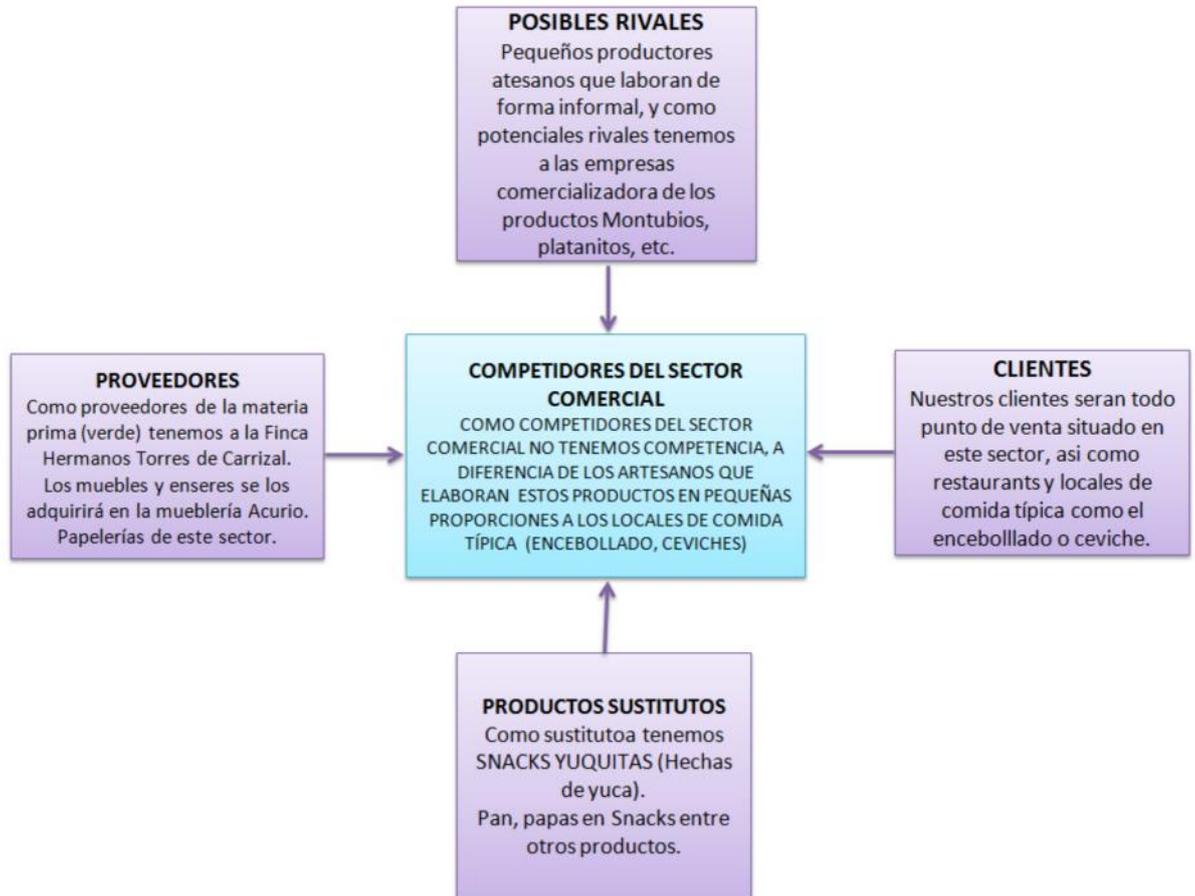
Jefe de ventas

Vendedores

#### **4.2.16. Factibilidad técnica**

La empresa tiene un área total de 500mts.y contará con área para recepción de la materia prima de 200mts. La oficina con un área de 60mts, 9 mts para el área de vendedores y 100 mts. Para el área de producción.

**Figura 4. Factibilidad Técnica**



### 4.3. Estudio económico

#### 4.3.1. Detalle de Activos

**Cuadro 25.** Detalle de Activos

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>C. TOTAL</b>
	<b><u>MUEBLES Y ENSERES</u></b>		
3	Escritorio	150,00	450,00
3	Silla ejecutivas	90,00	270,00
6	Sillas de espera	75,00	450,00
3	Archivadores de 2 gavetas	110,00	330,00
	<b><u>TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES</u></b>		<b>1.500,00</b>
	<b><u>EQUIPOS DE OFICINA</u></b>		
1	aire acondicionado Split 24000 Btu	1.250,00	1.250,00
1	caja registradora	650,00	650,00
2	teléfono	90,00	180,00
	<b><u>TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA</u></b>		<b>2.080,00</b>
	<b><u>EQUIPOS DE COMPUTO</u></b>		
2	computadora	850,00	1.700,00
2	impresora multifunción	165,00	330,00
	<b><u>TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTO</u></b>		<b>2.030,00</b>
	<b><u>MAQUINAS Y EQUIPOS</u></b>		
-			
2	Cocina industrial	450,00	900,00
1	Maquinaria artesanal para el fileteado de los plátanos	850,00	850,00
1	Extractor de Aire	140,00	140,00
1	Etiquetadora	1.700,00	1.700,00
1	Selladora	1.450,00	1.450,00

4	Cedazo industrial	34,00	136,00
6	Bandejas industriales	98,00	588,00
	<b><u>TOTAL DE MAQUINAS Y EQUIPOS</u></b>		<b>5.764,00</b>
	<b><u>Gastos de Terreno</u></b>		
1	Terreno	10.000,00	10.000,00
1	Edificio	15.000,00	15.000,00
-	<b><u>Total de Gastos de Terreno</u></b>		<b><u>25.000,00</u></b>
-	<b><u>VEHÍCULO</u></b>		
1	N300 Van Pasajeros 1.2L 4P TM 4x2	\$ 16.440,00	16.440,00
-	<b><u>TOTAL DE VEHICULO</u></b>		<b><u>16.440,00</u></b>
-	<b><u>IMPUESTOS</u></b>		
1	Cuerpo de Bomberos	25,00	25,00
1	Ruc Factureros	10,00	10,00
1	Ministerio de Salud Publica	25,00	25,00
1	Patente Municipal	50,00	50,00
-	<b><u>TOTAL DE IMPUESTO</u></b>		<b>110,00</b>
-	<b><u>GASTOS DE ADECUACIÓN</u></b>		
1	Elaboración Proyecto Factibilidad	1.500,00	1.500,00
1	Software Contable	780,00	780,00
1	Gastos de Operación	350,00	350,00
1	Gastos de Organización	850,00	850,00
1	Honorario por elaboración de minuta	80,00	80,00
1	Elevación de Minuta a instrumento publico	120,00	120,00
1	Inscripción en el Registro Mercantil	150,00	150,00
1	Inscripción de la Compañía y nombramientos en la Superintendencia de Compañía	300,00	300,00

1	Registro de Marca en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual - IEPI	150,00	150,00
1	Asesoría Jurídica Elaboración Minuta.	950,00	950,00
	<b><u>TOTAL GASTOS DE ADECUACION</u></b>		<b>5.230,00</b>
	<b><u>TOTAL DE ACTIVOS</u></b>		<b>58.154,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

#### 4.3.2. Depreciación

Cuadro 26. Depreciación

Descripción	Valor de activo	Porcentaje de depreciación	Depreciación mensual	Depreciación anual
Muebles y enseres	1.500,00	10%	12,50	150,00
Equipos de oficina	2.080,00	10%	17,33	208,00
Equipos de computo	2.030,00	33%	56,38	676,60
Máquinas y equipos	5.764,00	10%	48,03	576,40
Vehículo	16.440,00	20%	274,00	3288,00
<b>Total de depreciación</b>			<b>408,25</b>	<b>4899,00</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor

#### 4.3.3. Inversión de proyectos

Cuadro 27. Inversión de proyectos

Inversión del proyecto	
Muebles y enseres	1.500,00
Equipos de oficina	2.080,00
Equipos de computo	2.030,00

<b>Máquinas y equipos</b>	5.764,00
<b>Gastos de terreno</b>	25.000,00
<b>Vehículo</b>	16.440,00
<b>Impuestos</b>	110,00
<b>Gastos de adecuación</b>	5.230,00
<b>Capital de trabajo</b>	7.170,93
<b>Total de la inversión</b>	65.324,93

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

#### 4.3.4. Capital de trabajo

**Cuadro 28.** Capital de Trabajo

Capital de trabajo	
	Año 1
Costo de venta	\$ 28.810,88
Gastos administrativos	\$ 57.240,26
Costos totales de ventas y administrativos	\$ 86.051,14
Capital de trabajo	\$ 7.170,93

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

#### 4.3.5. Financiamiento del proyecto

**Cuadro 29.** Financiamiento del proyecto

Financiamiento del proyecto		
<b>Inversión total</b>	100%	65.324,93
<b>Financiado</b>	70%	45.727,45
<b>Aportes propios</b>	30%	19.597,48

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

#### 4.3.6. Financiamiento Bancario

**Cuadro 30.** Financiamiento Bancario

<b>Importe</b>	<b>VP=</b>	45.727,45
<b>Cantidad de Cuotas</b>	<b>n =</b>	60
<b>tasa de interés anual</b>	<b>i =</b>	9,50%
<b>periodos en el año</b>	<b>m =</b>	12,00
<b>Interés Mensual</b>		0,0079
<b>Cuota de Pago o Anualidad</b>	<b>C/P =</b>	762,12

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

#### 4.3.7. Tabla de amortización

**Cuadro 31.** Tabla de Amortización

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
<b>PERIODO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERES</b>	<b>PAGO</b>	<b>SALDO</b>
0				45.727,45
1	9.145,49	3.945,90	13.091,39	36.581,96
2	9.145,49	3.077,08	12.222,57	27.436,47
3	9.145,49	2.208,25	11.353,74	18.290,98
4	9.145,49	1339,43	10484,92	9.145,49
5	9.145,49	470,61	9616,10	<b>0,00</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

#### 4.3.8. Gastos Administrativos

**Cuadro 32.** Gastos Administrativos

Detalles de gastos							
	Gastos administrativos	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
1	Gerente	600,00	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
1	Secretaria/contadora	450,00	5.400,00	5.670,00	5.953,50	6.251,18	6.563,73
1	Jefe de ventas	400,00	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
3	Vendedores	1.062,00	12.744,00	13.381,20	14.050,26	14.752,77	15.490,41
1	Chofer	550,00	6.600,00	6.930,00	7.276,50	7.640,33	8.022,34
1	Conserje	354,00	4.248,00	4.460,40	4.683,42	4.917,59	5.163,47
1	Conserje	354,00	4.248,00	4.460,40	4.683,42	4.917,59	5.163,47
9	Aporte patronal	420,36	5.044,26	5.296,47	5.561,30	5.839,36	6.131,33
	Décimo cuarto		3.186,00	3.345,30	3.512,57	3.688,19	3.872,60
	Décimo tercero		3.770,00	3.958,50	4.156,43	4.364,25	4.582,46
<b>Total de gastos administrativos</b>		<b>4.190,36</b>	<b>57.240,26</b>	<b>60.102,27</b>	<b>63.107,39</b>	<b>66.262,76</b>	<b>69.575,89</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

#### 4.3.9. Gastos Generales

**Cuadro 33.** Gastos Generales

Gastos generales	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua	20,00	240,00	252,00	264,60	277,83	291,72
Energía eléctrica	600,00	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
Teléfono	200,00	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
Mantenimiento	350,00	4.200,00	4.410,00	4.630,50	4.862,03	5.105,13
Útiles de oficina	60,00	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
Gas	300,00	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
Materiales de limpieza	80,00	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
Depreciación muebles y enseres	12,50	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Depreciación de equipo de oficina	17,33	208,00	208,00	208,00	208,00	208,00
Depreciación equipo de computo	56,38	676,60	676,60	676,60	-	-
Depreciación de maquinarias y equipos	48,03	576,40	576,40	576,40	576,40	576,40
Depreciación de vehículo	274,00	3.288,00	3.288,00	3.288,00	3.288,00	3.288,00
<b>Total</b>	<b>2.018,25</b>	<b>24.219,00</b>	<b>25.185,00</b>	<b>26.199,30</b>	<b>26.587,72</b>	<b>27.705,98</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

#### 4.3.10. Gastos de Ventas

**Cuadro 34.** Gastos De Ventas

Gastos de ventas	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Combustible del Vehículo	200,00	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
Publicidad	300,00	3.600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82
<b>Total gastos de ventas</b>	<b>500,00</b>	<b>6.000,00</b>	<b>6.300,00</b>	<b>6.615,00</b>	<b>6.945,75</b>	<b>7.293,04</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

#### 4.3.11. Costo de ventas Variables el 5% anual

**Cuadro 35.** Costo de ventas Variables

Detalle de costo de venta									
Descripción	Cant.	Unid. Med.	Valor unit.	Valor total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Chifle 100gr	481	Unidades	0,09	43,29	519,48	545,45	572,73	601,36	631,43
Chifle 400gr	722	Unidades	0,25	180,50	2.166,00	2.274,30	2.388,02	2.507,42	2.632,79
Patacones pre-cocidos 100gr	1127	Unidades	0,19	214,13	2.569,56	2.698,04	2.832,94	2.974,59	3.123,32
Patacones pre-cocidos 400gr	2094	Unidades	0,39	816,66	9.799,92	10.289,92	10.804,41	11.344,63	11.911,86
Empanadas de 6 unidades	941	Unidades	0,52	489,32	5.871,84	6.165,43	6.473,70	6.797,39	7.137,26
Empanadas de 10 unidades	753	Unidades	0,81	609,93	7.319,16	7.685,12	8.069,37	8.472,84	8.896,48
Imprevisto 2%					564,92	593,17	622,82	653,96	686,66
<b>Total</b>					<b>28.810,88</b>	<b>30.251,42</b>	<b>31.763,99</b>	<b>33.352,19</b>	<b>35.019,80</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

#### 4.3.12. Costo de Producción por Línea de Producto

**Cuadro 36.** Costo de Producción

<b>Chifle 100gr</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Total</b>
Verde	2	0,03	0,06
Funda	1	0,01	0,01
Elaboración	1	0,02	0,02
<b>Total</b>		<b>0,06</b>	<b>0,09</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

**Cuadro 37.** Costo de Producción

<b>Chifle 400gr</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Total</b>
Verde	7	0,03	0,21
Funda	1	0,02	0,02
Elaboración	1	0,02	0,02
<b>Total</b>		<b>0,07</b>	<b>0,25</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

**Cuadro 38.** Costo de Producción

<b>Patacones Pre-cocidos 100gr</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Total</b>
Verde	2	0,03	0,06
Funda	1	0,01	0,01
Plato desechable	1	0,1	0,1
Elaboración	1	0,02	0,02
<b>Total</b>		<b>0,16</b>	<b>0,19</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

**Cuadro 39. Costo de Producción**

Patacones Pre-cocidos 400gr			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total
Verde	7	0,03	0,21
Funda	1	0,01	0,01
Plato desechable	1	0,15	0,15
Elaboración	1	0,02	0,02
<b>Total</b>		<b>0,21</b>	<b>0,39</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

**Cuadro 40. Costo de Producción**

Empanadas de 6 unidades			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total
Verde	10	0,03	0,3
Funda	1	0,01	0,01
Plato desechable	1	0,15	0,15
Elaboración	1	0,06	0,06
<b>Total</b>		<b>0,25</b>	<b>0,52</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

**Cuadro 41. Costo de Producción**

Empanadas de 10 unidades			
Detalle	Cantidad	Costo Unitario	Total
Verde	17	0,03	0,51
Funda	1	0,01	0,01
Plato desechable	1	0,2	0,2
Elaboración	1	0,09	0,09
<b>Total</b>		<b>0,33</b>	<b>0,81</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

### 4.3.13. Ingresos de Ventas

**Cuadro 42.** Ingresos de Ventas

Presupuesto de ventas									
Descripción	Cant.	Unid. Med.	Pvp	Enero	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
chifle 100gr	481	unidad	0,40	192,40	2.308,80	2.424,24	2.545,45	2.672,72	2.806,36
chifle 400gr	722	unidad	0,60	433,20	5.198,40	5.458,32	5.731,24	6.017,80	6.318,69
patacones precocidos 100gr	1127	unidad	1,00	1.127,00	13.524,00	14.200,20	14.910,21	15.655,72	16.438,51
patacones precocidos 400gr	2094	unidad	2,50	5.235,00	62.820,00	65.961,00	69.259,05	72.722,00	76.358,10
empanadas de 6 unidades	941	unidad	2,50	2.352,50	28.230,00	29.641,50	31.123,58	32.679,75	34.313,74
empanadas de 10 unidades	753	unidad	3,50	2.635,50	31.626,00	33.207,30	34.867,67	36.611,05	38.441,60
Total de ingresos				11.975,60	143.707,20	150.892,56	158.437,19	166.359,05	174.677,00

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

### 4.3.14. Balance General

**Cuadro 43.** Balance General

Detalle balance general						
Balance general	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Cuentas</b>						
<b>Activo corriente</b>						
Caja -bancos	7.170,93	17.900,05	30.213,77	44.163,60	59.558,40	76.700,25
<b>Total activo corriente</b>	7.170,93	17.900,05	30.213,77	44.163,60	59.558,40	76.700,25
Activos fijos	58.154,00	58.154,00	58.154,00	58.154,00	58.154,00	58.154,00
Depreciac. Acumulada		4.899,00	9.798,00	14.697,00	18.919,40	23.141,80
<b>Total de activo fijo</b>	58.154,00	53.255,00	48.356,00	43.457,00	39.234,60	35.012,20

<b>Total de activos</b>	<u>65.324,93</u>	<u>71.155,06</u>	<u>78.569,77</u>	<u>87.620,60</u>	<u>98.793,00</u>	<u>111.712,45</u>
<b>Pasivo</b>						
<b>Pasivo corriente</b>						
Préstamo	45.727,45	36.581,96	27.436,47	18.290,98	9.145,49	0,00
Participación empl. Por pagar						
Impuesto a la renta por pagar						
<b>Total pasivo</b>	<b>45.727,45</b>	<b>36.581,96</b>	<b>27.436,47</b>	<b>18.290,98</b>	<b>9.145,49</b>	<b>0,00</b>
<b>Patrimonio</b>						
Aporte capital	19.597,48	19.597,48	19.597,48	19.597,48	19.597,48	19.597,48
Utilidad del ejercicio		14.975,62	16.560,20	18.196,32	20.317,89	22.064,94
Utilidad años anteriores			14.975,62	31.535,82	49.732,14	70.050,03
<b>Total patrimonio</b>	<b>19.597,48</b>	<b>34.573,10</b>	<b>51.133,30</b>	<b>69.329,62</b>	<b>89.647,51</b>	<b>111.712,45</b>
<b>Total pasivo y patrimonio</b>	<u><b>65.324,93</b></u>	<u><b>71.155,06</b></u>	<u><b>78.569,77</b></u>	<u><b>87.620,60</b></u>	<u><b>98.793,00</b></u>	<u><b>111.712,45</b></u>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

### 4.3.15. Estado de Resultado

**Cuadro 44.** Estado de Resultado

Estado de resultado					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ventas</b>	\$ 143.707,20	\$ 150.892,56	\$ 158.437,19	\$ 166.359,05	\$ 174.677,00
(-)costo de producción	\$ 28.810,88	\$ 30.251,42	\$ 31.763,99	\$ 33.352,19	\$ 35.019,80
<b>Utilidad bruta</b>	<b>\$ 114.896,32</b>	<b>\$ 120.641,14</b>	<b>\$ 126.673,19</b>	<b>\$ 133.006,85</b>	<b>\$ 139.657,20</b>
(-)gastos administrativos	\$ 57.240,26	\$ 60.102,27	\$ 63.107,39	\$ 66.262,76	\$ 69.575,89
(-)gastos generales	\$ 24.219,00	\$ 25.185,00	\$ 26.199,30	\$ 26.587,72	\$ 27.705,98
(-)gastos de ventas	\$ 6.000,00	\$ 6.300,00	\$ 6.615,00	\$ 6.945,75	\$ 7.293,04
<b>Utilidad operacional</b>	<b>\$ 27.437,06</b>	<b>\$ 29.053,86</b>	<b>\$ 30.751,51</b>	<b>\$ 33.210,63</b>	<b>\$ 35.082,28</b>
(-)gastos financieros	\$ 3.945,90	\$ 3.077,08	\$ 2.208,25	\$ 1.339,43	\$ 470,61
<b>Utilidad antes de part. De trab.</b>	<b>\$ 23.491,16</b>	<b>\$ 25.976,79</b>	<b>\$ 28.543,25</b>	<b>\$ 31.871,20</b>	<b>\$ 34.611,67</b>
Participación de empleados	\$ 3.523,67	\$ 3.896,52	\$ 4.281,49	\$ 4.780,68	\$ 5.191,75
<b>Utilidad antes de imp.</b>	<b>\$ 19.967,49</b>	<b>\$ 22.080,27</b>	<b>\$ 24.261,77</b>	<b>\$ 27.090,52</b>	<b>\$ 29.419,92</b>
Impuesto	\$ 4.991,87	\$ 5.520,07	\$ 6.065,44	\$ 6.772,63	\$ 7.354,98
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$ 14.975,62</b>	<b>\$ 16.560,20</b>	<b>\$ 18.196,32</b>	<b>\$ 20.317,89</b>	<b>\$ 22.064,94</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

### 4.3.16. Flujo de Efectivo

**Cuadro 45.** Flujo de Efectivo

Flujo de caja proyectado						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ingresos operativos</b>						
Ventas		143.707,20	150.892,56	158.437,19	166.359,05	174.677,00
<b>Total ingresos operativos</b>		<b>143.707,20</b>	<b>150.892,56</b>	<b>158.437,19</b>	<b>166.359,05</b>	<b>174.677,00</b>
<b>Egresos operativos</b>						
Inversión inicial	<b>65.324,93</b>					
Gasto de administrativos		57.240,26	60.102,27	63.107,39	66.262,76	69.575,89
Gasto de ventas		6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
Gastos generales		19.320,00	20.286,00	21.300,30	22.365,32	23.483,58

Costos de ventas		28.810,88	30.251,42	31.763,99	33.352,19	35.019,80
Pago particip. Empleados		3.523,67	3.896,52	4.281,49	4.780,68	5.191,75
Pago del impuesto a la renta		4.991,87	5.520,07	6.065,44	6.772,63	7.354,98
<b>Total de egresos operativos</b>	<b>65.324,93</b>	<b>119.886,69</b>	<b>126.356,28</b>	<b>133.133,61</b>	<b>140.479,32</b>	<b>147.919,05</b>
<b>Flujo operativo</b>	<b>-65.324,93</b>	<b>23.820,51</b>	<b>24.536,28</b>	<b>25.303,58</b>	<b>25.879,72</b>	<b>26.757,95</b>
<b>Ingresos no operativos</b>						
Préstamo bancario	45.727,45					
<b>Total ing. No operativos</b>	<b>45.727,45</b>					
<b>Egresos no operativos</b>						
<b>Inversiones</b>						
Pago de capital		9.145,49	9.145,49	9.145,49	9.145,49	9.145,49
Pago de intereses		3.945,90	3.077,08	2.208,25	1.339,43	470,61
<b>Total egresos no operativos</b>	<b>-</b>	<b>13.091,39</b>	<b>12.222,57</b>	<b>11.353,74</b>	<b>10.484,92</b>	<b>9.616,10</b>
<b>Flujo neto no operativo</b>	<b>45.727,45</b>	<b>-13.091,39</b>	<b>-12.222,57</b>	<b>-11.353,74</b>	<b>-10.484,92</b>	<b>-9.616,10</b>
<b>Flujo neto</b>	<b>-19.597,48</b>	<b>10.729,13</b>	<b>12.313,71</b>	<b>13.949,83</b>	<b>15.394,80</b>	<b>17.141,85</b>
Saldo inicial	7.170,93	7.170,93	17.900,05	30.213,77	44.163,60	59.558,40
<b>Flujo acumulado</b>	<b>7.170,93</b>	<b>17.900,05</b>	<b>30.213,77</b>	<b>44.163,60</b>	<b>59.558,40</b>	<b>76.700,25</b>

**Fuente:** Investigación de campo

**Elaborado por:** Autor

#### 4.4. Evaluación Financiera

##### 4.4.1. VAN, Costo beneficio y TIR

**Cuadro 46.** Van, Costo Beneficio y Tir

VAN	<b>POSITIVO</b>	13.511,19
Costo beneficio		1,21
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>		<b>26,28%</b>

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

#### 4.4.2. Punto de Equilibrio para el Primer Año

**Cuadro 47.** Punto de Equilibrio

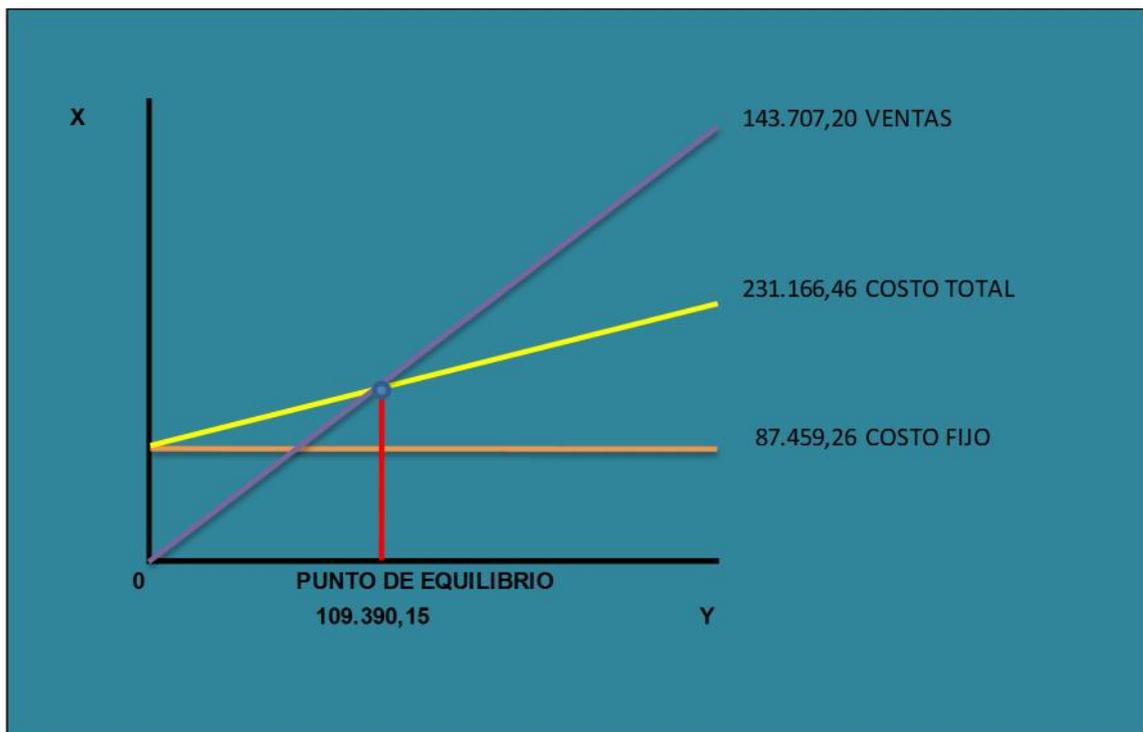
Ventas	143707,20
costos fijos	87459,26
costos variables	28810,88

**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

$$\begin{aligned} PE &= \frac{CF}{1 - CV} = \frac{87459,26}{0,79952} \\ PE &= 109390,15 \end{aligned}$$

**Figura 5.** Punto de Equilibrio



**Fuente:** Investigación de Campo

**Elaborado por:** Autor

#### 4.4.3. Calculo del TMAR

**Cuadro 48.** Calculo del TMAR

<b>Riego País</b>	3,16
<b>Inflación</b>	3,2
<b>Trbce</b>	11,32
<b>TMAR</b>	17,68

**Fuente:** Investigación del Ecuador

**Elaborado por:** Autor

### 4.5. Discusión

El estudio de mercado demostró que existe necesidades insatisfechas sobre productos derivados del plátano producidos por una empresa del Cantón El Empalme; se analizó la oferta, demanda ,precio y comercialización sobre el producto a ofrecer, de acuerdo al criterio de las personas encuestadas el 100 % manifiestan estar de acuerdo con la creación de la empresa resultados que concuerdan con lo expresado por Gabriel Baca Urbina en su libro **(Evaluación de proyectos, 2010)**.que manifiesta que el estudio de mercado es la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización .

Del estudio técnico realizado se determinó la localización y el tamaño óptimo de la planta, la maquinaria y equipos, infraestructura, materia prima, mano de obra necesaria para el proceso productivo, resultados que coinciden con lo expuesto por Marcial Córdoba Padilla en su libro **(Formulación y evaluación de proyectos, 2013)**.Expresa que el estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿Cuánto, donde, como y con que producir a mi empresa? además analiza el tamaño del proyecto la localización, la ingeniería, procesos de producción, selección de maquinarias y equipos .

El estudio económico demostró las inversiones del proyecto, el financiamiento, capital de trabajo, el estado de resultados, la factibilidad para

emprender en el proyecto; demostrando la utilidad neta durante los años de vida del proyecto, criterio que coincide con lo que expresa Gabriel Baca en su libro **(Evaluación de proyectos, 2010)** que indica que el estudio económico comienza con la determinación de los costos totales y la inversión inicial a parte de los estudios de ingeniería, ya que estos costos dependen de la tecnología seleccionada, financiamiento, depreciaciones entre .

La evaluación financiera realizada a través de indicadores como el VAN y el TIR que demuestran resultados positivos que permiten tomar la decisión de invertir en el presente proyecto, lo que coincide con Marcial Córdoba en su libro **(formulación y evaluación de proyectos, 2013)** que indica que la evaluación financiera es la parte final de toda la secuencia de análisis de la factibilidad de un proyecto para ver si la inversión propuesta será económicamente rentable.

**CAPÍTULO V**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## 5.1. Conclusiones

Del estudio de mercado se concluye que no existe una oferta de los productos derivados del plátano porque no hay una microempresa que comercialice el producto cumpliendo con los estándares de calidad y es por tal motivo que existe una Demanda muy importante en el cantón sobre la necesidad insatisfecha; el 100% de los encuestados manifiestan estar de acuerdo en la creación de la microempresa siempre que cumpla con los parámetros técnicos y de calidad establecidas para este tipo de alimentos y en cuanto a la comercialización lo toman de una manera positiva porque se les brindará el servicio de manera directa y sin intermediarios mejorando el precio de costo del mismo.

En el estudio técnico se indica la localización de la planta de la microempresa la cual es muy favorable para la ciudadanía ya que se encuentra en el centro del Cantón El Empalme y a la vez que se brindará un servicio de forma oportuna y el producto de calidad; el tamaño de la planta contará con una infraestructura muy acorde a las exigencias dado que el área administrativa, producción y ventas estará distribuida por áreas de acuerdo a las funciones de cada empleado.

A través del estudio económico se concluye que el proyecto es viable lo que permite poner en marcha la empresa. La inversión inicial es de \$ 65.324,93 que será financiada con aporte del 30% del inversionista y el 70% restante con un préstamo a la banca pública a mediano plazo, el análisis realizado refleja utilidades durante todos los años de vida del proyecto.

A través de la evaluación financiera y por medio de indicadores se concluye que el retorno de la inversión calculado a través del VAN, dio como resultado: 13.511,19. Una tasa interna de retorno de 26,28%, y un Costo Beneficio de 1.21, indicadores que demuestran la viabilidad de la inversión.

## **5.2. Recomendaciones**

Se recomienda poner en marcha el proyecto de la empresa productora de derivados de plátano a corto plazo, ya que se detectó que sí existe demanda y de esta forma aprovechar el sistema operativo existente, que permitan tomar los correctivos si el caso lo amerita y de esta forma fidelizar a los clientes, proveedores de la materia prima para optimizar costos en toda época del año.

Contar con un profesional de experiencia en el área administrativa que contribuya con sus conocimientos para minimizar gastos y costos sin desmejorar la calidad de los productos para obtener una fidelidad de los clientes.

Que la microempresa este constituida jurídicamente, implementar un sistema administrativo y financiero que fortalezca los ingresos planificados en el estudio de factibilidad.

Se recomienda aplicar estrategias que ayuden a obtener préstamos con el interés más bajo y plazos convenientes para su amortización y de preferencia en el Banco Nacional de Fomento o en la Corporación Financiera Nacional.

**CAPÍTULO VI**  
**BIBLIOGRAFÍA**

## 6.1. Literatura Citada

- Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos* (Sexta ed.). Mexico: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Berghe, E. V. (2010). *Gestión y gerencia empresariales*. Bogotá : Eco Ediciones.
- Cordoba, M. (2013). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. Bogota Colombia: Ecoe Ediciones.
- Córdoba, M. (2013). *Formulación y Evaluación de Proyectos* (Segunda ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Florez, J. (2012). *Plan de Negocio*. Bogota-Colombia: Ediciones de la U.
- Friend, G. (2008). *Como diseñar un plan de negocio* . Buenos Aires.
- Garcia, F. (2011). *Guia para crear y desarrollatr su propia empresa*. Quito-Ecuador: Ecuador.
- Gitman, L. J. (2010). *Administracion Financiera*. México: Pearson .
- <http://cuidatufuturo.com/>. (s.f.). Recuperado el 04 de 07 de 2014, de <http://cuidatufuturo.com/>
- <http://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/registro-de-empleador>. (s.f.).  
Recuperado el 02 de 07 de 2014
- <http://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/registro-de-empleador>. (s.f.).  
Recuperado el 02 de 07 de 2014
- <http://www.quevedo.gob.ec/Site/Archivos/patentes2011.pdf>. (s.f.).  
Recuperado el 02 de 07 de 2014
- <http://www.quevedo.gob.ec/Site/Archivos/pstentes2011.pdf>. (s.f.).  
Recuperado el 02 de 07 de 2014

<http://www.sri.gob.ec/web>. (s.f.). Recuperado el 02 de 07 de 2014

<http://www.sri.gob.ec/web>. (s.f.). Recuperado el 02 de 07 de 2014

<http://www.supercias.gob.ec/>. (s.f.).

Lucio, E. (2010). *Técnicas de Marketing, Identificar, Conquistar y fidelizar Clientes*. Bogotá: Ideas propias Editorial- Pedro Sarmiento, 19 bajo, vigo,tel. 902100938.

Malhotra, N. K. (2008). *INvestigacion de mercados* . México : Pearson Educacion .

Marcial, C. (2013). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Marin, Q. (2012). *Como hacer un plan de marketing*. Quito: Profit.

Meza, J. (2010). *Evaluacion Financiera de Proyecto*. Colombia: Ecoe Ediciones.

Miranda, J. (2012). *Gestion de proyecto*. Bogota-Colombia: MMeditores.

Morales, A. (2009). *Proyectos de Inversion. Evaluacion y Formulación* (Primera ed.). México: The McGraw-Hill Companies, Inc.

Prieto, E. (2010). *Los Proyectos la Razón de ser presente*. Bogotá: Ecoe ediciones Ltda.

Rivera, J. (2012). *Fundamentos del marketing*. Madrid : Esic.

Sapag, N. (2007). *Proyectos de inversión Formulación y evaluación* (Primera ed.). México: Pearson Educación de México S.A. de C.V.

Sapag, N. (2008). *Preparacion y Evaluacion de Proyectos*. Mexico D.F.: McGraw-Hill.

Velez, G. A. (2013). *Proyectos Formulación Evaluación y Control* . Cali:  
Cargathiscs.

**CAPÍTULO VII**  
**ANEXOS**

## 7.1. Anexos

### Anexo 1. Formato de Encuesta



**UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**

La presente encuesta tiene como finalidad conocer la demanda de productos derivados de plátano que existe en los restaurantes del Cantón El Empalme. Esta investigación tiene fines académicos, cuyo resultado permitirá cumplir con un requisito para la obtención del título de graduación.

1.- ¿Considera usted que los productos derivados del plátano son muy nutritivos para la alimentación del ser humano?

Totalmente de acuerdo \_\_\_ De acuerdo \_\_\_ Desacuerdo \_\_\_

2.- De los siguientes productos derivados del plátano ¿Cuáles son los de su mayor agrado?

Patacones \_\_\_ Empanadas \_\_\_ Tortillas \_\_\_ chifles \_\_\_ Otros \_\_\_

3.- ¿Considera usted que los productos derivados del plátano son ideales para ser acompañados en las comidas?

Si \_\_\_ No \_\_\_ Tal vez \_\_\_

4.- ¿Acostumbra usted a observar el registro sanitario al comprar estos productos?

Siempre \_\_\_ A veces \_\_\_ Nunca \_\_\_

5.- ¿Considera usted que estos productos derivados del plátano deben presentar en su etiquetado el registro del centro sanitario?

Sí \_\_\_ No \_\_\_

6.- ¿Considera usted oportuno la creación de una microempresa productora de productos derivados del plátano en el cantón El Empalme?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

Porque \_\_\_\_\_

7.- ¿Cree usted que el implementar esta empresa, se creen fuentes de empleo?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

8.- ¿Cómo provee a su restaurante con Productos derivados de Plátano?

a) Comisariatos \_\_\_\_\_

b) Tiendas \_\_\_\_\_

c) Proveedores Directos \_\_\_\_\_

d) Son elaborados en su Restaurante \_\_\_\_\_

9) ¿Cuáles son los productos derivados de plátanos que más demandan sus clientes?

a) Chifles \_\_\_\_\_

b) Patacones Pre-cocidos \_\_\_\_\_

c) Empanadas \_\_\_\_\_

D) Tortillas \_\_\_\_\_

10.- ¿De existir una microempresa productora de derivados del plátano que le brinde un producto de calidad, estaría dispuesto a comprar estos productos? Considerando que los mismos serán elaborados en el mínimo tiempo requerido para su consumo.

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

11.- Si respondió afirmativamente a la pregunta 9 responda lo siguiente:  
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los productos?

**Chifles:**

Tamaño 100gr:

De 0.20 a 0.40 \_\_\_\_\_

De 0.30 a 0.50 \_\_\_\_\_

Tamaño 400gr

De 0.50 a 0.75 \_\_\_\_\_

De 0.80 a 1.25 \_\_\_\_\_

**Patacones pre cocido:**

Tamaño 100gr

De 0,30 a 0,60\_\_\_\_\_

De 0,70 a 0,80\_\_\_\_\_

Tamaño 400gr

De 1.50 a 1.75\_\_\_\_\_

De 2.00 a 2.50\_\_\_\_\_

**Empanadas**

6 unidades

De 1.00 a 1.50\_\_\_\_\_

10 unidades De 2.00 a 2.50\_\_\_\_\_

12.- ¿Conoce alguna microempresa que elabore productos derivados del plátano en el cantón El Empalme?

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

13.- ¿Dónde considera usted que debería instalarse la empresa?

a) Vía a la Guayas \_\_\_\_\_

b) Vía a Quevedo \_\_\_\_\_

c) Vía a Manabí\_\_\_\_\_

d) Centro del Cantón \_\_\_\_\_

e) Vía a Guayaquil\_\_\_\_\_

14. ¿Cómo considera que debería ser la presentación de los productos?

a) Funda\_\_\_\_\_

b) plato desechable con funda\_\_\_\_\_

c) tarrinas desechables\_\_\_\_\_