



UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN
EMPRESARIAL E INFORMÁTICA**

ESCUELA DE GESTIÓN EMPRESARIAL

CARRERA: INGENIERÍA COMERCIAL.

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERAS COMERCIALES**

TEMA:

**“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE SNACKS DERIVADOS DEL MAÍZ Y EL
HABA EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA
BOLÍVAR, PERÍODO 2012-2013.**

AUTORAS:

ÑAMO ERAZO VIVIANA MERCEDES

QUILLE MUGUICHA LAURA LILIANA

DIRECTOR:

EC. RENÉ VILLACRÉS

PARES ACADÉMICOS:

ING. VÍCTOR HUGO QUIZHPE

EC. CARMITA BORJA

Guaranda, marzo del 2015

II. DEDICATORIA

A nuestros Padres:

Julian Ñamo, Agustín Quille que desde el cielo siempre nos cuidan, guían y protegen, a Clara Erazo y María Muguicha por estar siempre en todos los momentos de nuestras vidas ser siempre el pilar fundamental para el alcance de nuestros objetivos.

A nuestros Hermanos:

Qué con la intensidad de su amor han sabido apoyarnos en nuestra carrera profesional convirtiéndose en una razón importante hacia nuestros logros.

VIVIANA Y LAURA

III. AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento sincero a la Universidad Estatal de Bolívar por abrirnos las puertas y permitir cumplir con nuestras promesas, al Director del trabajo de grado Ec. René Villacres a quien con su sabiduría, paciencia y su valioso tiempo nos guio a realizar de una mejor manera el trabajo de grado, a nuestros pares Ing. Víctor Hugo Quizhpe y a la Ec. Carmita Borja quienes con sus conocimientos nos orientaron a realizar correctamente nuestro trabajo.

A nuestros padres por habernos dado la vida e inculcarnos buenas costumbres, a nuestros familiares en general que siempre han estado a nuestro lado cuando más lo necesitamos dándonos sus sabios y oportunos consejos durante nuestra vida.

VIVIANA Y LAURA

IV. CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

CERTIFICO:

Que el trabajo de grado titulado **“PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE SNACKS DERIVADOS DEL MAÍZ Y EL HABA EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, PERIODO 2012-2013.”**, autoría de las Srtas. Viviana Mercedes Ñamo Erazo y Laura Liliana Quille Muguicha estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial, reúnen los requisitos correspondientes a las normas establecidas en el Reglamento de Titulación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática, pudiendo continuar con los demás trámites para su defensa.

Guaranda, 10 de marzo de 2015


EC. **RENÉ VILLACRÉS**
DIRECTOR

V. AUTORÍA NOTARIADA

Las autoras: ÑAMO ERAZO VIVIANA MERCEDES Y QUILLE MUGUICHA LAURA LILIANA declaramos bajo juramento que el trabajo denominado "PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SNACKS DERIVADOS DEL MAIZ Y EL HABA EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, PERÍODO 2012-2013." es de nuestra autoría; que no ha sido presentado previamente para ningún grado o calificación profesional y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



Autora: ÑAMO VIVIANA

C.I: 020201528-5



Autora: QUILLE LAURA

C.I: 020207925-7

ESCRITURA PÚBLICA DECLARACION JURADA

LAURA LILIANA QUILLE MUGUICHA y VIVIANA MERCEDES ÑAMO ERAZO

En la ciudad de Guaranda, Capital de la Provincia de Bolívar, República del Ecuador, hoy día LUNES, VEINTE Y SEIS DE ENERO DE DOS MIL QUINCE, ante mi Doctor GUIDO FABIAN FIERRO BARRAGAN, NOTARIO PÚBLICO PRIMERO DEL CANTÓN GUARANDA, comparecen las señoritas LAURA LILIANA QUILLE MUGUICHA y VIVIANA MERCEDES ÑAMO ERAZO. Las comparecientes son de nacionalidad ecuatoriana, mayores de edad, de estados civiles solteras, capaces de contraer obligaciones, domiciliadas en esta ciudad y Cantón; y, en el cantón San José de Chimbo en su orden, a quienes de conocer doy fe, en virtud de haberme exhibido sus cédulas de ciudadanía y papeletas de votación cuyas copias adjunto a esta escritura.- Advertidas por mí el Notario de los efectos y resultados de esta escritura, así como examinadas de que comparecen al otorgamiento de la misma sin coacción, amenazas, temor reverencial, ni promesa o seducción, juramentadas en debida forma, prevenidas de la gravedad del juramento, de las penas de perjurio y de la obligación que tiene de decir la verdad con claridad y exactitud, bajo juramento declara lo

siguiente: "Previo a la obtención del título de Ingenieras manifestamos que los criterios e ideas emitidas en el presente trabajo de investigación y graduación titulado "PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE SNACKS DERIVADOS DEL MAÍZ Y EL HABA EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, PERÍODO 2012-2013, son de nuestra exclusiva responsabilidad en calidad de autoras. (Hasta aquí la declaración juramentada rendida por el compareciente la misma que queda elevada a escritura pública con todo el valor legal.) Para el otorgamiento de esta escritura pública se observaron todos los preceptos legales del caso; y leída que le fue al compareciente íntegramente por mí el Notario, se ratifica en todo su contenido y firma conmigo en unidad de acto. Incorporo esta escritura pública al protocolo de instrumentos públicos, a mi cargo. De todo lo cual doy fe.-



Señorita Laura Liliana Quille Muguicha



Señorita Viviana Mercedes Namó Erazo

DOY FE: Que esta copia fotostática
ES EXACTA A SU ORIGINAL
que me fue exhibido

Guaranda, 26 de Enero del 2015



Dr. Guido Fierro Barragán
NOTARIO PÚBLICO 1ro. DEL CANTÓN GUARANDA

Doctor Guido Fabián Fierro Barragán
NOTARIO PÚBLICO PRIMERO DEL CANTÓN GUARANDA

TABLA DE CONTENIDOS

CONTENIDO	PÁGINA
I. Portada	i
II. Dedicatoria	ii
III. Agradecimiento	iii
IV. Certificación del Director	iv
V. Autoría notariada	v
VI. Tabla de contenidos	vii
VII. Lista de cuadros y gráfico	x
VIII. Lista de anexos	xii
IX. Resumen ejecutivo	xiii
X. Introducción	xv

CAPÍTULO I

1.1.Tema	1
1.2.Antecedentes	2
1.3.Justificación	5
1.4.Objetivos	7
1.4.1 General	
1.4.2 Específicos	
1.5. Metodología	8
1.5.1 Métodos	8
1.5.2 Tipo de investigación	8
1.5.3 Técnicas e instrumentos para la obtención de datos.	9
1.5.4 Universo y muestra	10
1.5.5 Procedimientos de datos	11

CAPÍTULO II

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS¹²

2.1. Tabulación, presentación e interpretación de resultados	12
2.2. Conclusiones	23

CAPÍTULO III

3.1 Estudio de Mercado:

3.1.1 Definición del producto	24
3.1.2 Análisis de la demanda y proyecciones	26
3.1.3 Análisis de la oferta y proyecciones	29
3.1.4 Análisis de precios	32
3.1.5 Análisis de la comercialización.	33

3.2 Estudio Técnico

3.2.1 Tamaño	35
3.2.2 Producción	35
3.2.3 Materia prima	35
3.2.4 Tecnología	36
3.2.5 Localización	36
3.2.5.1 Macro localización	36
3.2.5.2 Micro localización	37
3.2.5.3 Método de localización cualitativo	38
3.2.5.4 Localización de la microempresa	39
3.2.6 Ingeniería o proceso productivo	40
3.2.7 Distribución de la planta	42
3.2.8 Requerimientos de maquinaria y equipo	43

3.3 Estudio Administrativo Organizacional

3.3.1 Nombre de la Empresa	44
3.3.2 Accionistas	
3.3.3 Aportes	44
3.3.4 Slogan	44
3.3.4.1 Isotipo	45
3.3.4.2 Logotipo	45
3.3.4.3 Bases filosóficas	46
3.3.4.3.1 Misión	
3.3.4.3.2 Visión	
3.3.4.3.3 Objetivos	
3.3.4.3.4 Políticas	
3.3.4.3.5 Principios y valores	47

3.3.4.3.6 Constitución legal	48
3.3.5 Giro	49
3.3.6 Cuadro de directivo	49
3.3.7 Orgánico estructural	50
3.3.8 Orgánico funcional	50
3.4 Estudio Financiero:	
3.4.1 Costos	52
3.4.2 Inversiones	55
3.4.3 Financiamiento	56
3.4.4 Depreciaciones	58
3.4.5 Amortizaciones de intangibles	59
3.4.6 Estructura de costos	60
3.4.7 Ingresos	61
3.4.8 Punto de equilibrio	61
3.4.9 Estado de Resultados	64
3.4.10 Estado de situación	65
3.4.11 Flujo de fondos de efectivo proyectados	66
CAPÍTULO IV	
EVALUACIÓN FINANCIERA, SOCIAL Y AMBIENTAL	
4.1 Evaluación financiera	
4.1.1 Tasa de rendimiento económica mínima aceptable	67
4.1.2 Valor actual neto VAN	67
4.1.3 Tasa interna de retorno TIR	68
4.1.4 Periodo de recuperación de la inversión PRI	69
4.1.5 Relación beneficio / costo R. B/C	70
4.1.6 Índices Financieros	71
4.2 Evaluación Social	75
4.3 Evaluación Ambiental	75
Conclusiones	77
Recomendaciones	78
Bibliografía	79
Anexos	82

VI. TABLA DE CUADROS Y GRÁFICOS

CONTENIDO	PÁGINA
Cuadro N° 1 y Gráfico N° 1.- Consumo snacks de maíz y haba	12
Cuadro N° 2 y Gráfico N° 2.- Consumo snacks con marca	13
Cuadro N° 3 y Gráfico N° 3.- Snacks que consume frecuentemente	14
Cuadro N° 4 y Gráfico N° 4.- Tamaño de snacks que consume	15
Cuadro N° 5 y Gráfico N° 5.- Cuantos snacks consume a la semana	16
Cuadro N° 6 y Gráfico N° 6.- Precio de adquisición	18
Cuadro N° 7 y Gráfico N° 7.- Donde adquiere los snacks	19
Cuadro N° 8 y Gráfico N° 8.- El empaque que prefiere	20
Cuadro N° 9 y Gráfico N° 9.- Aspectos que considera al comprar	21
Cuadro N° 10 y Gráfico N° 10.- Oferta en una nueva microempresa	22
Cuadro N° 11.- Composición nutricional del maíz	25
Cuadro N° 12.- Composición nutricional del haba	26
Cuadro N° 13.- Consumo anual de los snacks de maíz y el haba	27
Cuadro N° 13.- Proyección de la demanda	28
Cuadro N° 14.- Oferta actual	29
Cuadro N° 15.- Proyección de la oferta	30
Cuadro N° 16.- Demanda insatisfecha	31
Cuadro N° 17.- Análisis de precios	32
Cuadro N° 18.- Políticas de precios	33
Cuadro N° 19.- Producción de la microempresa	35
Cuadro N° 20.- Localización óptima	38
Gráfico N° 11.- Diagrama de bloque del proceso productivo	41
Gráfico N° 12.- Diagrama de flujo del proceso productivo	42
Gráfico N° 13.- Distribución de la planta	43
Cuadro N° 21.- Aporte de los socios	44
Gráfico N° 14.- Orgánico estructural	50
Cuadro N° 22.- Costo total	55
Cuadro N° 23.- Capital de trabajo	56
Cuadro N° 24.- Inversión Total	57
Cuadro N° 25.- Financiamiento	58
Cuadro N° 26.- Amortización de la deuda	59

Cuadro N° 27.- Depreciación	60
Cuadro N° 28.- Amortización de intangibles	61
Cuadro N° 29.- Estructura de costos	62
Cuadro N° 30.- Ingresos	63
Gráfico N° 15.- Punto de equilibrio	64
Cuadro N° 31.- Estado de resultados	65
Cuadro N° 32.- Balance General	66
Cuadro N° 33.- Estado de flujo de fondos de efectivo	67

VII. LISTA DE ANEXOS

CONTENIDO	PÁGINA
Anexo N° 1.- Formato de la encuesta a la población urbana de la ciudad de Guaranda	82
Anexo N° 2.- Formato de la ficha de observación	83
Anexo N° 3.- Costo materia prima	85
Anexo N° 4.- Costo insumos	85
Anexo N° 5.- Costo de mano de obra	85
Anexo N° 6.- Costo materiales	86
Anexo N° 7.- Costo útiles de aseo	86
Anexo N° 8.- Costo sueldos y salarios	86
Anexo N° 9.- Costo servicios básicos	87
Anexo N° 10.- Costo útiles de oficina	87
Anexo N° 11.- Costo arriendo	87
Anexo N° 12.- Costo transporte	87
Anexo N° 13.- Costo publicidad	87
Anexo N° 14.- Costo muebles y enseres	88
Anexo N° 15.- Costo equipo	88
Anexo N° 16.- Costo equipo de cómputo	88
Anexo N° 17.- Costo muebles de oficina	88
Anexo N° 18.- Costo equipo de oficina	89
Anexo N° 19.- Costo menaje de oficina	89
Anexo N° 20.- Costo gastos constitución	89
Anexo N° 21.- Costo gasto estudios	89

VIII. RESUMEN EJECUTIVO

La finalidad del presente proyecto, es determinar la factibilidad de crear la microempresa productora y comercializadora de snacks derivados del maíz y el haba, en el ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar, año 2013, cuyo nombre será “MELI S.A”.

En la ciudad de Guaranda este tipo de snacks lo producen y comercializan los pequeños productores de forma artesanal y rudimentaria evitando costos elevados en su producción, por tal razón nuestra empresa pretende ingresar al mercado ofertando snacks del maíz y el haba cumpliendo con los estándares de calidad en su producción y comercialización, de tal manera que nos permita obtener una rentabilidad económica en beneficio de la empresa.

Para el estudio de mercado, se realizó una investigación de campo por medio de la observación directa y la encuesta, que fueron dirigidas a los consumidores; para luego comprobar que la demanda de la provincia Bolívar, no está siendo cubierta por la producción y comercialización de snacks derivados del maíz y el haba por parte de vendedores informales.

En el estudio técnico, se determinó la localización del proyecto en la calle General Enríquez entre Selva Alegre y Monseñor Candido Rada donde la microempresa desarrollará sus operaciones respectivas; en un espacio físico o local de arriendo que tendrá una superficie de 80m², distribuidos en diferentes secciones; donde se detalla en el proceso de producción y comercialización a realizar desde la recepción y almacenamiento de la materia prima e insumos.

La inversión total para el proyecto asciende a 5.342,97 dólares, que servirá como aporte principal para iniciar la producción, la misma que se divide en: inversión fija de 3.445,00 dólares; inversión fija intangible de 1.100,00 dólares, y el capital de trabajo de 797,97 dólares.

La determinación de los ingresos se lo realizó de acuerdo a las unidades producidas y comercializadas en el día se obtendrá 306 unidades de snacks de haba y 33 unidades de snacks de maíz diarias, mientras que los ingresos ascenderá a 38.251,20 dólares; obteniendo en el primer año una utilidad de 1.899,86 dólares.

En la Evaluación financiera se obtuvieron los siguientes resultados tomando a consideración un TREMA del 13,2%, VAN con un valor de 4.197,43 dólares la TIR alcanzó a un 46% por lo que se concluyó que el proyecto es viable los demás índices del análisis se calcularon con sus respectivos datos.

IX. INTRODUCCIÓN

El Ecuador posee diversidad de climas que le permiten ser el productor del maíz y el haba reconocidos internamente e internacionalmente por su sabor, color y aroma. Con el fin de aprovechar estos productos para industrializarlos y de darle un valor agregado, nace “MELI S.A”.

El objetivo principal de este proyecto, es presentar paso a paso la creación de una microempresa productora y comercializadora de snacks derivadas del maíz y el haba y evaluar su viabilidad económica, ya que constituye un medio importante para el desarrollo socio económico de la población de la ciudad de Guaranda, Provincia Bolívar.

El contenido del proyecto, está compuesto de cuatro capítulos distribuidos de la siguiente manera:

El Primer Capítulo se refiere al tema, antecedentes, justificación, objetivos, métodos de investigación, universo y muestra utilizados para la obtención de los datos y determinación de resultados.

El Segundo Capítulo nos muestra el análisis e interpretación de los resultados y conclusiones correspondientes a la encuesta realizada a la población urbana de la ciudad de Guaranda.

En el Capítulo Tres, desarrollamos un estudio de Mercado, con el fin de determinar el nivel de aceptación de nuestro producto y conocer los gustos y preferencias de nuestros clientes potenciales, precios existentes en el mercado y sus canales de comercialización.

Luego el estudio Técnico donde determinamos los equipos requeridos, analizamos sus características y seleccionamos la mejor opción. Además se determinó el tamaño y localización óptima del proyecto, el proceso productivo y la distribución de la planta.

También tenemos el estudio Administrativo Organizacional donde se define el nombre de la empresa, los accionistas que la conforman, el orgánico estructural y funcional.

El estudio Financiero presentamos costos totales, inversión total, financiamiento, depreciaciones, amortización de intangible, estructura de costos, ingresos, punto de

equilibrio, estado de resultados, estado de situación financiera y flujo de fondos de efectivo proyectados.

La Evaluación Financiera del proyecto, se lo realizó en el Capítulo IV, procesos como el VAN, TIR, PRI, RB/C y los índices financieros, nos ayudaron a determinar la factibilidad del proyecto. Además en este capítulo, identificamos las externalidades que afectan nuestro proyecto, haciendo una Evaluación Social y Ambiental del mismo.

Finalmente, analizamos una serie de escenarios en el que se desenvolverá nuestra microempresa y acotaremos nuestras conclusiones y recomendaciones al proyecto. También se incluirán los anexos que se usaron y sirvieron como fuente principal para la obtención de la información y la bibliografía empleada para el desarrollo de la investigación.

1. TEMA

PROYECTO DE INVERSIÓN PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA PRODUCTORA DE SNACKS DERIVADOS DEL MAÍZ Y EL HABA EN LA CIUDAD DE GUARANDA, PROVINCIA BOLÍVAR, PERÍODO 2012-2013.

2. ANTECEDENTES

Los snacks, son bocaditos o pasa bocas, alimentos de consumo impulsivo, es decir no es la necesidad en si lo que obliga al consumidor a comprarlos; si no el impulso las ganas o el antojo. Es por eso que este tipo de producto puede llegar a un mayor número de personas y diversos segmentos del mercado.(ALMEIDA-RODRÍGUEZ, 2006, págs. 228-231)

Los snacks siempre han tenido una parte importante en la vida y dieta de todas las personas. Un sin número de alimentos pueden ser utilizados como snacks(Club Vitónica, 2012), siendo los más populares papas fritas, frituras de maíz, habas, pretzels, nueces y snacks, siendo sus mejores aliados la sal y grasas.

Los fabricantes han tenido que luchar durante un largo tiempo con la imagen de alimentos chatarra, aunque el término sea algo injusto, ya que es utilizado para identificar a aquellos productos con alto contenido de carbohidratos simples o azúcares refinados, ricos en grasas y con cantidades elevadas de sodio.(CASSERES, H.E, 2006, págs. 40-50)

En la actualidad se los puede encontrar prácticamente en todas las tiendas y supermercados y degustar a cualquier hora del día, lo que años atrás no era tan marcado ya que la moda de los snacks tomo fuerza prácticamente al mismo tiempo que la comida rápida hace apenas pocos años atrás.(SNACKS ADVENTURE, 2010)

El consumo mundial de snacks saludables está creciendo en todo el mundo y entre estos destacan especialmente los snacks salados como son habas fritas y maíz en los mismos que se emplean casi siempre aceites vegetales derivados de soya, girasol, y palma, en el mercado de alimentos procesados, como en Estados Unidos hasta 1997 se ha venido presentando un incremento en las ventas, aumentando alrededor de 4 mil millones de dólares en el período comprendido entre 1990 a 1997, consumiendo alrededor de 10 kg de snacks principalmente las papas fritas con un 31,7% del total y en quinto lugar se encuentran los snacks extrudidos con un 5,5%. En México las ventas anuales de snacks alcanzaron en 1997 un valor de 40 mil millones de pesos, según la Asociación Mexicana de Estudios para la Defensa del Consumidor

(AMEDEC); esta cifra se ve sustentada en la clara preferencia del público mexicano por estos productos salados, más que evidente en los 416 pesos anuales gastados en el consumo de éstos.(WIKIPEDIA, 2014)

Ecuador es un mercado emergente, donde los productos Premium y los snacks orientados a la salud se elaboran a nivel local. La compañía ecuatoriana de snacks Inalprocess, se conoce en la industria de snacks mundial como un ejemplo de expansión inversa de los países emergentes hacia los mercados desarrollados. La empresa elabora snacks 100% naturales a partir de materias primas procedentes de las zonas tropicales y andinas de Ecuador. Los productos se comercializan bajo la marca Kiwa, que significa “verde”, se elaboran mediante corte manual, así mismo, se fríen y seleccionan a mano. Su contenido es sólo la materia prima como aceite y, en algunos casos, sal y azúcar 1%. (kiwalife, 2012)

En la ciudad de Guaranda la producción de snacks del maíz y el haba lo realizan los pequeños productores de manera artesanal o rudimentaria, a los cuales se les realizó un sondeo el mismo que dio como resultado que elaboran tanto 10 libras de haba como de maíz, los mismo que se dividen 5 libras de dulce y sal, ya que no utilizan materia prima selecta, instalaciones adecuadas, ya que lo realizan en su propio domicilio con granos no seleccionados materiales e instalaciones inapropiadas, es decir utilizan fogones de leña, tiestos, cucharas de madera para evitar costos elevados en la producción empacado y sellado, además no cuentan con talento humano especializado, porque únicamente lo realizan a base de la enseñanza de sus ancestros.

Según la información obtenida del sondeo a los pequeños productores de los snacks del maíz y el haba manifiestan que la venta de estos productos tiene excelente acogida ya que muchos de ellos viven de su elaboración y comercialización de forma artesanal.

Al no existir una microempresa establecida en la ciudad de Guaranda de los productos antes mencionados, los productores intermediarios se ven obligados a depender de las empresas productoras de otras ciudades las mismas que de una u otra forma les establecen sus horarios de entrega, precios, variedades de productos, es decir que los consumidores no pueden satisfacer su deseo inmediato debido a la escases de estos productos en tiendas, mercados y supermercados.

3. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto de inversión se fundamenta en la realización de un estudio para la creación de una microempresa productora de snacks derivados del maíz y el haba, los mismos que son ricos en proteínas, azúcares y almidones, en el sector urbano de la ciudad de Guaranda, ya que existe algunos comerciantes que se dedican a la elaboración y comercialización de estos productos.

Es por tal razón que nosotras como investigadoras luego de haber realizado el sondeo con las personas que se dedican a la elaboración y comercialización de los snacks derivados del maíz y el haba en forma artesanal hemos observado que no cumplen con las normas de higiene exigidas para su elaboración debido a su falta de conocimiento, también al no existir una previa selección de granos lo cual incide en la insatisfacción de los consumidores, por lo que es necesario establecer sistemas técnicos adecuados para brindar productos de calidad que cuenten con su peso y precio justo al momento de la comercialización en la zona urbana de la ciudad de Guaranda.

Nuestra propuesta consiste en ofertar snacks del maíz y el haba siendo productos sanos, ricos en vitaminas y minerales, los mismos que se realizan con un alto porcentaje de higiene y siguiendo las normas de calidad.

Todo esto con el fin de entregar confianza sobre la pureza calidad y seguridad alimentaria en el desarrollo de la producción. Podemos decir que nuestra microempresa contará con materia prima seleccionada, instalaciones adecuadas, mano de obra capacitada, equipos tecnológicos modernos, brindando a los proveedores intermediarios productos frescos, económicos, al menor tiempo posible, economizando transporte de esta forma obtener una marca reconocida dentro del mercado.

Este proyecto se considera de gran importancia ya que radica como alternativa de inversión, dentro de la ciudad de Guaranda, utilizando de forma adecuado los recursos disponibles las mismas que generan rentabilidad en la producción de snacks para satisfacer las expectativas de los consumidores.

En este proyecto sus beneficiarios directos son dos accionistas un inversionista para la creación de la microempresa, los beneficiarios indirectos se conforman de productores de la materia prima, trabajadores intermediarios y consumidores.

Existen otras experiencias como la empresa “MICKOS” que se encuentra ubicada en la ciudad de Riobamba dedicada a la elaboración y comercialización de snacks, la misma que cuenta con tecnología adecuada, personal capacitado, cumple con las normas de higiene tanto al momento de producir como de vender ya que cuentan con uniformes para el personal, su infraestructura es amplia ofrecen espacios cómodos para el consumo inmediato del producto.

4. OBJETIVOS

4.1. GENERAL

Determinar la rentabilidad y sostenibilidad de una microempresa productora de Snacks derivados del maíz y el haba, en la ciudad de Guaranda en el periodo 2012-2013.

4.2. ESPECÍFICOS

- ✓ Efectuar un estudio de mercado sobre la producción de los snacks derivados de maíz y el haba en la ciudad Guaranda en el sector urbano.
- ✓ Determinar la tecnología adecuada que contribuyan en el proceso de selección, elaboración de nuestro producto.
- ✓ Establecer el monto económico de capital a invertir en el proyecto.
- ✓ Definir una organización institucional que garantice el éxito empresarial del proyecto en la ciudad de Guaranda.
- ✓ Realizar la evaluación financiera, social y ambiental del proyecto para la toma de decisiones.

5. METODOLOGÍA

Para el desarrollo del presente proyecto de investigación el mismo que es de campo se aplicará encuestas dirigidas al grupo muestral de personas de la zona urbana de la ciudad de Guaranda, los mismos que serán de gran aporte para la realización de nuestro trabajo investigativo sobre la elaboración y comercialización de los snacks de maíz y el haba y la aceptación en el mercado; la realización del presente trabajo lo realizamos en el período comprendido entre el 2012 - 2013.

5.1. MÉTODOS

Método deductivo: Este método será aplicado para nuestro estudio ya que con el mismo guarda relación con nuestro estudio investigativo y nos servirá para llegar a la globalización de los problemas planteados en la elaboración y comercialización de los de Snacks derivados del maíz y el haba y de una u otra manera fomentar la microempresa con la ayuda dela plática con muchas de las personas que se encargan de la producción de este gran producto, y el mismo que es el sustento económico de muchas familias guarandeñas.

Estudio y técnicas de observación para la que aplicamos el siguiente proceso: Observación, análisis, comparaciones, características, conclusiones(ZORRILLA, Santiago, 2011, págs. 21,22,23)

5.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Por el propósito:

Aplicada.- Por lo que se encaminará a realizar una propuesta que se logrará a desarrollar en el contexto empresarial con los autores directos y llegar a cumplir con las metas adecuadas en el cumplimiento de la creación de una microempresa con los productores de Snacks derivados del maíz y el haba.

Por el nivel:

Aplicada transversal.- Por lo que se cumplirá en un tiempo determinado donde se tendrá un principio y final y se trabajará con la realización de la propuesta.

Por el lugar.

De campo.- La investigación es de campo porque se realizará en el lugar de los hechos, en la ciudad de Guaranda con los comerciantes de Snacks derivados del maíz y el haba.

Bibliográfico.- Ya que con la ayuda de documentos, textos nos ayudara para poder seleccionar el fundamento científico teórico de último momento. Se desarrolló el respectivo marco teórico y la elaboración de la propuesta, sin deslindarnos de la escuela filosófica que enruma e identifica nuestra investigación, que se acogerá la teoría de sistemas.

5.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Las técnicas e instrumentos a utilizarse en nuestro trabajo de investigación para la obtención de la información son los siguientes:

Observación directa: Se aplicara está técnica ya que mediante la misma observaremos la producción y comercialización de vendedores ambulantes.

Encuesta: Se utilizará la encuesta dirigida a una población de entre los 5 y 65 años de edad y a las personas que trabajan con los Snacks derivados del maíz y el haba en la ciudad de Guaranda, provincia Bolívar para su estudio y tratamiento nos apoyamos en algunas teorías de investigación como:

- ✓ Recolectar información.
- ✓ Tabulación de datos.
- ✓ Graficación e interpretación.
- ✓ Análisis

5.4. UNIVERSO Y MUESTRA

Universo

Segmentación del mercado

Para nuestro estudio tomamos la población comprendida entre una edad de 5 a 65 años de la zona urbana de la ciudad de Guaranda, la misma que será obtenida del censo de población y vivienda 2010.(INEC, Censos, 2001 y 2010)

Población urbana y rural de la ciudad de Guaranda: 55.374 habitantes

Habitantes del Área Urbana:23.874 habitantes

Sexo: existen 11.091 hombres y 12.783 mujeres del área urbana

El rango de edades entre 5 a 65 años del total de habitantes de la zona urbana equivale al 84% el mismo que asciende a 20.054 personas que constituyen el universo de estudio.

Datos

n= Tamaño de la muestra

m= Población

e= Error admisible 5%

FÓRMULA

$$n = \frac{m}{e^2(m - 1) + 1}$$

$$n = \frac{20.054}{0.05^2(20.054-1)+ 1}$$

$$n = \frac{20.054}{0.0025(20.053)+ 1}$$

$$n = \frac{20.054}{50.1325 + 1}$$

$$n = \frac{20.054}{51.1325}$$

n = 393 Encuestas

Para la realización del trabajo aplicamos 393 encuestas.

5.5. PROCESAMIENTO DE DATOS

Luego de realizar o aplicar las técnicas e instrumentos de investigación se procedió a:

1. Tabular las encuestas de forma manual.
2. Análisis cuantitativo obteniendo de porcentajes de cada interrogante.
3. Presentación estadística, gráfica y análisis e interpretación de los resultados.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

ENCUESTA REALIZADA A LOS CONSUMIDORES DE SNACKS DERIVADOS DEL MAÍZ Y HABA EN LA CIUDAD GUARANDA

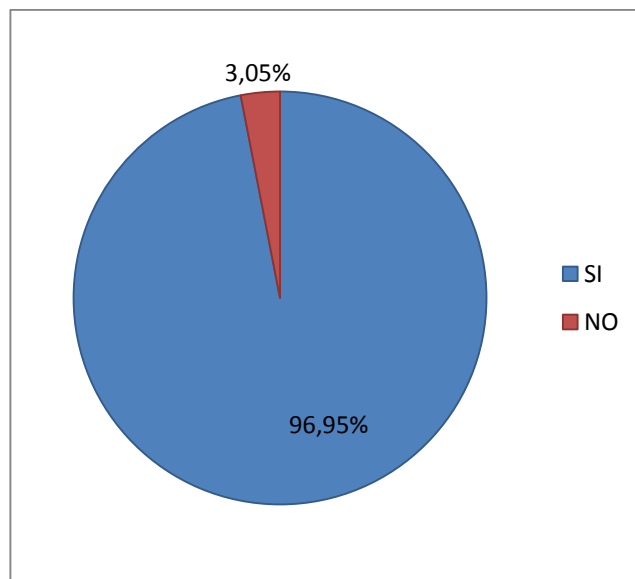
1. ¿Consume usted snacks de maíz y haba?

CUADRO N° 1

VARIABLES	N° de personas	Porcentaje
SI	381	96,95
NO	12	3,05
TOTAL	393	100

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores junio 2014
Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

GRÁFICO N° 1



Fuente: Encuesta realizada a los consumidores junio 2014
Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

La encuesta realizada a la población urbana de la ciudad de Guaranda permite observar que existe una gran acogida para la producción y comercialización de los snacks derivados de maíz y el haba.

2. ¿Consume usted snacks con marca?

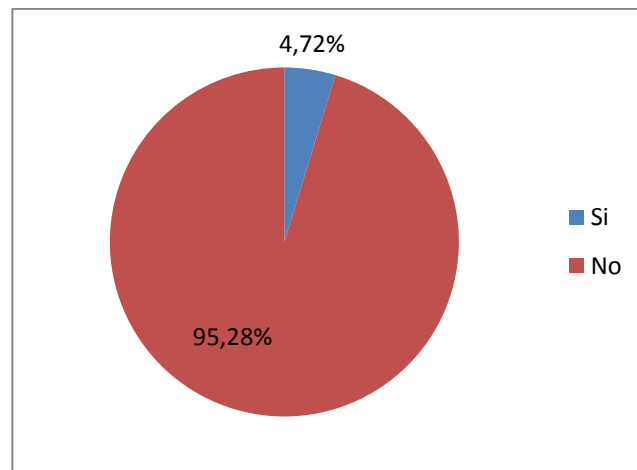
CUADRO N° 2

Variables	N° de personas	Porcentaje
SI	18	4,72
NO	363	95,28
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores junio 2014

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

GRÁFICO N° 2



Fuente: Encuesta realizada a los consumidores junio 2014

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

La población manifiesta que consumen snacks sin marca porque no existe una marca reconocida dentro de la ciudad

3. ¿Cuál de estos snacks consume frecuentemente?

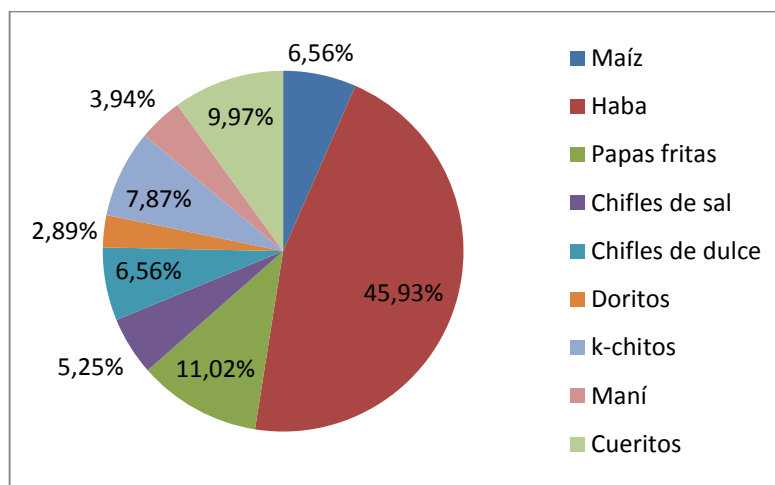
CUADRO N° 3

Variables	N° personas	Porcentaje
Maíz	25	6,56
Haba	175	45,93
Papas fritas	42	11,02
Chifles de sal	20	5,25
Chifles de dulce	25	6,56
Doritos	11	2,89
k-chitos	30	7,87
Maní	15	3,94
Cueritos	38	9,97
Total	381	100

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores junio 2014

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

GRÁFICO N° 3



Fuente: Encuesta realizada a los consumidores junio 2014

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

Según la encuesta realizada la población se inclina con preferencia al consumo de snacks de habas, papas fritas, cueritos y k-chitos debido a su sabor.

4. ¿Qué tamaño de snacks consume frecuentemente?

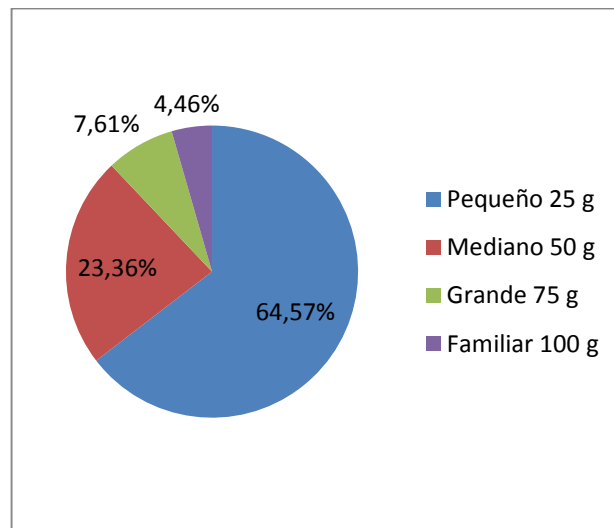
CUADRO N° 4

Variables	N° de personas	Porcentaje
Pequeño 25g	246	64,57
Mediano 50 g	89	23,36
Grande 75 g	29	7,61
Familiar 100g	17	4,46
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores junio 2014

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

GRÁFICO N° 4



Fuente: Encuesta realizada a los consumidores junio 2014

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

La población opta por consumir un snacks de 25 g por su módico precio

5. ¿Cuántos snacks de maíz y haba consume usted a la semana?

CUADRO N° 5

Snacks de maíz

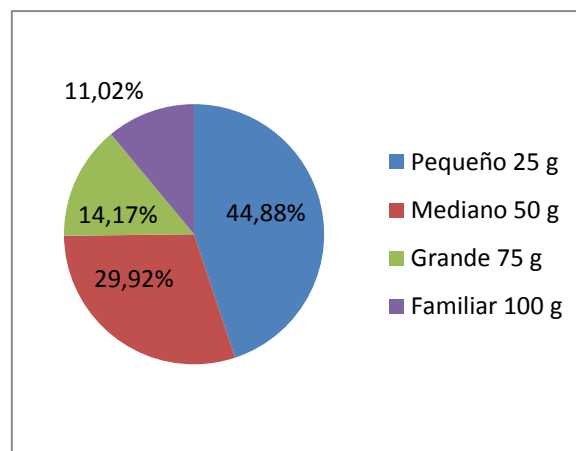
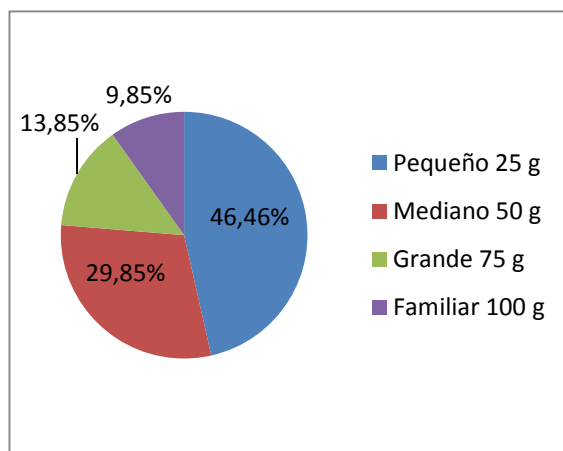
Variables	Cant.	N° personas	Porcentaje	N° personas/ universo	Porcentaje	Consumo	
						Semanal	Anual
Pequeño 25 g	2	151	46,46	9317	46	302	15704
Mediano 50 g	1	97	29,85	5985	30	97	5044
Grande 75 g	1	45	13,85	2777	14	45	2340
Familiar 100 g	1	32	9,85	1975	10	32	1664
TOTAL		325	100	20054	100		

Snacks de haba

Variables	Cant.	N° personas	Porcentaje	N° personas/ universo	Porcentaje	Consumo	
						Semanal	Anual
Pequeño 25 g	3	171	44,88	9001	45	513	26676
Mediano 50 g	2	114	29,92	6000	30	228	11856
Grande 75 g	2	54	14,17	2842	14	108	5616
Familiar 100 g	2	42	11,02	2211	11	84	4368
TOTAL		381	100	20054	100		

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores junio 2014
Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

GRÁFICO N° 5



Fuente: Encuesta realizada a los consumidores junio 2014
Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

La investigación nos arroja que la población consume el snacks de maíz y el haba del tamaño pequeño 25 g por su fácil adquisición.

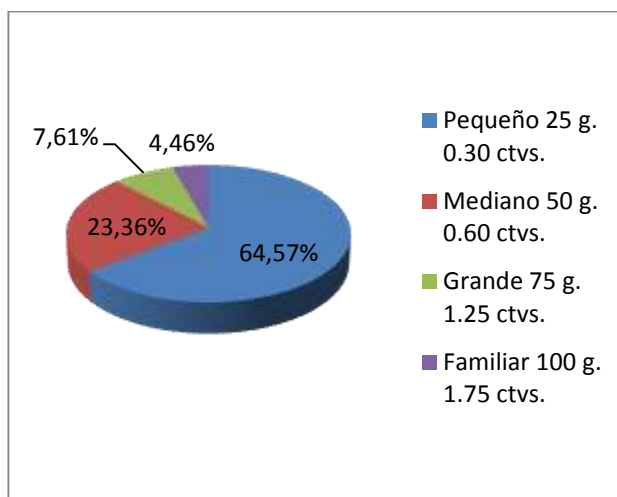
6. ¿A qué precio adquiere usted estos tamaños de snacks?

CUADRO N° 6

VARIABLES	N° DE PERSONAS	PRECIOS
Pequeño 25 g	246	0.30 ctvs.
Mediano 50 g	89	0.60 ctvs.
Grande 75 g	29	1.25 ctvs.
Familiar 100 g	17	1.75 ctvs.
TOTAL	381	

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores junio 2014
Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

GRÁFICO N° 6



Fuente: Encuesta realizada a los consumidores junio 2014
Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

La población nos responde que en la adquisición de los snacks tanto en tiendas como a los vendedores ambulantes no existe una gran variación de precios en sus diferentes tamaños.

7. ¿Dónde adquiere usted los snacks?

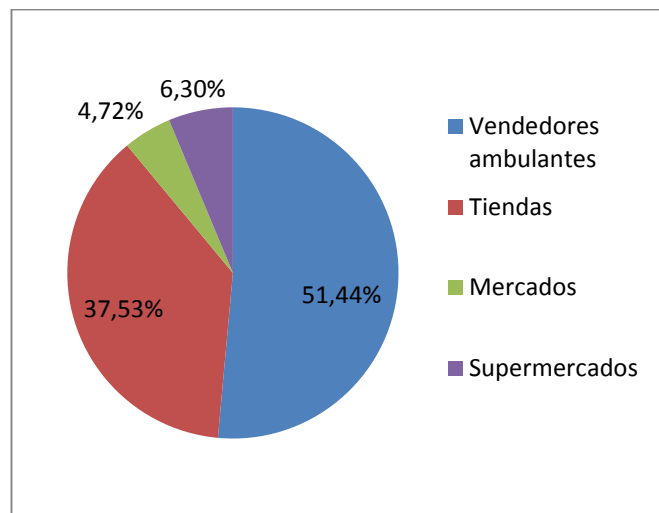
CUADRO N° 7

Variables	N° personas	Porcentaje
Vendedores ambulantes	196	51,44
Tiendas	143	37,53
Mercados	18	4,72
Supermercados	24	6,30
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores junio 2014

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

GRÁFICO N° 7



Fuente: Encuesta realizada a los consumidores junio 2014

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

Las personas encuestadas manifiestan que lo adquieren a los vendedores ambulantes en su gran mayoría debido a que estas personas recorren los domicilios e instituciones.

8. ¿Cuál es el empaque que prefiere para los snacks?

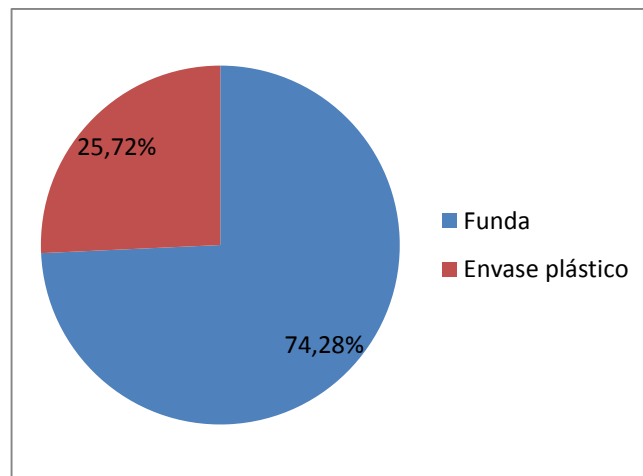
CUADRO N° 8

Variables	N° personas	%
Funda	283	74,28
Envase plástico (Tarrina)	98	25,72
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores junio 2014

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

GRÁFICO N° 8



Fuente: Encuesta realizada a los consumidores junio 2014

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

El empaque de preferencia para los consumidores es la funda debido a su comodidad al momento de guardar.

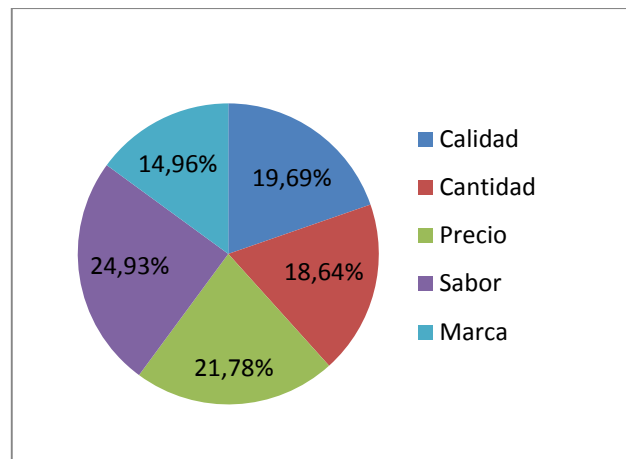
9. ¿Qué aspectos considera importantes al comprar los snacks?

CUADRO N° 9

Variables	N° personas	Porcentaje
Calidad	75	19,69
Cantidad	71	18,64
Precio	83	21,78
Sabor	95	24,93
Marca	57	14,96
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores junio 2014
Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

GRÁFICO N° 9



Fuente: Encuesta realizada a los consumidores junio 2014
Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

Los consumidores manifiestan que el aspecto más importante al comprar los snacks es el sabor y el precio para lograr tener una mayor acogida de los snacks ante los consumidores.

10. ¿Estaría dispuesto a consumir los snacks de maíz y haba, fabricados en Guaranda?

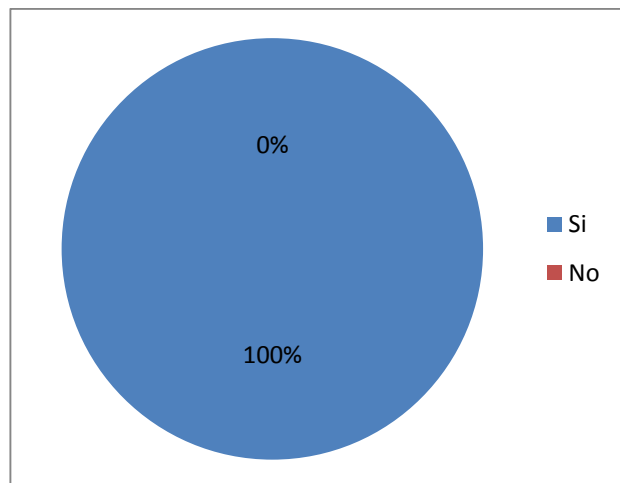
CUADRO N° 10

Variables	N° personas	Porcentaje
Si	381	100
No		
TOTAL	381	100

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores junio 2014

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

GRÁFICO N° 10



Fuente: Encuesta realizada a los consumidores junio 2014

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

Los consumidores están dispuestos a consumir nuestro producto ya que identificamos un excelente mercado de consumidores.

2.2 CONCLUSIONES

Del estudio se desprende que consumen snacks sin marca, debido a que en la provincia no cuentan con productos de marca.

El consumo de snacks de maíz equivale a 15.704 unidades producidas en el primer año mientras que el haba tiene una producción de 26.676 unidades

El tamaño de snacks que la población prefiere es el de tamaño pequeño 25 g en un 44,88%, seguido por el de tamaño mediano 50 g en un 29,92% debido a que es más cómodo en precio y fácil de guardar.

Siendo estos snacks adquiridos con mayor frecuencia a través de vendedores ambulantes en un 51,44% y en tiendas en un 37,53%

El consumidor al momento de adquirir el producto toma en consideración como el factor más importante el sabor, seguido por el precio, cantidad y calidad del producto, ya que es necesario implementar nuevas estrategias de producción y comercialización a fin de superar a la competencia.

CAPÍTULO III

3.1 ESTUDIO DE MERCADO

3.1.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

El producto que se pretende ingresar en el mercado de la ciudad de Guaranda se define como snacks, derivados del maíz y el haba, los cuales se caracterizan por tener propiedades nutricionales con presencia de carbohidratos, proteínas, calcio, fibra, vitaminas, que puede ser consumidos en el (desayuno, almuerzo), se utiliza para satisfacer el hambre temporal, proporcionando cantidad de energía necesarias en el cuerpo (Vitónica, 2012), el mismo se lo podrá obtener en tamaños de (25g) pequeño, (50g) mediano (75g) grande,(100 g) familiar.

Características del producto

Se ofrece a la ciudadanía un producto que cumpla con todos los estándares de calidad siendo ajustado a las necesidades y expectativas de los potenciales clientes.

Por otro lado, los cambios ocurridos a la materia prima en cuanto a su textura, color y aroma, son principalmente generados por la interacción del aceite, llevada a cabo en proceso de freído. El aceite aporta características propias y necesarias al producto terminado, como altamente digestivo, crujiente y delicioso.

Los productos para su mayor conservación serán empacados en fundas plásticas de color amarillo para el maíz y color café para el haba, cuyo contenido es de 25,50,75 y 100g de peso, en el anverso de la funda se puede observar los datos más importantes: código de barras, precio, valores nutritivos, logotipo, fecha de elaboración y caducidad, semaforización, registro sanitario.

CUADRO N° 11
COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DEL MAÍZ
(Nutrición y Alimentación, 2012)

VALORES NUTRICIONALES DEL MAÍZ 25g	
Hidratos de carbono	18.58g
Fibra	1.83 g
Proteínas	2.35 g
Azúcares	0.15 g
Ácidos grasos totales	1.18 g
Ácidos grasos saturados (AGS)	0.18 g
Ácidos grasos inmonosaturados (AGM)	0.33 g
Ácidos grasos poliinsaturados (AGP)	0.55 g
Omega – 3	16,25 mg
Omega - 6	524.5 mg

CUADRO N°12
COMPOSICIÓN NUTRICIONAL DEL HABA
 (Los Alimentos, 2012)

VALORES NUTRICIONALES DEL HABA 25g	
Calorías	76.75 kcal
Grasas	52.5 g
Colesterol	0mg
Sodio	2.75 mg
Carbohidratos	8.33 g
Fibra	6.25 g
Azucares	0.63g
Proteínas	6.53 g
Vitamina A	10.5 ug
Vitamina B12	0 ug
Hierro	1.38 mg
Vitamina C	1 mg
Calcio	25 mg
Vitamina B3	1.73 mg

3.1.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Se ha podido identificar que en la ciudad de Guaranda existe un consumo mayoritario de snacks derivados del maíz y el haba que es utilizada como bocaditos o pasa bocas en cualquier hora del día.

Demanda actual:

El consumo de los snacks derivados del maíz y el haba en la ciudad de Guaranda se detalla a continuación:

CUADRO N° 13
CONSUMO ANUAL DE SNACKS DE MAÍZ POR TAMAÑOS
Expresado en unidades

Variables	Cantidad Semanal	N° personas/ universo	Porcentaje	Consumo	
				Semanal	Anual
Pequeño 25 g	2	9317	46	302	15704
Mediano 50 g	1	5985	30	97	5044
Grande 75 g	1	2777	14	45	2340
Familiar 100 g	1	1975	10	32	1664
TOTAL		20054	100		

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores junio 2014

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

CONSUMO ANUAL DE SNACKS DE HABAS POR TAMAÑOS
Expresado en unidades

Variables	Cantidad	N° personas/ universo	Porcentaje	Consumo	
				Semanal	Anual
Pequeño 25 g	3	9001	45	513	26676
Mediano 50 g	2	6000	30	228	11856
Grande 75 g	2	2842	14	108	5616
Familiar 100 g	2	2211	11	84	4368
TOTAL		20054	100		

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores junio 2014

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

Mediante la investigación de campo se pudo obtener la siguiente información, los snacks de maíz pequeño de 25 g para el año 2014 tiene una aceptación de 15704 unidades, mientras que el snacks de haba lo consumen 26.676unidades.

3.1.2.1 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

La proyección de la demanda de los snacks durante los 5 años de vida del proyecto, se realizó en base al crecimiento poblacional de la ciudad de Guaranda, que según el Censo de Población y Vivienda, realizado en el año 2010, se establece una tasa de crecimiento de 1,32%.(INEC, Censos, 2001 y 2010)

Fórmula del monto utilizada para la proyección.

TCP= 1,32

TCP= 0.0132

$$C_n = C_o(1+i)^n$$

C_n = Consumo del año futuro

C_o = Consumo actual

i = tasa de crecimiento

n = número de periodos

Consumo del año 2014:

Maíz = 15.704 Unidades de 25 g

Haba = 26.676 Unidades de 25 g

CUADRO N° 13
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DEL MAÍZ
(Expresado en unidades)

Variables	Años					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Pequeño 25g	15704	15911	16121	16334	16549	16768
Mediano 50 g	5044	5110	5178	5246	5315	5385
Grande 75 g	2340	2370	2402	2433	2466	2498
Familiar 100g	1664	1685	1708	1730	1753	1776
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA DEL HABA						
Variables	Años					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Pequeño 25 g	26676	27028	27385	27746	28113	28484
Mediano 50g	11856	12012	12171	12332	12495	12659
Grande 75 g	5616	5690	5765	5841	5918	5897
Familiar 100g	4368	4426	4484	4543	4603	4664

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores junio 2014

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

3.1.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA

En cuanto a nuestra competencia está conformada por vendedores informales que se dedican a ofertar el producto en buses y de forma ambulante, también se encuentran pequeños productores que entregan sus productos a locales comerciales y cybers.

CUADRO N° 14
LA OFERTA DEL SNACK DE MAÍZ AÑO 2014
(Expresado en unidades)

Productores				Total
Variables	Vendedores ambulantes	Cybers	Otros	
Pequeño 25 g	6615	455	2955	10025
Mediano 50 g	2242	260	2111	4613
Grande 75g	1315	195	151	1661
Familiar 100g	707	130	643	1480
	10879	1040	5860	
LA OFERTA DEL SNACK DEL HABA AÑO 2014				
Productores				Total
Variables	Vendedores ambulantes	Cybers	Otros	
Pequeño 25 g	2347	680	653	3680
Mediano 50g	486	450	337	1273
Grande 75 g	375	560	906	1841
Familiar 100g	869	790	484	2143
	4077	2480	2380	

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

3.1.3.1 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

La cantidad ofertada crecerá en los próximos años a medida que la tasa de crecimiento poblacional aumenta, de esta manera se desea satisfacer las necesidades y exigencias del consumidor ofreciendo un producto de calidad.

Fórmula del monto

$$TCP = 1,32$$

$$TCP = 0.0132\%$$

Consumo del año 2.014 del maíz = 10025 y haba 23680

CUADRO N° 15
PROYECCIÓN DE LA OFERTA DEL MAÍZ
(Expresado en unidades)

TAMAÑOS	Años					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Pequeño 25 g	10025	10157	10291	10427	10564	10704
Mediano 50g	4613	4673	4735	4798	4861	4925
Grande 75 g	1651	1672	1694	1717	1739	1762
Familiar 100g	1480	1499	1519	1539	1559	1580
PROYECCIÓN DE LA OFERTA DEL HABA						
Variables	Años					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Pequeño 25 g	3680	3729	3778	3828	3878	3929
Mediano 50g	1273	1288	1307	1324	1342	1359
Grande 75 g	1841	1865	1890	1915	1940	1966
Familiar 100g	2143	2171	2120	2229	2258	2288

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

3.1.3.2 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

La demanda insatisfecha es aquella donde los productos o servicios disponibles no son suficientes, ni satisfacen la demanda de los consumidores. Y para ello deberán lograr el desarrollo de un nuevo producto o mejorar uno ya existente para satisfacer una demanda insatisfecha, a continuación se detalla la demanda insatisfecha de snacks que hay en la ciudad de Guaranda.

CUADRO N° 16
DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA PARA EL MAÍZ
 (Expresado en unidades)

TAMAÑOS	CANTIDAD DEMANDADA					
Pequeño 25 g	15704	15911	16121	16334	16549	16768
Mediano 50 g	5044	5110	5178	5246	5315	5385
Grande 75 g	2340	2370	2402	2433	2466	2498
Familiar 100g	1664	1685	1708	1730	1753	1776
CANTIDAD OFERTADA						
Pequeño 25 g	10025	10157	10291	10427	10564	10704
Mediano 50g	4613	4673	4735	4798	4861	4925
Grande 75 g	1651	1672	1694	1717	1739	1762
Familiar 100g	1480	1499	1519	1539	1559	1580
DEMANDA INSATISFECHA						
Pequeño 25 g	5679	5754	5830	5907	5985	6064
Mediano 50g	431	437	443	448	454	460
Grande 75 g	689	698	708	716	727	736
Familiar 100g	184	186	189	191	194	196

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA PARA EL HABA
 (Expresado en unidades)

TAMAÑOS	CANTIDAD DEMANDA					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Pequeño 25 g	26676	27028	27385	27746	28113	28484
Mediano 50g	11856	12012	12171	12332	12495	12659
Grande 75 g	5616	5690	5765	5841	5918	5897
Familiar 100g	4368	4426	4484	4543	4603	4664
CANTIDAD OFERTA						
Pequeño 25 g	23680	23992	24309	24630	24955	25284
Mediano 50g	1273	1288	1307	1324	1342	1359
Grande 75 g	1841	1865	1890	1915	1940	1966
Familiar 100g	2143	2171	2120	2229	2258	2288
DEMANDA INSATISFECHA						
Pequeño 25g	22996	23299	23607	23918	24235	24555
Mediano 50 g	10583	10724	10864	11008	11153	11300
Grande 75 g	3775	3825	3875	3926	3978	3931
Familiar 100g	2225	2255	2364	2314	2345	2376

Fuente: Encuesta realizada a los consumidores junio 2014

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

3.1.4 ANÁLISIS DE PRECIOS

El precio de nuestro producto constituye el valor que los consumidores pagarán por la adquisición de los productos que vamos a ofrecer, el mismo que estará de acuerdo a la capacidad de pago de cada comprador; para el cliente potencial, el valor del producto es de gran importancia.

Los precios establecidos en el presente estudio se basan sobre los estipulados dentro del mercado de la ciudad de Guaranda así como en relación a la competencia lo cual será de gran ayuda para establecer un precio competitivo, según el siguiente detalle:

**CUADRO N° 17
PRECIOS POR TAMAÑOS Y PRODUCTOS**

Variables	Producto	Precio (dólares)
Pequeño25 g	Habas	0.25
	Maíz	0.25
Mediano50 g	Habas	0.50
	Maíz	0.50
Grande75 g	Habas	0,75
	Maíz	0,75
Familiar100 g	Habas	1.00
	Maíz	1.00

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

Los precios de nuestros productos se han establecido en 0,25 dólar el pequeño, 0.50 dólar mediano, 0,75 dólar grande y 1.00 dólar por el tamaño familiar; estos precios se han establecido en base a la competencia para poder competir con productos similares que se hallan incrustados fuertemente en el mercado: en cuanto a nuestra distribución se realizará de directa al minorista.

**CUADRO N° 18
POLÍTICAS DE PRECIOS**

Variables	Producto	Precio (minorista)	Precio (consumidor final)
Pequeño 25 g	Habas	0,20	0.25
	Maíz	0,20	0.25
Mediano 50 g	Habas	0,41	0.50
	Maíz	0,41	0.50
Grande 75 g	Habas	0,62	0.75
	Maíz	0,62	0,75
Familiar 100 g	Habas	0,82	1.00
	Maíz	0,82	1.00

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

La empresa venderá los productos directamente al minorista

3.1.5 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN.

La comercialización es el conjunto de acciones a las cuales están encaminadas nuestros productos para llegar al consumidor final, en nuestro caso elegimos el canal de distribución directo a través de comerciantes minoristas según el siguiente esquema:



Como se puede observar nuestra empresa operará a través de minoristas en donde cada uno podrá llegar a diferentes clientes proporcionando nuestro producto hasta convertirla en una marca fuerte y competitiva.

Productor.- Es la persona que prepara la materia prima e insumos para ser puestos a la venta y de esta manera los snacks sean preparados al gusto de los consumidores, tomando en cuenta los costos para su producción.

Minorista.- Es un adjetivo que se utiliza en el ámbito del comercio para nombrar a la actividad que se realiza al por menor.

Consumidor final.- Serán las personas de dentro o fuera de la ciudad quienes adquieran el producto los mismos que podrán escoger el tamaño a su gusto.

3.2 ESTUDIO TÉCNICO

3.2.1 Tamaño

La importancia de definir el tamaño que tendrá nuestro proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y los costos que se calculen y, por lo tanto sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.

Para determinar el tamaño del proyecto se ha considerado los posibles incrementos de la oferta y demanda.

3.2.2 Producción

Su rendimiento se ha determinado de acuerdo a que en el día la mayor parte de consumidores adquieren el producto de 25 gramos con un precio de 0,25dólar el cual nos sirve como referencia para determinar la cantidad de producción anual.

CUADRO N° 19
PRODUCCIÓN
Expresado en unidades

Productos	Tamaños	Semana	Año
Habas	Pequeño 25 g	800	38.400
	Mediano 50 g	500	24.000
	Grande 75 g	300	14.400
	Familiar 100 g	225	10.800
Maíz	Pequeño 25 g	122	5.856
	Mediano 50 g	22	1.056
	Grande 75 g	20	960
	Familiar 100 g	19	912

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

3.2.3 Materias primas

La existencias de materias primas en volúmenes suficientes en sus alrededores es vital para el proyecto al no existir las materias primas a distancias considerables esto será un limitante para el proyecto e incidirá en los costos del mismo.

Cabe mencionar que la fuente principal para nuestra producción y comercialización son el maíz y el haba, las mismas que van a ser adquiridas en el mercado 24 de Mayo.

Se ha considerado como proveedores de los insumos a los grandes comerciantes de granos dentro de la ciudad.

3.2.4 Tecnología

La tecnología que se utilizará en la Microempresa es básicamente tradicional, debido a que la preparación de nuestro producto se lo realiza acorde a las normas de seguridad e higiene, por lo cual el maíz y el haba está debidamente empacados y ubicados en un mostrador para su fácil visualización y adquisición.

3.2.5 LOCALIZACIÓN

3.2.5.1 Macro localización

El proyecto estará ubicado:

País: Ecuador

Región: Sierra

Provincia: Bolívar

Ciudad: Guaranda

Altitud: 2.668 msnm

Latitud: 01°32' S

Longitud: 78°59'02"W

Superficie: 1.897,8 Km².

Límites: al norte con las provincias de Tungurahua y Cotopaxi, al sur con la provincia del Guayas, el este con la provincia de Chimborazo y al oeste con la provincia de Los Ríos.

3.2.5.2 Micro localización

Dirección

Guaranda en la calle General Enríquez entre Selva Alegre y Monseñor Candido Rada.

Para su localización específica se ha tomado en consideración los siguientes factores:

Disponibilidad de arrendamiento del local: Este factor es muy importante ya que de él depende el funcionamiento de la microempresa, donde se producirá y comercializará los snacks por tanto, el local debe ser adquirido con un precio accesible.

Disponibilidad de materia prima: También considerado un factor muy importante ya que nuestra microempresa estará a cinco cuadras del mercado 24 de Mayo, donde se adquirirá la materia prima en óptimas condiciones.

Sitio comercial: Un factor importante es el sitio donde se ubicará la microempresa, ya que debe ser un sitio estratégico, donde la se encuentre a la vista de todos.

Servicios básicos: Es primordial ya que nos permitirá desarrollar de mejor manera las labores cotidianas en la microempresa.

Seguridad: Este factor dependerá básicamente de que el lugar se encuentre en un sitio poblado, con una buena iluminación pública.

Vías de acceso: Otro factor que se consideró importante para la localización son las vías de acceso oportuno, que me permitan llegar sin complicaciones ni tráfico al lugar indicado de la microempresa.

3.2.5.3 Método de localización cualitativo.

Con la investigación a los posibles lugares, donde se ubicará nuestra microempresa considerando así sitios estratégicos: local 7 Colinas y el Parque Manuel de Echeandía, para la ubicación del proyecto se realiza a través del método cualitativo de localización:

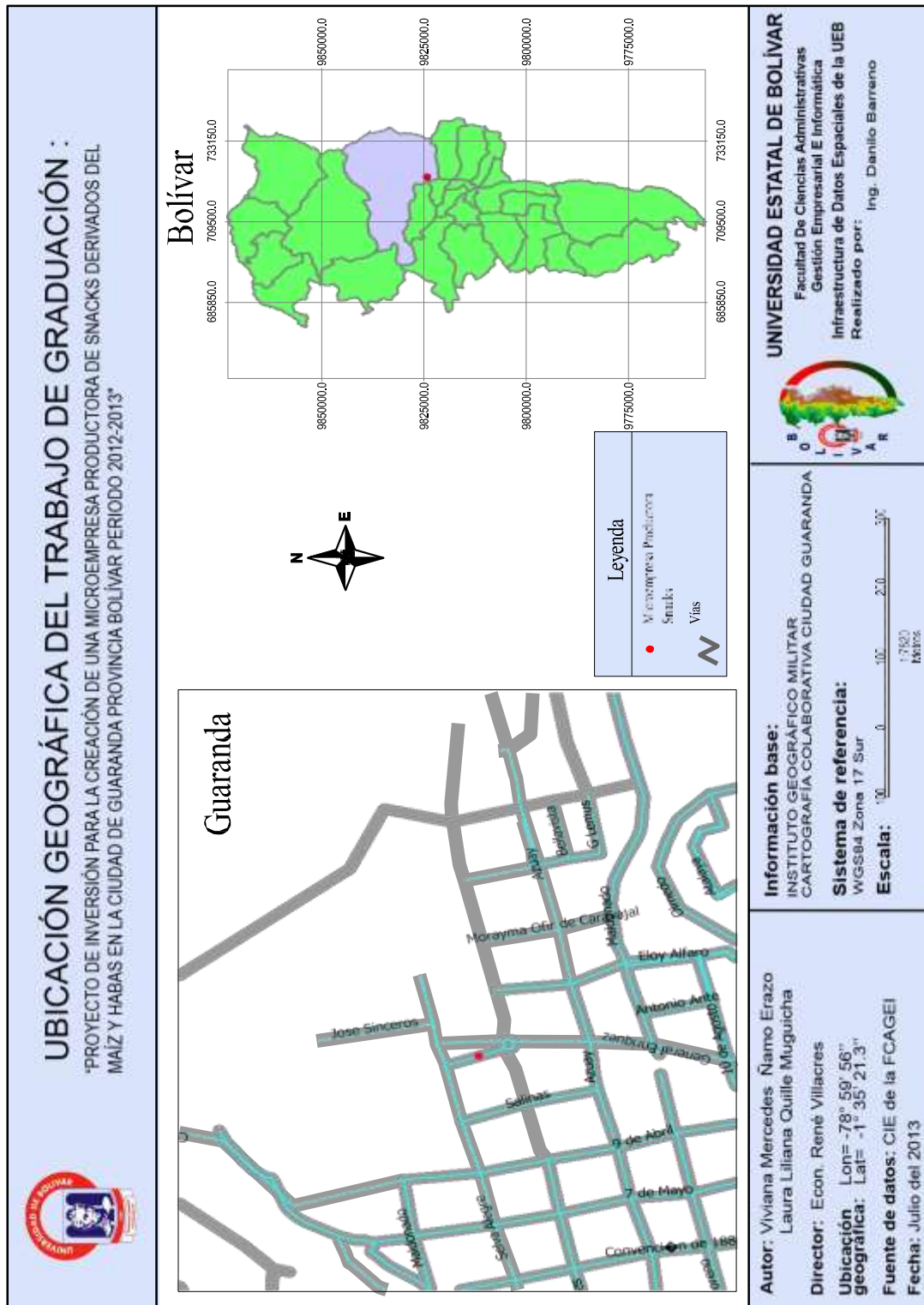
**CUADRO N° 20
LOCALIZACIÓN ÓPTIMA**

Factores importantes	Peso	Alternativa 1		Alternativa 2	
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Vías de acceso	0,25	7	1.75	7	1.75
Flujo de clientes	0,40	5	2.00	8	3.2
Arriendo	0,10	5	0.50	5	0.50
Servicios básicos	0,15	4	0.6	8	1.2
Competencia	0,10	3	0.30	3	0.30
Total	1,00		5.15		6.95

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

Luego de haber determinado la mejor alternativa para la empresa se ha establecido como punto de venta el sector de la plaza roja a la altura del parque Manuel de Echeandía en donde existe gran afluencia de clientes, además que se encuentra cerca a instituciones educativas y públicas por lo que se puede decir que será visible ante gran parte de la población especialmente jóvenes.

3.2.5.4 LOCALIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA



3.2.6 INGENIERÍA DEL PROYECTO O PROCESO PRODUCTIVO

La ingeniería del proyecto determina la función de producción óptima para la utilización eficiente y eficaz de los recursos disponibles para la producción del bien.

Para presentar y analizar el proceso productivo, se utilizará los métodos siguientes: el proceso descriptivo, diagramas de bloques y el diagrama de flujo con los respectivos tiempos que se requiere para cada labor; en los que se describen las actividades principales a desarrollarse dentro del proceso de producción y comercialización

Descripción del proceso de producción

Para la elaboración del producto se seguirá los siguientes pasos:

1. Compra de materia prima.- Para la elaboración del producto el primer paso consiste en adquirir el maíz y el haba, que constituye nuestra materia prima.
2. Calentamiento del aceite.- Con la paila N° 50, que tiene una capacidad de 50 libras por parada, en el caso maíz o habas, se coloca 30 litros de aceite y se deja calentar por aproximadamente 3 minutos, a una temperatura de 32°C.
3. Freído.- Colocamos la materia prima (maíz, habas) en la paila y dejamos hervir por 15 minutos a una temperatura de 32°C, hasta conseguir la textura adecuada y tome el color café.
4. Escurrido.- Una vez freído, se procede a colocar en un colador con el fin de que el aceite se filtre y el snacks se seque, por un tiempo aproximado de 5 minutos para finalmente agregar sal o raspadura de panela al gusto, dependiendo del caso, batiéndolo suavemente.
5. Enfundado y pesado.- Se procede al enfundado de forma manual, luego se pesa y se sella la funda.
6. Almacenado.- Se almacena en cartones y es colocado en un lugar fresco y seco.

Diagrama de bloques

GRÁFICO N° 11

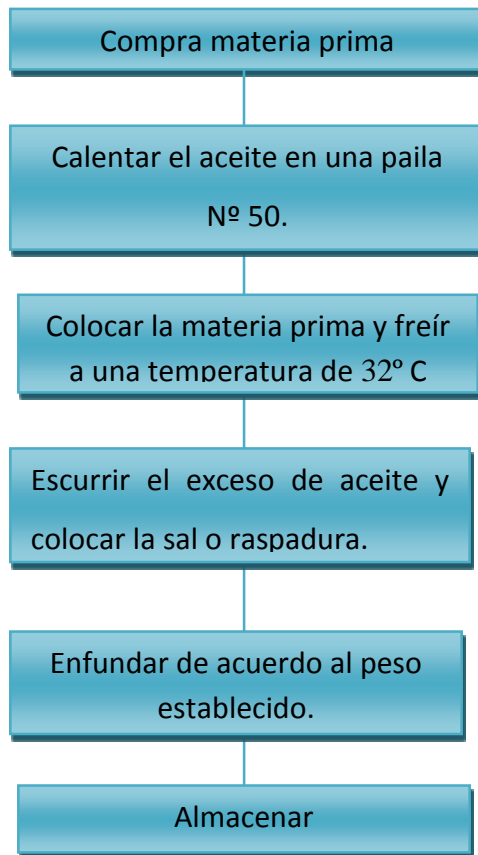
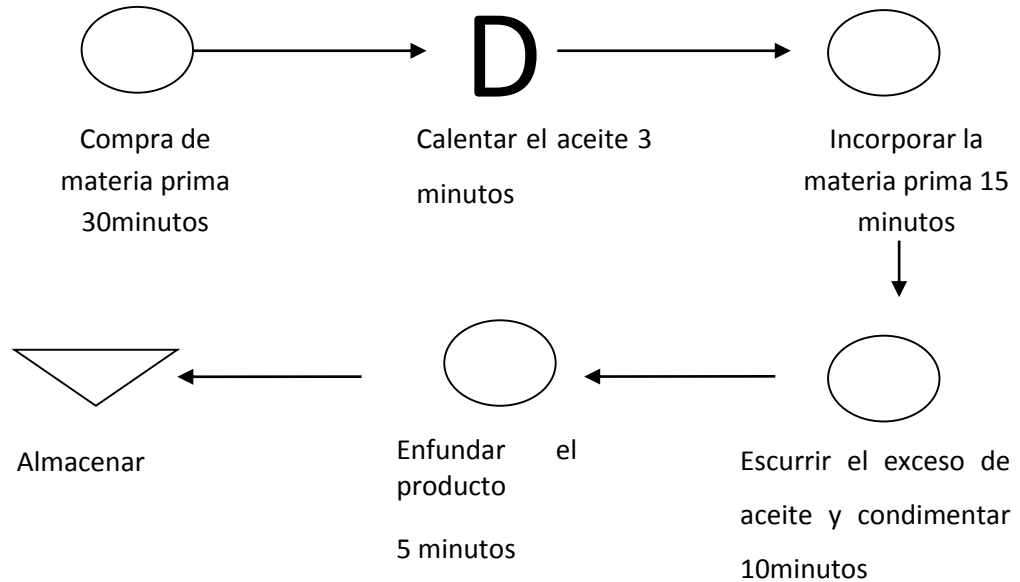


Diagrama de flujo.

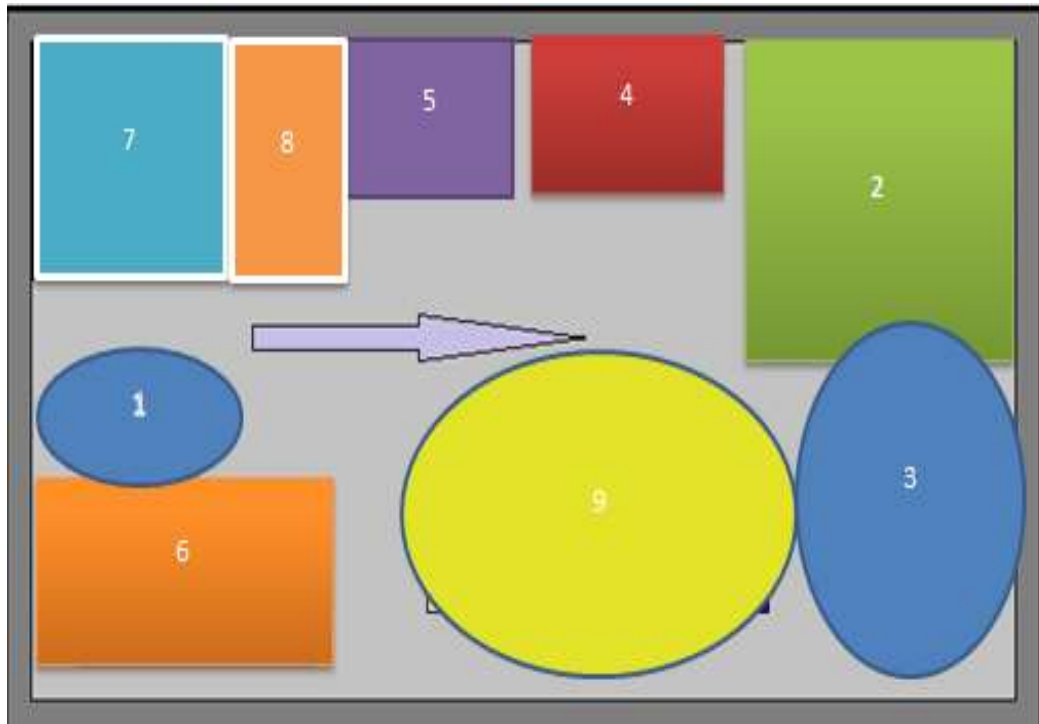
GRÁFICO N° 12



3.2.7 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

El área de nuestra microempresa tiene una superficie total de 10 m por 8 m que corresponde a 80 m²; el mismo que está distribuido de la siguiente manera: el área de producción (cocina) tendrá una superficie de 4 m por 5 m, es decir 20 m², donde se realiza el proceso productivo; para el área de administración y contabilidad (caja) se dispondrá de 10 m²; para la bodega 10 m²; 36 m² para el área de espera, además que el espacio restante ocupara las mesas y sillas; 4 m² son ocupados por el sanitario.

GRÁFICO N° 13



Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

La infraestructura diseñada para nuestra planta es acorde con las expectativas de los clientes y de los trabajadores con ello se optimizaran los recursos de la empresa.

3.2.8 REQUERIMIENTO DE MAQUINARIA Y EQUIPO

EQUIPOS

- Cocina industrial
- Pailas N° 50
- Ollas N° 40
- Cucharones
- Selladora
- Balanza

3.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO ORGANIZACIONAL

3.3.1 NOMBRE DE LA EMPRESA

Productora de snacks derivados del maíz y el haba, “MELI S.A”.

3.3.2 ACCIONISTAS

Para la ejecución del proyecto intervendrán los siguientes accionistas: Viviana Ñamo, Laura Quille y Carlos Cepeda los mismos que aportan en dinero en efectivo y bienes.

3.3.2.1 APORTES

Los aportes que cada socio realiza están determinados en: Dinero en efectivo y activos fijos.

CUADRO N° 21
APORTE DE LOS SOCIOS
(Expresado en dólares)

NOMBRE DEL SOCIO	APORTACIÓN	APORTACIÓN EN	VALOR	%
	EN EFECTIVO	ACTIVOS		
Srta. Viviana Ñamo	1.000,00		1.000,00	25
Sr. Carlos Cepeda	1.000,00	1.000,00	2.000,00	50
Srta. Laura Quille	1.000,00		1.000,00	25
TOTAL	3.000,00	1.000,00	4.000,00	100,00

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

3.3.3 SLOGAN:

“Disfruta el mejor sabor natural”

3.3.3.1 ISOTIPO



3.3.3.2 LOGOTIPO



3.3.3.3 Base filosófica de la empresa

3.3.3.3.1 Misión

Nuestro compromiso es ofrecer alimentos de calidad para compartir y deleitar a su paladar.

3.3.3.3.2 Visión

Ser la mejor empresa de alimentos reconocida por la calidad de sus productos y por su sensibilidad social innovándonos constantemente para superar nuestras expectativas para beneficio de nuestros trabajadores y clientes.

3.3.3.4 Objetivos

- ✓ Captar el mercado que le permita rentabilidad para el negocio y mantener un excelente recurso humano altamente motivado.
- ✓ Contar con proveedores de materia prima que nos ofrezcan productos de calidad.
- ✓ Empezar una campaña de publicidad y promoción estratégica que nos permita posicionarnos en el mercado.
- ✓ Recuperar la inversión en el menor tiempo posible.

3.3.3.5 Políticas

1. Ofrecer un producto de calidad el mismo que cumpla con las normas de salud e higiene requeridas en su procesamiento.
2. Cumplir con las metas de venta.
3. Mantener una comunicación adecuada
4. Todas las acciones deberán estar justificadas.

3.3.3.6 Principios y valores

Principios

Trabajo en equipo: Con eficiencia y calidad.

Respeto y consideración: A los clientes y los trabajadores de la empresa.

Presentación adecuada: Mostrando una imagen corporativa ante nuestros clientes.

Disciplina: En el cumplimiento de las actividades administrativas y operativas.

Valores

Los valores con las que se guía nuestra microempresa son:

Honestidad: Todo el personal que trabaje en la empresa, debe realizar cada una de sus actividades con transparencia y honradez.

Responsabilidad: En el cumplimiento de todas las obligaciones de la microempresa con sus clientes; proporcionando calidad, bienestar cumpliendo con todos los compromisos adquiridos.

Ética: En el comportamiento humano en base a los principios de quienes conforman la microempresa.

Puntualidad: En los horarios de trabajo de las personas que laboran en la microempresa

El Servicio al cliente: Lo vamos a realizar de forma directa, productor - consumidor minorista.

El Compromiso: Mantenemos un alto grado de responsabilidad en el cumplimiento de nuestras funciones y actividades dentro y fuera de la microempresa.

3.3.3.7 CONSTITUCIÓN LEGAL

Para la constitución de la microempresa productora de snacks derivados del maíz y el haba los requisitos legales son:

Registro del nombre:

El registro del nombre de la empresa se lo realiza en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) con el objetivo de evitar la existencia de otra empresa con el mismo nombre.

Escritura de la constitución de la compañía

Este documento debe redactarlo un abogado, por su alto contenido de información detallada. Luego de eso, tiene que ser elevado a instrumento público para que sea inscrito en una notaría.

Registro mercantil

Cuando ya esté aprobada la Constitución de la Compañía esta debe ser ingresada a la Súper Intendencia de Compañías, que la revisará mediante su departamento jurídico. En caso de que exista algún error, será devuelta para realizar las correcciones correspondientes. De ser aprobado, el documento debe pasar al Registro Mercantil junto a una carta en la que se especifique el nombre del representante legal de la empresa. Al momento de estar inscrita en esta dependencia la compañía ya habrá nacido legalmente.

Registro único de contribuyentes

Se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), los requisitos son:

- ✓ El formulario correspondiente debidamente lleno
- ✓ Original y copia de la escritura de constitución
- ✓ Original y copia de los nombramientos
- ✓ Copias de cédula y papeleta de votación de los socios

- ✓ De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite

Patente municipal

En este paso acudimos a la municipalidad del distrito en donde va a estar ubicada físicamente nuestra empresa.

Por lo general, los documentos que debemos presentar son:

- ✓ Fotocopia del RUC.
- ✓ Certificado de Zonificación (zona industrial, zona comercial, zona residencial, etc.).
- ✓ Croquis de la ubicación de la empresa.
- ✓ Copia del contrato de alquiler o del título de propiedad del local.
- ✓ Copia de la Escritura Pública.
- ✓ Recibo de pago por derecho de licencia.
- ✓ Formulario de solicitud.

Registro sanitario:

Es necesario obtener el registro sanitario, ya que al ser un producto de consumo humano, se requiere que los snacks cumplan con las medidas de seguridad e higiene.

3.3.4 Giro:

Producción y Comercialización de snacks de maíz y el haba.

3.3.5 Cuadro directivo

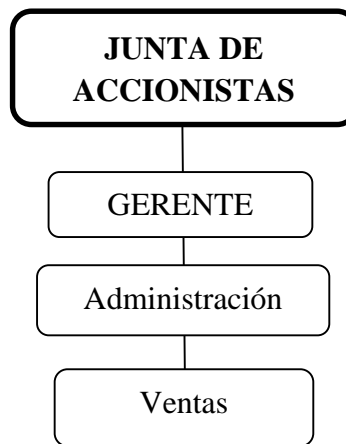
La estructura organizacional que se aplicará en “MELI S.A” se la representa a través de un organigrama vertical, el cual permite representar la estructura jerárquica de arriba abajo y la empresa está conformada por:

- ✓ Junta de accionistas
- ✓ Gerencia
- ✓ Administración

- ✓ Vendedor

3.3.6 ORGÁNICO ESTRUCTURAL

GRÁFICO N° 13
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE “MELIS.A”



Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

3.3.7 ORGÁNICO FUNCIONAL

El orgánico funcional, es la descripción de las funciones de los colaboradores en la microempresa y se detalla a continuación:

Junta de accionistas

Personas propietarios de acciones de una empresa y poseedores del título que les representa sus funciones son:

- ✓ Asisten una a dos veces al año para recibir informes de la microempresa.
- ✓ Aprobar la planificación presentada.
- ✓ Conocer sobre la situación financiera de la microempresa.

Gerencia

Persona quien está al frente de la empresa quien dirigirá y coordinará el funcionamiento de las actividades que se lleven a cabo como las siguientes:

- ✓ Representar legalmente a la microempresa.
- ✓ Planificar, organizar, dirigir y controlar la administración de la empresa.

- ✓ Reclutamiento y selección del personal
- ✓ Controlar el rendimiento económico de la empresa
- ✓ Contacto con proveedores
- ✓ Informar a la junta de accionistas sobre la situación de la empresa

Administración

Se encarga de:

- ✓ La planeación determina los objetivos en los cursos de acción que van a seguirse.
- ✓ De la organización para distribuir el trabajo entre los miembros del grupo y para establecer y reconocer las relaciones necesarias.
- ✓ Ejecución/ dirección por los miembros del grupo para que lleven a cabo las tareas prescritas con voluntad y entusiasmo.
- ✓ El control de las actividades para que se conformen con los planes.

Vendedor

Todo vendedor debe tener claro cuál es su trabajo, cuáles son sus principales funciones:

- ✓ Brindar una atención rápida y eficiente.
- ✓ Recopilar toda la información que pueda sobre la competencia, productos, necesidades de los consumidores.
- ✓ Conocer que puede necesitar el consumidor, que precio están dispuestos a pagar por el producto.

3.4 ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero permite establecer los costos, inversiones, financiamiento, depreciaciones, amortizaciones, ingresos, punto de equilibrio, Estado de Resultados, Estado de Situación y el Flujo de Fondos de Efectivo proyectados para 5 años.

3.4.1 Costos

Para calcular los costos tomamos en cuenta el estudio técnico realizado anteriormente.

Detalle de los costos empleados en el proyecto:

- a) Costo de producción
- b) Costo de administración
- c) Costo de venta
- d) Costo financiero

Obteniendo un costo total de 35.385,65 dólares.

a.- Costo de producción.- Son los que permiten obtener determinados bienes a partir de otros, mediante el empleo de un proceso de transformación. Por ejemplo:

- ✓ Costo de la materia prima y materiales que intervienen en el proceso productivo
- ✓ Sueldos y cargas sociales del personal de producción.
- ✓ Depreciaciones del equipo productivo.
- ✓ Costo de los servicios públicos que intervienen en el proceso productivo.
- ✓ Costo de envases y embalajes.

El total de nuestro costo de producción es de 22.830,78 dólares.

b.- Costo de administración.- Son aquellos costos necesarios para la gestión del negocio. Por ejemplo:

- ✓ Sueldos y cargas sociales del personal del área administrativa y general de la empresa.

El costo de administración asciende a 11.883,42 dólares.

c.- Costo de venta.- Es el costo que posibilita el proceso de venta de los bienes o servicios a los clientes. Por ejemplo

- ✓ Sueldos y cargas sociales del personal del área comercial.
- ✓ Comisiones sobre ventas.
- ✓ Fletes, hasta el lugar de destino de la mercadería.
- ✓ Promoción y Publicidad.

El proyecto tiene un costo de venta de 470,00

d.- Costo financiero.- Es el interés que la empresa paga por el préstamo obtenido a la entidad bancaria. Por ejemplo:

- ✓ Intereses pagados por préstamos.

El interés a pagar a la entidad bancaria es de 201,45 dólares mensuales.

CUADRO N° 22
COSTO TOTAL
Expresado en dólares

CONCEPTO	REFERENCIA	PARCIAL	SUBTOTAL	TOTAL
1. Costo de Producción				
Costos Directos			21.668,44	22.830,78
Materia prima	Anexo N° 3	8.300,00		
Insumos	Anexo N° 4	8.320,00		
Mano de obra directa	Anexo N° 5	4.544,44		
Materiales	Anexo N° 6	504,00		
Costos Indirectos			1162,34	
Útiles de Aseo	Anexo N° 7	33,75		
Depreciación		908,59		
Amortización		220,00		
2. Costo de Administración			11.883,42	11.883,42
Sueldos y Salarios	Anexo N° 8	9.747,52		
Servicios Básicos	Anexo N° 9	312,00		
Útiles de Oficina	Anexo N° 10	23,90		
Arriendos	Anexo N° 11	1800,00		
3. Costos de Venta			470,00	470,00
Alquiler transporte	Anexo N° 12	300,00		
Publicidad	Anexo N° 13	170,00		
4. Costo Financiero			201,45	201,45
Interés		201,45		
COSTO TOTAL				35.385,65

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

3.4.2 Inversiones

Representa el dinero que se requiere para poner en marcha el proyecto sobre las cuales la microempresa espera obtener un rendimiento a futuro.

Se clasifica en:

Inversión tangible

Son aquellos recursos tangibles (terreno, muebles y enseres, maquinarias y equipos, etc.) y no tangibles (gastos de estudios, patente, gastos de constitución, etc.), necesarios para la realización del proyecto con un total de 3.445,00 dólares.

Inversión intangible

Es aquél que tiene una naturaleza inmaterial (normalmente sin sustancia o esencia física) y posee capacidad para generar beneficios económicos futuros que pueden ser controlados por su empresa. Constituyen los gastos que no se pueden palpar entre estos tenemos: gastos de estudios y gastos de constitución, necesarios para la realización del proyecto con un total de 1.100,00 dólares

Capital de trabajo

Son aquellos recursos que se utilizan en la primera producción de la empresa.

A continuación se detalla su cálculo:

CUADRO N° 23
CAPITAL DE TRABAJO
Expresado en dólares

Detalle	Costo anual	1^a producción
Materia prima	8.300,00	159,62
Insumos	8.320,00	160,00
Materiales	504,00	42,00
Mano de obra directa	4544,44	378,70
Útiles de aseo	33,75	33,75
Útiles de oficina	23,90	23,90
TOTAL		797,97

Fuente: investigación de campo
Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

CUADRO N° 24
INVERSIÓN TOTAL
Expresado en dólares

RUBROS	REF.	PARCIAL	TOTAL
INVERSION FIJA			3.445,00
Muebles y Enseres	Anexo N° 14	420,00	
Equipo	Anexo N° 15	500,00	
Equipo de Computo	Anexo N° 16	1200,00	
Muebles de Oficina	Anexo N° 17	290,00	
Equipo de Oficina	Anexo N° 18	93,00	
Menaje de Cocina	Anexo N° 19	942,00	
ACTIVOS INTANGIBLES			1.100,00
Gastos Constitución	Anexo N° 20	500,00	
Gastos estudios	Anexo N° 21	600,00	
CAPITAL DE TRABAJO			797,97
Materia Prima		159,62	
Insumos		160,00	
Materiales		42,00	
Mano de obra directa		378,70	
Útiles de aseo		33,75	
Útiles de oficina		23,90	
TOTAL			5.342,97

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

3.4.3 FINANCIAMIENTO

Una vez determinada la inversión para llevar a cabo el proyecto se estableció las fuentes de financiamiento que se van a utilizar para conseguir los recursos que permitan financiar el proyecto, entre las fuentes de financiamiento que se emplearán son las siguientes:

- Fuentes Internas

Es el uso de los recursos propios o autogenerados, así tenemos el aporte de los socios, en efectivo aportan **3.000,00**dólares y en activos aportan **1.000,00**dólares es decir los socios aportan con el **74,86%**.

- Fuentes Externas

El **25,14%** del capital se lo obtendrá mediante el préstamo bancario que se lo va a solicitar al Banco Nacional de Fomento, un crédito de 1.342,97 dólares; a una tasa de interés del 15% anual, para el ciclo de producción, este préstamo se cancelará cumplido el año tanto el capital como el interés valor que asciende a 400,63 dólares de acuerdo a las políticas de la Institución Bancaria.

**CUADRO N° 25
FINANCIAMIENTO
Expresado en dólares**

Fuente de Financiamiento	Inversión fija e intangible	%	Capital de trabajo	%	Total	%
Aporte Propio	3202,03	70,45	797,97	100	4000	74,86
Préstamo	1342,97	29,55	0		1342,97	25,14
TOTAL	4545,00	100	797,97	100	5342,97	100

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

Reembolso de la deuda

Para el cálculo del interés se empleará la fórmula de la cuota fija.

Condiciones del crédito:

Monto: 1.342,97

Interés: 15%

Plazo: 5 años.

Forma de pago: Cuota fija.

$$CF = D * \frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1}$$

$$CF = 1.342,97 * \frac{0.15(1+0.15)^5}{(1+0.15)^5 - 1}$$

$$CF = 1.342,97 * \frac{0.15(1.15)^5}{(1.15)^5 - 1}$$

$$CF = 1.342,97 * \frac{0.301703578}{1.011357188}$$

$$CF = 1.342,97 (0.298315552)$$

$$CF = 400,63$$

CUADRO N° 26
AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA
Expresado en dólares

Año	Deuda	Interés	Amortización	Cuota fija
0	1.342,97			400,63
1	1.342,97	201,45	199,18	400,63
2	1.143,79	171,57	229,06	400,63
3	914,72	137,21	263,42	400,63
4	651,30	97,70	302,93	400,63
5	348,37	52,26	348,37	400,63

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

3.4.4 Depreciación

Para el cálculo de la depreciación que es la pérdida del valor de los activos fijos como resultado del uso en el proceso productivo, en el presente proyecto se utiliza el método de línea recta, ya que el activo se desgasta por igual durante cada periodo contable. Este método se usa con frecuencia por ser sencillo y fácil de calcular en él se estima la duración apreciativa del bien, el costo y el valor residual, luego se divide el valor a depreciar por el número de años y se tiene por resultado un valor igual para todos los años que es la depreciación.

CUADRO N° 27
DEPRECIACIÓN
Expresado en dólares

Rubros	Valor Inicial	Vida Útil	%	1	2	3	4	5	Valor Residual.
Muebles y Enseres	420	10	10	37,8	37,8	37,8	37,8	37,8	231,00
Equipo	500	5	20	90	90	90	90	90	50,00
Equipo de Computo	1200	3	33	360	360	360			120,00
Muebles de Oficina	290	10	10	26,1	26,1	26,1	26,1	26,1	159,5
Equipo de Oficina	93	10	10	8,37	8,37	8,37	8,37	8,37	51,15
Menaje de Cocina	942,5	2	50	424,12	424,12				94,26
TOTAL				908,59	908,59	484,47	124,47	124,47	705,91

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

3.4.5 Amortización de intangibles

Es la cuota fija que se establece por período contable, como consecuencia los gastos anticipados, los que no son imputables en un solo año permitiendo de esta manera a la empresa la racionalización del gasto en función del tiempo estipulado por la Ley.

En el proyecto las amortizaciones se considera el 20 % (es decir 5 años), la cual se aplicó a los gastos de constitución y gastos de estudio.

CUADRO N° 28
AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES
Expresada en dólares

Rubros	Valor	Años	%	1	2	3	4	5
Gastos constitución	500,00	5	20	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Gastos estudios	600,00	5	20	120,00	120,00	120,00	120,00	120,00
Total				220,00	220,00	220,00	220,00	220,00

Fuente: Cuadro de inversión total

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

3.4.6 Estructura de Costos

En el cuadro que a continuación se expone, se determinaron costos que se van a utilizar para la elaboración y comercialización del producto en el primer año, identificando así los costos fijos y los variables.

CUADRO N° 29
ESTRUCTURA DE COSTOS
Expresada en dólares

DESCRIPCION	FIJO	VARIABLE	TOTAL
1. Costo de Producción			22830,78
Costos Directos			
Materia prima		8.300,00	
Insumos		8.320,00	
Mano de obra directa	4544,44		
Materiales		504,00	
Costos Indirectos			
Útiles de Aseo	33,75		
Depreciación	908,59		
Amortización	220,00		
2. Costo de Administración			11.883,42
Sueldos y Salarios	9.747,52		
Servicios Básicos	312,00		
Útiles de Oficina		23,90	
Arriendos	1800,00		
3. Costos de Venta			470,00
Alquiler transporte		300,00	
Publicidad		170,00	
4. Costo Financiero			201,45
Interés	201,45		
COSTO TOTAL	17.767,75	17.617,90	35.385,65

Fuente: Cuadro de costo total

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

De acuerdo al cuadro de estructura de costos, los costos fijos de producción, administrativo, de venta y financieros ascienden a 17.767,75 dólares y los costos variables a 17.617,90 dólares.

3.4.7 INGRESOS

En el proyecto, el ingreso se basa en el valor obtenido por la venta de la producción y comercialización de los snacks, se obtiene multiplicando la cantidad de producto por el precio de venta unitario.

Para la determinación de los ingresos en los próximos cinco años, se consideró el 10% de incremento en los precios de los snacks.

CUADRO N° 30
INGRESOS

Productos	Tamaño	Año	Precio	Ingresos
	Pequeño	38.400	0,20	7.680,00
Habas	Mediano	24.000	0,41	9.840,00
	Grande	14.400	0,62	8.928,00
	Familiar	10.800	0,82	8.856,00
	Pequeño	5.856	0,20	1.171,20
	Mediano	1056	0,41	432,96
Maíz	Grande	960	0,62	595,20
	Familiar	912	0,82	747,84
				38.251,20

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

3.4.8 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto ($IT = CT$).

Mediante el punto de equilibrio podemos observar gráficamente los valores en unidades producidas y el dinero respectivo:

Datos:

Ingresos: 38.251,20

Costos fijos: 17.767,75

Costos variables: 17.617,90

Fórmula:

$$PE = \frac{\text{COSTO FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS}}}$$

Diario

$$PE = \frac{66,73}{1 - \frac{34,40}{135}}$$

Mensual

$$PE = \frac{1.734,63}{1 - \frac{894,40}{3.510}}$$

Anual

$$PE = \frac{17.767,75}{1 - \frac{17.617,90}{38.251,20}}$$

$$PE = \frac{66,73}{1 - 0,254814814}$$

$$PE = \frac{1.734,63}{1 - 0,254814814}$$

$$PE = \frac{17.767,75}{1 - 0,460584243}$$

$$PE = \frac{66,73}{0,745185185}$$

$$PE = \frac{1.734,63}{0,745185185}$$

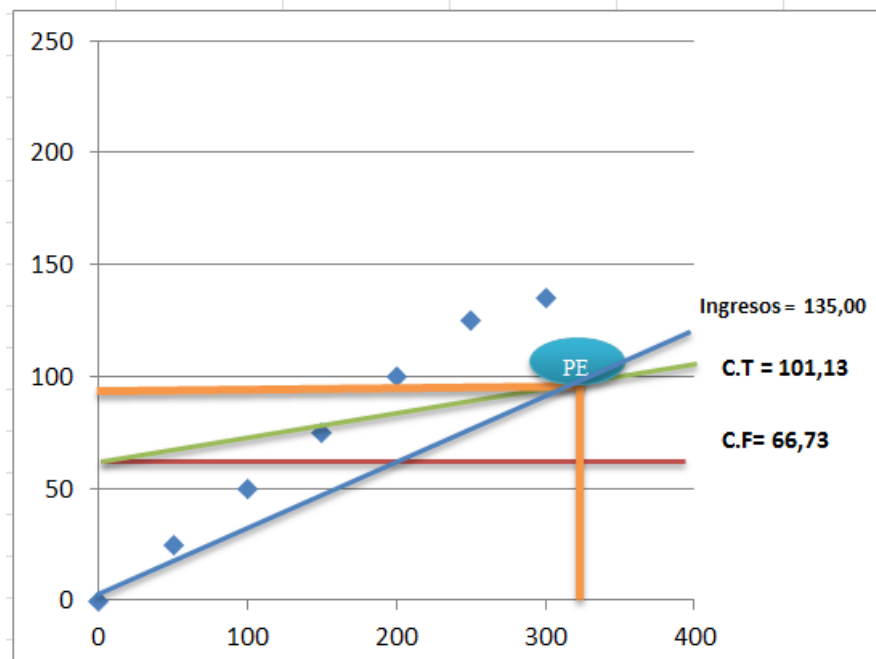
$$PE = \frac{17.767,75}{0,539415756}$$

PE = 89,55

PE = 2.327,78

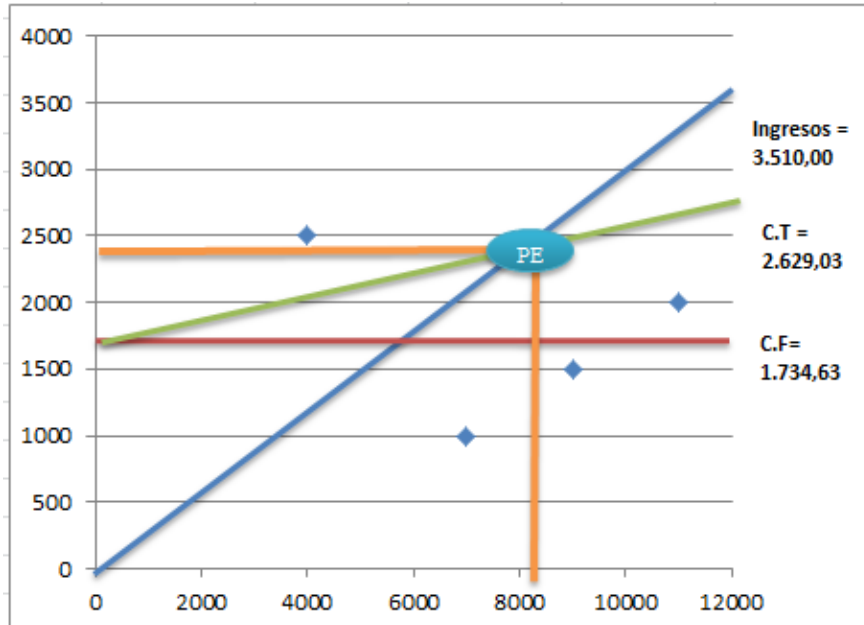
PE = 32.938,88

GRÁFICO No 15
PUNTO DE EQUILIBRIO DIARIO



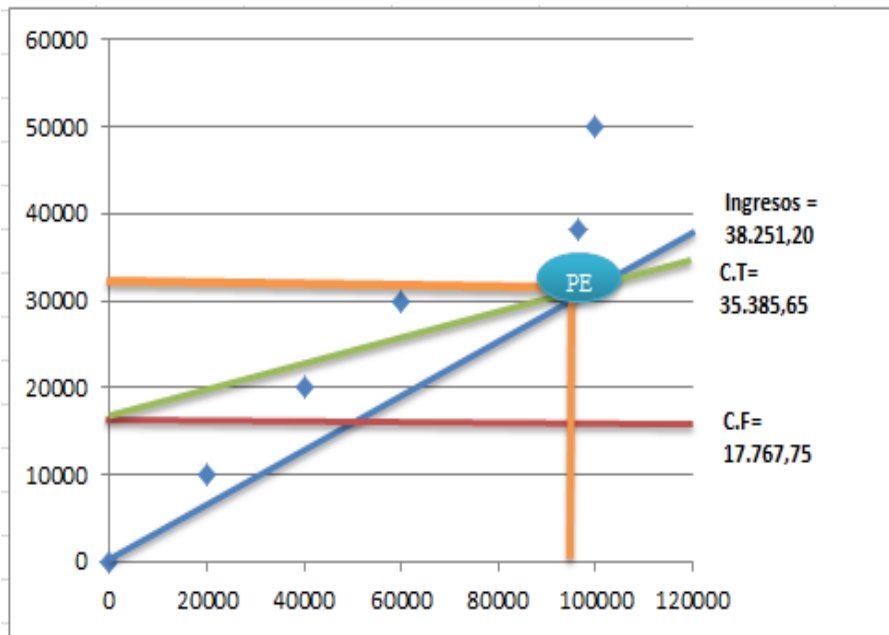
Fuente: Cuadro de costo total
Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL



Fuente: Cuadro de costo total
 Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL



Fuente: Cuadro de costo total
 Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

3.4.9 ESTADO DE RESULTADOS

Aquí se refleja los ingresos, costos, utilidades, gastos y pérdidas correspondientes al periodo determinado, con el objeto de computar la utilidad neta o la pérdida líquida obtenida durante el año.

CUADRO N° 31
EMPRESA “MELI S.A”
ESTADO DE RESULTADOS
Del 1 de Enero al 31 de Diciembre del 2014

INGRESOS		38.251,20
(-)COSTOS		35.385,65
Costos de Producción	22.830,78	
Costos de Administración	11.883,42	
Costos de Ventas	470,00	
Costos Financieros	201,45	
UTILIDAD EN OPERACIÓN		2.865,55
-15% Participación Trabajadores		429,83
= UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA		2.435,72
-22% Impuesto a la renta		535,86
= UTILIDAD NETA		1.899,86

Fuente: Cuadro de costo total

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

En el primer año la producción y comercialización de snacks nos arroja una utilidad de 1.899,86 dólares.

3.4.10 ESTADO DE SITUACIÓN

Este documento representa la situación financiera de la empresa productiva al fin del año donde incluye el activo, pasivo y el capital.

CUADRO N° 32
EMPRESA MELI S.A
ESTADO DE SITUACIÓN
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014

ACTIVOS			PASIVOS		
<u>Activo Corriente</u>		4.826,42	<u>Pasivo a Largo</u>		
			<u>Plazo</u>		
Caja – Bancos	1.899,86		Crédito por pagar	1.342,97	
Inventario	2.926,56		TOTAL PASIVO		1.342,97
ACTIVO FIJOS		2.536,41	PATRIMONIO		
Muebles y enseres	420,00		Capital accionistas	5.000,00	
			Utilidad del ejercicio	1.899,86	
Equipo	500,00		TOTAL		6.899,86
			PATRIMONIO		
Equipo de cómputo	1.200,00				
Muebles de oficina	290,00				
Equipo de oficina	93,00				
Menaje de cocina	942,00				
(-)Deprec. Act. Fijos	908,59				
OTROS ACTIVOS		880,00			
Gastos constitución	500,00				
Gastos estudios	600,00				
(-)Amort. Acumulada	220,00				
TOTAL ACTIVOS		<u>8.242,83</u>	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		<u>8.242,83</u>

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

3.4.11 FLUJO DE FONDOS DE EFECTIVOS

Muestra la forma en que han ingresado los recursos y como han sido invertidos, en el siguiente cuadro presupuestado se muestra de donde provienen los ingresos y como se usarán estos fondos el mismo que nos indica que la microempresa genera suficiente dinero en efectivo para hacer frente a todas las necesidades de la actividad productiva.

CUADRO N° 33

EMPRESA MELI S.A						
Flujo de fondos en efectivo						
Rubros	0	2014	2015	2016	2017	2018
Ingresos		38.251,20	40163,76	42171,95	44280,55	46494,57
Valor Residual						705,91
-Costos		35.385,65	37154,93	39012,68	40963,31	43011,48
UTILIDAD BRUTA		2865,55	3008,83	3159,27	3317,23	3483,09
-15% de participación de trabajadores		429,83	451,32	473,89	497,58	522,46
Utilidad antes IR		2435,72	2557,50	2685,38	2819,65	2960,63
22% IR		535,86	562,65	590,78	620,32	651,34
Utilidad neta		1899,86	1994,85	2094,60	2199,33	2309,29
Depreciación		908,59	908,59	484,47	124,47	124,47
Amortización		220,00	220,00	220,00	220,00	220,00
Inversión						
Fija -	-3445,00					
Intangible -	-1100,00					
CAPITAL DE TRABAJO	-797,97					
Recuperación de C Trab.						797,97
-Amortización del crédito		199,18	229,06	263,42	302,93	348,37
Flujo de F.E	-5342,97	2829,27	2894,38	2535,64	2240,86	3103,36

Elaborado por: Viviana Ñamo, Laura Quille

CAPÍTULO IV

EVALUACIÓN FINANCIERA, SOCIAL Y AMBIENTAL

4.1. Evaluación financiera

Para realizar la evaluación financiera se va a aplicar los dos métodos de evaluación:

- ✓ Los que toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo: Tasa de rendimiento económica mínima aceptable, Valor actual neto, Tasa interna de retorno, Período de recuperación de la inversión, Relación Beneficio / Costo.
- ✓ Los que no toman en cuenta el valor del dinero en el tiempo: Índices de liquidez, actividad, estructura financiera y rentabilidad.

4.1.1 Tasa de rendimiento económica mínima aceptable (TREMA)

La tasa de rendimiento aceptable es un promedio para el inversionista, servirá como referencia que nos expresará cuantitativamente el desempeño de la misma, para el cálculo se ha tomado en cuenta la tasa de inflación anual que es del 3.2% y el riesgo de la inversión se trabajará con el 10%, en tal virtud y en consideración que el proyecto tiene una magnitud pequeña trabajaremos con una tasa del 13,2% para el TREMA.

Trema = Tasa de inflación + % premio al riesgo

Trema = 3.2% + 10% = 13,20%

4.1.2 Valor actual neto (VAN)

El VAN es la diferencia que existe entre el valor actual de los flujos de fondos de la inversión y el capital inicial necesario para realizarla luego de haber logrado una rentabilidad igual a la TREMA.

Datos

Inversión inicial: -5.342,97

Flujo 1: 2.829,27

Flujo 2: 2.894,38

Flujo 3: 2.535,64

Flujo 4: 2.240,86

Flujo 5: 3.103,36

Trema: 0,132

Fórmula:

$$VAN = -I_0 + \frac{FNE1}{(1+i)^1} + \frac{FNE2}{(1+i)^2} + \frac{FNE3}{(1+i)^3} + \frac{FNE4}{(1+i)^4} + \frac{FNE5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -5.342,97 + \frac{2.829,27}{(1+0,132)^1} + \frac{2.894,38}{(1+0,132)^2} + \frac{2.535,64}{(1+0,132)^3} + \frac{2.240,86}{(1+0,132)^4} + \frac{3.103,36}{(1+0,132)^5}$$

$$VAN = -5.342,97 + \frac{2.829,27}{(1,132)^1} + \frac{2.894,38}{(1,132)^2} + \frac{2.535,64}{(1,132)^3} + \frac{2.240,86}{(1,132)^4} + \frac{3.103,36}{(1,132)^5}$$

$$VAN = -5.342,97 + \frac{2.829,27}{1,132} + \frac{2.894,38}{1,281} + \frac{2.535,64}{1,451} + \frac{2.240,86}{1,642} + \frac{3.103,36}{1,859}$$

$$VAN = -5.342,97 + 2.499,35 + 2.259,46 + 1.747,51 + 1.364,71 + 1.669,37$$

VAN = 4.197,43 dólares

El VAN para el presente proyecto es de 4.197,43 dólares; con una tasa del 13.20%, que corresponde al trema.

Al obtenerse un valor mayor a 1 se considera que el proyecto es viable y se recomienda la inversión.

4.1.3 Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno TIR, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero, para su cálculo se obtiene un VAN2 con signo negativo.

La TIR mide la rentabilidad de un proyecto en términos de porcentaje, sobre la base de la tasa de descuento (TREMA), en donde la TIR deberá resultar mayor a ella para que sea viable este proyecto, para su cálculo se utiliza la siguiente fórmula:

$$TIR=R1+(R2+R1)\frac{VAN1}{VAN1-VAN2}$$

Para el desarrollo de la misma se procede a calcular EL VAN con un valor negativo cercano a cero, elevando la trema y se obtiene lo siguiente:

$$VAN 2$$

Trema: 0,61

$$VAN=-5.342,97+\frac{2.829,27}{(1+0,61)^1}+\frac{2.894,38}{(1+0,61)^2}+\frac{2.535,64}{(1+0,61)^3}+\frac{2.240,86}{(1+0,61)^4}+\frac{3.103,36}{(1+0,61)^5}$$

$$VAN= -5.342,97+\frac{2.829,27}{1,61}+\frac{2.894,38}{2,592}+\frac{2.535,64}{4,173}+\frac{2.240,86}{6,719}+\frac{3.103,36}{10,818}$$

$$VAN= -5.342,97+ 1.757,31 + 1.116,65 + 607,63 + 333,51 + 286,87$$

VAN= - 1.241,00dólares

Una vez calculado el VAN negativo, se precede a calcular la tasa interna de retorno:

Calculo de la TIR

$$TIR=R1+(R2-R1)\frac{VAN1}{VAN1-VAN2}$$

$$TIR=0.132+(0.61-0.132)\frac{4.197,43}{4.197,43 +1.241,00}$$

$$TIR=0,61*\frac{4.197,43}{5.438,43}$$

$$TIR= 0,61 * 0.77$$

TIR = 0,46

La tasa interna de retorno del proyecto alcanza al 46%, por lo que el proyecto es rentable debido a que la terna es menor.

4.1.4 Período de recuperación de la inversión (PRI)

Mediante este método se medirá en cuanto tiempo se recuperara la inversión o en cuanto tiempo se recupera la inversión más el costo del capital involucrado.

Es el número de periodos necesarios para recuperar la inversión inicial.

$$PRI = \frac{\text{Inversión neta}}{\text{Utilidad promedio anual}}$$

$$PRI = \frac{5.342,97}{1.899,86 + 1.994,85 + 2.094,60 + 2.199,33 + 2.309,29}$$

$$PRI = \frac{5.342,97}{10.497,92 / 5}$$

$$PRI = \frac{5.342,97}{2.099,58}$$

$$PRI = 2,56$$

La inversión se recupera en el plazo de en 2 años, 6 meses, 1 días.

4.1.5 Relación Beneficio / Costo

Este método define que la rentabilidad se calcula dividiendo los beneficios actualizados para los egresos actualizados más la inversión. Es el indicador que señala que beneficios tendremos con el costo que representa la inversión.

Actualización del ingreso

$$ING = \frac{ING1}{(1+i)^1} + \frac{ING2}{(1+i)^2} + \frac{ING3}{(1+i)^3} + \frac{ING4}{(1+i)^4} + \frac{ING5}{(1+i)^5}$$

$$ING = \frac{38.251,20}{(1+0,132)^1} + \frac{40.163,76}{(1+0,132)^2} + \frac{42.171,95}{(1+0,132)^3} + \frac{44.280,55}{(1+0,132)^4} + \frac{46.494,57}{(1+0,132)^5}$$

$$ING = \frac{38.251,20}{1,132} + \frac{40.163,76}{1,281} + \frac{42.171,95}{1,451} + \frac{44.280,55}{1,642} + \frac{46.494,57}{1,859}$$

$$\text{ING} = 33.790,81 + 31.353,44 + 29.064,05 + 26.967,44 + 25.010,52$$

$$\text{ING} = 146.186,26 \text{ dólares}$$

Actualización de costos

$$\text{COS} = \frac{\text{COS1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{COS2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{COS3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{COS4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{COS5}}{(1+i)^5}$$

$$\text{COS} = \frac{35.385,65}{(1+0,132)^1} + \frac{37.154,93}{(1+0,132)^2} + \frac{39.012,68}{(1+0,132)^3} + \frac{40.963,31}{(1+0,132)^4} + \frac{43.011,48}{(1+0,132)^5}$$

$$\text{COS} = \frac{35.385,65}{1,132} + \frac{37.154,93}{1,281} + \frac{39.012,68}{1,451} + \frac{40.963,31}{1,642} + \frac{43.011,48}{1,859}$$

$$\text{COS} = 31.259,41 + 29.004,63 + 26.886,75 + 24.947,81 + 23.136,89$$

$$\text{COS} = 135.235,49 \text{ dólares}$$

$$\text{RB/C} = \frac{\text{Beneficios o ingresos actualizados}}{\text{Costos actualizados} + \text{inversión}}$$

$$\text{RB/C} = \frac{146.186,26}{135.235,49 + 5.342,97}$$

$$\text{RB/C} = \frac{146.186,26}{140,578,46}$$

$$\text{RB/C} = 1,04 \text{ dólares}$$

Es decir que por cada dólar devengado en costo más la inversión, se obtiene de beneficios o ingresos el valor de 1,04 dólares en donde los 0,04 son beneficios.

4.1.6 Índices financieros

Son el producto de establecer resultados numéricos basados en relacionar dos cifras o cuentas bien sea del Balance General y/o del Estado de Pérdidas y Ganancias los más utilizados son:

Índices de liquidez

$$\text{Razón corriente o índice de solvencia} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Razón corriente o índice de solvencia} = \frac{4.826,42}{1.342,97}$$

$$\text{Razón corriente o índice de solvencia} = \mathbf{3,59 \text{ dólares}}$$

Indica la capacidad de pago que tiene es decir que 3,59 dólares implica que por cada unidad de financiamiento a corto plazo, se tienen una y media unidad monetaria en inversión a corto plazo.

$$\text{Razón Ácida o Liquidez} = \frac{\text{Activo Corriente} - \text{Inventario}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

$$\text{Razón Ácida o Liquidez} = \frac{4.826,42 - 2.926,56}{1.342,97}$$

$$\text{Razón Ácida o Liquidez} = \frac{1.899,86}{1.342,97}$$

$$\text{Razón Ácida o Liquidez} = \mathbf{1,41 \text{ dólares}}$$

Se deriva de la anterior, ya que a la inversión a corto plazo se le extrae el inventario, por considerarse un activo muy poco líquido. Mide entonces el número de unidades monetarias en inversión líquida por cada unidad monetaria de pasivo a corto plazo.

Índices de actividad

$$\text{Rotación de activo Total} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Rotación de activo Total} = \frac{38.251,20}{8.242,83}$$

$$\text{Rotación de activo Total} = \mathbf{4,64 \text{ dólares}}$$

Es decir que por cada dólar que se tiene la microempresa en activos, se genera 4,64 dólares en los ingresos.

Índices de estructura financiera

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Endeudamiento} = \frac{1.342,97}{8.242,83}$$

$$\text{Endeudamiento} = 0,16$$

Mide la proporción de la inversión de la empresa que ha sido financiada por deuda, ya que el 16% indica que el total de la inversión ha sido financiada con recursos de terceros.

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Apalancamiento} = \frac{8.242,83}{6.899,86}$$

$$\text{Apalancamiento} = 1.19 \text{ dólares}$$

Es decir que por cada dólar en el patrimonio ha generado 0,19 dólares en los activos.

Índices de rentabilidad

$$\text{Margen Neto en Ventas} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}}$$

$$\text{Margen Neto en Ventas} = \frac{1.899,86}{38.251,20}$$

$$\text{Margen Neto en Ventas} = 0.05 \text{ dólares}$$

Por cada dólar generado en ventas obtengo 0,05 dólares.

$$\text{Rentabilidad del Patrimonio} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Rentabilidad del Patrimonio} = \frac{1.899,86}{6.899,86}$$

Rentabilidad del Patrimonio = 0.27 dólares

Por cada dólar invertido en el patrimonio ha generado 0,27 dólares.

$$\text{Rentabilidad del Activo} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{Rentabilidad del Activo} = \frac{1.899,86}{8.242,83}$$

Rentabilidad del Activo = 0.23 dólares

Por cada dólar invertido en activos ha generado 0.23 dólares.

4.2 EVALUACIÓN SOCIAL

Mediante este proyecto con la creación de una microempresa de producción y comercialización de snacks en la ciudad de Guaranda permitirá a los consumidores deleitar su paladar con un producto que logre satisfacer sus expectativas.

El proyecto proporcionara beneficios para proteger la salud y bienestar de la sociedad mediante la implementación de técnicas en la producción que permitan la obtención del producto con la debida cantidad y calidad manteniendo intactos sus nutrientes y vitaminas. Asimismo se consolidará la economía de pequeños proveedores de nuestra materia prima, materiales e insumos necesarios para la producción.

Además se podrá ayudar al fortalecimiento de la microempresa con la administración de los recursos mediante el sistema más adecuado, creando una actividad rentable, ya que los ingresos permitirán mejorar las condiciones de vida, contribuyendo a mejorar los índices de producción y comercialización del cantón.

Impactos en la sociedad

- Impulso al desarrollo de la microempresa
- Contar con tecnologías alternativas de producción
- Producto con alto valor nutricional
- Impulsa el mejoramiento y productividad para ofertar un producto de calidad
- Propicia la creación de una cultura de consumo de productos sanos y nutritivos en la provincia.

4.3 EVALUACIÓN AMBIENTAL

Constituye el proceso de estudio técnico que se lleva a cabo sobre el medio físico y socioeconómico de un proyecto, con el propósito de conservar, proteger, recuperar o mejorar los recursos naturales existentes, así como la salud y calidad de vida de la población.

El medio ambiente es el conjunto de factores: físico-naturales, estéticos, culturales, sociales y económicos que interactúan con el individuo y con la comunidad.

El control del reciclaje reducirá notablemente el impacto de contaminación ambiental. Así el plástico y el papel que desecha la microempresa serían empacados y posteriormente comercializados.

En el desarrollo de la producción y comercialización de nuestro producto también tendremos desechos de materia prima para lo cual debemos separar y depositar en los contenedores determinados para ello y así lograr hacer los procesos ordenadamente para evitar cualquier problema y contaminación.

CONCLUSIONES

- ✓ El proyecto de la microempresa “MELI. S.A” es factible ya que en la ciudad de Guaranda no existe una microempresa productora de snacks derivados del maíz y el haba.
- ✓ El segmento de mercado al que el proyecto se dirigió constituye la población que representa un universo de 20.054 personas. En la población guarandea existe una oferta del snacks de maíz de 10.025 unidades. para el año 2014, mientras que 9.680 unidades corresponden a la oferta del haba dando como resultado una demanda insatisfecha de 5.679 unidades de maíz y 22.996 unidades de haba correspondiente al año 2014.
- ✓ Las estrategias de comercialización que utilizará el proyecto, es ofrecer el producto empacado con cantidad y calidad, con precios accesibles de acuerdo al mercado que se enfocó.
- ✓ A través del estudio de mercado y un análisis de la competencia en la que se observó que nuestro principal competidor son los vendedores ambulantes, este análisis nos ayudó para mejorar los procedimientos con tecnologías actuales, de esta manera se incrementará nuestro mercado para a futuro lograr resultados efectivos.
- ✓ La Microempresa productora de snacks derivados del maíz y el haba se identificara como “MELI S.A” constituida como sociedad anónima, la cual estará conformada por tres accionistas comprometidos y responsables a realizar sus actividades de la mejor manera, quienes tomaran decisiones y responderán a cada una de las obligaciones que en sí tenga la microempresa.

RECOMENDACIONES

- ✓ Invertir nuestros recursos de una forma ordenada, ya que desde el punto de vista económico, técnico, financiero e institucional la propuesta de la microempresa en la ciudad de Guaranda es viable.
- ✓ Capacitar en forma constante al personal, lo cual ayuda a llevar estándares de calidad e higiene dentro de nuestra microempresa, logrando ofertar productos de calidad acompañado del buen funcionamiento con la finalidad de superar a la competencia.
- ✓ Mantener una relación directa con los proveedores, para garantizar el nivel de abastecimiento necesario para cubrir la demanda, evitando costos adicionales.
- ✓ Realizar investigaciones de mercado que permitan conocer los gustos y preferencias cambiantes de los consumidores para satisfacer sus expectativas día a día.
- ✓ Efectuar un control estricto de los estados financieros, para conocer si los resultados obtenidos cumplen con las expectativas planteadas al inicio del mismo, caso contrario tomar las medidas correctivas.

BIBLIOGRAFÍA

- Almeida Domínguez NG, Valencia ME & Higuera-Ciapara I. Formulation of Corn-Based Snacks with High Nutritive Value: Biological and Sensory Evaluation. J. of Agricultura General Océano Uno 2005
- Constitución de la República del 2008
- CASSERES, H. E. Maíz, habas, papas, camote: cultivo y aprovechamiento, Santiago de Chile, FAO, Oficina Regional para América Latina y el Caribe, 2006 p: 40-50.
- FoodSci. 2006; p. 228-231
- FERNANDEZ, S. (Los proyectos de Inversión Editorial Tecnológica de Costa Rica. 2007),
- INIAP (2005)
- Linden G y Lorient D. Bioquímica Agroindustrial, Revalorización alimentaria de la producción. Zaragoza España Agrícola. ed. Acribia, SA. 2005. p. 428

BIBLIOGRAFÍA DIGITAL

- <http://www.gobiernodebolivar.gob.ec>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Proyecto_de_inversi%C3%B3n
- <http://es.scribd.com/doc/14998597/Concepto-y-definicion-de-materia-prima>
- <http://www.promonegocios.net/oferta-demanda/html>
- http://www.cedec.com.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=56:marco-logico
- www.snacksaventure.ecl/es/empresa.html
- <http://www.vitonica.com/comunidadesiken/los-snacks-saludables-y-su-funcion-en-la-dieta>
- <http://www.industriaalimenticia.com/articles/en-el-mundo-de-los-snacks>
- <http://www.chilealimentos.com/2013/index.php/es/noticias/alimentos-procesados/deshidratados/15342-el-mercado-de-los-frutos-secos-y-snacks-crece-un-1,3-en-2012.html>

- http://www.guaranda.gob.ec/web/index.php?option=com_content&view=article&id=528:en-guaranda-somos-91877-habitantes-&catid=62:noticias&Itemid=190
- <http://html.rincondelvago.com/proyecto-de-inversion.html>
- <http://alimentos.org.es/habas-secas>
- <http://nutricion.nichese.com/cemaiz.html>

ANEXOS

ANEXO N° 1
UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E
INFORMÁTICA.
ESCUELA: GESTIÓN EMPRESARIAL

OBJETIVO.- Conocer el grado de aceptación que tendrá nuestra microempresa productora de snacks derivados del maíz y el haba en la ciudad de Guaranda, período 2012-2013.

Instrucciones: Marque con una (X) en la respuesta que crea conveniente.

CUESTIONARIO

1. ¿Consumen usted snacks del maíz y el haba?

Si ()

No ()

Si la respuesta es SI continúe respondiendo si su respuesta es NO de por terminada la encuesta.

2. ¿Consumen usted snacks con marca?

Si ()

No ()

3. ¿Cuál de estos snacks consume frecuentemente?

Maíz ()

Haba ()

Papas fritas ()

Chifles de sal ()

Chifles de dulce ()

Doritos ()

k-chitos ()

Maní ()

Cueritos. ()

4. ¿Qué tamaño de snacks consume frecuentemente?

Pequeño 25 g ()

Mediano 50 g ()

Grande 75 g ()

Familiar 100 g ()

5. ¿Cuántos snacks de maíz y haba consume usted a la semana?

Snacks de maíz

snacks de haba

Pequeño 25 g ()

Pequeño 25 g ()

Mediano 50 g ()

Mediano 50 g ()

Grande 75 g ()

Grande 75 g ()

Familiar 100 g ()

Familiar 100 g ()

6. ¿A qué precio adquiere usted estos tamaños de snacks?

Pequeño 25 g ()

Mediano 50 g ()

Grande 75 g ()

Familiar 100 g ()

7. ¿Dónde adquiere usted los snacks?

Vendedores ambulantes ()

Tiendas ()

Mercados ()

Supermercados ()

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

Funda ()

Envase plástico (tarrina) ()

9. ¿Qué aspectos considera importantes al comprar los snacks?

Calidad ()

Cantidad ()

Precio ()

Sabor ()

Marca ()

10. ¿Estaría dispuesto a consumir los snacks fabricados en Guaranda?

Si ()

No ()

¡¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!!

ANEXO N°2

FICHA DE OBSERVACIÓN DIRECTA

Lugar de observación:

Provincia:

Cantón:

Fecha: Hora:

Actividades observadas:

N° vendedores informales:.....

N° de consumidores:.....

Maquinaria y equipo:.....
.....

Características del producto:.....
.....
.....

Atención al cliente:.....
.....

Otras observaciones:.....
.....
.....

ANEXO N°3
COSTOS MATERIA PRIMA
 Expresado en dólares

DESCRIPCIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANT. ANUAL	P.UNITARIO	TOTAL
Habas	Qq	200	40	8.000
Maíz	Qq	10	30	300,00
TOTAL				8.300

ANEXO N°4
COSTOS INSUMOS
 Expresado en dólares

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	UNIDAD	P.UNITARIO	TOTAL
10.000	Aceite	Litro	0,80	8.000
200	Sal	2 kg	0,50	100,00
400	Raspadura de panela	2 kg	0,55	220,00
TOTAL				8.320,00

ANEXO N°05
COSTOS MANO DE OBRA
 Expresado en dólares

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P.UNITARIO	TOTAL
1	Vendedor	340.00	4080,00
			4080,00

Beneficios

D. CUARTO	D. TERCERO	VACACIONES	IESS PATRONO	T. AÑO
340,00	340,00	170,00	385,56	464,44
TOTAL SUELDOS + BENEFICIOS				4544,44

ANEXO N°6
COSTOS MATERIALES
Expresado en dólares

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	TOTAL
paquetes	Fundas		
350	25 g	0,25	87,50
230	50 g	0,35	80,50
180	75 g	0,45	81,00
100	100 g	0,55	55,00
800	Cartones	0,25	200,00
	TOTAL		504,00

ANEXO N°7
COSTOS ÚTILES DE ASEO
Expresado en dólares

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	TOTAL
3	Trapeadores	3,00	9,00
3	Escobas	1,50	4,50
5	Desinfectantes	3,15	15,75
3	Recogedor de basura	1,50	4,50
	TOTAL		33,75

ANEXO N° 8
COSTOS SUELDOS Y SALARIOS
Expresado en dólares

CANT.	CARGO	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL
1	Gerente	400,00	4.800,00
1	Administrador	340,00	4.080,00
		TOTAL ANUAL	8.880,00

BENEFICIOS

D. CUARTO	D. TERCERO	VACACIONES	IESS PATRONO	T. AÑO
340,00	340,00	170	454,92	395,08
340,00	340,00	170	385,56	464,44
		TOTAL SUELDOS + BENEFICIOS		9.747,52

ANEXO N°9
COSTOS SERVICIOS BASICOS

Expresado en dólares

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	MEDIDA	P.UNITARIO	TOTAL
12	Agua	Metros cúbicos	4,00	48,00
12	Luz	kw/h	12,00	144,00
12	Teléfono	kw/h	10,00	120,00
TOTAL				312,00

ANEXO N°10
COSTOS ÚTILES DE OFICINA

Expresado en dólares

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	MEDIDA	P.UNITARIO	TOTAL
5	Cuadernos	Unidades	1,20	6,00
3	Esferos	Unidades	0,30	0,90
2	Archivadores	Unidades	4,50	9,00
1	Facturero	Unidades	8,00	8,00
TOTAL				23,90

ANEXO N° 11
COSTOSARRIENDO

Expresado en dólares

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P. MENSUAL	V. TOTAL
12	Arriendo Local	150.00	1.800,00
			1.800,00

ANEXO N°12
ALQUILER DE TRANSPORTE

Expresado en dólares

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	MEDIDA	P. UNITARIO	TOTAL
300	Vehículo	1	1,00	300,00
				300,00

ANEXO N°13
COSTOSPUBLICIDAD

Expresado en dólares

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	MEDIDA	P.UNITARIO	TOTAL
1	Gigantografía	Unidad	85,00	85,00
10	Radio	Unidad	3,00	30,00
300	Hojas volantes	Unidad	0,05	15,00
2	Periódico	Unidad	20,00	40,00
TOTAL				170,00

ANEXO N°14
 COSTOS MUEBLES Y ENSERES
 Expresado en dólares

UNIDAD	DESCRIPCIÓN	P.UNITARIO	TOTAL
4	Mesas	20,00	80,00
15	Sillas	8,00	120,00
1	Mostrador	150,00	150,00
1	Estantería	70,00	70,00
	TOTAL		420,00

ANEXO N°15
 COSTOS EQUIPO
 Expresado en dólares

UNIDAD	DESCRIPCIÓN	P.UNITARIO	TOTAL
1	Cocina	160,00	160,00
2	Cilindro de gas	50,00	100,00
1	Selladora	150,00	150,00
1	Balanza gramera	90,00	90,00
	TOTAL		500,00

ANEXO N°16
 EQUIPO DE CÓMPUTO
 Expresado en dólares

UNIDAD	DESCRIPCIÓN	P.UNITARIO	TOTAL
1	Computadora	900,00	900,00
1	Teléfono	150,00	150,00
1	Impresora	150,00	150,00
	TOTAL		1.200,00

ANEXO N°17
 MUEBLES DE OFICINA
 Expresado en dólares

UNIDAD	DESCRIPCIÓN	P.UNITARIO	TOTAL
1	Escritorio	190,00	190,00
1	Silla ejecutiva	50,00	50,00
1	Archivador	50,00	50,00
	TOTAL		290,00

ANEXO N°18
EQUIPO DE OFICINA
 Expresado en dólares

UNIDAD	DESCRIPCIÓN	P.UNITARIO	TOTAL
1	Sumadora Office de Escritorio	80,00	80,00
1	Perforadora	10,00	10,00
1	Porta lápices	3,00	3,00
	TOTAL		93,00

ANEXO N°19
MENAJE DE COCINA
 Expresado en dólares

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	P.UNITARIO	TOTAL
3	Cuchillo	2,00	6,00
6	Cucharon	3,00	18,00
3	Pailas	150,00	450,00
3	Ollas	150,00	450,00
1	Batea	15,00	15,00
2	Escurridores	3,00	3,00
	TOTAL		942,00

ANEXO N° 20
GASTOS CONSTITUCIÓN
 Expresado en dólares

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	V. TOTAL
1	Registro mercantil	335.00	320.00
1	Patente municipal	15.00	20.00
1	Permiso de funcionamiento	30.00	30.00
1	Registro sanitario	20.00	100.00
1	RUC	30.00	30.00
	TOTAL		500.00

ANEXO N° 21
GASTO ESTUDIOS
 Expresado en dólares

CANT.	DESCRIPCIÓN	P. UNITARIO	V. TOTAL
1	Mercado	100.00	100.00
1	Técnico	200.00	200.00
1	Financiero	100.00	200.00
1	Evaluación	100.00	100.00
	TOTAL		600.00