



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Proyecto de investigación previo a la
obtención del título de Ingeniera en
Gestión Empresarial

Título del Proyecto de Investigación

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
DE APERITIVOS EN SNACK, ELABORADOS CON PRODUCTOS DEL SECTOR
PARA LOS VENDEDORES INFORMALES PARROQUIA SAN CARLOS. AÑO 2015.”**

Autora:

Ana Fabiola Llanos Villares

Directora:

Ing. Karina Murillo Limonez, MBA.

QUEVEDO –LOS RIOS- ECUADOR

2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Ana Fabiola Llanos Villares, 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.

Ana Fabiola Llanos Villares

C.I.120720843-8

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

La suscrita, **Ing.Karina Murillo Limonez, MBA.** Docente de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la egresada **Ana Fabiola Llanos Villares**, realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniera en **Gestión Empresarial**, titulada **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE APERITIVOS EN SNACK, ELABORADOS CON PRODUCTOS DEL SECTOR PARA LOS VENDEDORES INFORMALES PARROQUIA SAN CARLOS. AÑO 2015.”**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con las disposiciones reglamentarias establecidas para el efecto.

Ing.Karina Murillo Limonez MBA.

DIRECTORA DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

CERTIFICADO DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCIÓN DE COINCIDENCIA Y/O PLAGIO. ACADÉMICO



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
Facultad de Ciencias Empresariales
INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Para: Lcdo. Edgar Pastrano Quintana- Decano de la Facultad de Ciencias Empresariales
De: Ing. Karina Murillo Limonez- Directora de Proyecto
Asunto: Informe de Dirección de Proyecto de Investigación
Fecha: 28-10-2015

Adjunto, al presente sírvase encontrar el documento final del Proyecto de Investigación titulado: **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE APERITIVOS EN SNACK, ELABORADOS CON PRODUCTOS DEL SECTOR PARA LOS VENEDORES INFORMALES PARROQUIA SAN CARLOS, AÑO 2015** elaborado por la señorita LLANOS VILLARES ANA FABIOLA, previo a la obtención del título de Ingeniería en Gestión Empresarial., que fue elaborado bajo mi dirección según lo asignado en la resolución SEGUNDA DE LA COMISIÓN ACADÉMICA DE LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de fecha 26 de junio del 2015 en el mismo que cumple con los componentes que exige el Reglamento General de Graduación de Pregrado de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo e incluye el informe de URKUND.

The screenshot shows the URKUND interface with the following details:

- Document:** [Ana fabiola Llanos Villares URKUND FINAL YAREGLADO NUMERO TRES.docx](#)
[aaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaaa.docx \(D15903243\)](#)
- Submitted:** 2015-10-28 18:14 (-05:00)
- Submitted by:** Murillo Limonez Rosa Karina (rmurillo@uteq.edu.ec)
- Receiver:** rmurillo.uteq@analysis.orkund.com
- Message:** URKUND [Show full message](#)

9% of this approx. 22 pages long document consists of text present in 14 sources.

The interface also includes a toolbar with icons for document, zoom, and navigation (up, left, right arrows).

Atentamente,

Ing. Karina Murillo Limonez, MBA
DIRECTORA DE PROYECTO

Adj. 1 anillado del Trabajo de Investigación



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

Título:

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE APERITIVOS EN SNACK, ELABORADOS CON PRODUCTOS DEL SECTOR PARA LOS VENEDORES INFORMALES PARROQUIA SAN CARLOS. AÑO 2015.”

Presentado a la Comisión Académica de la Facultad de Ciencias Empresariales como requisito previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión Empresarial.

Aprobado por:

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE TESIS

Ing..Betancourt López Carlos MAE

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Muñoz Heredia CesarM.Sc

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Miranda Ullon Pedro, M.Sc

QUEVEDO – LOS RIOS – ECUADOR

2015

AGRADECIMIENTO

El autor deja constancia de su agradecimiento a las siguientes instituciones y personas:

En primer lugar a Dios, por guiarme por el camino del bien, a mis padres en especial a mi madre MaríaLaurita Villares le agradezco inmensamente por darme la vida, por sus consejos, su apoyo incondicional el mismo que me ha incentivado a continuar con mi meta establecida.

Mi agradecimiento a los Directivos de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, en especial a la Ing. Karina Murillo Limonez MBA. Por su colaboración, conocimiento, y apoyo brindado en la elaboración de la tesis y a los catedráticos de la carrera de Ingeniería en Gestión Empresarial que durante mis años de estudios de tercer nivel fueron quienes en forma desinteresada pusieron de manifiesto sus conocimientos para lograr mi formación académica integral.

Y a todas y cada una de las personas que son parte de mi vida, que de una u otra manera han colaborado en la culminación exitosa de la investigación desarrollada.

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación realizado con esfuerzo y dedicación va dedicado a Dios por darme la salud, fortaleza diaria y lograr mis metas propuestas, a las personas que de una u otra forma han contribuido para su realización, a mis padres en especial a mi madre Lina la persona que más amo y que en todo momento me brindó su apoyo de manera incondicional.

A mi familia y amigos por brindarme su amistad sincera y estar conmigo en todo momento e incentivar me a continuar aun cuando se presentaron obstáculos, y a todos los docentes que durante todo este tiempo portaron su granito de arena para ser de sus estudiantes unos excelentes profesionales.

ANA FABIOLA LLANOS VILLARES

RESUMEN EJECUTIVO.

El presente estudio de factibilidad está dirigido para la creación de una microempresa de aperitivos en snack, elaborados con productos del sector para los vendedores informales de la parroquia San Carlos, los productos serán elaborados a base de plátano, maduro y yuca y dirigidos a las personas de distintas preferencias y edades.

La finalidad del estudio es crear una microempresa que entre a competir en el mercado de las golosinas y Snack, con productos naturales y de calidad, que contienen beneficios para la salud, y estará dirigido en primer lugar a la población de la parroquia de San Carlos;

Para la ejecución del proyecto se identificaron algunos tipos, métodos y técnicas de investigación, que permitieron determinar la población objetiva de este estudio, y que fue de 10.644 habitantes.

Con el estudio técnico realizado se definió el tamaño y la localización óptima de la planta, que garantizará buenos resultados productivos, durante el primer año la empresa trabajará al 10% de su capacidad y producirá 125467 unidades, que se incrementaran en un 10% anual. De igual manera se identificó la tecnología necesaria para el proceso productivo de la planta,

La estructura organizacional de la empresa definió las áreas de acuerdo a los niveles jerárquicos que permite el desempeño con la responsabilidad y eficiencia que la empresa requiere.

El estudio económico - financiero permitió conocer el monto total de la inversión y que asciende a \$ 12.918,00. En la evaluación financiera realizada se determina un VAN de \$18.825,44 y un TIR, de 67%,y una relación beneficio costo de \$1,89,indicadores que demuestran la viabilidad financiera de la inversión. Luego se puntualizan las conclusiones y las recomendaciones más pertinentes, para finalmente incluir la bibliografía consultada.

PALABRAS CLAVES

Estudio de factibilidad

Microempresas, productos en snack

Vendedores informales

ABSTRACT AND KEYWORDS.

This feasibility study is aimed to create a micro snacks at snack, made with products of the sector to the informal vendors parish San Carlos, processed products made from bananas, ripe and cassava and aimed at people of different ages.

For some types of project implementation, methods and research techniques, and used to identify the target population of this study, which was identified 10644 inhabitants. Market analysis allowed us to determine the potential demand for the product is 91% and the effective demand, which is equal to units to meet the needs.

On the technical study the optimal size and location of the plant, which will ensure good production results during the first year the company will work to 10% capacity and will produce 125467 units, which will increase year over year was defined. Likewise, the technology needed for the production process of the plant was identified.

The organizational structure of the company defined areas according to the hierarchical levels that enables performance with responsibility and efficiency that the company requires. The economic study - financial allowed to know the total amount of investment, amounting to \$ 12,918.00 in the financial assessment is determined or NPV of \$ 18.825,44 and an IRR of 63%. And a relation I benefit cost of \$1.89. Indicators that demonstrate the financial viability d investment. Conclusions and recommendations are more relevant then point out, to finally include the literature.

Passwords:

Feasibility study

Microcompany

Products in snack

Unreliable salespeople

TABLA DE CONTENIDO

PORTADA	i
HOJA EN BLANCO	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	iii
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR.....	iv
CERTIFICADO DEL REPORTE DE LA HERRAMIENTA DE PREVENCION DE COINCIDENCIA Y/O PLAGIO. ACADEMICO	v
CERTIFICADO DE APROBACION POR TRIBUNAL D SUSTENTACION	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA.....	viii
RESUMEN EJECUTIVO.	ix
ABSTRACT AND KEYWORDS.....	x
TABLA DE CONTENIDO	xi
ÍNDICE DE TABLAS.....	xvii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xix
INDICE DE ANEXOS	xx
CÓDIGO DUBLIN.	xxi
Introducción.....	1
CAPÍTULO I CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	3
1.1. Problema de investigación.	4
1.1.1. Planteamiento del problema.	4
1.1.2. Formulación del problema.	4
1.1.3. Sistematización del problema	5
1.2. Objetivos.....	5

1.2.1.	General.	5
1.2.2.	Específico.	5
1.3.	Justificación.	6
CAPITULO II FUNDAMENTACION TEORICA DE LA INVESTIGACION		7
2.1.	Marco conceptual.	8
2.1.1.	Estudio de mercado.	8
2.1.2.	Estudio Técnico.	9
2.1.3.	Estudio Económico-Financiero.	10
2.1.4.	Estrategias para la pequeña y mediana empresa.	10
2.1.5.	Perspectiva del cliente de las pequeñas empresas.	10
2.1.6.	La microempresa en el país y Latinoamérica.	11
2.1.7.	Las ventajas de las microempresas.	11
2.1.8.	Emprender.	11
2.1.9.	Organizar.	11
2.1.10.	Oportunidades.	12
2.1.11.	Amenazas.	12
2.1.12.	Fortalezas.	12
2.1.13.	Debilidades.	12
1.2	Marco referencial.	12
2.2.1.	Estudio de mercado.	12
2.2.2.	Determinación del precio de venta.	13
2.2.3.	El Producto.	13
2.2.4.	La Demanda.	14
2.2.5.	Estimación de la demanda futura.	14
2.2.6.	Precio.	14
2.2.7.	Estudio técnico.	14

2.2.8.	Tamaño del proyecto.....	14
2.2.9.	Tamaño Óptimo de la Planta.....	15
2.2.10.	Localización.....	15
2.2.11.	Ingeniería del proyecto.....	16
2.2.12.	Estudio organizacional.....	16
2.2.13.	Estudio financiero.....	16
2.2.14.	Presupuesto de inversión.....	16
2.2.15.	Financiación del proyecto.....	17
2.2.16.	Cronograma de inversiones.....	17
2.2.17.	Inversión fija.....	17
2.2.18.	Capital de Trabajo.....	17
2.2.19.	Costos de Producción.....	18
2.2.20.	Costos de Administración.....	18
2.2.21.	Costos de Ventas.....	18
2.2.22.	Flujo de Caja.....	18
2.2.23.	Valor presente neto.....	19
2.2.24.	Tasa interna de rendimiento.....	19
2.2.25.	Punto de equilibrio.....	19
CAPÍTULO III METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		20
3.1.	Localización.....	21
3.2.	Tipos de investigación.....	21
3.2.1.	De Campo.....	21
3.2.2.	Documental - Bibliográfica.....	21
3.3.	Métodos de investigación.....	21
3.3.1.	Inductivo.....	21
3.3.2.	Deductivo.....	22

3.3.3. Analítico.....	22
3.4. Fuentes de recolección de la información.....	22
3.5. Diseño de la investigación.	22
3.6. Instrumentos de investigación.	23
3.7. Tratamiento de los datos.	23
3.8. Recursos humanos y materiales.	23
CAPITULO IV RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	24
4.1. Estudio de mercado.....	25
4.1.1 Demanda Actual.	40
4.1.2. Oferta Proyectada.	41
4.1.3. Demanda Insatisfecha.	42
4.2. Estudio técnico.....	42
4.2.1. Localización.	42
4.2.2. Macro localización.	43
4.2.3. Micro localización.....	43
4.2.4. Mix de marketing.	43
4.2.4.1. Producto.....	43
4.2.4.2. Precio.....	43
4.2.4.3. Plaza.	43
4.2.4.4. Publicidad.	44
4.2.5. Nombre de la empresa.....	44
“PLATMAYUC.”	44
4.2.6. Slogan.....	44
4.2.7. Logotipo	44
4.2.8. Visión.....	44
4.2.9. Misión.....	45

4.2.10.	Capacidad de la empresa.....	45
4.2.11.	Capacidad financiera.....	45
4.2.12.	Capacidad administrativa.....	45
4.2.13.	Fuentes de abastecimiento de materias primas.....	45
4.2.14.	Cercanía al mercado.....	45
4.2.15.	Ingeniería del proyecto.....	46
4.2.16.	Proceso de producción.....	46
4.2.17.	Mano de obra necesaria para la producción.....	46
4.2.18.	Personal administrativo.....	46
4.2.19.	Organigrama.....	47
4.2.20.	Manual de funciones.....	47
4.2.21.	Gerente.....	47
4.2.22.	Funciones básicas.....	47
4.2.23.	Funciones básicas.....	48
4.2.24.	Tecnología, maquinaria y herramientas.....	48
4.2.25.	Materia prima para la producción.....	50
4.2.26.	Servicios básicos.....	50
4.2.27.	Proyección servicios básicos.....	50
4.2.28.	Flujo grama del proceso.....	51
4.2.29.	Diagrama de flujo.....	52
4.2.30.	Distribución física de la planta.....	52
4.3.	Evaluación financiera para conocer la viabilidad y rentabilidad del proyecto.....	53
4.3.1	Inversión inicial.....	53
4.3.2	Gastos administrativos.....	57
4.3.3	Costos Indirectos.....	60
4.3.4	Costos de Producción.....	60

4.3.5	Proyecciones de Ventas	61
4.3.6	Estado de Resultado.	62
4.3.7	Flujo de caja proyectado.....	63
4.4.	Discusión.....	66
CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		67
5.1.	Conclusiones.....	68
5.2.	Recomendaciones.	69
CAPITULO VI BIBLIOGRAFÍA		70
6.1.	BIBLIOGRAFÍA.	71
CAPITULO VII ANEXOS.....		73
7.1.	ENCUESTA.....	74
7.2.	Fotos de la encuesta realizada a los habitantes de la parroquia San Carlos.....	79

ÍNDICE DE TABLAS

1: Conoce alguna microempresa de aperitivos a base de Plátano, Maduro y Yuca.	25
2: Atributos de aperitivos de Plátano, Yuca y Maduro.....	26
3: Sabor de consumo en Aperitivos.	27
4: Satisfacción con los snack actuales.	28
5: Aperitivos elaborado de Yuca, Plátano y Maduro.....	29
6: Lugar de preferencia.	30
7: Frecuencia de consumo.	31
8: Productos de snack consumido.....	32
9: Consume snack de Yuca, Maduro y Plátano.	33
10: Gramos de preferencia.....	34
11: Precio que pagaría por el producto.	35
12: Ampliar productos.	36
13: Medio de comunicación que prefiere.	37
14: En que horarios consume estos productos.....	38
15: Existencia de microempresa de aperitivos.	39
16: Demanda Actual.	40
17: Demanda Proyectada.	41
18: Oferta Proyectada.	41
19: Demanda Insatisfecha.....	42
20: Maquinaria y equipo.....	49
21: Proyección servicios básicos.	50
22: Flujo grama del proceso.	51
23: Inversión Inicial.....	54
24: Inversión Total.	55
25: Financiamiento del Proyecto.	55
26: Tabla de Amortización.	56
27: Depreciación de Activos.....	56
28: Gastos Administrativos.	57

29: Gastos de Fabricación.....	59
30: Gastos de Publicidad.	59
31: Costos Indirectos de Fabricación.....	60
32: Costos de producción.	60
33: Proyecciones de ventas.....	61
34: Estado de Resultado Proyectado.	62
35: Flujo de Caja Proyectado.....	63
36: Evaluación TIR y VAN.....	64

ÍNDICE DE GRÁFICOS

1: Conoce alguna microempresa de aperitivos a base de Plátano, Maduro y Yuca.	25
2: Atributos de aperitivos de Plátano, Yuca y Maduro.....	26
3: Sabor de consumo en Aperitivos.	27
4: Satisfacción con los snack actuales.	28
5: Aperitivos elaborados de Yuca, Plátano y Maduro.	29
6: Lugar de preferencia.	30
7: Frecuencia de consumo.	31
8: Que productos de snack ha consumido.	32
9: Consume snack de Yuca, Maduro y Plátano.	33
10: Gramos de preferencia.....	34
11: Precio que pagaría por el producto.	35
12: Ampliar productos.	36
13: Medio de comunicación que prefiere.	37
14: En qué horarios consume estos productos.....	38
15: Existencia de microempresa de aperitivos.	39

INDICE DE ANEXOS

7.1. ENCUESTA.....	74
7.2. Fotos de la encuesta realizada a los habitantes de la Parroquia San Carlos.....	79

CÓDIGO DUBLIN.

Título:	“Estudio de Factibilidad para la creación de una microempresa de aperitivos en snack, elaborados con productos del sector para los vendedores informales parroquia San Carlos. Año 2015.”				
Autora:	Ana Fabiola Llanos Villares				
Palabras clave:	Microempresa	Estudio de Factibilidad	Estudio de mercado	Estudio técnico	Estudio económico financiero
	Estado de resultados	VAN	TIR	Punto De Equilibrio	Proyecciones
Fecha de publicación:	11- agosto-20-15				
Editorial:	Quito: EPN, 2015.				
Resumen:	<p>Resumen.-</p> <p>El presente estudio de factibilidad está dirigido para la creación de una microempresa de aperitivos en snack, elaborados con productos del sector para los vendedores informales parroquia San Carlos, los productos serán elaborados a base de plátano, maduro y yuca y dirigidos a las personas de distintas edades</p> <p>La finalidad del estudio es crear una microempresa que entre a competir en el mercado de las golosinas y Snack, con productos natural y de calidad, que contienen beneficios para la salud, y estará dirigido en primer lugar a la población de la parroquia de San Carlos;</p> <p>Para la ejecución del proyecto se identificaron algunos tipos, métodos y técnicas de investigación, que permitieron identificar a la población objetiva de este estudio, y que fue de 10644 habitantes.</p> <p>Abstract.-</p> <p>This feasibility study is aimed to create a micro snacks at snack, made</p>				

	<p>with products of the sector to the informal vendors parish San Carlos, processed products made from bananas, ripe and cassava and aimed at people of different ages.</p> <p>For some types of project implementation, methods and research techniques, and used to identify the target population of this study, which was identified 10644 inhabitants.</p>
Descripción:	178 hojas : dimensiones, 29 x 21 cm + CD-ROM 6162
URI:	<u>(en blanco hasta cuando se dispongan los repositorios)</u>

Introducción.

El presente proyecto tiene como objetivo de investigación estudiar la factibilidad de la creación de una microempresa de aperitivos en snack, elaborados a base de plátano, maduro y yuca, estos productos serán adquiridos de plantaciones existentes en el sector de la parroquia San Carlos.

La tendencia sobre el consumo de productos naturales se incrementa día a día, por lo que existe una creciente demanda insatisfecha en el sector de San Carlos sobre el consumo, lo que da la oportunidad para crear esta microempresa y desarrollar un producto que satisfaga el paladar de manera saludable de los consumidores.

Es importante recalcar que el gobierno nacional da incentivos financieros y tributarios para el emprendimiento en este tipo de actividades.

En el capítulo I, se presenta la contextualización del problema, mediante un análisis sobre la problemática actual, realizando un diagnóstico de la situación, y a través de la identificación de las causas y efectos se logró la formulación del problema, además se plantean los objetivos y se realiza la debida justificación resaltando el porqué de la misma, a quienes va a beneficiar y en qué forma serán beneficiados.

En el capítulo II, se estructura el marcateórico, compuesto del conceptual y el referencial citando las teorías y los conceptos más relevante encontrados en libros, textos, internet, revistas y datos estadísticos relacionados con la investigación.

El capítulo III, está relacionado con la metodología aplicada identificando los tipos, métodos técnicas, población y muestra.

En el capítulo IV, se presentan los resultados encontrados durante el proceso de la investigación.

En el capítulo V, se puntualizan las conclusiones obtenidas en el desarrollo de la investigación, así mismo se detallan las recomendaciones pertinentes.

El capítulo VI, muestra la bibliografía correspondiente de los autores consultados sobre las teorías y conceptos seleccionados de acuerdo a los objetivos planteados en la investigación. Y finalmente en el capítulo VII, se muestra los anexos correspondientes.

CAPÍTULO I

CONTEXTUALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Problema de investigación.

1.1.1. Planteamiento del problema.

En la parroquia San Carlos no existen microempresas que aprovechen los productos agrícolas que se dan en la zona, especialmente el plátano, el maduro, y la yuca los cuales son productos que deben ser aprovechados para la elaboración de aperitivos en snack que ofrezcan rentabilidad y trabajo a los vendedores informales y a la ciudadanía en general.

La parroquia San Carlos por su ubicación geográfica privilegiada es considerada como vía de paso obligado para los turistas que viajan a las ciudades de Quito , Guayaquil, Quevedo ,Santo Domingo, por lo que se debe aprovechar esta situación para ofrecerles un producto nutritivo y saludable producido orgánicamente por los diferentes agricultores de la zona y a la vez generar fuentes de trabajo y elevar la producción para este sector importante de la parroquia como son los comerciantes informales.

Diagnóstico.

Al no existir en la parroquia San Carlos microempresas que aprovechen los recursos provenientes de la agricultura como son el plátano, el maduro y la yuca objetos de este proyecto, para la elaboración de snack, se perderá la oportunidad para que los vendedores informales puedan emprender en una nueva iniciativa que les genere ingresos y el bienestar para su familia.

Pronóstico.

Las microempresas al no aprovechar las oportunidades que se dan en el entorno, no existiría capacidad de producción y creatividad que les permita plantear alternativas de ofrecer un producto nuevo y novedoso como son los snack elaborado con materia prima propia del sector, que genere puestos de trabajo a los vendedores informales que viven en la parroquia San Carlos.

1.1.2. Formulación del problema.

¿De qué manera el estudio factibilidad influye para la creación de una microempresa de aperitivos en snack, elaborados con productos del sector para los vendedores informales de la parroquia San Carlos?

1.1.3. Sistematización del problema.

¿Cómo el estudio de mercado determinará la demanda insatisfecha para la creación de una microempresa de aperitivos en Snack elaborados con productos de la parroquia San Carlos?

¿De qué manera el estudio técnico permitirá identificar el proceso operativo y organizacional para la microempresa de aperitivos en snack?

¿De qué modo la evaluación financiera determinará la viabilidad y rentabilidad del proyecto?

1.2. Objetivos.

1.2.1. General.

Elaborar un estudio de factibilidad para La creación de una Microempresa de Aperitivos en Snack, elaborados con productos del sector, para los vendedores informales Parroquia San Carlos.

1.2.2. Especifico.

Realizar un estudio de mercado para la creación de una microempresa de aperitivos en Snack.

Plantear un estudio técnico y organizacional para la microempresa de aperitivos en snack.

Realizar una evaluación financiera para conocer la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

1.3. Justificación.

El presente proyecto de investigación se justifica por los beneficios que generará para los involucrados en las actividades micro empresariales y la comunidad en general.

La difícil situación por la que atraviesa la economía Ecuatoriana donde cada vez es más complicado conseguir empleo y la tasa de desempleo crece cada día más, es urgente crear nuevas fuentes de trabajo que contribuyan en alguna medida a crear un futuro mejor para el desarrollo del país y en este caso a la economía de la parroquia San Carlos y al sector de comerciantes informales de la misma, los cuales se verán beneficiados con la creación de esta microempresa para elaborar aperitivos en snack con productos de la zona y de esta manera ofrecer alimentos ricos sanos y sobre todo naturales.

Realizar este proyecto de investigación implicó poner en práctica la formación integral lograda como egresada de la carrera de gestión empresarial, enfocando este problema como un compromiso de acción con la comunidad del sector informal, para buscar el bienestar social y a su vez promoviendo la productividad y el emprendimiento de personas que buscan ganarse de alguna u otra manera el sustento diario para sus familias y así poder darles un mejor futuro a sus hijos, enseñándoles a valorar el trabajo digno y honrado para que sean personas emprendedoras con visión de futuro a lograr todo lo que se proponen en su vida.

CAPITULO II

FUNDAMENTACION TEORICA DE LA INVESTIGACION

2.1. Marco conceptual.

2.1.1. Estudio de mercado.

Indica que el estudio de mercado permite conocer la situación que existe entre la oferta y la demanda y los precios de un determinado bien o servicio para saber si existe demanda potencial que pueda ser cubierta mediante un aumento de los bienes ofrecidos. El estudio de mercado es el primer punto y el más importante a considerar en la elaboración de un informe del proyecto. Su objetivo es demostrar la existencia de la necesidad en los consumidores por el bien que se pretende fabricar y vender, es decir, proporcionar los elementos de juicio necesarios para establecer la presencia de la demanda, así como la forma para suministrar el producto a los consumidores.

De igual manera indica que para alcanzar los objetivos anteriores el estudio de mercado se deberá enfocar a los siguientes factores:

La demanda.- consiste en estudiar la evolución histórica y proyectada del requerimiento del producto, mediante la ayuda estadística (ventas, producción, compras, inventarios) entrevistas, cuestionarios y otros.

La oferta.- dice el autor que la oferta consiste en establecer el vínculo entre la demanda y la forma en que esta será cubierta por la producción presente o futura de la imagen que se pretende introducir en el mercado.

El precio.- manifiesta que el precio se refiere a la cantidad de dinero que se tendrá que pagar para obtener el producto. La función básica que el precio desempeña en el desarrollo del proyecto de inversión es como regulador de la producción, del uso de los recursos financieros, de la distribución y el consumo. Los canales de distribución, puntualiza que se trata de la forma en que el bien será distribuido a los consumidores.

El proyecto de investigación sigue los pasos indicados por el autor, se realiza un estudio de mercado que permite analizar la oferta, la demanda sobre el producto que se pretende poner a disposición del mercado de la ciudad de San Carlos, así mismo se fijan los precios del producto, y se determinan los canales de comercialización del mismo. (Cordoba, 2013)

Estimar la cuantía de bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción o de servicios que la comunidad estaría dispuesta a adquirir por determinado precio. Esta cuantía se especifica para un periodo determinado de tiempo.

En el caso de un proyecto, la finalidad del estudio del mercado es probar que existe un número suficiente de individuos, empresas u otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción de bienes o servicios – en un cierto periodo. El estudio debe incluir así mismo las formas específicas que se utilizaran para llegar hasta esos demandantes. (Arboleda, 2013)

2.1.2. Estudio Técnico.

Su propósito es determinar las condiciones técnicas de realización del proyecto (materias primas, energía, mano de obra, etc.); en este estudio se incluyen aspectos de tamaño, localización e ingeniería. Consiste en:

- Estudio básico.- abarca el tamaño, procesos productivos y localización del proyecto
- Procesos administrativos.- se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de la administración del proyecto: organización, procedimientos administrativos y aspectos legales.
- Procesos productivos.- Se refiere a los procesos de transformación aplicados en el proyecto para la fabricación de los bienes, es decir, la conversión de las materias primas en productos terminados.
- Localización del proyecto.- consiste en fijar desde el punto de vista económico el establecimiento y la dimensión de la planta: es necesario definir donde se va a producir y considerar la localización del proyecto teniendo en cuenta la fuente de insumos, también se debe analizar el mercado de los productos.
- Estudio complementario.- sobre las obras físicas (construcciones, y/o adaptaciones) organización y calendario de construcción y actividades.
- Obras físicas.- abarca lo concerniente a la inversión en terrenos, planos, y programas de construcción, obras, equipos, maquinarias, instalaciones etc.

El presente proyecto de investigación concuerda con el autor, en vista de que en el mismo se hace un análisis de la planta para elaborar aperitivos en Snack, elaborados con productos del sector, se determina la localización, el tamaño, la maquinaria, equipos, insumos, materia prima, mano de obra, ingeniería del proyecto, infraestructura y obras básicas entre otros, necesarias para el proceso productivo. (Cordoba, 2013)

2.1.3. Estudio Económico-Financiero.

Indica que no se requiere ser un experto financiero para derivar que la presupuestación es un supuesto es decir es un proceso en el cual a partir de una información disponible y un conjunto de herramientas manuales y computarizadas más unas suposiciones razonable se trata de prever el resultado de las operaciones de un proyecto.

Esto implica que en la presupuestación no existen reglas ni fórmulas mágicas que de manera segura permite proyectar exactamente lo que va a pasar en la presupuestación para ser explicada posteriormente, debe tenerse en cuenta que ella se hace para un periodo de tiempo determinado que tiene una escala definida en el tamaño y un programa específico de operación. (Prieto, 2012)

2.1.4. Estrategias para la pequeña y mediana empresa.

El autor tiene como objetivo explicar que la aplicación de estrategias genéricas se aplica de acuerdo al tamaño de la empresa. cita que los autores Riles y Trot, la guerra de la mercadotecnia, lograron el acierto de relacionar estrategias específicas con respecto al tamaño de la empresa, aunque no hacen distinción entre estrategia y táctica, indican que existen cuatro estrategias genéricas , apropiadas para las empresas de acuerdo con su tamaño, estrategia defensiva para el líder, estrategia ofensiva desarrollada para empresas grandes, estrategias de ataque lateral correspondientes a empresas medianas y estrategias conveniente para empresas pequeñas. (Valencia, 2010)

2.1.5. Perspectiva del cliente de las pequeñas empresas.

El autor explica que en la perspectiva del cliente, las empresas identifican los segmentos de cliente y de mercado en que han elegido competir. Estos segmentos representan las fuentes que proporcionarán el componente de ingresos de los objetivos financieros de la empresa. Además indica que a más de agrandar y satisfacer a los clientes, los gerentes de unidades de

negocio deben, dentro de la perspectiva del cliente, traducir sus declaraciones de visión y estrategia en objetivos concretos basados en el mercado y los clientes. (Valencia, 2010)

2.1.6. La microempresa en el país y Latinoamérica.

Según el autor es poco lo que se sabe y mucho de lo que se debe hacer e investigar para conocer realmente a las microempresas. Saber el comportamiento de las microempresas en el país y en Latinoamérica, así con el medio ambiente interno y externo que la afecta, proporcionará información para un mejor análisis situacional de la misma. Es importante conocer una definición que permita situar a las microempresas como negocios que aportan ingresos a las distintas familias. Una microempresa es un negocio personal y que tiene menos de 10 empleados(MaGILL, 2010)

2.1.7. Las ventajas de las microempresas.

El autor considera que existen puntos principales a los que hay que considerar en relación con las ventajas que, respecto a la competitividad, poseen las microempresas; primero es necesario analizar la relación entre competitividad, tamaño de la empresa y tipo de producto, luego se debe mirar la competitividad tanto en la economía doméstica como en el sector externo, internamente las Pymes comienzan a ser consideradas competitivas solo bajo el nuevo paradigma intensiva de información y conocimientos.(Cepal, 2012)

2.1.8. Emprender.

Según el autor emprender es desarrollar un espíritu orientado no solo a la creación de empresas sino también a la innovación de las empresas existentes, al diseño de nuevos productos o negocios. Es una actitud proactiva que desde el hacer, acompañado del saber y la conciencia, permite al individuo fijarse metas, realizar propuestas y sobre todo tomar iniciativas que le permitan aprovechar oportunidades que se presentan en el entorno actual. (German, 2011)

2.1.9. Organizar.

Explica el autor que la función de organizar significa que el gerente y los directivos de las empresas deben coordinar los recursos materiales y humanos con los que cuenta la compañía. Considera que esta actividad es básica, porque es la forma de poder alcanzar las metas establecidas con anterioridad. (Berghe, 2012)

2.1.10. Oportunidades.

Dice que cualquier elemento del medio externo que cree condiciones ventajosas para la firma, para lograr sus objetivos; lo que para una empresa constituye una oportunidad (Berghe, 2012)

2.1.11. Amenazas.

Manifiesta que agentes externos que se presentan como una barrera para el funcionamiento del plan estratégico o para el alcance de los objetivos de la empresa. (Berghe, 2012)

2.1.12. Fortalezas.

Toda capacidad o ventaja competitiva de la organización que ayude a lograr sus objetivos determinados.(Berghe, 2012)

2.1.13. Debilidades.

Puntualiza que cualquier aspecto de la compañía que pueda entorpecer el logro de los objetivos.(Berghe, 2012)

2.1.4.3 Vendedores Informales.

Según la organización internacional del trabajo(OIT) la economía informal comprende tanto al sector informal como al empleo informal, el primero se refiere a las características del establecimiento o unidad productiva y el segundo a las características del puesto, empleo o trabajo.(OIT, El entorno normativo y la economía informal. Disponible en:, 2015)

La informalidad incluye a todas las actividades económicas desarrolladas por trabajadores que en ley o en la práctica no tienen acuerdos formales. La reducción de la informalidad tiene un impacto directo en la pobreza y en la desigualdad porque a la larga va a permitir la inclusión de los trabajadores que están siendo excluidos del mercado laboral y del crecimiento económico.(León, 2013)

1.2 Marco referencial.

2.2.1. Estudio de mercado.

Supone cinco elementos fundamentales: por lo menos un comprador, un vendedor, una oferta, una retribución lógica a cambio de la oferta y un ambiente adecuado que brinde tranquilidad, comodidad y que permita la interacción positiva entre los elementos (Cordoba, 2013)

2.2.2. Determinación del precio de venta.

Se entiende por precio la cantidad de dinero que una persona está dispuesta a dar por un bien o servicio. Si los clientes aceptan la oferta mediante su volumen de compras, el precio es el adecuado; de lo contrario habrá que hacerle ajustes o modificaciones en su presentación, distribución o valor.

El precio de venta tiene un significado diferente para el comprador y para el vendedor; para el primero es un costo, para el segundo es un ingreso; por lo tanto el vendedor debe buscar un punto de equilibrio para ambas partes, de tal forma que la empresa satisfaga los costos, su margen de utilidad, cubra los riesgos de su inversión y le proporcione una rentabilidad adecuada que lo motive a permanecer en el mercado; para que el comprador quede satisfecho y considere que el beneficio obtenido por el producto o servicio es mayor que el dinero que pagó por su compra y se sienta motivado a seguir adquiriéndolo.

Tradicionalmente las empresas determinan el precio de venta de sus productos, calculando los costos directos e indirectos e incrementando el margen de utilidad deseado; debido a la mayor competencia que tienen por la globalización, la apertura económica y el libre comercio entre países, debe analizarse primero el medio conocer el precio al que vende la competencia, las características y diferencias con el producto que se desea producir y el precio que el cliente esté dispuesto a pagar, posteriormente, con esos datos externos se evalúan y estiman los costos directos, indirectos y el margen de utilidad que desea obtener la empresa, así se conoce la competitividad, se realizan los ajustes necesarios y se aumenta la posibilidad de éxito cuando el producto se lance al mercado. (Berghe, 2012)

2.2.3. El Producto.

En términos simples, el producto es el resultado natural del proceso productivo. Entre los atributos están su tamaño, la forma del empaque, su marca, su logotipo, el eslogan, el tipo de envase, los requerimientos o normas sanitarias y de calidad que deben cumplir, los colores del producto, la textura, entre otros.

Los productos pueden ser tangibles: un televisor, una nevera, etc., o intangibles: en general los servicios, tales como los seguros, el lavado de ropa en una lavandería, etc. (Arboleda, 2013)

Expresa que en la definición del producto se trate de dar una definición exacta del o los productos que se pretende elaborar. Además indica que esto debe ir acompañado por las normas de calidad que editan las normas o ministerios correspondientes. La materia necesaria para la empresa es el plátano, producto que se lo define como una planta herbácea, que pertenece a la familia musácea, la misma que produce un fruto necesario para el proceso en la elaboración de los aperitivos en Snack objetivo de este proyecto; la yuca son plantas compuesta por cincuenta especies. (Berghe, 2012)

2.2.4. La Demanda.

De acuerdo al criterio del autor deduzco que demanda es la cantidad de bienes y servicios que el consumidor requiere de una nueva unidad de producción.

2.2.5. Estimación de la demanda futura.

Estima el autor que para conocer el comportamiento histórico de la demanda de un producto o servicio, es necesario recolectar toda la información relacionada con cantidades vendidas o producidas y sus precios, de por lo menos un espacio de tiempo de 5 a siete años.(Flórez, 2012)

2.2.6. Precio.

Es el valor monetario de las unidades producidas y vendidas. (Flórez, 2012)

2.2.7. Estudio técnico.

El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos: ¿Cuánto, donde como, y con que producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio. (Cordoba, 2013)

2.2.8. Tamaño del proyecto.

“El tamaño es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el periodo de funcionamiento” (Rojas, 2007). Se define como capacidad de producción al volumen o número de unidades que se pueden producir en un día, mes o año, dependiendo el tipo de proyecto que se está formulando.(Varela, 2010)

2.2.9. Tamaño Óptimo de la Planta.

En esta parte de la metodología de evaluación de proyectos e donde más se requiere de ingenieros, en el sentido de las personas que utilizan su ingenio para resolver los problemas. Para determinar el tamaño óptimo de la planta e necesario conocer con mayor precisión tiempos predeterminados y movimientos del proceso, o en su defecto diseñar y calcular esos datos con una buena dosis de ingenio de ciertas técnicas.(Flórez, 2012).

Si no se conocen estos elementos, el diseño de la planta viene a ser un arte más que un acto de ingeniería. Por ejemplo, cuando una cocinera elabora el platillo de su especialidad, nunca reflexiona en la optimización de tiempos y de los ingredientes, lo que le importa es el resultado final: un sabor exquisito en su comida, y es un arte porque no cualquiera lo hace. La optimización del tamaño de la planta y de las condiciones de trabajo es similar a obtener un platillo de sabor igual al de la mejor cocinera, pero se deben optimizar todas las operaciones, de manera que dichas operaciones, o sea el sabor en su comida, puedan repetirse, cuantas veces se quiera, al menor costo, en el menor tiempo posible, y esto si es un verdadero acto de ingeniería. (Baca, 2010)

2.2.10. Localización.

El estudio de la localización de la planta fabril se realiza en dos niveles: nivel macro, o zona donde se ubicará la planta, y a nivel micro, o el sitio específico(Flórez, 2012).

La ubicación de algunas plantas de producción se determina automáticamente de acuerdo con la demanda del mercado o de la ubicación de las materias primas; por ejemplo, una granja de camarones debe establecerse donde se encuentra el agua y las condiciones climáticas apropiadas para la reproducción de estos crustáceos, de tal manera que los demás factores que influyen en la localización de la planta de producción pasan a segundo plano.

También es importante saber si existen proyectos de inversión que poseen varias plantas de producción o que, en ocasiones, la única de ellas se encuentra lejos de los locales donde se venden los productos o servicios, de tal manera que el proceso de identificar la localización de la planta solo se refiere al establecimiento de un local para llevar a cabo de la generación de los productos y/o servicios, pero que no necesariamente involucra la totalidad de las instalaciones del proyecto de inversión(Baca, 2010).

2.2.11. Ingeniería del proyecto.

La escogencia del proceso de producción que más se ajuste al proyecto conlleva la aceptación de una determinada tecnología, el diseño lógico de un proceso productivo, conocido como el diagrama de flujo, la adquisición de la maquinaria y el equipo que se ajuste a los recursos financieros que se disponga. Igualmente, la ingeniería del trabajo incluye el almacenamiento y distribución del producto, su diseño, los trabajos de laboratorio, de empaques de productos, de obras de infraestructura, y de los canales de distribución. (Flórez, 2012).

2.2.12. Estudio organizacional.

Este estudio tiene como propósito definir las formas de organización que requiere la unidad empresarial, con base a sus necesidades funcionales y presupuestales.

Comprende el análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar la empresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto, y la descripción de los procedimientos y reglamentos que regulará las actividades durante el periodo de operación. Mediante este estudio se concretan todos los aspectos concernientes a la nómina de personal y a la remuneración prevista para cada uno de los cargos. (Orozco, 2010)

2.2.13. Estudio financiero.

Se han desarrollado muchos métodos para incluir el riesgo e incertidumbre de la ocurrencia de los beneficios que se esperan del proyecto. Algunos incorporan directamente el efecto del riesgo en los datos del proyecto, mientras que otros determinan la viabilidad máxima que podrían experimentar algunas de las variables para que el proyecto siga siendo rentable. Este último criterio corresponde al análisis de sensibilidad.

Sin embargo, es posible que la rentabilidad de un proyecto sea mayor si su puesta en marcha se posterga algunos periodos. No todos los proyectos rentables deben implementarse de inmediato, aun cuando existan los recursos necesarios, si se maximiza su rentabilidad postergando su iniciación (Arboleda, 2013)

2.2.14. Presupuesto de inversión.

En el estudio financiero de un plan de negocios, dice el autor que intervienen una serie de variables, que al ser evaluadas, permite escoger la mejor alternativa. Entre las variables a

considerar se encuentran el análisis detallado de las inversiones necesarias para ponerlo en funcionamiento, los ingresos que se esperan generar y los costos de producción y gastos de operación y financiamiento entre otros.(Flórez, 2012)

Indica en su libro de proyectos pormenorizado de las alternativas y de la productividad representa unas de las responsabilidades prioritarias asignadas a quienes toman decisiones cruciales para la supervivencia y el crecimiento de las organizaciones por cuanto la política de inversión condiciona asuntos como el empleo de los recursos productivos y la recuperación plena de la inversión. (Baca, 2010)

2.2.15. Financiación del proyecto.

La decisión acerca de llevar a cabo o no el proyecto es la primera que se debe tomar la identidad que lo impulsa. Si en la evaluación del mismo resulta conveniente, surge de una segunda decisión: su financiamiento. (Cordoba, 2013)

2.2.16. Cronograma de inversiones.

Expresa que capitalizar el costo de un activo significa registrarlo en los libros contables como un activo. No existen normas que regulen el tiempo que se deba registrarse un activo para correlacionar los fines fiscales con los contables, lo cual provoca diferencias entre ambos criterios. Por tanto el tiempo ocioso durante el cual el equipo no presta servicios mientras se instala, no se capitaliza de ordinario, tanto por razones conservadoras como para reducir el pago de impuestos(Baca, 2010)

2.2.17. Inversión fija.

Los activos tangibles están referidos al terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, mobiliario, vehículo y herramienta, etc.(Cordoba, 2013)

2.2.18. 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. Por ejemplo, en el estudio de factibilidad de una inversión en un proyecto de creación de un hotel, además de la inversión en edificios, equipos y mobiliarios, será necesario invertir en capital de trabajo un monto tal que asegure el financiamiento de todos los recursos de operación que se consumen en un ciclo productivo. En

este caso, será posible determinar cómo ciclo productivo el tiempo promedio de permanencia en el hotel; como capacidad la ocupación promedio de la capacidad instalada, y como capital de trabajo los recursos necesarios para financiar la operación durante los días de permanencia de los huéspedes y hasta que se reciba el pago de alojamiento y los consumos.

La teoría financiera se refiere normalmente al capital de trabajo que se denomina activos de corto plazo. Esto es efectivo desde el punto de vista de su administración más no así de la inversión. (Nassir, 2010).

2.2.19. Costos de Producción.

Antes de comenzar la producción es fundamental establecer las características específicas de los productos que se generaran. Entre esas características se destacan calidad, cantidad, materiales requeridos, así como normas de funcionamiento de los procesos de maquinarias.

A medida que se conozcan más estos elementos mayores será la posibilidad adaptar medidas para lograr el mejor funcionamiento de la planta y/o de las instalaciones del proyecto de inversión. (Morales & José, 2010)

2.2.20. Costos de Administración.

Expresa, todos los relacionados con el área administrativa como sueldos y prestaciones, depreciaciones sobre activos fijos, amortización de diferidos, seguros; impuestos de catastro y otros como papelería y útiles de oficina, comunicaciones, transportes, viáticos, investigación y desarrollo, etc. (Flórez, 2012)

2.2.21. Costos de Ventas.

Dice, son los relacionados con el área de ventas, como sueldos y prestaciones, comisiones de ventas, gastos de publicidad, asistencia técnica a clientes, gastos de distribución, fletes, empaques, bodegaje, operación de los puntos de venta, etc. (Flórez, 2012)

2.2.22. Flujo de Caja.

Por otra parte, la manera como se constituye un flujo de caja también difiere si es un proyecto de creación de una nueva empresa, o si es uno que se evalúa en una empresa en funcionamiento. (Nassir, 2010)

Menciona, el flujo de caja del proyecto incluye los ingresos y egresos cuando se presenta la entrada y salida de efectivo.(Meza, 2010)

2.2.23. Valor presente neto.

Expresa que es el equivalente en pesos actuales de todos los ingresos y egresos presentes y futuros que constituyen el proyecto.

Antes de proceder a su cálculo se debe tener en cuenta la tasa de interés de oportunidad que no es otra cosa que la estimación de un porcentaje que produce al invertir unos recursos en esa actividad, el valor de oportunidad actual de invertir unos recursos. (Flórez, 2012)

2.2.24. Tasa interna de rendimiento.

Indica que es llevar los valores presente, los valores obtenidos, del (FFTN) utilizando una tasa que se llama costo de oportunidad del dinero que es el porcentaje que se espera que rinda la inversión en el plan y que sea atractivo de acuerdo con los rendimientos de papeles en el sistema financiero. La TIR permite calcular el rendimiento esperado del plan antes de iniciar cualquier inversión, si se llena las expectativas del inversionista hará una realidad el plan. Si por el contrario esto no colma las expectativas financieras del inversionista no invertirán en el plan. (Flórez, 2012)

2.2.25. Punto de equilibrio.

Este instrumento de análisis sirve para identificar en los periodos proyectados cual es el volumen de ventas necesario para que el estudio de factibilidad no pierda ni gane dinero.

Cuando se trabaja con un solo producto se hace sencillo su cálculo y se puede identificar el número mínimo de unidades a vender para no ganar ni perder dinero.(Ocampo, 2010)

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.Localización.

La investigación está localizada en la Parroquia rural San Carlos, al norte con la parroquia Quevedo, al sur Zapotal y Mocache y al oeste cantón Quevedo y Mocache con una temperatura de 25°C precipitación anual 1500 a 2500 mm entre 60 y 100 msnm.

3.2.Tipos de investigación.

Con el fin de alcanzar los objetivos de la presente investigación se determinó los tipos de investigación empleados en este proyecto.

3.2.1. De Campo.

Esta investigación tiene una relación directa con el mercado objetivo mediante la aplicación de encuestas dirigidas a la población de la parroquia San Carlos y a los vendedores ambulantes existentes en el sector.

3.2.2. Documental - Bibliográfica.

Permitió obtener información relevante, documentada y relacionada con el proyecto de estudio a través de libros, texto, revistas, internet y otras fuentes de consulta escrita sobre el tema.

3.3.Métodos de investigación.

3.3.1. Inductivo.

Se optó por este método porque permitió observar la realidad y detectar problemas para poder analizarlos en base a la encuesta realizada a la población y a los vendedores informales de la parroquia San Carlos.

3.3.2. Deductivo.

Este método, ayudó a irrelacionando todos los conocimientos que se consideró verdaderos, para la investigación de nuevos conocimientos, es decir que combina conocimientos necesarios y simples relacionados con los objetivos del proyecto de investigación.

3.3.3. Analítico.

Se distingue los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado. Permitted analizar las variables independientes y dependientes, en este caso Estudio de Factibilidad, y creación de microempresas, identificadas en los objetivos planteados que permitió obtener los resultados esperados.

3.4. Fuentes de recolección de la información.

La información se obtuvo a través de fuentes secundarias como son: textos, revistas, datos de internet y de fuentes primarias por medio de encuesta dirigida a la población objetiva de la parroquia San Carlos.

3.5. Diseño de la investigación.

En el diseño de la investigación se aplicó el método no experimental como estrategia para la obtención de datos el cual permitió definir a la población objetivo y así poder extraer el tamaño de la muestra.

Población: Para la realización del estudio de mercado y para conocer la aceptación del producto se empleó un cuestionario de preguntas aplicadas a la población de la parroquia San Carlos, cuya población es de 10.644 habitantes según fuente INEC censo de población y vivienda.

Muestra: La muestra representativa se la obtuvo del universo de habitantes de la parroquia San Carlos, 10.644, para el cálculo de dicha muestra se aplicó la siguiente fórmula.

n = Tamaño de la muestra

N = Universo del estudio (10.644)

E^2 = Margen de error 5% (0.05)

$$n = \frac{N}{1 + E^2 N}$$
$$\frac{N=10644}{1 + (0.05)^2 10644}$$

$$n = \frac{10644}{27.61}$$

$$n = 385.51$$

$$n = 386 \text{ Encuestas}$$

3.6. Instrumentos de investigación.

Se utilizó como instrumento el cuestionario de preguntas para realizar la encuesta que será dirigida a la población objeto de estudio de la investigación.

3.7. Tratamiento de los datos.

Los datos encontrados serán analizados, tabulados e interpretados, además se utilizó la herramienta de Excel con la finalidad de hacer los respectivos gráficos y tablas de la investigación.

3.8. Recursos humanos y materiales.

Como recurso intervinieron la autora de esta investigación y colaboradores para realizar las respectivas encuestas, se utilizó como recursos materiales el internet, la computadora, pen drive, papeles lápices, celular, cámara fotográfica, entre otros.

CAPITULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Estudio de mercado.

1.- ¿Conoce usted alguna microempresa que elabore aperitivos a base de plátano, maduro y yuca en la parroquia San Carlos?

Tabla 1: Conoce alguna microempresa de aperitivos a base de Plátano, Maduro y Yuca.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	0	0%
No	386	100%
Total	386	100%

Fuente: Habitantes de la parroquia San Carlos.

Elaborado Por: Autora

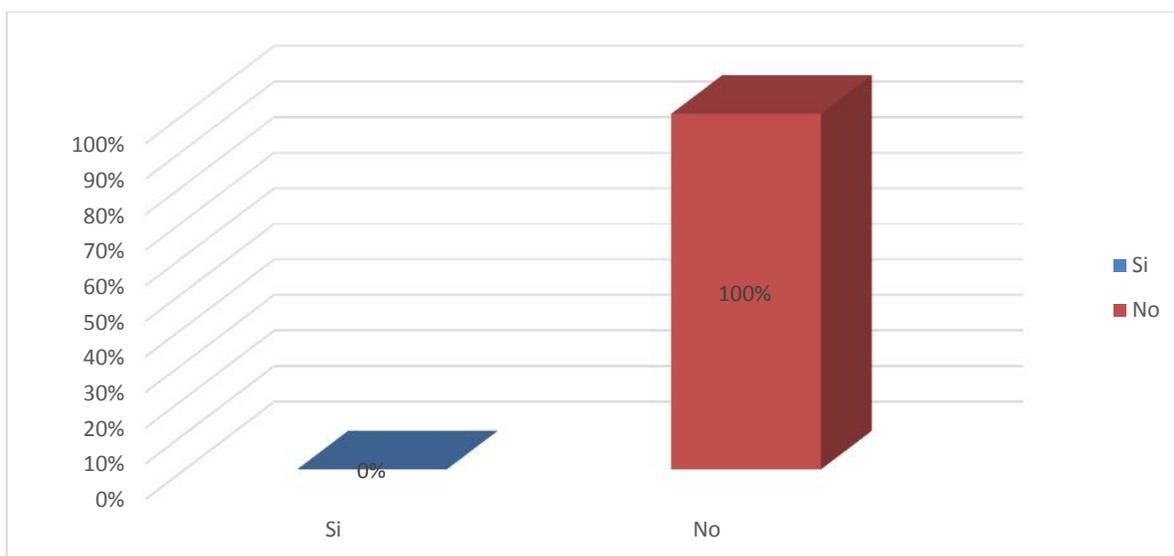


Gráfico 1: Conoce alguna microempresa de aperitivos a base de Plátano, Maduro y Yuca.

Análisis.

En esta grafica se menciona el siguiente análisis que el 100% de personas encuestadas dijeron que no conocen de aperitivos hechos por una micro empresa de la parroquia San Carlos, a base de plátano, maduro y yuca.

2.- ¿Qué atributos prefiere al adquirir aperitivos o snack elaborados con plátano, maduro y yuca?

Tabla 2: Atributos de aperitivos de Plátano, Yuca y Maduro.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
La calidad	166	43%
Marca	34	9%
Sabor	83	22%
Presentación	12	3%
Precio	91	23%
Total	386	100%

Fuente: Habitantes de la parroquia San Carlos.

Elaborado Por: Autora

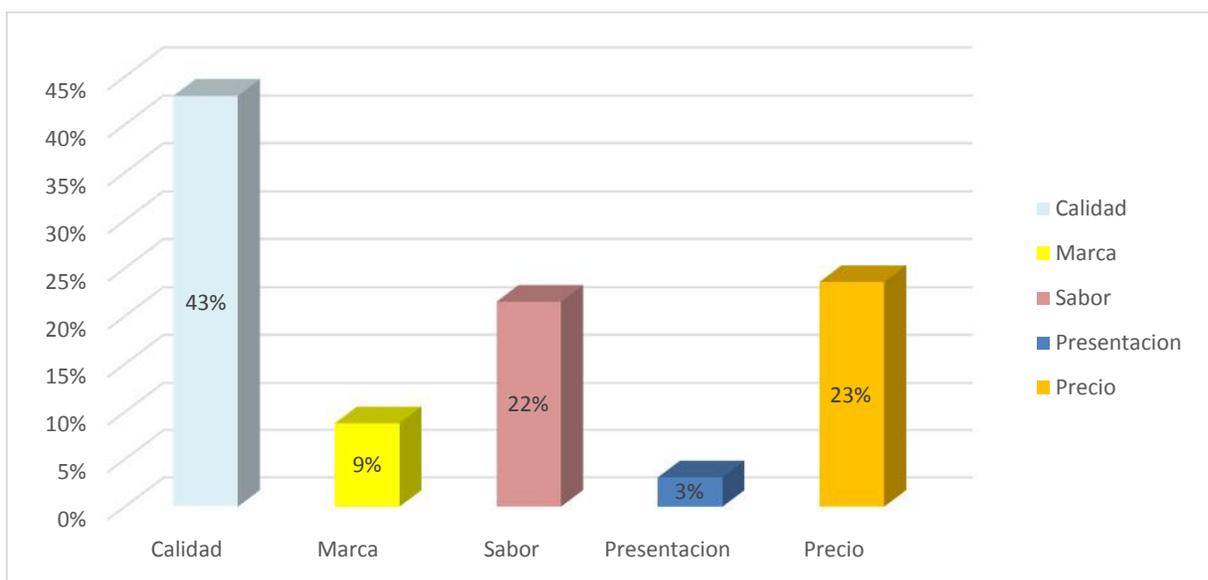


Gráfico 2: Atributos de aperitivos de Plátano, Yuca y Maduro.

Análisis.

En esta grafica hace renombre a los atributos que los consumidores prefieren al momento de adquirir este tipo de producto, el 43% con mayor porcentaje mira la calidad que brinde el producto, el 24% observa que el precio es accesible, el 22% se va por el sabor, el 9% está a la mira de la marca, mientras un 3% presta atención a la presentación.

3.- ¿Cuáles el sabor preferido en los aperitivos que consume?

Tabla 3: Sabor de consumo en Aperitivos.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Salado	155	40%
Picante	38	10%
Natural	144	37%
Dulce	49	13%
Total	386	100%

Fuente: Habitantes de la parroquia San Carlos.

Elaborado Por: Autora

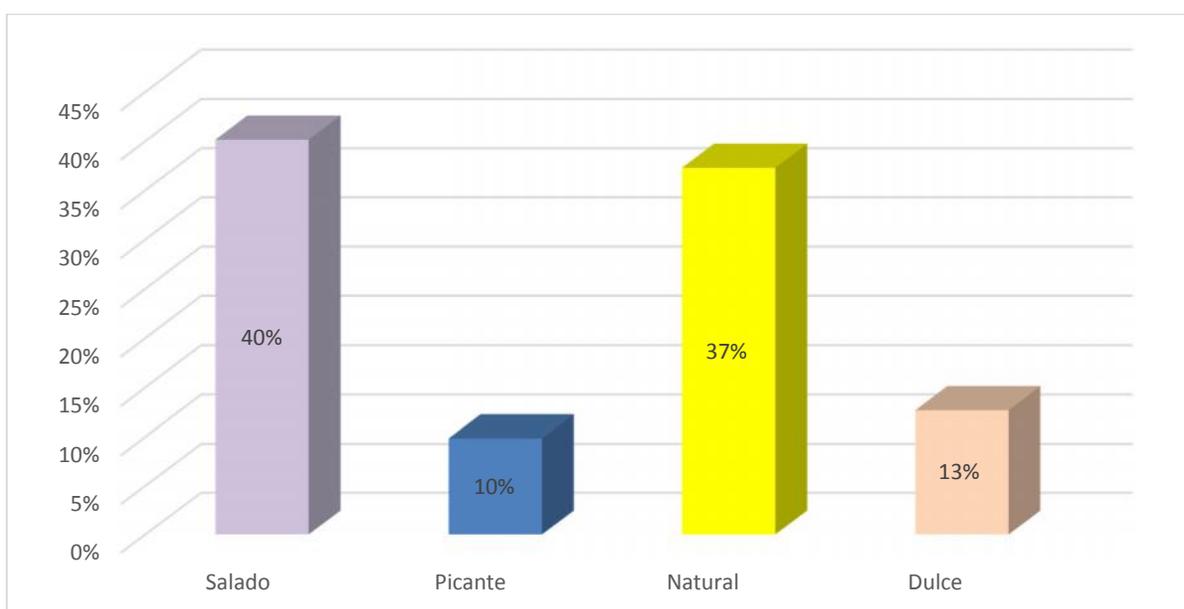


Gráfico 3: Sabor de consumo en Aperitivos.

Análisis.

El 40% de encuestados dijeron que le gusta el snack salado, el 37% le agrada a lo natural, el 13% lo prefiere dulce, mientras un 10% le encanta picante.

4. ¿Está satisfecho con los snack que se expenden en el mercado?

Tabla 4: Satisfacción con los snack actuales.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	288	75%
No	98	25%
Total	386	100%

Fuente: Habitantes de la parroquia San Carlos.

Elaborado Por: Autora

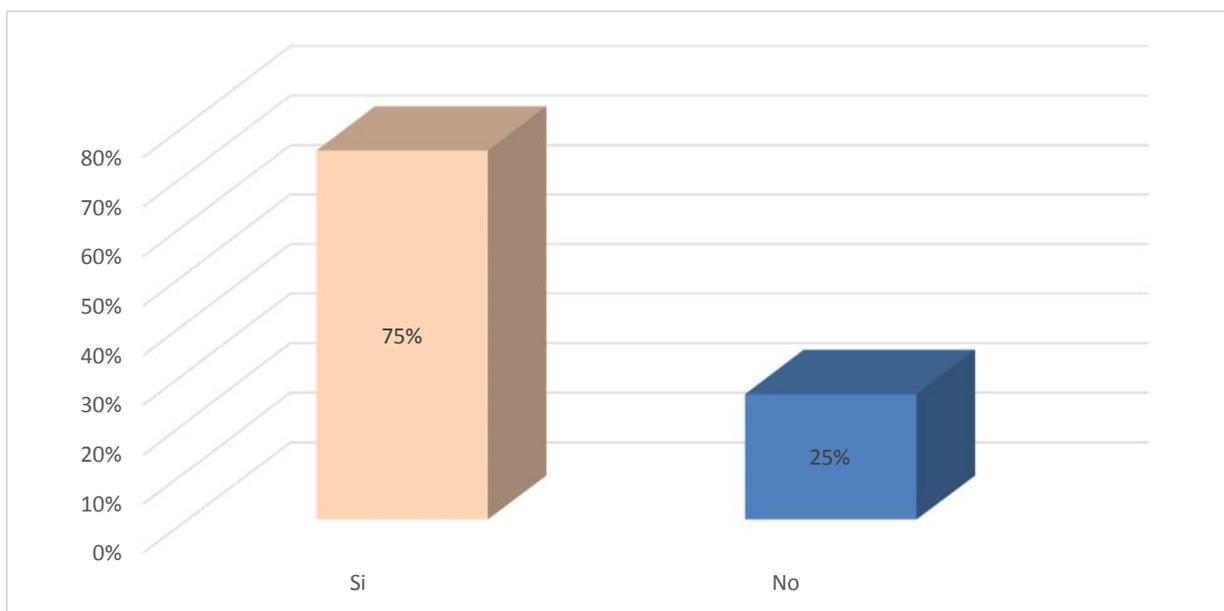


Gráfico 4: Satisfacción con los snack actuales.

Análisis.

El 75% de las personas encuestadas respondieron que si están conformes con los productos de snack que se venden actualmente en el mercado mientras que un 25% se encuentra insatisfecho.

5.- ¿Estaría dispuesto a comprar aperitivos hechos a base de plátano, maduro o yuca, elaborados por una microempresa de la parroquia San Carlos?

Tabla 5: Aperitivos elaborado de Yuca, Plátano y Maduro.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	386	100%
No	0	0%
Total	386	100%

Fuente: Habitantes de la parroquia San Carlos.

Elaborado Por: Autora

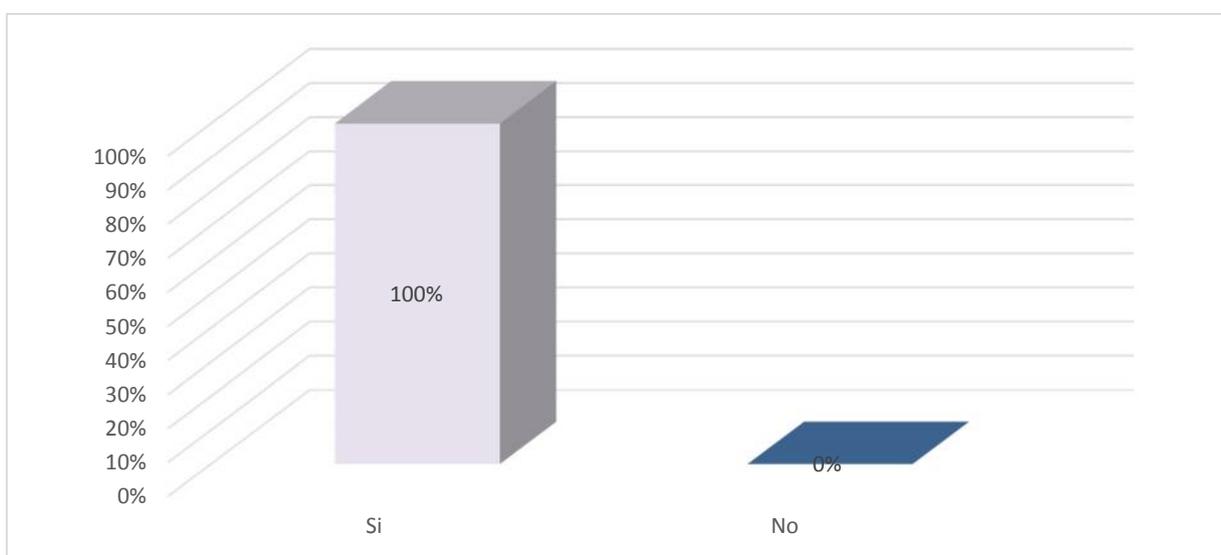


Gráfico 5: Aperitivos elaborados de Yuca, Plátano y Maduro.

Análisis.

El 100% respondió que si estarían dispuestos a comprar aperitivos hechos a base de plátano, maduro y yuca, elaborados por una microempresa de la parroquia San Carlos.

6.- ¿En qué lugar preferiría adquirir estos productos?

Tabla 6: Lugar de preferencia.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Tiendas	167	43%
Supermercados	89	23%
Bares	41	11%
Vendedores Ambulantes	64	17%
Otros	25	6%
Total	386	100%

Fuente: Habitantes de la parroquia San Carlos.

Elaborado Por: Autora

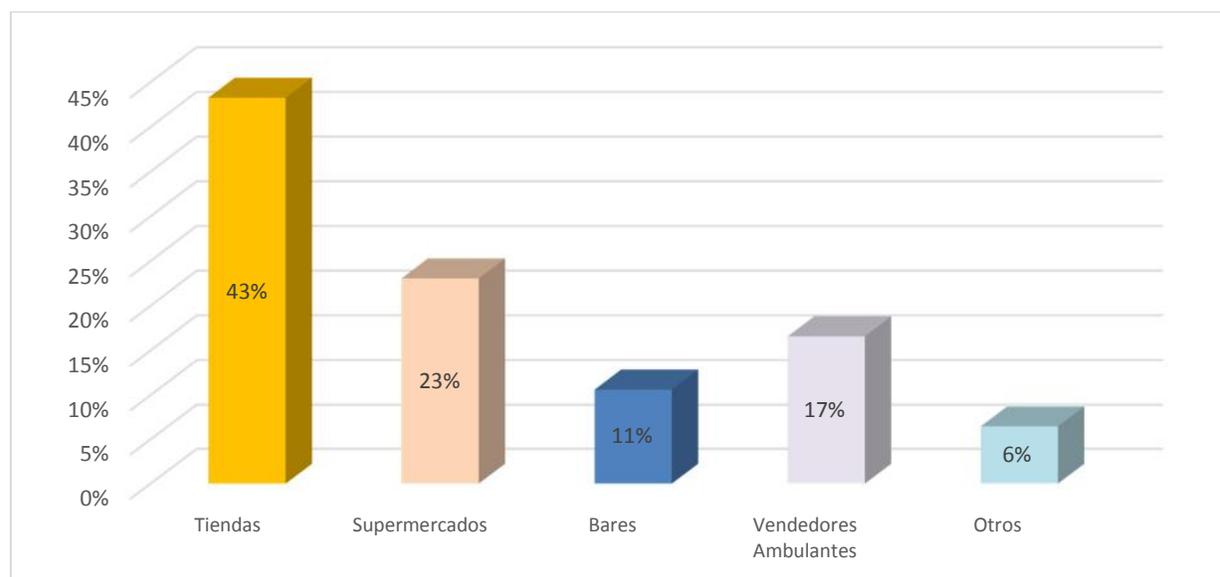


Gráfico 6: Lugar de preferencia.

Análisis.

El 43% dijo que en tiendas por la cercanía que hay a sus hogares, el 23% en supermercados al momento de realizar sus compras, el 17% a los vendedores ambulantes cuando van de viaje, el 11% en bares cuando salen a distraerse, mientras un 6% prefiere en otros lugares.

7.- ¿Frecuencia anual que consume usted aperitivos elaborados a base de plátano, maduro y yuca?

Tabla 7: Frecuencia de consumo.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
5 veces por año	189	49%
12 veces por año	77	20%
16 veces por año	41	11%
20 veces por año	62	16%
Nunca	17	4%
Total	386	100%

Fuente: Habitantes de la parroquia San Carlos.

Elaborado Por: Autora

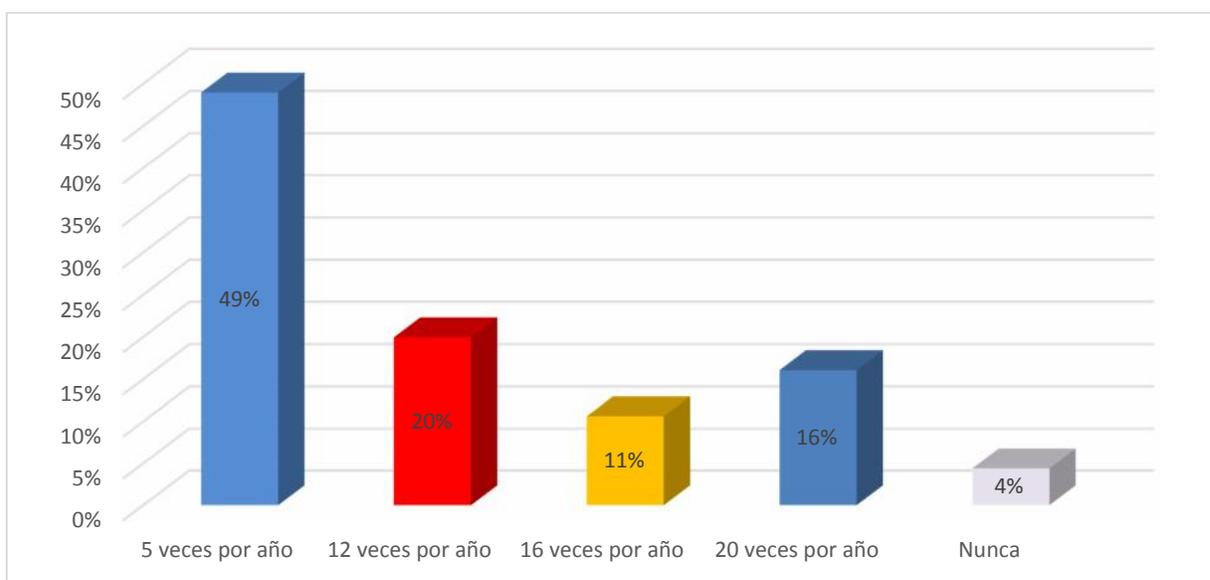


Gráfico 7: Frecuencia de consumo.

Análisis.

El 49% de encuestados enfatizan que consumen este producto de 1 a 5 veces por año, el 20% de 7 a 12 veces por año, el 16% de 17 a 20 veces por año, el 11% de 13 a 16 veces por año, mientras que un 4% dicen que nunca consumen este tipo de aperitivo.

8.- ¿Indique cuál de estos productos aperitivos ha consumido en snack?

Tabla 8: Productos de snack consumido.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Papas	98	25%
Plátano	143	37%
Maduro	89	23%
Yuca	47	12%
Otros	9	3%
Total	386	100%

Fuente: Habitantes de la parroquia San Carlos.

Elaborado Por: Autora

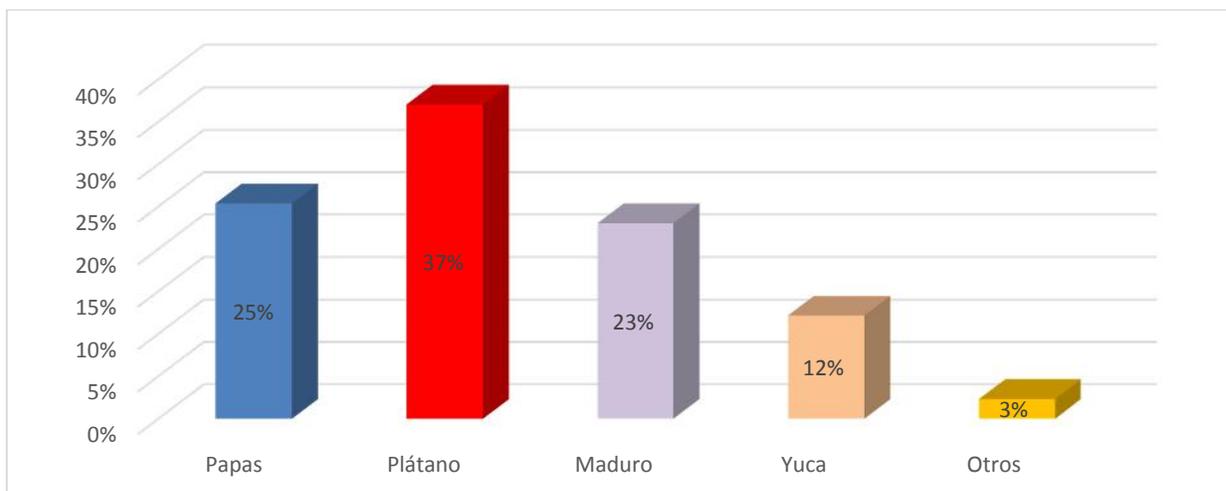


Gráfico 8: Que productos de snack ha consumido.

Análisis.

En esta grafica se detalla que producto en snack ha consumido, el 37% dijo que en plátano, el 25% en papas, el 23% en maduros, el 12% en yuca, mientras un 3% dijo que en otros.

9.- ¿A usted le gustaría consumir aperitivos a base de plátano, maduro o yuca producidos en el sector de San Carlos?

Tabla 9: Consume snack de Yuca, Maduro y Plátano.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	376	97%
No	10	3%
Total	386	100%

Fuente: Habitantes de la parroquia San Carlos.

Elaborado Por: Autora

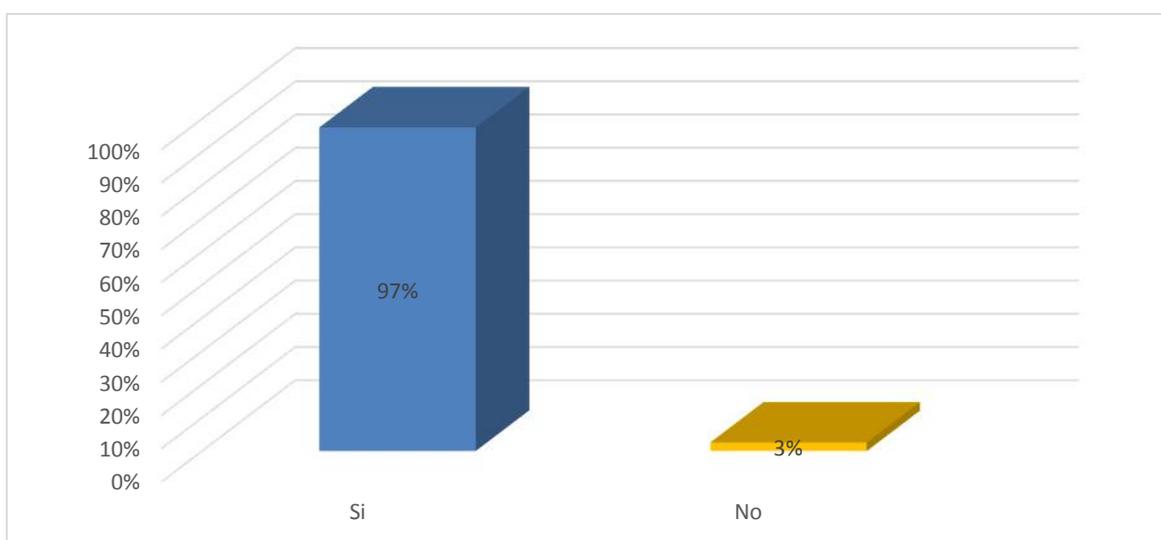


Gráfico 9: Consume snack de Yuca, Maduro y Plátano.

Análisis.

El 97% dice que si le gustaría consumir aperitivos a base de plátano, maduro y yuca, producidos en el sector de San Carlos mientras un 3% en minoría de porcentaje dice que no por el momento.

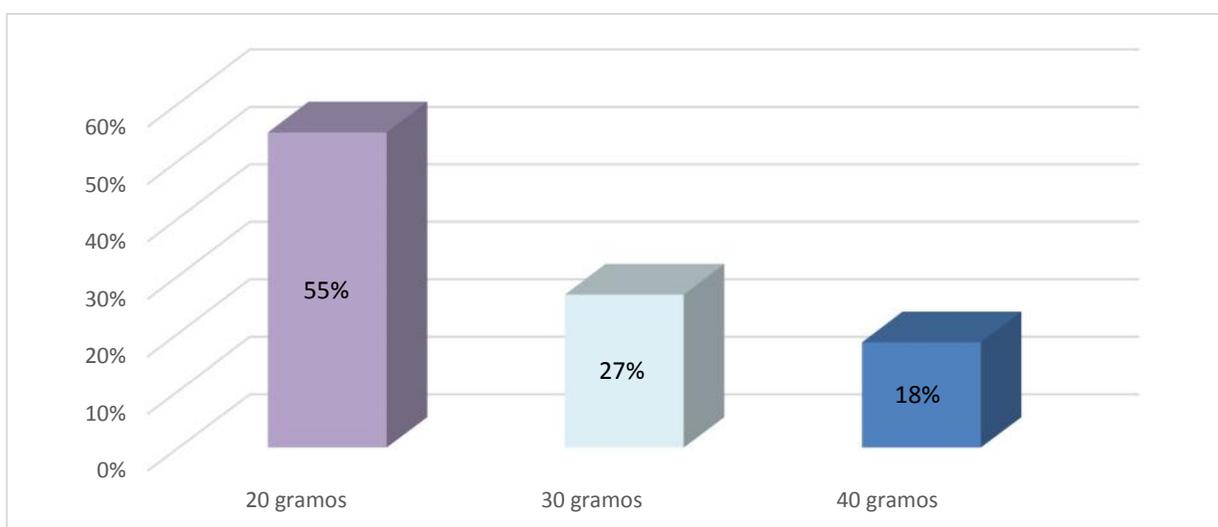
10.- ¿En cuál de las siguientes presentaciones preferiría el producto?

Tabla 10: Gramos de preferencia.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
20 gramos	212	55%
30 gramos	103	27%
40 gramos	71	18%
Total	386	100%

Fuente: Habitantes de la parroquia San Carlos.

Elaborado Por: Autora



Gráfica 10: Gramos de preferencia.

Análisis.

El 55% dicen que prefieren en la presentación de 20 gramos, el 27% en 30 gramos, mientras un 18% prefiere en 40 gramos.

11.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los aperitivos elaborados a base de plátano, maduro o yuca?

Tabla 11: Precio que pagaría por el producto.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Menos de un dólar	63	16%
De 1 a dólar 1,50	278	72%
De 1,51 a 2 dólares	45	12%
Total	386	100%

Fuente: Habitantes de la parroquia San Carlos.

Elaborado Por: Autora

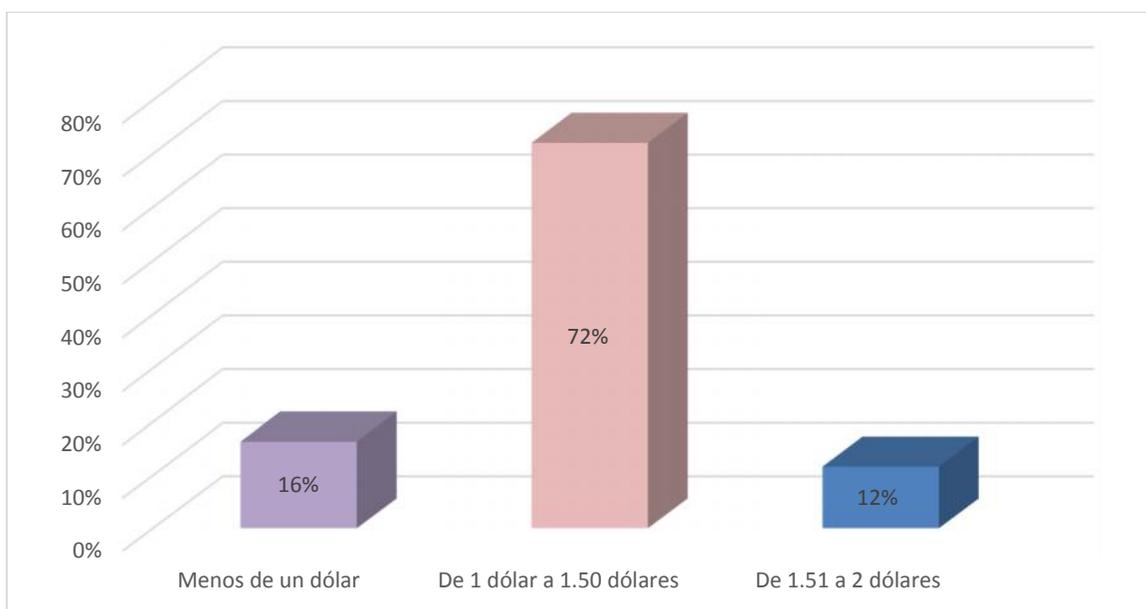


Gráfico 11: Precio que pagaría por el producto.

Análisis.

El 72% menciona que de \$ 1,00 a 1,50, el 16% menos de \$ 1,00, mientras que el 12% dijo que pagaría de 1.51 a 2 dólares.

12.- Le gustaría que la microempresa amplié la oferta con otros productos de la zona?

Tabla 12: Ampliar productos.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	386	100%
No	0	0%
Total	386	100%

Fuente: Habitantes de la parroquia San Carlos.

Elaborado Por: Autora

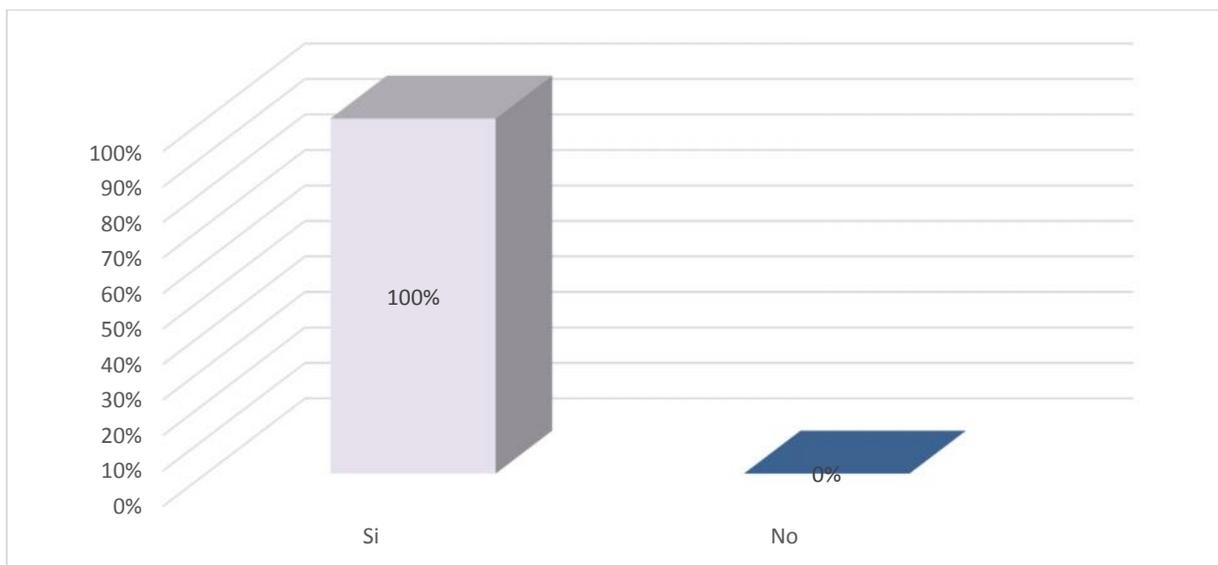


Gráfico 12: Ampliar productos.

Análisis.

El 100% está de acuerdo en ampliar la oferta con otros productos de la zona.

13.- ¿Cuál es el medio de comunicación de su preferencia?

Tabla 13: Medio de comunicación que prefiere.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Periódico	155	40%
Revista	44	11%
Televisión	12	3%
Radio	97	26%
Hojas volantes	78	20%
Total	386	100%

Fuente: Habitantes de la parroquia San Carlos.

Elaborado Por: Autora

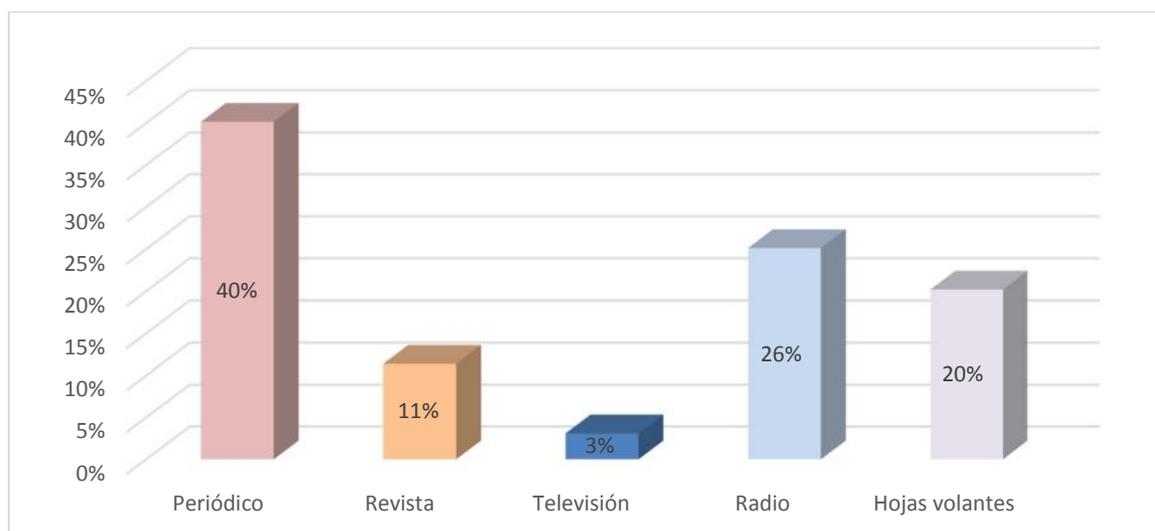


Gráfico 13: Medio de comunicación que prefiere.

Análisis

El 40% menciona que por medio del periódico, el 26% por la radio, el 20% mediante hojas volantes, el 11% por las revistas, mientras un 3% en la televisión.

14.- ¿En qué horarios prefiere usted consumir productos de snack?

Tabla 14: En que horarios consume estos productos.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Media mañana	116	30%
Entre comidas	57	15%
Después de los ejercicios	72	19%
Reunión social	99	26%
Otros	42	10%
Total	386	100%

Fuente: Habitantes de la parroquia San Carlos.

Elaborado Por: Autora

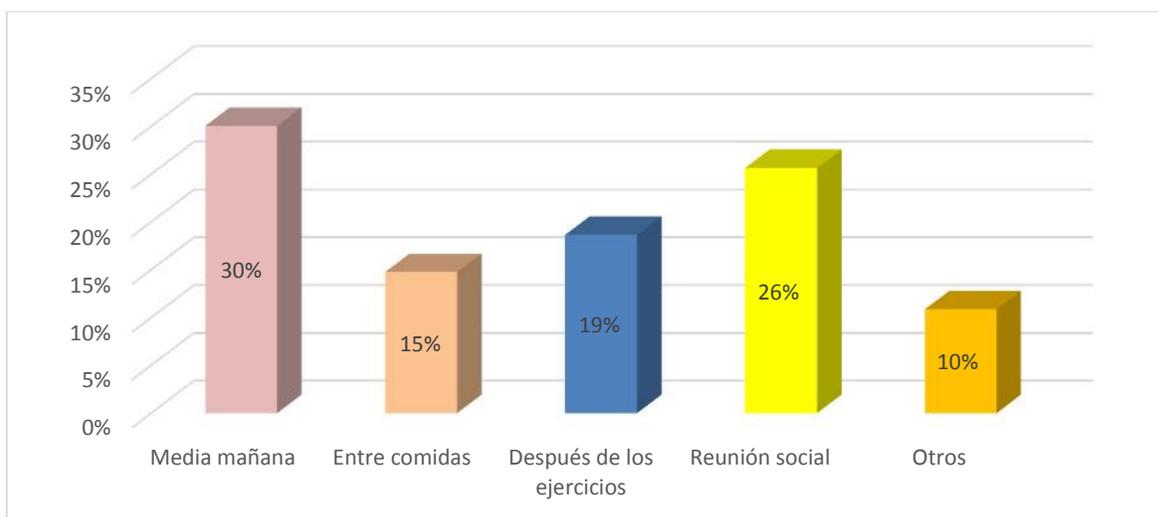


Gráfico 14: En qué horarios consume estos productos.

Análisis.

El 30% tenemos que en la media mañana, con el 26% en reunión social, 19% después de los ejercicios, 15% dice entre comida y finalmente 10% menciona que otros.

15.- ¿Está de acuerdo con la creación de una microempresa que elabore aperitivos a base de plátano, maduro y yuca?

Tabla 15: Existencia de microempresa de aperitivos.

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Si	352	91%
No	34	9%
Total	386	100%

Fuente: Habitantes de la parroquia San Carlos.

Elaborado Por: Autora

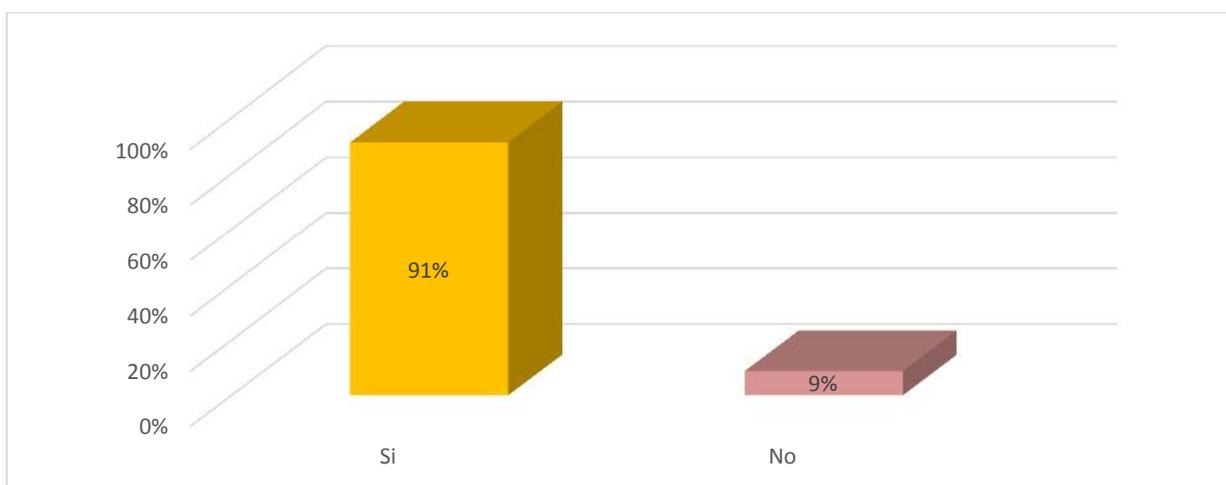


Gráfico 15: Existencia de microempresa de aperitivos.

Análisis.

El 91% de las personas encuestadas dicen que si están de acuerdo en la creación de una microempresa que elabore aperitivos a base de plátano, maduro y yuca, mientras que un 9% de encuestados respondieron que no están de acuerdo.

4.1.1 Demanda Actual.

En la siguiente tabla se presenta la demanda actual del producto desde el año 2011 a 2015 datos tomados del INEC.

Tabla 16: Demanda Actual.

Demanda Actual.			
Crecimiento de la población al año 1.52%			
Año	Población del cantón	Consumo anual Por Persona (snack)	Consumo Total
2011	10644	4	42576
2012	10806	6	64835
2013	10970	7	76790
2014	11137	8	89094
2015	22274	9	200462

Fuente: Inec
Elaborado por: Ana Llanos

El promedio de consumo de snack por persona es de 4 veces por año, en el año 2011 y se proyectó al año 2015 considerando el 1.52% de crecimiento poblacional según el INEC.

Población de aceptación.		
Población del Cantón	Porcentaje de aceptación	Oferta Actual
10.644	91%	9686,04

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ana Llanos

Tabla 17: Demanda Proyectada.

Demanda Proyectada.			
Crecimiento de la población al año 1.52%			
Año	Población del Cantón	Consumo anual Por persona (Snack)	Consumo Total
2016	9686	5	48430
2017	9833	7	68833
2018	9983	8	79862
2019	10134	9	91210
2020	20269	9	182421

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ana Llanos

Se estimó que en el año 2016 hay un consumo de snack de 5 veces al año por persona y proyecta al año 2020 tomando en consideración el crecimiento de la población que según el INEC es del 1.52%

4.1.2. Oferta Proyectada.

Se detalla el cuadro de la oferta proyecta del proyecto teniendo que el 40% de consumo es en el 2015 y con un incremento del 2% anual. Según censo económico realizado por el INEC.

Tabla 18: Oferta Proyectada.

Oferta Proyectada.			
Crecimiento de la Población al año 1.52%			
Año	Población del Cantón	% de consumo anual Incremento histórico	Consumo Total
2016	9686	45%	4359
2017	9833	47%	4622
2018	9983	49%	4892
2019	10134	51%	5169
2020	20269	53%	10743

Fuente: Investigación de mercado
Elaborado por: Ana Llanos

4.1.3. Demanda Insatisfecha.

Se detalla la demanda insatisfecha de la población de snack para los cinco años analizados del proyecto.

Tabla 19: Demanda Insatisfecha.

Demanda Insatisfecha.				
Crecimiento de la población anual 1.52%				
Año	Demanda Potencial	Oferta Potencial	Demanda Insatisfecha	
2016	48430	4359	44071	
2017	68833	4622	64211	
2018	79862	4892	74970	
2019	91210	5169	86042	
2020	182421	10743	171678	

Fuente: Inec
Elaborado por: Ana Llanos

4.2. Estudio técnico.

Mediante el estudio técnico, se estableció la capacidad de producción de acuerdo a la demanda del mercado, además permitió identificar las características del producto, el tamaño, y el análisis de los parámetros técnicos requeridos en las maquinarias y equipos necesarios para la función de producción, las obras físicas, los costos y los ingresos del proyecto.

4.2.1. Localización.

Se consideró la ubicación más conveniente para la empresa, es decir la mejor alternativa que ayude a minimizar los costos y gastos durante el periodo productivo, analizando la macro localización y la micro localización.

4.2.2. Macro localización.

La empresa se ubicará en la parroquia de San Carlos, por la cantidad de productos que produce la zona, y que servirán como materia prima necesaria para la empresa. En la zona rural existen grandes cultivos especialmente de plátano, maduro y yuca, básicos para cumplir con los objetivos del proyecto.

4.2.3. Micro localización.

La empresa estará ubicada en un terreno alquilado en la parroquia de San Carlos, km 2 vía a Guayaquil, calle principal solar 5 por considerárselo un lugar adecuado y contar con los servicios básicos indispensables para el proceso operativo de la planta, la empresa no afectara al medio ambiente que la rodea.

4.2.4. Mix de marketing.

La implementación del mix de marketing son esenciales para hacer llegar el producto elaborado por la micro-empresa hasta los consumidores y además para que la empresa invierta sus recursos de manera eficiente:

4.2.4.1.Producto.

Permitirá a la empresa conocer que producto vende, las características, en envase, nombre, tiempo de entrega, en este caso los producto que ofrecerá la microempresa son aperitivos en snack a base de plátano, maduro y yuca.

4.2.4.2.Precio.

Ayudará a conocer que valor tendrá el producto que se ofrecerá a los clientes, cuánto valen los productos similares en el mercado y se determinará a través de los costos de producción más la ganancia esperada. El precio por cada funda del producto en snack según la encuesta realizada a la población objetiva de la parroquia San Carlos es de 1 dólar a 1 dólar con cincuenta.

4.2.4.3.Plaza.

Trata de la forma de comercializar el producto la misma que será de forma directa para el mercado consumidor de la parroquia San Carlos.

4.2.4.4.Publicidad.

Permitirá dar a conocer los aperitivos en snack elaborados por una micro-empresa de San Carlos para conocimiento del mercado objetivos a través de distintos medios, también para realizar promociones, descuentos, y campañas de fidelización de sus clientes.

4.2.5. Nombre de la empresa.

“PLATMAYUC.”

4.2.6. Slogan

¿Lo natural a su paladar?

4.2.7. Logotipo



4.2.8. Visión.

Ser una empresa líder en el mercado de los snack en la parroquia San Carlos ofreciendo un producto de calidad y calidez a los mejores precios, para satisfacción de los consumidores y generando rentabilidad para sus emprendedores.

4.2.9. Misión.

Elaborar snack a base de plátano, maduro y yuca, con valor agregado en la calidad del producto y mano de obra calificada logrando un posicionamiento en el mercado de la parroquia San Carlos y sus sectores de influencia; contribuyendo a la generación de fuentes de trabajo y empleo.

4.2.10. Capacidad de la empresa.

El tamaño de la planta está de acuerdo a la capacidad instalada, a las unidades producidas y vendidas y en función de la demanda que existe en el mercado, la planta funcionará con el 100% de la capacidad de la maquinaria la misma que estará en función de la demanda que la empresa espera cumplir durante el periodo de vidas útil.

4.2.11. Capacidad financiera.

El financiamiento del proyecto, se lo realizará mediante la aportación de capital propio y financiamiento y de acuerdo a las condiciones económicas y financieras del proyecto.

4.2.12. Capacidad administrativa.

Habrà una persona que administre con conocimientos en la actividad y funcionamiento de la empresa.

4.2.13. Fuentes de abastecimiento de materias primas.

Los proveedores se encuentran ubicados en los alrededores de la planta, donde existen grandes cantidades de sembríos, plátano y yuca, necesario para la elaboración de los productos en Snack.

4.2.14. Cercanía al mercado.

El mercado objetivo donde va a ser comercializado el producto, se encuentra cerca de la microempresa, considerando que el producto va dirigido a la población de San Carlos y a los vendedores ambulantes que existen en la zona.

4.2.15. Ingeniería del proyecto.

La ingeniería tiene como principal objetivo identificar las características técnicas del proyecto en su proceso de producción, además de determinar las maquinarias y equipos, infraestructura, entre otros.

4.2.16. Proceso de producción.

En primer lugar se procede a la recepción de la materia prima, (plátano, maduro y yuca) se la selecciona y limpia para luego ser ingresada a las maquinas cortadora, se le agrega la sal y se la coloca en la maquina freidora, se realiza el control de calidad y se la lleva a la maquina empacadora y etiquetadora, se las coloca en fundas plásticas y se las lleva a la bodega, listas para la venta.

4.2.17. Mano de obra necesaria para la producción.

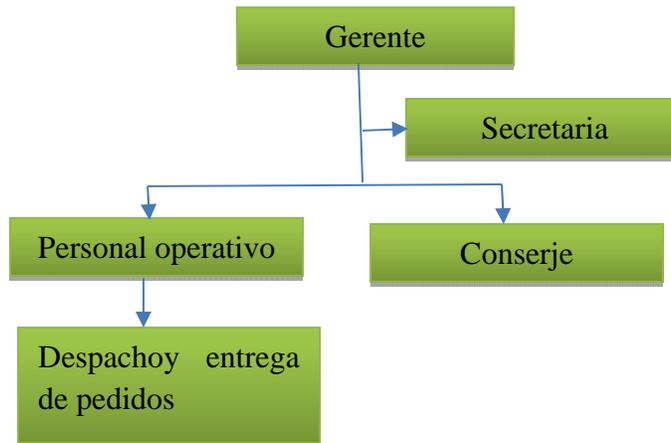
El personal de trabajo será capacitado para realizar un trabajo con eficiencia y efectividad que permita obtener resultados positivos; habrá una persona encargada de la preparación de la materia prima, llevar la a máquina peladora, posteriormente se la llevara la maquina freidora y por último a la maquina empacadora y etiquetadora para posteriormente ser vendida.

4.2.18. Personal administrativo.

La administración se encargará de dirigir y controlar que todas las actividades de la microempresa se desarrollen con normalidad y se desempeñen en cada una de las áreas de la empresa tratando de minimizar los costos. La empresa contará con:

- ✓ Gerente
- ✓ Secretaria
- ✓ Personal operativo
- ✓ Conserje
- ✓ Una persona encargada del despacho y entrega de pedidos.

4.2.19. Organigrama.



4.2.20. Manual de funciones.

La dirección de la empresa estará a cargo de la señorita Ana Llanos y manejará a la misma con un manual de funciones que contenga en forma detallada las diferentes actividades que debe desarrollar cada uno de los que formaran parte de la empresa.

4.2.21. Gerente.

Será el responsable de la administración de la empresa, y de todo lo que pase dentro de ella, planificará ejecutará dirigirá y controlará las actividades dentro de la misma.

4.2.22. Funciones básicas.

- ✓ Llevará en forma planificada todas las actividades de la empresa
- ✓ Dirigirá las acciones relacionadas con la actividad empresarial.
- ✓ Controlará los resultados y representará judicialmente a la empresa.
- ✓ Firmará junto a la contadora todo lo relacionado con asuntos económicos de la empresa.
- ✓ Confeccionará los presupuestos y dirigirá las reuniones de trabajo.

Requisito: Ingeniería en Gestión Empresarial; Con aptitudes emprendedoras, capacitación en marketing y emprendimiento de negocios.

Secretaria- Contadora. Elaborará los informes, convocará a sesiones d trabajo, archivara las actas y documentos, llevará la contabilidad, y manejará los libros contables, relaciones públicas y control de comunicaciones de la empresa.

4.2.23. Funciones básicas.

- ✓ Ordenar la documentación de la empresa. Informando siempre a sus superior
- ✓ Elaborará los estados financieros de la empresa ingresos, presupuesto e informes contables.
- ✓ Flujos de cajas, roles de pago, y libros contables.
- ✓ Presentar declaraciones a la renta, y registrar ingresos y ajustes económicos.

Requisitos mínimos:Contadora profesional, dos años de experiencia, contabilidad computarizada, cursos de relaciones públicas.

Personal operativo: Serán responsables de la recepción y manejo de la materia prima, herramientas de trabajo, materiales y mantenimiento de la maquinaria.

Funciones básicas.- Revisarán, prepararán y limpiarán la materia prima necesaria para la producción, empacaran, etiquetarán, el producto, además de responsabilizarse de las herramientas e implementos asignados, entre otros.

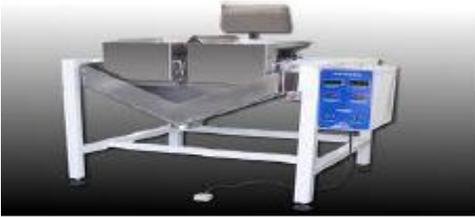
Conserje.- Realizará la limpieza de las oficinas, mobiliarios, abrir y cerrar las puertas y accesos a la empresareceptar y entregar la correspondencia y documentos para el personal de la empresa.

Personal de despacho y entrega de pedidos: organizan y ejecutan el despacho de las mercaderías de la empresa.

4.2.24. Tecnología, maquinaria y herramientas.

La maquinaria y los equipos están de acuerdo al proceso de producción y a la demanda del producto:

Tabla 20: Maquinaria y equipo.

N ^a	Maquinaria y equipo	Características
1 	Máquina-Peladora y cortadora	Marca Bernette, modelo GC 8, motor 1hp, velocidad 500rpm,
1 	Maquina freidora	Marca Yamata- modelo GN 80-5 industrial
1 	Empacadora-etiquetadora	MarcA Bernette- modelo G E 3-5.
2	Computadoras	Marca LG. DISCO 250 MEG.

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ana Llanos

Herramientas.

N ^a	Características	Características
4	Bandejas Grandes	Metro cincuenta centímetros
3	Juegos de utensilios	Metálicos de 50 cm de longitud
2	Mesas grandes	150x 80 cm. de ancho
2	Perchas	Metálicas
1	Vitrinas	Aluminio y vidrio

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ana Llanos

4.2.25. Materia prima para la producción.

Tipo	Unidad de medida
Yuca	Libras
Plátano	Racimo
Maduro	Racimo
Sal	Libras
Aceite	Galón
Cantidad necesaria para la producción	

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ana Llanos

4.2.26. Servicios básicos.

Para la producción de los productos, se empleará servicios básicos como: energía eléctrica, agua potable, línea telefónica, lubricantes, entre otros.

4.2.27. Proyección servicios básicos.

Tabla 21: Proyección servicios básicos.

Energía eléctrica	Consumo anual	Agua potable	Consumo anual	Teléfono	Consumo anual	Aceite	Consumo anual
40 kw	10280 kw	1 mt cubico	260m cúbicos	1 hora	8000 min.	10 ml.	3000ml.

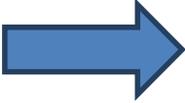
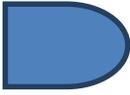
Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ana Llanos

4.2.28. Flujo grama del proceso.

El flujo grama sirve para demostrar las operaciones que se realizaran en el proceso con su respectiva simbología.

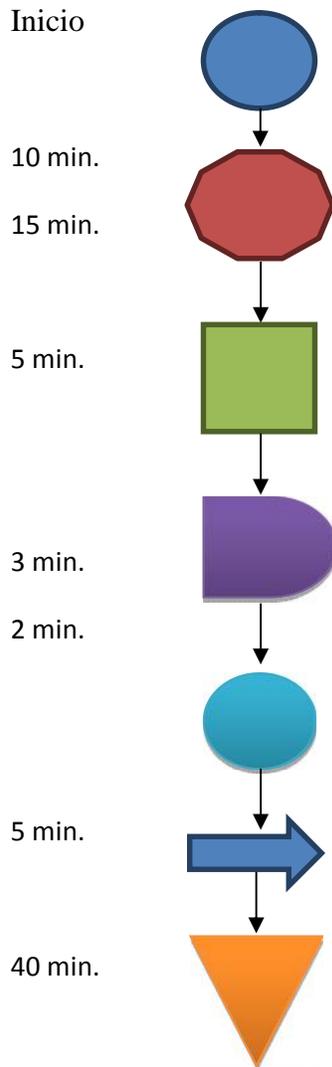
Tabla 22: Flujo grama del proceso.

	Operación. Indica que se realizará una transformación o cambio de algún componente del producto
	Transporte. Indica la acción de movilizar cualquier componente de alguna operación de un lugar a otro o hacia algún punto de almacenamiento.
	Demora. Indica cualquier contrata tiempo que se presente, en el transporte de material de un lugar a otro.
	Almacenamiento.- se utiliza para los materiales, insumos del producto que se comercializarán
	Inspección. Hace referencia para controlar que se realice correctamente la operación
	Operación combinada. Se da cuando se efectúan simultáneamente dos acciones.

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ana Llanos

4.2.29. Diagrama de flujo.



Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ana Llanos

4.2.30. Distribución física de la planta.

La planta tendrá 30 mts. De largo por 12 mts. De ancho, con amplias ventanas que faciliten una buena ventilación en las áreas de trabajo, la bodega tendrá 20mts² y la sección donde se elaborara el producto tendrá y estará conectada con la bodega, habrá un área de 20mts² para el almacén con sus respectivas perchas para almacenar el producto. La oficina para el gerente

tendrá 12 mts² y una oficina de secretaria de 10Mts. El área de parqueo será amplia con área de 400mts². Para la comodidad de los empleados y clientes.

4.3. Evaluación financiera para conocer la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

4.3.1 Inversión inicial.

La inversión inicial para el proyecto detallamos, materiales y equipos necesarios, inversión total con todos los gastos incurridos, depreciación y la tabla de pago que se realizaran por el préstamo.

En la siguiente tabla se muestran los materiales necesarios que se utilizaran para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla 23: Inversión Inicial.

Inversión Inicial.			
Cantidad	Detalle	Costo U.	Valor Total
Maquinaria y Equipos			
1	Maquina peladora cortadora	720,00	720,00
1	Maquina Freidora	550,00	550,00
1	Maquina Selladora etiquetadora	7000,00	7000,00
	Total maquinaria y Equipo	8270,00	8270,00
Herramienta de Trabajo			
2	Bandejas Grandes	9,00	18,00
1	Juegos de Utensilios	10,00	10,00
1	Delantal, gorro, guantes (paca)	15,00	15,00
	Total Implementos de Trabajo	34,00	43,00
Muebles y Enseres			
2	Escritorio	125,00	250,00
2	Sillas giratoria	78,00	156,00
2	Sillas de espera	34,00	68,00
1	Mesa grande	70,00	70,00
2	Perchas	146,00	292,00
2	Vitrinas	120,00	240,00
	Total Muebles y Enseres	573,00	1076,00
Equipos de Oficina			
1	Teléfono inalámbrico	89,00	89,00
1	Línea telefónica	65,00	65,00
	Total Equipos de Oficina	154,00	154,00
Equipos de Computación			
2	Laptop	650,00	1300,00
1	impresora multifunción	125,00	125,00
	Total equipos de Computación	775,00	1425,00
	Total activos		10968,00

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ana Llanos

En el desarrollo de esta tabla se muestra el total global que utilizaríamos para dar inicio al proyecto.

Tabla 24: Inversión Total.

Inversiones en Activos Fijos.	
Detalle	Valor Total
Maquinaria y equipo	8270,00
Herramientas	43,00
Muebles y enseres	1076,00
Equipos de oficina	154,00
Equipos de Computación	1425,00
Gastos de Constitución	1950,00
Total	12918,00

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ana Llanos

En la siguiente tabla se detalla el financiamiento que tendrá el proyecto con el 80% bancario y 20% fondos propios y una tasa de interés del 12%.

Tabla 25: Financiamiento del Proyecto.

Financiamiento del Proyecto.		
Tasa de interés Anual.		
Tasa anual de interés		12%
Inversión total	100%	12918,00
Financiamiento del Proyecto	80%	10334,40
Aportes Propios	20%	2583,60

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ana Llanos

Detalle de los pagos a realizar por el préstamo para cubrir el proyecto

Tabla 26: Tabla de Amortización.

Tabla de Amortización				
Periodo	Capital	Interés	Pago	Saldo
0				10334,40
1	2066,88	1126,45	3193,33	8267,52
2	2066,88	878,42	2945,30	6200,64
3	2066,88	630,40	2697,28	4133,76
4	2066,88	382,37	2449,25	2066,88
5	2066,88	134,35	2201,23	0,00

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ana Llanos

Se detalla la depreciación de todos los activos que se utilizaron para la puesta en marcha del proyecto.

Tabla 27: Depreciación de Activos.

Depreciación de Activos.						
Detalle	% Depreciación	valor	Vida Útil / Años	Deprec. Anual	Deprec. Mensual	
Maquinaria y equipo	10%	8270,00	10	827	68,92	
Herramientas	10%	43,00	10	4,3	0,36	
Muebles y enseres	10%	1076,00	10	107,6	8,97	
Equipos de oficina	10%	154,00	10	15,4	1,283	
Equipos de Computación	33%	1425,00	3	475,00	39,58	
Total Depreciación				1429,30	119,11	

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ana Llanos

4.3.2 Gastos administrativos.

Los gastos administrativos son los pagos que se realizan al personal de la empresa con todo los beneficios de ley.

Tabla 28: Gastos Administrativos.

Descripción	Sueldo					
	mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Empleados						
Gerente	557,43	6689,20	6695,89	6702,59	6709,29	6716,00
Secretaria	496,72	5960,65	5966,61	5972,58	5978,55	5984,53
Personal						
Operativo	1490,16	17881,96	17899,84	17917,74	17935,66	17953,59
Conserje	496,72	5960,65	5966,61	5972,58	5978,55	5984,53
Total	3041,04	36492,46	36528,95	36565,48	36602,05	36638,65

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ana Llanos

Remuneración Mínima Unificada + Beneficios									
Empleados				13avo sueldo	14avo Sueldo		12avo	11,15%	
	Canti dad	Salario M/Unif.	Salario T. Empleado	Bonofi. Navideña	Bono Educativo	Vacaci ones	Fondos/ Reserva	Aporte Patronal	Sueldo+ Bonif.Mensual
Gerente	1	400	400	33,33	29,5	16,67	33,33	44,60	557,43
Secretaria Personal operativo	1	354	354	29,50	29,5	14,75	29,50	39,47	496,72
Conserje	3	354	1062	88,50	88,5	44,25	88,50	118,41	1490,16
	1	354	354	29,50	29,5	14,75	29,50	39,47	496,72
Total				180,83	177	90,42	180,83	241,96	3041,04

4.3.2.1 Gastos de Fabricación.

Se detalla el presupuesto del material para el producto terminado y puesto a la comercialización.

Tabla 29: Gastos de Fabricación.

Gastos de Fabricación Año.							
	Unidades	Valor					
Especificaciones	anual	Unit	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Fundas de							
Polipro	125467	0,04	5018,68	1156,00	1156	1218,24	1297,28
Etiquetas	125467	0,01	1254,67	266,78	289	304,56	324,32
	Total		6273,35	1422,78	1445	1522,8	1621,6

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ana Llanos

4.3.2.2 Gastos de Publicidad.

Presentamos el gasto que tendríamos en la publicidad para dar a conocer el producto que se va a elaborar en la nueva microempresa.

Tabla 30: Gastos de Publicidad.

Gastos de Publicidad.								
			Total					
Detalle	Cant	P. Unit	Mensual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad								
en el								
periódico	3	45	135	1620,00	1701,00	1786,05	1875,35	1969,12
	Total publicidad			1620,00	1701,00	1786,05	1875,35	1969,12

4.3.3 Costos Indirectos.

Se detalla todos los costos indirectos que incurren en la elaboración de nuestros productos para poder lograr los objetivos permitidos.

Tabla 31: Costos Indirectos de Fabricación.

Costos Indirectos de Fabricación.					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materiales Indirectos Fabricación	6273,35	1422,78	1445	1522,8	1621,6
Servicios Básicos	396,00	415,80	436,59	458,42	481,34
Depreciación de Activos	1429,30	1429,30	1429,30	1429,30	1429,30
Materiales de Limpieza	768,00	806,40	846,72	889,06	933,51
Total C.I.F	8866,65	4074,28	4157,61	4299,58	4465,75

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ana Llanos

4.3.4 Costos de Producción.

Detallamos los costos de producción para la elaboración de los productos como son yuca, plátano y maduro.

Tabla 32: Costos de producción.

Presupuesto de Materia Prima Directa Año 1.				
Detalle	Unidades Producidas	Cantidad	Valor Unit.	Valor Total
Yuca			0,35	9920,75
Plátano	28345	125467	0,60	17007,00
Maduro			0,60	17007,00
Sal		7	0,45	3,15
Aceite		8	10,00	80,00
Total		125467		44017,90

Presupuesto de Materia Prima Directa Año 2.				
Detalle	Unidades Producidas	Cantidad	Valor Unit.	Valor Total
Yuca			0,35	9337,3
Plátano	26678	130786	0,75	20008,5
Maduro			0,75	20008,5
Sal		9	0,35	3,15
Aceite		10	9,00	90,00
Total		130786		49447,45

Presupuesto de Materia Prima Directa Año 3.				
Detalle	Unidades Producidas	Cantidad	Valor Unit.	Valor Total
Yuca			0,45	13005
Plátano	28900	135567	0,75	21675
Maduro			0,75	21675
Sal		11	0,45	4,95
Aceite		12	10,00	120,00
Total		135567		56479,95

Presupuesto de Materia Prima Directa Año 4.				
Detalle	Unidades Producidas	Cantidad	Valor Unit.	Valor Total
Yuca			0,45	13705,20
Plátano	30456	145567	0,85	25887,60
Maduro			0,85	25887,60
Sal		13	0,45	5,85
Aceite		14	10,00	140,00
Total		145567		65626,25

Presupuesto de Materia Prima Directa Año 5				
Detalle	Unidades Producidas	Cantidad	Valor Unit.	Valor Total
Yuca			0,45	14594,4
Plátano	32432	155876	0,90	29188,8
Maduro			0,90	29188,8
Sal		15	0,45	6,75
Aceite		16	11,00	176,00
Total		155876		73154,75

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ana Llanos

4.3.5 Proyecciones de Ventas

Se presenta el cuadro de proyecciones de ventas para el proyecto para cada uno de los años analizados, de los productos que se comercializara

Tabla 33: Proyecciones de ventas

Proyecciones de Ventas						
Producto	Precio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Yuca						
Plátano	0,6	75280,20	78471,60	81340,20	87340,20	93525,60
Maduro						
Total		75280,20	78471,60	81340,20	87340,20	93525,60

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ana Llanos

4.3.6 Estado de Resultado.

En este cuadro se talla un resumen de todos los gastos que se requieren para el proyecto analizando cada uno de los años para obtener la utilidad neta.

Tabla 34: Estado de Resultado Proyectado.

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO.					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ventas	75280,20	78471,60	81340,20	87340,20	93525,60
Total Ingresos	75280,20	78471,60	81340,20	87340,20	93525,60
(-) Costo de Producción					
Materia Prima	44017,90	49447,45	56479,95	65626,25	73154,75
Costos Indirectos Fabricación	8866,65	4074,28	4157,61	4299,58	4465,75
Total Costos	52884,55	53521,73	60637,56	69925,83	77620,50
(=) Utilidad Bruta	22395,65	24949,87	20702,64	17414,37	15905,10
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativo	36492,46	36528,95	36565,48	36602,05	36638,65
Arriendo del local	3600,00	3840,00	4080,00	4320,00	4560,00
Gastos de Ventas	1620,00	1701,00	1786,05	1875,35	1969,12
Deprec. Activos Fijos	1429,30	1429,30	1429,30	1429,30	1429,30
Total Gastos Operacionales	43141,76	43499,25	43860,83	44226,70	44597,07
(-) Gastos no Operacionales					
Gastos Financieros	3193,33	2945,30	2697,28	2449,25	2201,23
Total gastos no Operacionales	3193,33	2945,30	2697,28	2449,25	2201,23
Total Gastos	46335,09	46444,56	46558,11	46675,95	46798,30
(=) Utilidad Operacional	28945,11	32027,04	34782,09	40664,25	46727,30
(-) 15% a Trabajadores	4341,77	4804,06	5217,31	6099,64	7009,10
(=) Utilidad Ante Impuesto	24603,34	27222,99	29564,78	34564,61	39718,21
(-) 22% Impuesto Renta	5412,74	5989,06	6504,25	7604,21	8738,01
(=) Utilidad Neta	19190,61	21233,93	23060,53	26960,40	30980,20

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ana Llanos

4.3.7 Flujo de caja proyectado.

Con la realización del flujo de caja podremos obtener el van y tir del proyecto para conocer la viabilidad del mismo.

Tabla 35: Flujo de Caja Proyectado.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO.							
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Ventas		75280,20	78471,60	81340,20	87340,20	93525,60	
Total Ingresos		75280,20	78471,60	81340,20	87340,20	93525,60	
Materia Prima		44017,90	49447,45	56479,95	65626,25	73154,75	
Costos Indirectos Fabricación		8866,65	4074,28	4157,61	4299,58	4465,75	
Total Costos		52884,55	53521,73	60637,56	69925,83	77620,50	
(=) Utilidad Bruta		22395,65	24949,87	20702,64	17414,37	15905,10	
(-) Gastos Operacionales							
Gastos Administrativo		36492,46	36528,95	36565,48	36602,05	36638,65	
Arriendo del local		3600,00	3840,00	4080,00	4320,00	4560,00	
Gastos de Ventas		1620,00	1701,00	1786,05	1875,35	1969,12	
Total Gastos Operacionales		41712,46	42069,95	42431,53	42797,40	43167,77	
Gastos Financieros		3193,33	2945,30	2697,28	2449,25	2201,23	
Total gastos no Operacionales		3193,33	2945,30	2697,28	2449,25	2201,23	
Total Gastos		44905,79	45015,26	45128,81	45246,65	45369,00	
(=) Utilidad Operacional		7978,76	8506,47	15508,75	24679,17	32251,50	
(-) 15% a Trabajadores		1196,81	1275,97	2326,31	3701,88	4837,73	
(=) Utilidad Ante Impuesto		6781,95	7230,50	13182,44	20977,30	27413,78	
(-) 22% Impuesto Renta		1492,03	1590,71	2900,14	4615,01	6031,03	
(=) Utilidad Neta		5289,92	5639,79	10282,30	16362,29	21382,75	
(+) Depreciación Activos Fijos		1429,30	1429,30	1429,30	1429,30	1429,30	
(-) Inversión activos fijos	-12918,00						
(-) Inversión Fondos Propios	-2583,60						
(+) Préstamo	10334,40						
(-) Pago de Deuda		3193,33	2945,30	2697,28	2449,25	2201,23	
(=) Flujo de Caja	-5167,20	667,29	1265,19	6155,72	12483,74	17752,22	

Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ana Llanos

Tabla 36: Evaluación TIR y VAN.

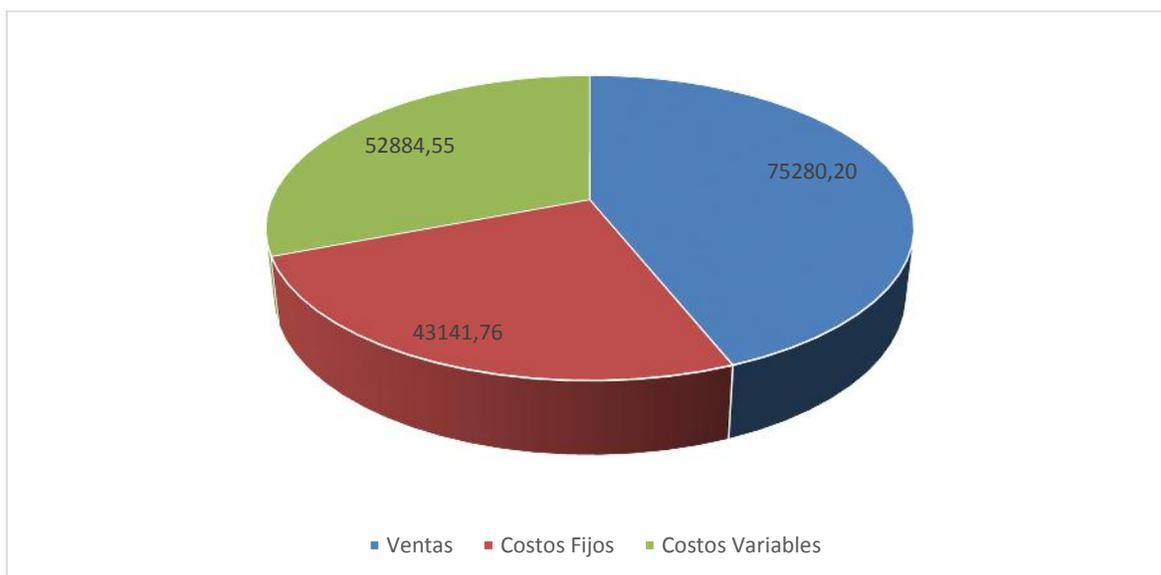
TIR Y VAN						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo Neto	-5167,20	667,29	1265,19	6155,72	12483,74	17752,22
Valor Actual Neto						18825,44
Tasa Interna de Retorno						67%
Relación beneficio costo						\$1,89

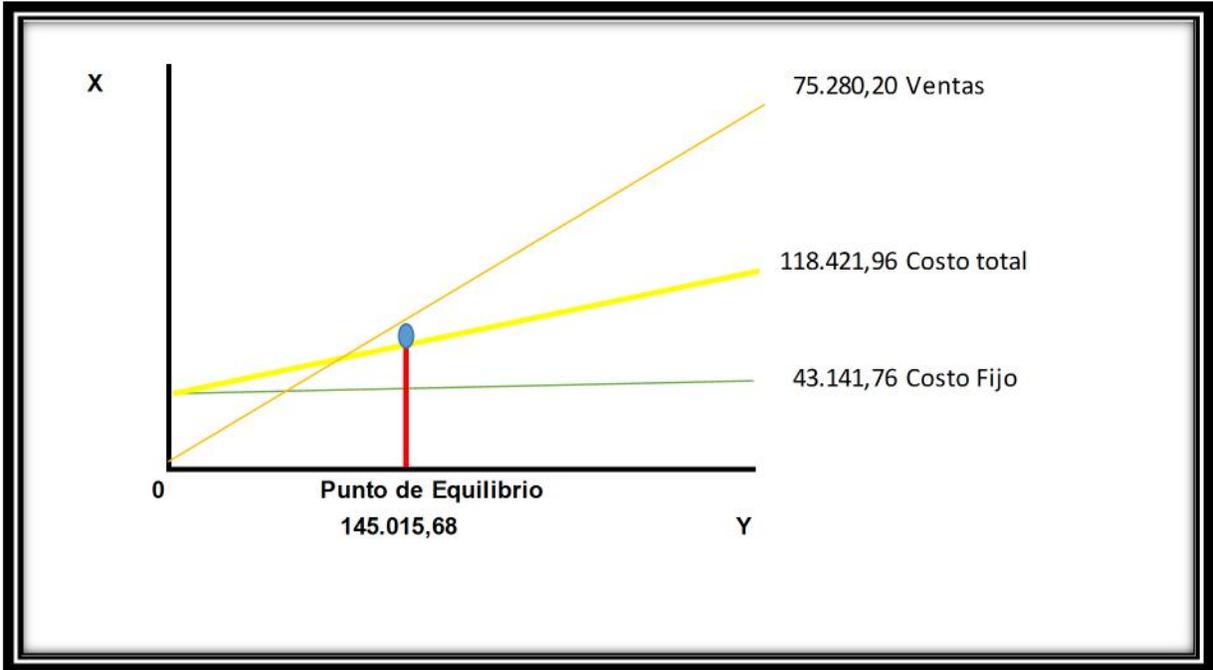
Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Autora

	AÑO 1	X	Y
Ventas		75280,20	75280,20
Costos Fijos		43141,76	118421,96
Costos Variables		52884,55	43141,76

Fuente: Investigación de Mercado
Elaborado por: Autora

$$PE = \frac{CF}{1 - CV} = \frac{43141,76}{0,29750} = 145015,68$$





Fuente: Investigación de Mercado

Elaborado por: Ana Llanos

4.4. Discusión.

El presente estudio de factibilidad permitió establecer que la creación de una microempresa para elaborar y comercializar aperitivos en Snack es rentable y beneficia a la comunidad, además de tener una buena aceptación en la población de la parroquia San Carlos, en la encuesta realizada se determina la necesidad insatisfecha sobre estos productos, criterio que coincide con lo expuesto por Urbina Baca Gabriel (2010). En su libro Evaluación de proyecto, en el indica el estudio de mercado permite determinar y cuantificar la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.

En el estudio técnico del proyecto, se analizó y determinó la localización óptima de la planta, el tamaño óptimo, los equipos y la maquinaria necesaria para el proceso de producción requerida, los insumos y la mano de obra necesaria además del alquiler del local, infraestructura entre otros, que permita el correcto funcionamiento de la empresa, este análisis coincide con lo expuesto por Padilla Córdoba Marcial (2013), en su libro Formulación y evaluación de proyectos en el que indica que el estudio técnico de un proyecto busca responder a las interrogantes básicas de ¿Cuándo, cómo, porque y con qué producirá mi empresa? así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado, sea este un bien o un servicio.

Del análisis económico-financiero realizado se determina mediante la aplicación de indicadores como el VAN y la TIR son positivos por lo que dan la seguridad de invertir en el presente proyecto, Urbina Baca Gabriel (2010), puntualiza que cuando el VAN es mayor a uno, y la TIR es mayor a la tasa de oportunidad del mercado, el proyecto es viable y se puede tomar la decisión de invertir en el proyecto.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones.

En base al estudio de mercado se estableció que existe una demanda insatisfecha por cubrir en el primer año de 10% que asegura el éxito para la implementación de la empresa en la parroquia San Carlos para producir y comercializar productos en SNACK a base productos de la zona como yuca, maduro y plátano.

El estudio técnico permitió definir que en la parroquia San Carlos es el lugar indicado para ubicar la empresa, ya que permite conseguir con facilidad los productos y poder dar una atención rápida y cómoda a los clientes.

El estudio económico- financiero realizado, determinó que la inversión total del proyecto es de \$ 12.918,00, los ingresos por venta del producto son de \$ 75.280,20. Los indicadores financieros aplicados dieron como resultado que el VAN es de \$ 18.825,44, una TIR de 67% y la relación beneficio costo es de 1,89 lo que indican que el proyecto es viable.

5.2. Recomendaciones.

En el presente proyecto de investigación se recomienda lo siguiente que se debe en el corto plazo poner en marcha la microempresa, que cubra la demanda insatisfecha sobre un producto apetitoso y de buena calidad elaborado con productos naturales de la zona

También se recomienda escoger al personal capaz y de acuerdo a las exigencias técnicas de la empresa, que desempeñen en forma eficiente sus labores, cumplir con las normas legales para evitar contratiempos.

Aprovechar que los indicadores económicos financieros son positivos en rentabilidad económica y proceder en forma inmediata para el emprendimiento del nuevo negocio.

CAPITULO VI
BIBLIOGRAFÍA

6.1.BIBLIOGRAFÍA.

- Arboleda, G. (2013). Proyecto,Formulacion,Evaluacion y Control. Colombia: Cargraphics.
- Baca, G. (2010). Evaluacion de Proyectos .Mexico, D.F.: TheMcGraw-Hill.
- Berghe, E. (2012). Gestion y Gerencia Empresariales aplicadas al siglo xxi. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Cepal. (2012). Microempresas . El Salvador: Consultora Planeta.
- Cordoba, M. (2013). Formulación y Evaluación de Proyectos . Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Flórez, J. A. (2012). Plan de Negocios para pequeñas empresas . Bogotá: Ediciones de la U.
- German, A. V. (2011). Proyecto,Formulacion,Evaluacion y Control. Colombia: Cargraphics.
- León, M. (27 de agosto de 2013). <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/08/27/nota/1353791/oit-ecuador-522-trabajadores-son-informales/allv>. Los vendedores informales.
- MaGILL, M. (2010). Microempresas y Microfinanzas en Ecuador. Quito.
- María de los Angeles Gil Estallo, F. G. (2013). Cómo crear y hacer funcionar una microempresa. Madrid - España: ESIC.
- Meza, J. (2010). Evaluacion financiera de Proyectos. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Morales, A., & José, M. (2010). Proyectos de Inversion evaluación y formulación. Mexico, D.F.: The McGraw-Hill.
- Nassir, S. (2010). Preparacion y Evaluacion de Proyectos. Buenos Aires: Mc Grawhill.
- Ocampo, J. E. (2010). Costos y Evaluación de Proyectos. Mexico .
- OIT. (2015). El entorno normativo y la economía informal. Disponible en: Recuperado el 15 de junio de 2015, de http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_policy/documents/publication/wcms_229846.pdf/junio2015/allv

Prieto, J. E. (2012). *Proyectos Enfoque Gerencial* . Bogotá: Ecoe Ediciones.

Valencia, L. J. (2010). *Como aplicar planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa*. México: Thomson Editores.

Varela, R. (2010). *Evaluación económica de proyectos* . México: Ecoe Ediciones.

CAPITULO VII

ANEXOS

7.1.ENCUESTA.

El Objetivo de la presente encuesta es para conocer las preferencias del consumidor, sobre la creación de una Microempresa de Aperitivos en Snack, elaborados a base de plátano, maduro y yuca, producidos en el sector de la parroquia San Carlos. Información que servirá para realizar un proyecto de investigación, como requisito previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión Empresarial, en la Universidad Técnica Estatal de Quevedo.

1.- ¿Conoce usted aperitivos a base de plátano, maduro y yuca elaborados por una empresa de San Carlos.

Sí

No

2.- ¿Qué atributos prefiere al adquirir aperitivos elaborados a partir de productos de la zona?

Beneficios

Marca

Sabor

Color

Precio

3.- ¿Cuál es su sabor preferido en los aperitivos que consume?

Salado

Picante

Natural

Dulce

4.-¿Está satisfecho con los snack que al momento actualmente se venden en el mercado?

Sí

No

5.- ¿Estaría dispuesto a comprar aperitivos hechos a partir de plátano, maduro o yuca, producidos por una microempresa de la parroquia San Carlos?

Si

No

Porque-----

6.- ¿En qué lugar le gustaría adquirir este producto?

Tienda

Supermercados

Bares

Vendedores ambulantes-

Otros

7.- ¿Frecuencia anual que consume usted aperitivos elaborados a base de plátano, maduro y yuca?

5 veces por año

12 veces por año

16 veces por año

20 veces por año

Nunca

8.- ¿Indique cuál de estos productos aperitivos ha consumido en Snack?

Papas

Plátano

Maduro

Yuca

Otros

9.-¿A usted le gustaría consumir aperitivos a base de plátano, maduro o yuca producidos en el sector de San Carlos?.

Si

No

Porque-----

10.-¿En cuál de las siguientes cantidades preferiría el producto?

20granos

30 gramos

40 gramos

11.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un combo de aperitivos elaborados a base de plátano, maduro o yuca?

Menos de 1 dólar.

De 1 dólar a 1.50 dólar

De 1.51 a 2 dólar

12.- Le gustaría que la microempresa amplié la oferta con otros productos de la zona?

Si

No

13.- ¿A través de qué medio de comunicación preferiría conocer este nuevo producto?

Periódico

Revista

Televisión

Radio

Hojas volantes

14.- ¿En qué momento del día usted prefiere consumir estos productos?

Media mañana

Entre comidas

Después de los ejercicios

Reunión social

Otro (especifique)

15.- ¿Está de acuerdo en la creación de la microempresa que elabore los aperitivos a base de productos de la zona?

Si

No

Porque-----

7.2. Fotos de la encuesta realizada a los habitantes de la parroquia San Carlos.



