



# ***UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE***

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA**

**TRABAJO DE GRADO**

**TEMA:**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA  
EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MANÍ  
CONFITADO EN LA PARROQUIA DE ALLURIQUÍN DEL CANTÓN  
SANTO DOMINGO DE LA PROVINCIA SANTO DOMINGO DE LOS  
TSÁCHILAS**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERAS EN  
CONTABILIDAD Y AUDITORIA C.P.A.**

**AUTORAS: ELIANA VERÓNICA ORTIZ PORTILLA  
LENNIS ELIZABETH YUGSI ROBLES**

**DIRECTOR: MSC. MARLON PINEDA**

**IBARRA, JUNIO, 2013**

## *RESUMEN EJECUTIVO*

El presente estudio de factibilidad tiene como objetivo principal la creación de una pequeña empresa productora y comercializadora de maní confitado en la parroquia de Alluriquín, cantón Santo Domingo, provincia Santo Domingo de los Tsáchilas; está planteado de acuerdo a las condiciones y necesidades del producto o servicio a ofertar. Objetivo que se consiguió a través de un diagnóstico situacional del sector en donde se implantará la nueva unidad productiva y se llegó a la conclusión que las condiciones ambientales y sociales son propicias para seguir el proyecto. Seguidamente se sustenta las bases de investigación con el marco teórico, el mismo que formula corrientes y conceptos teóricos que se toman en cuenta en todo el proceso de elaboración de tesis. En el estudio de mercado determinamos la oportunidad de producir este producto, debido a que existe escasa oferta y una gran demanda, al momento de comercializar estos productos significa expectativas muy favorables y en base a eso se plantea estrategias de comercialización para aprovechar el mercado. Al realizar el estudio técnico se determinó el tamaño, ubicación infraestructura en base a la necesidad requerida por el área productiva y administrativa de la pequeña empresa, sus costos y requerimiento de personal. Y de acuerdo a esto se estableció la forma de financiación del proyecto; para lo cual en el capítulo de estudio financiero a través de la proyección de los Estados financieros se realiza la evaluación financiera como Costo Beneficio, rentabilidad que genera el proyecto y viabilidad financiera desde el punto de vista del inversionista. En cuanto a la organización de la pequeña empresa se estableció el nombre y slogan con los cuales será reconocida por los clientes además está basado en normas legales y todos los requerimientos administrativos del nuevo proyecto. Finalmente se establecieron los posibles impactos que tendrá la implantación del mismo. Concluyendo así con la exposición del trabajo de grado con sus respectivas conclusiones y recomendaciones de la investigación propuesta, destacándose la factibilidad y sustentabilidad a través del tiempo o vida útil establecida para el proyecto planteado.

## *EXECUTIVE SUMMARY*

This feasibility study's main objective is the creation of a small company producer and marketer of candied peanuts in the parish of Alluriquín, Region Santo Domingo, in the province of Santo Domingo de los Tsáchilas; which is made according to the conditions and needs of the product or service to offer. This objective was achieved through a situational analysis of the sector where the new production unit will implement and we concluded that the environmental and social conditions are conducive to further the project. Next, the research bases are supported by the theoretical framework which formulates the same currents and theoretical concepts that are taken into account throughout the thesis process. In the market study we determined the opportunity to produce this product, because there is limited supply and high demand, when marketing these products means very favorable expectations and based on that we propose marketing strategies to tap the market. By making the technical study we determine the size, location of infrastructure based on the need required by the productive area and small business management, costs and staffing requirements. According to that, we established the method of funding the project, for which, in the chapter on financial study by the projection of the financial statements, we perform financial evaluation as Cost Benefit, generating profitability and financial viability of the project from the point of view of the investor. As for the small business organization, we established the name and slogan with which will be recognized by customers, also is based on laws and all administrative requirements of the new project. Finally, we established the potential impacts that will have the implementation of company. This concludes the presentation of the thesis with their conclusions and recommendations of the research proposal, highlighting the feasibility and sustainability over time or life established for the proposed project.

## *AUTORÍA*

Nosotros, Eliana Verónica Ortiz Portilla portadora de cedula de ciudadanía Nro. 100249361-5 y Lennis Elizabeth Yugsi Robles, portadora de la cedula de ciudadanía Nro. 171780755-4, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MANÍ CONFITADO DE LA PARROQUIA DE ALLURIQUÍN, CANTÓN SANTO DOMINGO, PROVINCIA SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”**, que no ha sido previamente presentado ante ningún tribunal de grado, ni calificación profesional; y se han respetado las diferentes fuentes y referencias bibliográficas que se incluyen este documento.

-----  
Sra. Eliana Verónica Ortiz Portilla  
C.C. 100249361-5

-----  
Sra. Lennis Elizabeth Yugsi Robles  
C.C. 171780755-4

## CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

En mi calidad de Director de Trabajo de Grado presentado por las señoritas egresadas, **Eliana Verónica Ortiz Portilla y Lennis Elizabeth Yugsi Robles**, para optar por el Título de Ingenieras en Contabilidad y Auditoría C.P.A., cuyo tema es **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MANÍ CONFITADO EN LA PARROQUIA ALLURIQUÍN, CANTÓN SANTO DOMINGO, PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”**.

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra a los seis días del mes de junio del 2013.

**Msc. Marlon Pineda**  
**DIRECTOR DE TESIS**



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Nosotras, ELIANA VERÓNICA ORTIZ PORTILLA, con cédula de ciudadanía Nro. 100249361-5 y LENNIS ELIZABETH YUGSI ROBLES, con cédula de ciudadanía Nro. 171780755-4, manifestamos nuestra voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autoras del trabajo de grado denominado: **“ ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MANÍ CONFITADO, EN LA PARROQUIA ALLURIQUÍN, CANTÓN SANTO DOMINGO, PROVINCIA SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIERAS EN CONTABILIDAD Y AUDITORIA, CPA en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribimos este documento en el momento que hacemos entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

.....  
ELIANA VERÓNICA ORTIZ P.

Cédula: 100249361-5

.....  
LENNIS ELIZABETH YUGSI R.

Cédula: 171780755-4

Ibarra, a los 6 días del mes de junio del 2013

# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

## AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determino la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS PERSONALES		
CÉDULA DE IDENTIDAD	100249361-5	171780755-4
APELLIDOS Y NOMBRES	Ortiz Portilla Eliana Verónica	Yugsi Robles Lennis Elizabeth
DIRECCIÓN	Ibarra, Los Ceibos, río Curaray y río Jubones	Santo Domingo, Alluriquín, vía quito km 24
EMAIL	<a href="mailto:veronica.0802@hotmail.com">veronica.0802@hotmail.com</a>	<a href="mailto:ylenniselizabeth@yahoo.com">ylenniselizabeth@yahoo.com</a>
TELÉFONO FIJO	062643459	022729291 - 022729315
TELÉFONO CELULAR	0994522748	0980141143

<b>DATOS DE LA OBRA</b>	
TÍTULO	<b>“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MANÍ CONFITADO DE LA PARROQUIA DE ALLURIQUÍN DEL CANTÓN SANTO DOMINGO DE LA PROVINCIA SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”,</b>
AUTOR (ES)	Ortiz Portilla Eliana Verónica Yugsi Robles Lennis Elizabeth
FECHA	06/06/2013
PROGRAMA	PREGRADO POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA	Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA
ASESOR/DIRECTOR	Msc. Marlon Pineda

## **2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD**

Nosotras, Eliana Verónica Ortiz Portilla, con cedula de identidad Nro. 100249361-5 y Lennis Elizabeth Yugsi Robles con cedula de identidad Nro. 171780755-4, en calidad de autoras y titulares de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hacemos entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizamos a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## **3. CONSTANCIAS**

Las autoras manifiestan que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que son las titulares de los derechos patrimoniales, por lo que asumen la

responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrán en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

En la ciudad de Ibarra a los 6 días del mes de junio del 2013.

**LAS AUTORAS:**

.....

Eliana Verónica Ortiz Portilla

C.C.: 100249361-5

.....

Lennis Elizabeth Yugsi Robles

C.C.: 171780755-4

**ACEPTACIÓN:**

.....

Ing. Betty Chávez

JEFA DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución del Consejo Universitario

---

## ***DEDICATORIA***

A las personas que siempre están conmigo dándome su cariño, apoyo y consejos en todo momento mis Padres FAUSTO ORTIZ y ENRIQUETA PORTILLA que con trabajo, esfuerzo y sacrificio me dieron la educación y me ayudaron a culminar con mis estudios.

A mis hermanos PATRICIO y SILVIA que con palabras de aliento me ayudaron a seguir echándole ganas.

A mis hijos: LEONARDO y DAILYN por ser la alegría de mi vida y fuente de inspiración para poder salir adelante.

A WILSON mi esposo por el apoyo, confianza y ánimo que puso en mí.

**VERÓNICA ORTIZ**

A mi hija DAYANA LISBETH, fuente de inspiración diaria, motor de cada lucha que he iniciado en mi vida. Cada momento de desvelo, de análisis y estudios, se brinda con el mayor de los placeres al motivo de mi existencia.

En especial a mis queridos padres, LUZ ROBLES y LUIS YUGSI, por el apoyo incondicional que me han brindado y han luchado día a día para que salga adelante y de quien he sabido aprovechar sus enseñanzas y valores.

A mis hermanos: MERCY, MAYRA, EFRÉN, PAÚL Y ERIKA, que con su amor y paciencia me han enseñado a salir adelante y han compartido sus vidas, gracias por estar presentes en otro momento tan importante en mi vida.

**LENNIS YUGSI**

## ***AGRADECIMIENTO***

La gratitud es una virtud que nos vuelve más humanos, gracias a ello se alimenta el amor, la bondad y los buenos recuerdos. Por ello primeramente agradecemos a **DIOS** quien nos otorgó la vida y la ha llenado de bendiciones para llegar hasta donde hemos llegado y con su infinito amor nos ha dado la sabiduría suficiente para culminar nuestra carrera universitaria.

Queremos expresar nuestro más sincero agradecimiento, reconocimiento y cariño a nuestros padres por todo el esfuerzo que hicieron para darnos una profesión y hacer de nosotras personas de bien, gracias por los sacrificios y la paciencia que han demostrado todos estos años. A nuestros hermanos y hermanas quienes han sido nuestros amigos fieles y sinceros, en los que hemos podido confiar y apoyarnos para seguir adelante.

A la UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE por darnos la oportunidad de estudiar y ser unas profesionales. A nuestros profesores quienes con su cúmulo de experiencia, conocimientos y enseñanzas, han aportado con un granito de arena a nuestra formación y han sembrado en nosotros el deseo constante de superación.

En especial a nuestro director de tesis Msc. Marlon Pineda por su esfuerzo, dedicación y visión crítica, quién con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su apoyo supo guiar el desarrollo de la presente tesis desde el inicio hasta su culminación.

También expresar nuestros más sinceros agradecimientos a la familia López Cheza que nos permitieron ser parte de su hogar, gracias a ustedes hoy hemos culminado una etapa más de nuestras vidas profesionales. A todos nuestros amigos, que a lo largo de estos años nos han brindado su amistad, sin ustedes no hubiese sido posible que mi permanencia en esta ciudad sea más comfortable.

Para todos ellos: Muchas gracias y que Dios los bendiga.

## **PRESENTACIÓN**

El presente proyecto tiene como propósito realizar un estudio de factibilidad para la creación de una Pequeña empresa productora y comercializadora de maní confitado en la parroquia Alluriquín, cantón Santo Domingo, provincia Santo Domingo de los Tsáchilas. La presente investigación se la ha dividido en siete capítulos, los mismos que detallan información relevante sobre el tema y que permiten conocer la factibilidad y viabilidad del mismo.

A continuación se expone una síntesis del contenido en cada fase del informe final del trabajo de grado.

El primer capítulo parte del diagnóstico situacional de la parroquia de Alluriquín, su historia, actividad económica, población entre otros y objetivos planteados variables, indicadores acerca del área de investigación, estos datos son base esencial en el desarrollo del proyecto, que permitirán, analizar varios aspectos de la parroquia.

El segundo capítulo se procedió a fundamentar la investigación mediante conceptos teóricos y científicos de temas que se desarrollan durante toda la investigación, sobre la pequeña empresa, aspectos tributarios, marketing, organización, estados financieros y evaluadores financieros.

El tercer capítulo presenta el estudio de mercado donde se estableció la muestra poblacional a través de la segmentación del mercado que está dirigido a consumidores de escuelas, colegios, universidades y establecimientos de confitería, para lo cual se utilizó fuentes primarias como encuestas y entrevistas a expertos y propietarios artesanales, de las cuales se pudo concluir que el producto es aceptado y reconocido en el mercado por lo que existe una demanda por satisfacer que es muy favorable para la implementación de este proyecto.

A través del estudio técnico o ingeniería del proyecto se estableció la ubicación de la pequeña empresa, tamaño, distribución de las áreas requeridas para el buen funcionamiento productivo y comercial, tecnología y equipos necesarios, así como también el personal a utilizar para la operatividad de la misma.

Posteriormente el estudio financiero, consta del análisis de inversión inicial que se necesitara para la ejecución de este proyecto, basado en cotizaciones actuales de mercado, en base a esto se realiza la proyección de ingresos y egresos, que harán posible la generación de estados proformas y flujos de efectivo, a partir de los cuales se establece la evaluación financiera para determinar la rentabilidad que genera el proyecto así como su viabilidad financiera.

En la parte de la propuesta estratégica o estructura administrativa se planteó la misión, visión, principios, valores corporativos para la pequeña empresa, con el propósito de alcanzar el reconocimiento del producto en el mercado con su propio logotipo, slogan entre otros, y así inicie sus actividades para alcanzar los objetivos planteados.

Por último se establece y analiza los principales impactos que genera el proyecto tales como social, económico, turístico, tecnológico y ambiental.

Finalmente se concluye con las conclusiones y recomendaciones propuestas por quienes realizamos la investigación.

## ÍNDICE GENERAL

<b>PORTADA</b> .....	<b>i</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO</b> .....	<b>ii</b>
<b>EXECUTIVE SUMMARY</b> .....	<b>iii</b>
<b>AUTORÍA</b> .....	<b>iv</b>
<b>CERTIFICACIÓN DEL ASESOR</b> .....	<b>v</b>
<b>CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE</b> .....	<b>vi</b>
<b>AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN</b> .....	<b>vii</b>
<b>A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE</b> .....	<b>vii</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>x</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>xi</b>
<b>PRESENTACIÓN</b> .....	<b>xii</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS</b> .....	<b>xx</b>
<b>ÍNDICE DE CUADROS</b> .....	<b>xx</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	<b>xxv</b>

## CAPÍTULO I

<b>DIAGNÓSTICO SITUACIONAL</b> .....	<b>1</b>
Antecedentes Históricos.....	<b>1</b>
Aspectos geográficos .....	<b>3</b>
División Política y Administrativa.....	<b>4</b>
Estructura Política de la parroquia .....	<b>5</b>
Datos Socio-Demográficos .....	<b>6</b>
Actividades Económicas .....	<b>7</b>
<b>OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS</b> .....	<b>9</b>
Determinación de Variables Diagnósticas .....	<b>10</b>
Indicadores de las Variables .....	<b>10</b>
Matriz de Relación Diagnóstico.....	<b>12</b>
Fuentes de Información.....	<b>12</b>

<b>ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS .....</b>	<b>12</b>
Aspectos Legales.....	13
Área de Investigación.....	16
Situación socio económica.....	17
Aspectos Productivos .....	17
<b>DIAGNÓSTICO EXTERNO .....</b>	<b>18</b>
<b>DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN .....</b>	<b>23</b>

## **CAPÍTULO II**

<b>MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>.....</b>
<b>PEQUEÑA EMPRESA.....</b>	<b>25</b>
Definición.....	25
Características de la pequeña empresa.....	26
<b>TRATAMIENTO TRIBUTARIO .....</b>	<b>27</b>
Impuesto a la Renta.....	28
<b>ORGANIZACIÓN .....</b>	<b>29</b>
Estructura orgánica .....	29
<b>MANÍ Y SU INDUSTRIALIZACIÓN.....</b>	<b>31</b>
Producción agrícola del maní.....	31
Industrialización del maní .....	35
Comercialización del maní confitado .....	38
<b>EL MARKETING EN LA PEQUEÑA EMPRESA.....</b>	<b>38</b>
Producto .....	29
Publicidad.....	29
Investigación de mercado.....	29
Precio .....	29
Plaza .....	29
Demanda .....	29
Oferta .....	29
<b>FUNDAMENTOS CONTABLES.....</b>	<b>40</b>
Definición.....	29
Estados financieros .....	41

Administración.....	42
Organigramas .....	29
<b>EVALUADORES FINANCIEROS .....</b>	<b>42</b>
Valor Actual Neto .....	29
Tasa Interna de Retorno .....	29
<b>Costo Beneficio .....</b>	<b>29</b>
Periodo de recuperación.....	29
Punto de equilibrio .....	29

### **CAPÍTULO III**

<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>47</b>
Antecedentes del estudio de mercado .....	47
Objetivos del estudio de mercado .....	49
<b>IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA .....</b>	<b>49</b>
<b>TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS.....</b>	<b>50</b>
Fuentes de Información.....	51
<b>RESULTADOS DE ENCUESTAS Y ENTREVISTAS APLICADAS .....</b>	<b>.....</b>
Resultados de las encuestas aplicadas a población de Santo Domingo de los Tsáchilas.....	53
Resultados de las entrevistas aplicadas a los productores artesanales .....	72
Resultados de las entrevistas aplicadas a expertos.....	82
<b>IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO .....</b>	<b>89</b>
Maní confitado .....	89
<b>CARACTERÍSTICAS CUALITATIVAS .....</b>	<b>92</b>
Utilidades .....	93
Mercado meta.....	92
Variables demográficas.....	94
Variables psicográficas .....	29
<b>ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....</b>	<b>94</b>
Proyección de la demanda.....	96
Análisis de la competencia.....	98

Principales competidores .....	99
<b>PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....</b>	<b>100</b>
<b>BALANCE OFERTA DEMANDA.....</b>	<b>101</b>
<b>PROYECCIÓN DE PRECIOS .....</b>	<b>103</b>
<b>ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y</b>	
<b>PUBLICIDAD DEL PRODUCTO .....</b>	<b>104</b>
Canales de distribución .....	104
Presentación y calidad del producto.....	105
Promoción y publicidad .....	105
Flyres y Banner .....	107
<b>CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO.....</b>	<b>107</b>

#### **CAPÍTULO IV**

<b>ESTUDIO TÉCNICO .....</b>	<b>.....</b>
<b>LOCALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA.....</b>	<b>109</b>
Macrolocalización.....	111
Microlocalización.....	112
<b>MATRIZ DE FACTORES.....</b>	<b>112</b>
<b>TAMAÑO DEL PROYECTO.....</b>	<b>114</b>
Factores que afectan la determinación del tamaño .....	114
Capacidad Productiva del Proyecto .....	116
<b>INGENIERIA DEL PROYECTO .....</b>	<b>119</b>
Requerimientos de infraestructura civil .....	119
Terreno.....	122
Edificio.....	122
Distribución de la planta .....	122
<b>FLUJOGRAMAS DE PROCESO .....</b>	<b>123</b>
Proceso de producción del maní confitado .....	129
Proceso de ventas .....	128
Proceso para el equipamiento y logística del proyecto .....	128

<b>PRESUPUESTO TÉCNICO</b> .....	<b>130</b>
Inversiones fijas .....	130
Inversiones Variables .....	134
Inversiones Diferidas .....	140
<b>RESUMEN DE INVERSIONES REQUERIDAS</b> .....	<b>140</b>

## **CAPÍTULO V**

<b>ESTUDIO FINANCIERO</b> .....	<b>141</b>
<b>DETERMINACIÓN DE INGRESOS PROYECTADOS</b> .....	<b>141</b>
<b>DETERMINACIÓN DE EGRESOS PROYECTADOS</b> .....	<b>142</b>
Costos de Producción.....	142
Gastos Administrativos .....	146
Gastos de ventas .....	148
<b>RESUMEN DE GASTOS PROYECTADOS</b> .....	<b>151</b>
ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA.....	154
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANACIAS .....	153
FLUJO DE CAJA PROYECTADO .....	154
<b>EVALUACIÓN FINANCIERA</b> .....	<b>155</b>
Determinación de la Tasa de Redescuento .....	155
Valor Actual Neto .....	155
Tasa Interna de Retorno .....	156
Relación Costo - Beneficio.....	157
Punto de Equilibrio .....	157
Periodo de Recuperación de Inversión.....	159
<b>RESUMEN DE EVALUADORES FINANCIEROS</b> .....	<b>160</b>

## **CAPÍTULO VI**

<b>PROPUESTA ESTRATÉGICA</b> .....	<b>161</b>
<b>LA EMPRESA</b> .....	<b>161</b>
Nombre y razón social .....	161
Logotipo .....	161

<b>ANÁLISIS ADMINISTRATIVO ESTRATÉGICO .....</b>	<b>162</b>
Filosofía .....	161
Misión .....	161
Visión .....	161
Objetivos .....	161
Políticas .....	161
Principios y valores .....	161
<b>ESTRUCTURA ORGÁNICA .....</b>	<b>166</b>
<b>ESTRUCTURA FUNCIONAL .....</b>	<b>167</b>
Nivel ejecutivo .....	161
Nivel operativo.....	161
PERFIL DE LOS PUESTOS .....	167
ESTRATEGIAS EMPRESARIALES .....	176
ESTRATEGIAS MERCADOLÓGICAS .....	177
ESTRATEGIAS FINANCIERAS .....	178
REQUISITOS LEGALES PARA SU FUNCIONAMIENTO.....	179

## **CAPÍTULO VII**

IMPACTOS .....	181
IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS .....	181
<b>ANÁLISIS DE IMPACTOS.....</b>	<b>182</b>
Impacto Económico .....	182
Impacto Social.....	183
Impacto Turístico .....	185
Impacto Tecnológico.....	186
Impacto Ambiental.....	188

**CONCLUSIONES**

**RECOMENDACIONES**

**BIBLIOGRAFÍA**

**ANEXOS**

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>CUADRO N° 1</b>	Estructura política de la parroquia	5
<b>CUADRO N° 2</b>	Población por área y sexo de la parroquia de Alluriquín	6
<b>CUADRO N° 3</b>	Población por grupos de edad de la parroquia de Alluriquín	6
<b>CUADRO N° 4</b>	Población económicamente por rama de actividad	7
<b>CUADRO N° 5</b>	Matriz Relación Diagnóstico	12
<b>CUADRO N° 6</b>	Grupo de edad	16
<b>CUADRO N° 7</b>	Género poblacional	17
<b>CUADRO N° 8</b>	Productores artesanales: Maní confitado	20
<b>CUADRO N° 9</b>	Categorización de la pequeña empresa	26
<b>CUADRO N° 10</b>	Tabla de Impuesto a la Renta 2013	28
<b>CUADRO N° 11</b>	Población	49
<b>CUADRO N° 12</b>	Población a encuestar	51
<b>CUADRO N° 13</b>	Consumo de maní confitado	53
<b>CUADRO N° 14</b>	Beneficios del maní confitado	54
<b>CUADRO N° 15</b>	Presentación del maní confitado	55
<b>CUADRO N° 16</b>	Compra de maní confitado por peso	56
<b>CUADRO N° 17</b>	Factores que inciden en la compra	57
<b>CUADRO N° 18</b>	Lugar de adquisición	58
<b>CUADRO N° 19</b>	Nivel de precio	59
<b>CUADRO N° 20</b>	Precio dispuesto a pagar por maní a granel de 100g	60
<b>CUADRO N° 21</b>	Precio dispuesto a pagar por maní a granel de 200g	61
<b>CUADRO N° 22</b>	Precio dispuesto a pagar por maní a palillos de 100g	62
<b>CUADRO N° 23</b>	Precio dispuesto a pagar por maní a palillos de 300g	63
<b>CUADRO N° 24</b>	Calificativo del producto	64
<b>CUADRO N° 25</b>	Documentación legal	65
<b>CUADRO N° 26</b>	Tener su propia marca	66
<b>CUADRO N° 27</b>	Momentos de adquisición	67
<b>CUADRO N° 28</b>	Creación de la pequeña empresa	68
<b>CUADRO N° 29</b>	Género	69

<b>CUADRO N° 30</b>	Ocupación	70
<b>CUADRO N° 31</b>	Edad	71
<b>CUADRO N° 32</b>	Año de actividad	72
<b>CUADRO N° 33</b>	Producción de hace tres años	73
<b>CUADRO N° 34</b>	Producción del año 2012	74
<b>CUADRO N° 35</b>	Lugares de distribución	75
<b>CUADRO N° 36</b>	Precio del producto al por menor	76
<b>CUADRO N° 37</b>	Precio del producto al por mayor	77
<b>CUADRO N° 38</b>	Cuenta con marca propia	78
<b>CUADRO N° 39</b>	Control en el proceso productivo	79
<b>CUADRO N° 40</b>	Requisitos para funcionar un negocio	80
<b>CUADRO N° 41</b>	Financiamiento	81
<b>CUADRO N° 42</b>	Alternativas para fomentar la pequeña empresa	82
<b>CUADRO N° 43</b>	Apoyo al desarrollo empresarial	83
<b>CUADRO N° 44</b>	Programas de capacitación	84
<b>CUADRO N° 45</b>	Asesoría de constitución de la pequeña empresa	85
<b>CUADRO N° 46</b>	Ayuda en inversión tecnológica	86
<b>CUADRO N° 47</b>	Marco legal y jurídico	86
<b>CUADRO N° 48</b>	Falencias de pequeñas empresas de producción	87
<b>CUADRO N° 49</b>	Garantizar calidad del producto	88
<b>CUADRO N° 50</b>	Expansión de mercado	88
<b>CUADRO N° 51</b>	Formula del maní confitado	90
<b>CUADRO N° 52</b>	Peso del producto	91
<b>CUADRO N° 53</b>	Proyección de la población	96
<b>CUADRO N° 54</b>	Demanda de maní confitado por familias al año 2012	96
<b>CUADRO N° 55</b>	Demanda por presentación de maní confitado año 2012	97
<b>CUADRO N° 56</b>	Proyección de la población año 2017	98
<b>CUADRO N° 57</b>	Proyección de la demanda años 2013-2017	99
<b>CUADRO N° 58</b>	Oferta de maní confitado en Santo Domingo al año 2012	101
<b>CUADRO N° 59</b>	Oferta histórica	102
<b>CUADRO N° 60</b>	Oferta proyectada	103
<b>CUADRO N° 61</b>	Balance Oferta-Demanda	104

<b>CUADRO N° 62</b>	Precio de venta al por menor	105
<b>CUADRO N° 63</b>	Proyección del precio al por menor de maní confitado al año 2012-2017	106
<b>CUADRO N° 64</b>	Escala de evaluación	114
<b>CUADRO N° 65</b>	Matriz de factores	115
<b>CUADRO N° 66</b>	Capacidad productiva	119
<b>CUADRO N° 67</b>	Capacidad productiva del maní a granel de 100g	119
<b>CUADRO N° 68</b>	Capacidad productiva del maní a granel de 200g	120
<b>CUADRO N° 69</b>	Capacidad productiva del maní a palillos de 100g	120
<b>CUADRO N° 70</b>	Capacidad productiva del maní a palillos de 300g	120
<b>CUADRO N° 71</b>	Áreas de construcción	121
<b>CUADRO N° 72</b>	Descripción del terreno	122
<b>CUADRO N° 73</b>	Construcción	124
<b>CUADRO N° 74</b>	Pasos del proceso de producción del maní confitado	126
<b>CUADRO N° 75</b>	Actividades del proceso de comercialización	128
<b>CUADRO N° 76</b>	Equipamiento y logística del proyecto	130
<b>CUADRO N° 77</b>	Plantilla de control	131
<b>CUADRO N° 78</b>	Valor de construcciones	132
<b>CUADRO N° 79</b>	Valor de vehículo	133
<b>CUADRO N° 80</b>	Equipos de oficina	133
<b>CUADRO N° 81</b>	Equipo de computación	134
<b>CUADRO N° 82</b>	Valor de Muebles y Enseres para la producción	135
<b>CUADRO N° 83</b>	Maquinaria y Equipo	135
<b>CUADRO N° 84</b>	Resumen de Inversión Fija	136
<b>CUADRO N° 85</b>	Resumen de remuneraciones al personal	137
<b>CUADRO N° 86</b>	Suministros	137
<b>CUADRO N° 87</b>	Servicios básicos	138
<b>CUADRO N° 88</b>	Publicidad	138
<b>CUADRO N° 89</b>	Combustible y mantenimiento del vehículo	138
<b>CUADRO N° 90</b>	Determinación de la producción	139
<b>CUADRO N° 91</b>	Determinación del precio de materia prima	139
<b>CUADRO N° 92</b>	Cantidad de materia prima para el maní confitado	140

<b>CUADRO N° 93</b>	Costo de materia prima	140
<b>CUADRO N° 94</b>	Inversión Variable	141
<b>CUADRO N° 95</b>	Inversión Diferida	142
<b>CUADRO N° 96</b>	Estructura de la inversión	142
<b>CUADRO N° 97</b>	Ingresos por maní confitado	143
<b>CUADRO N° 98</b>	Materia prima	144
<b>CUADRO N° 99</b>	Proyección de sueldos y beneficios de ley	145
<b>CUADRO N° 100</b>	Depreciación de Activos Fijos de Producción	99
<b>CUADRO N° 101</b>	Proyección de Gastos Generales de Fabricación.	100
<b>CUADRO N° 102</b>	Proyección de costos de producción	101
<b>CUADRO N° 103</b>	Proyección de gastos del personal Administrativo	148
<b>CUADRO N° 104</b>	Depreciación de Activos Fijos de Administración	148
<b>CUADRO N° 105</b>	Gastos Generales de Administración	149
<b>CUADRO N° 106</b>	Proyección de Gastos Administrativos	149
<b>CUADRO N° 107</b>	Proyección de Gastos del Personal de Ventas	150
<b>CUADRO N° 108</b>	Publicidad	150
<b>CUADRO N° 109</b>	Combustible y Mantenimiento	151
<b>CUADRO N° 110</b>	Depreciación de Activos Fijos de Ventas	151
<b>CUADRO N° 111</b>	Proyección de la Depreciación años 2013-2017	151
<b>CUADRO N° 112</b>	Proyección de Gastos Generales de Ventas	152
<b>CUADRO N° 113</b>	Tabla de Amortización del Préstamo	153
<b>CUADRO N° 114</b>	Gastos Proyectados	153
<b>CUADRO N° 115</b>	Dulce de Alluriquín: Maní Confitado	154
<b>CUADRO N° 116</b>	Proyección del Estado de Pérdidas y Ganancias	155
<b>CUADRO N° 117</b>	Flujo de Caja Proyectado	156
<b>CUADRO N° 118</b>	Cálculo de la Tasa de Redescuento	157
<b>CUADRO N° 119</b>	VAN	158
<b>CUADRO N° 120</b>	Cálculo de la TIR	159
<b>CUADRO N° 121</b>	Proyección del Punto de Equilibrio	160
<b>CUADRO N° 122</b>	Periodo de recuperación	161
<b>CUADRO N° 123</b>	Resumen de Evaluaciones Financieras	162
<b>CUADRO N° 124</b>	Organigrama Estructural	168

<b>CUADRO N° 125</b>	Nivel ejecutivo	169
<b>CUADRO N° 126</b>	Nivel Administrativo: Contador	171
<b>CUADRO N° 127</b>	Nivel Administrativo: Supervisor	172
<b>CUADRO N° 128</b>	Nivel Administrativo: Vendedor	173
<b>CUADRO N° 129</b>	Nivel Operativo: Almacenamiento	174
<b>CUADRO N° 130</b>	Nivel Operativo: Alimentador de Máquina	175
<b>CUADRO N° 131</b>	Nivel Operativo: Cocinador de Alimento	176
<b>CUADRO N° 132</b>	Nivel Administrativo Asistente	177
<b>CUADRO N° 133</b>	Nivel de Impactos	183
<b>CUADRO N° 134</b>	Nivel de Impacto Económico	184
<b>CUADRO N° 135</b>	Nivel de Impacto Social	186
<b>CUADRO N° 136</b>	Nivel de Impacto Turístico	187
<b>CUADRO N° 137</b>	Nivel de Impacto Tecnológico	189
<b>CUADRO N° 138</b>	Nivel de Impacto Ambiental	190

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO N° 1</b>	Consumo de maní confitado	53
<b>GRÁFICO N° 2</b>	Beneficios del maní confitado	54
<b>GRÁFICO N° 3</b>	Presentación del maní confitado	55
<b>GRÁFICO N° 4</b>	Compra del maní confitado por peso	56
<b>GRÁFICO N° 5</b>	Factores que inciden en la compra del maní confitado	57
<b>GRÁFICO N° 6</b>	Lugar de Adquisición del maní confitado	58
<b>GRÁFICO N° 7</b>	Nivel de precio del maní confitado	59
<b>GRÁFICO N° 8</b>	Precio dispuesto a pagar por maní confitado a granel de 100g	60
<b>GRÁFICO N° 9</b>	Precio dispuesto a pagar por maní confitado a granel de 200g	61
<b>GRÁFICO N° 10</b>	Precio dispuesto a pagar por maní confitado a palillos de 100g	62
<b>GRÁFICO N° 11</b>	Precio dispuesto a pagar por maní confitado a palillos de 300g	63
<b>GRÁFICO N° 12</b>	Calificativo del producto	64
<b>GRÁFICO N° 13</b>	Documentos legales en la compra	65
<b>GRÁFICO N° 14</b>	Marca propia del producto	66
<b>GRÁFICO N° 15</b>	Ocasiones de adquisición del producto	67
<b>GRÁFICO N° 16</b>	Creación de la pequeña empresa	68
<b>GRÁFICO N° 17</b>	Género	69
<b>GRÁFICO N° 18</b>	Ocupación	70
<b>GRÁFICO N° 19</b>	Edad	71
<b>GRÁFICO N° 20</b>	Año de actividad	72
<b>GRÁFICO N° 21</b>	Producción por año	73
<b>GRÁFICO N° 22</b>	Producción anual año 2012	74
<b>GRÁFICO N° 23</b>	Lugar de distribución	75
<b>GRÁFICO N° 24</b>	Precio del producto al por menor	76
<b>GRÁFICO N° 25</b>	Precio del producto al por mayor	77

<b>GRÁFICO N° 26</b>	Cuenta con marca propia	78
<b>GRÁFICO N° 27</b>	Control del proceso productivo	79
<b>GRÁFICO N° 28</b>	Requisitos para un negocio	80
<b>GRÁFICO N° 29</b>	Financiamiento	81
<b>GRÁFICO N° 30</b>	OFERTA – DEMANDA	104
<b>GRÁFICO N° 31</b>	Publicidad para prensa	108
<b>GRÁFICO N° 32</b>	Publicidad para radio	108
<b>GRÁFICO N° 33</b>	BANNER	109
<b>GRÁFICO N° 34</b>	Mapa de Alluriquín	112
<b>GRÁFICO N° 35</b>	Croquis de micro localización	113
<b>GRÁFICO N° 36</b>	Plano de las instalaciones	125
<b>GRÁFICO N° 37</b>	Flujo grama del proceso productivo	127
<b>GRÁFICO N° 38</b>	Flujo grama del proceso de venta	129
<b>GRÁFICO N° 39</b>	Logotipo	164

## CAPÍTULO I

### 1 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

#### 1.1 Antecedentes Históricos

La historia de Alluriquín se remonta en la época incásica cuando el lugar era paso obligado del Inca en sus viajes a la Costa. Durante la Real Audiencia de Quito, Alluriquín era un Tambo, es decir una casa posada donde los viajeros pernoctaban, para el día siguiente continuar su camino. En el año 1800 hacen su paso por aquí los Padres Dominicos, para luego establecerse en lo que es Santo Domingo.

El nombre de "Alluriquín" es muy remoto, los escritos de la época colonial del Padre Juan de Velasco hacen mención de este nombre "Alluriquín" que significa "LUGAR DE DESCANSO JUNTO AL RIO DE CLARAS AGUAS". Haciendo referencia al río Alluriquín o Damas y las Damas que justamente en este lugar vierte sus aguas en el caudaloso río Toachi.

El 29 de mayo de 1861 se crea la parroquia santo domingo perteneciente al cantón Quito. Alluriquín constaba como uno de sus recintos. En el año 1883 se crea el Cantón Mejía, santo Domingo incluido Alluriquín, pasan a pertenecer a este nuevo cantón.

Durante todo este tiempo los viajes se hacían a pie o a lomo de mula. En 1944 entra en servicio la vía carrozadle Quito – Chiriboga - Santo Domingo. Los habitantes de Santo Domingo incluido Alluriquín, piden pertenecer nuevamente al cantón Quito, lo que así ocurre.

El 10 de enero de 1967, la Asamblea Nacional Constituyente, decreta la creación del Cantón Santo Domingo decreto que es publicado el 3 de julio del mismo año. Creándose este Cantón sin ninguna parroquia rural ante esta circunstancia el Sr. Ramón Cherres Chávez, primer Presidente del Ilustre Consejo Municipal del

cantón, emprende las primeras gestiones para al menos crear la primera parroquia rural; es así como personalmente acude al Recinto Alluriquín a incentivar a sus moradores y crear un comité cívico Pro Parroquialización de Alluriquín. Comité que lo conforman: Ángel Polivio Chávez que lo preside, Marco Carrera, Humberto Jarrín, Dr. Miguel Aguilar, Prof. Galo Cortes, Amílcar Correa.

**El 24 de enero de 1970 por decreto de ordenanza se crea la parroquia Alluriquín en Registro Oficial Número 359.**

“Art. 1.- Erigese en la parroquia rural el recinto Alluriquín, que estará situada entre las parroquias de Mindo, Chillogallo, Cornejo Astorga, Santo Domingo, Bajagua y la Provincia de Cotopaxi”, (REGISTRO OFICIAL, 1970).

“Art. 3.- Será cabecera de la parroquia la población de Alluriquín y recintos o anejos de aquella. La Colonia los Provincianos, la Colonia Magdalena, Miravalle, Recoveca, Santa Bárbara, Las Damas, Palo Quemado, San Pablo, Lampareros, Barros, Pungo, Las Pampas, Zaguambi, la Colonia Bimbe, la Colonia 14 de enero y los demás poblados comprendidos dentro del territorio demarcado”.(REGISTRO OFICIAL, 1970)

Desde 1940 hasta 1950 se dice que llegaron los primeros colonos de origen colombiano y del interior del país quienes se establecieron que como actividad económica sería, la siembra de las primeras plantaciones de caña de azúcar y más tarde los emigrantes llegaron de la siguiente manera:

- a. Por el Occidente los colonos provenientes de las provincia aledañas como: Manabí, el Oro y Loja
- b. Por el lado Oriental los colonos provenientes de las ciudades del Cotopaxi, Bolívar Tungurahua; quienes dan forma a las cooperativas agrícolas bajo la supervisión del Instituto de Reforma Agraria y Colonización (IERAC).

## **1.2 Aspectos geográficos**

### **1.2.1 Ubicación**

La parroquia de Alluriquín se encuentra ubicada en las estribaciones de la cordillera de los Andes y esta cruzada por la hoya del Toachi, en consecuencia bañadas por las aguas del Río del mismo nombre, a más de ello cuenta con otros ríos que cruzan por sus faldas, por esta razón la orografía es totalmente irregular donde priman cordilleras de baja altura, mesetas y está situado a 25 Km de Santo Domingo, entre la vía Santo Domingo – Alóag

### **1.2.2 Límites**

“Art. 2.- La linderación de la nueva parroquia será: NORTE: Comenzará en el punto en el que el río Bocana tributa sus aguas en el río Memé Grande, sigue por éste aguas arriba hacia el lindero occidental de Chillogallo; ORIENTE se sigue el lindero occidental de Chillogallo hacia el sur hasta su incidencia en el río Tránsito: por este aguas abajo hasta su desembocadura en el río Toachi; aguas arriba de éste hasta su desembocadura en el río Toachi; aguas arriba de éste hasta tocar el lindero de la provincia de Cotopaxi; SUR: El lindero de la Provincia de Cotopaxi; OCCIDENTE: del punto del lindero de Pichincha y colinda recta hasta la desembocadura del río Bolo hasta su origen más septentrional; de aquí una recta hasta el origen más austral del río Taguaza; por éste aguas abajo hasta donde se le une el río Pisotanti y de aquí una línea recta hasta el punto en que se inició la linderación”, (REGISTRO OFICIAL, 1970).

Por ende los límites de la parroquia de Alluriquín de acuerdo al Registro Oficial de 1970, se limitan de la siguiente manera; al NORTE: con la parroquia Santo Domingo de los Colorados; al SUR: con la Provincia de Cotopaxi y Los Ríos; al ESTE: con el Distrito Metropolitano de Quito, Cantón Mejía y al OESTE: con la parroquia Santo Domingo de los Colorados, los cuales rigen hasta la actualidad.

### **1.2.3 Superficie**

La parroquia de Alluriquín tiene una superficie de 955,78 kilómetros cuadrados, ocupando el 24,78% de la superficie de la provincia Tsáchila.

### **1.2.4 Altitud**

De acuerdo a su topografía la altura media aproximada es cercana 550 msnm.

### **1.2.5 Clima**

En la parroquia de Alluriquín se goza de un clima generalmente subtropical húmedo con precipitaciones promedio de 21 grados centígrados de temperatura. Durante el año las lluvias se extienden desde diciembre hasta mayo, los factores que modifican el clima son los vientos, ubicación ecuatorial y la cercanía a la cordillera de los Andes, todos estos elementos determinan que existen temperaturas bajas en la zona.

### **1.2.6 Hidrografía**

Por ser un territorio muy irregular existe una gran cantidad de ríos esteros, arroyos y quebradas sobresaliendo como río principal el Toachi, al mismo tiempo se une una gran cantidad de ríos menores.

## **1.3 División Política y Administrativa**

La Parroquia de Alluriquín tiene 5 barrios y 43 recintos, donde cada uno cuenta con sus respectivos dirigentes que se encargan de organizar y decidir las necesidades prioritarias de cada zona y de esa manera cumplir con los objetivos planteados por cada comunidad.

**Cuadro N° 1**  
**ESTRUCTURA POLÍTICA DE LA PARROQUIA**

<b>BARRIOS</b>	<b>RECINTOS</b>		
Libertad	Campo Alegre	Las Damas	La Palma
San Miguel	La Esperanza de Lelia	Rcto. Bella Sirena	La Chorrera de San Pablo
Dos Puentes	La Y	Bella Sirena	Lelia
Central	Bellavista	Bolívar	El Tránsito
Piedra Grande	Cristal de Lelia	América Libre	Rcto. Dos Ríos
	Río Maltón	Velasco Ibarra	Tahuasa
	San Miguel de Lelia	Nueva Esperanza	San Antonio del Pilatón
	Rcto. El Cristal de Leila	La Nueva Esperanza	San José de Pilatón
	Libertad de Lelia	La Unión del Toachi	San José de Meme
	El Placer	La Libertad	Chittoa
	Selva Alegre	Río Chittoa	Tinalandia
	San José de las Damas	San José Palmeras	Paraíso de Mulaute
	Las Mercedes	La Loma	Iberoamérica
	El Volante	Las Lagunas	Doce de Octubre
	La Avanzada	La Montufar	El Valle
	La Magdalena	El Meme	El Paso
	Bellavista	Pre cooperativa Ecuador	Rcto. Lindiche Alto
	Guajalito	Las Palmeras	Zabaleta

**FUENTE:** Plan de ordenamiento Territorial GPSDT.

**ELABORACIÓN:** AUTORAS

#### 1.4 Datos Socio-Demográficos

De acuerdo a la información proporcionada por el Censo de Población 2010 se ha obtenido lo siguiente:

**Cuadro N° 2**  
**POBLACIÓN POR ÁREA Y SEXO DE LA PARROQUIA ALLURIQUÍN**

<b>DEMOGRÁFICAS</b>	<b>POBLACIÓN TOTAL</b>	<b>POBLACIÓN URBANA</b>	<b>POBLACIÓN RURAL</b>
Población Masculina	5.023	1.036	4.021
Población Femenina	4.702	904	3.764
<b>TOTAL</b>	<b>9.725</b>	<b>1.940</b>	<b>7.785</b>

**FUENTE:** Plan de ordenamiento Territorial GPSDT.

**ELABORACIÓN:** AUTORAS

La parroquia de Alluriquín tiene una población total de 9725 habitantes, la mayor parte de la población está en el área rural representado por el 80% de la población total, mientras el área urbana el 20%. También es importante recalcar que el 51,65% de la población de la parroquia son hombres y el 48,35% son mujeres. Y a continuación veremos cómo se dividen en grupo de edades.

**CUADRO N° 3**  
**POBLACIÓN POR GRUPOS DE EDAD DE LA PARROQUIA ALLURIQUÍN**

<b>POBLACIÓN POR EDAD</b>	<b>N° PERSONAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Menores a 1 año	164	2,42
De 1 a 9 años	1.952	21,30
De 10 a 14 años	1.103	11,25
Población 15 a 29 años	2.613	30,08
Población 30 a 49 años	2.162	26,86
Población 50 a 64 años	936	9,65
Población 65 y más años	795	5,78
<b>Total</b>	<b>9.725</b>	<b>100,00</b>

**FUENTE:** INEC 2010

**ELABORACIÓN:** AUTORAS

## 1.5 Actividades Económicas

### 1.5.1 Población Económicamente Activa

Analizaremos la población económicamente activa de la parroquia, detallando las actividades que realizan sus pobladores

**Cuadro N° 4**

#### **POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE POR RAMA DE ACTIVIDAD**

<b>RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA</b>	<b>N° PERSONAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Agricultura, ganadería, silvicultura	1.907	50,3
Pesca	6	0,2
Explotación de minas y canteras	145	3,08
Industrias manufactureras	133	3,5
Suministro de gas y agua	23	0,6
Construcción	147	3,9
Comercio al por mayor y menor	697	18,4
Hoteles y restaurantes	74	2,
Transporte y almacenamiento	69	1,8
Comunicaciones	12	0,3
Banca	14	0,4
Administración pública	47	1,2
Enseñanza	16	0,4
Actividades de servicio social y salud	22	0,6
Servicio domestico	67	1,8
Asociaciones	36	0,9
Actividad artesanal	265	7,0
<b>Total</b>	<b>3.792</b>	<b>100,0</b>

**FUENTE:** Plan de desarrollo Parroquial GPSDT

**ELABORACIÓN:** Autoras

En Alluriquín la actividad preponderante es la agricultura y ganadería debido a que las personas tienen sus propias tierras y son intermediarios en la

venta de ganado, luego es la actividad comercial ya sea al por mayor y menor debido a que es un pueblo donde está ubicada la red vial principal que une la sierra con la costa, también están las actividades artesanal existente en la producción de melcocha, maní dulces de guayaba, entre otros que lo realizan artesanalmente, también actividad a la explotación de minas y canteras; industrias manufactureras que hacen una actividad económica dinámica de la parroquia.

### **1.5.2 Agricultura y ganadería**

Es la principal actividad económica de la parroquia, agrupa principalmente a pequeños y medianos productores que en conjunto representan el 50,30% de la población económicamente activa de la zona. Sin embargo de esto, la ganadería es de carácter extensivo, no considera medidas de protección y cuidado de los recursos naturales, y tiene muchas debilidades tecnológicas.

La producción agrícola de Alluriquín es una de las más bajas de la provincia, apenas el 14,9% del suelo es apto para actividades agrícola y se ocupa en estas actividades actualmente el 0,06 % del suelo total de la parroquia. Sobresalen principalmente productos como el plátano, caña de azúcar, cítricos y caña guadua, que son cultivados en unidades de producción menores a 5 Ha. y entre 5 y 20 Ha.

En las zonas altas de Alluriquín prevalecen los bosques (66,32%), algunos de estos declarados como áreas protegidas (Guajalito, Toachi Pilaton, Tanti, Cuenca del Río Lelia). El avance de la frontera agrícola, ha provocado un proceso de erosión intenso que se evidencia principalmente por el elevado deterioro de los recursos naturales, y un desgaste acelerado de los suelos por las fuertes pendientes, común en terrenos laderosos desprovistos de vegetación protectora.

Alluriquín dispone de un 33,20 % de pastizales utilizados en la alimentación de ganado vacuno (doble propósito); estos crecen en suelos pobres, poco desarrollados, con escasa materia orgánica, causando bajos rendimientos que afectan principalmente a la productividad de las reses.

### **1.5.3 Actividad Artesanal**

Dentro de la parroquia se ha desarrollado la actividad artesanal, dedicándose especialmente la producción tradicional de melcochas, maní confitado, dulces de guayaba, licor de sabores entre otros. Al momento existen dos Asociaciones de las cuales una está trabajando conjuntamente con el Consejo Provincial de Santo Domingo, para buscar mejorar el producto a través de nuevos métodos y tecnología.

### **1.5.4 Comercio**

Alluriquín mantiene un activo comercio debido a que la vía principal que une sierra y costa pasando por el pueblo cantidad de turistas, razón por lo cual es el mejor lugar para la venta y comercialización de los productos e intercambio comercial.

## **1.6 OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS**

### **1.6.1 Objetivo General**

Desarrollar el Diagnóstico Situacional con el fin de determinar el área de producción, donde se va a desarrollar el proyecto. Esto permitirá identificar las condiciones óptimas para la creación de una pequeña empresa productora y comercializadora de maní confitado en la parroquia Alluriquín.

### **1.6.2 Objetivos Específicos**

-  Establecer los aspectos legales que regirá la pequeña empresa.
  
-  Determinar el área de investigación.
  
-  Determinar aspectos socioeconómicos del área de consumo del proyecto a implantarse.

- ✚ Analizar aspectos relevantes que inciden al momento de producir e implantar la pequeña empresa.
- ✚ Realizar un análisis del entorno: aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá la empresa productora y comercializadora de maní confitado.

### **1.6.3 Determinación de Variables Diagnósticas**

Para una mejor comprensión y análisis detallamos las principales variables:

- ✚ Aspectos legales
- ✚ Área de Investigación
- ✚ Situación socio-económica
- ✚ Aspectos productivos
- ✚ Análisis del entorno

### **1.6.4 Indicadores de las Variables**

#### **1.6.4.1 Variable: Aspectos Legales**

- a. Ley de Economía Popular y Solidaria
- b. Requisitos de Constitución
- c. Permisos de funcionamiento
- d. Documentos Legales

#### **1.6.4.2 Variable: Área de investigación**

- a. Estadísticas
- b. Grupo de edad
- c. Género

**1.6.4.3 Variable:** Situación socio económica

- a. Situación económica del consumidor
- b. Disponibilidad económica

**1.6.4.4 Variable:** Aspectos productivos

- a. Proveedores
- b. Competencia
- c. Precio
- d. Financiamiento

**1.6.4.5 Variable:** Análisis del Entorno

- a. Aliados
- b. Oponentes
- c. Oportunidades
- d. Riesgos

## 1.6.5 Matriz de Relación Diagnóstico

**Cuadro N° 5  
MATRIZ RELACIÓN DIAGNÓSTICO**

OBJETIVOS	VARIABLES	INDICADORES	FUENTE	INSTRUM.
Establecer los aspectos legales para la pequeña empresa	Aspectos legales	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ley de Economía Popular y Solidaria</li> <li>➤ Requisitos de Constitución</li> <li>➤ Permisos de Funcionamiento</li> <li>➤ Documentos Legales</li> </ul>	Secundaria	Documental
Determinar el área de investigación	Área de investigación	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Comunidad</li> <li>➤ Grupo de edad</li> <li>➤ Género</li> </ul>	Secundaria	Documental
Determinar aspectos socioeconómicos del área de consumo del proyecto a implantarse	Situación socio económica	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Situación económica del consumidor</li> <li>➤ Disponibilidad económica</li> </ul>	Secundaria	Documental
Analizar los aspectos relevantes que inciden al momento de producir e implantar la pequeña empresa	Aspectos productivos	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Producción</li> <li>➤ Producto</li> <li>➤ Proveedores</li> <li>➤ Competencia</li> <li>➤ Financiamiento</li> </ul>	Secundaria Primaria	Documental Observación
Realizar un análisis del entorno: aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que tendrá la empresa productora y comercializadora de maní confitado	Análisis del entorno	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Aliados</li> <li>➤ Oponentes</li> <li>➤ Oportunidades</li> <li>➤ Riesgos</li> </ul>	Primaria	Observación

**FUENTE:** Planteamiento de objetivos, variables e indicadores

**ELABORACIÓN:** Las autoras

## **1.6.6 Fuentes de Información**

Para realizar el presente diagnóstico situacional se tomó datos e información del Plan de Ordenamiento Territorial (POT) Parroquial Alluriquín, Gobierno Provincial Santo Domingo de los Tsáchilas, Ilustre Municipio de Santo Domingo, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, Internet, textos, revistas y observación directa.

## **1.7 ANÁLISIS DE VARIABLES DIAGNÓSTICAS**

### **1.7.1 Aspectos Legales**

#### **1.7.1.1 Ley de Economía Popular y Solidaria**

La Constitución en su capítulo tercero de Soberanía alimentaria en su Art. 281 literal 1 dice que es un objetivo estratégico y una obligación del Estado:(REGISTRO OFICIAL, 2008): “Impulsar la producción, transformación agroalimentaria y pesquera de las pequeñas y medianas unidades de producción, comunitarias y de la economía social y solidaria”, pág. 51. Para ello se crea la Ley de Economía Popular y Solidaria, que también lo da a conocer en la Constitución de la República del Ecuador; establece en el capítulo cuarto de Soberanía Económica sección primera Art. 283.- (REGISTRO OFICIAL, 2008): “El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la Constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la Ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios”, Pág. 52.

Puesto que la pequeña empresa unipersonal se dedicará a la producción de bienes de consumo se registrará bajo la ley de economía popular y solidaria; como se lo ha expuesto anteriormente y consta en la Constitución; en el Art. 1: (REGISTRO OFICIAL, 2011) “Para efectos de la presente Ley, se entiende por economía popular y solidaria a la forma de organización económica, donde sus

integrantes, individual o colectivamente organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital”, pág. 2.

La pequeña empresa está considerada como una organización de economía popular y solidaria, puesto que se la implementará por la necesidad de satisfacer las preferencias de los consumidores y generar ingresos para su familia, generando fuentes de trabajo. Y se regirá por la presente ley, que reconoce en el capítulo II de las unidades Económicas Populares, Art. 73.- (REGISTRO OFICIAL, 2011): “Son unidades económicas populares: las que se dedican a la economía del cuidado, los emprendimientos unipersonales, familiares, domésticos, comerciantes minoristas y talleres artesanales; que realizan actividades económicas de producción comercialización de bienes y prestación de servicios que serán promovidas fomentando la asociación y solidaridad”, pág. 9.

Como es una pequeña empresa que se dedicará a la producción de maní confitado de forma unipersonal, la Ley de Economía Popular y Solidaria en su Art. 73, reconoce como emprendimientos unipersonales (REGISTRO OFICIAL, 2011), que: “Son personas o grupos de personas que realizan actividades económicas de producción, comercialización de bienes o prestaciones de servicios en pequeña escala efectuada por trabajadores autónomos o pequeños núcleos familiares, organizadas como sociedades de hecho con el objeto de satisfacer necesidades, a partir de la generación de ingresos e intercambio de bienes y servicios. Para ello generan trabajo y empleo entre sus integrantes”, pág. 9.

### **1.7.1.2 Requisitos de Constitución**

Para la constitución de la misma se lo realizará de acuerdo como lo establece el ente regulador para pequeñas empresas o lo que establece en el Reglamento Ley de Economía Popular y Solidaria en su Art. 10 del Registro

Público para los emprendimientos unipersonales; (REGISTRO OFICIAL, 648, 2012) manifiesta “Los emprendimientos unipersonales, familiares o domésticos se registrarán presentando una declaración suscrita por el titular de la unidad, en la que conste el tipo de actividad, los nombres y apellidos de los integrantes y copia de cédula”, pág. 2.

### **1.7.1.3 Permisos de Funcionamiento**

A más de ello se tramitará los permisos de funcionamiento para el inicio de actividades de la pequeña empresa de acuerdo a su jurisdicción como es:

- ✚ Inscripción en el Municipio para el Permiso de Patente.
- ✚ Inscripción en el Servicio de Rentas Internas para la acreditación del Registro Único de Contribuyentes RUC.
- ✚ Inscripción en el Cuerpo de Bomberos para el permiso de funcionamiento bajo las medidas de Seguridad.
- ✚ Inscripción en el Ministerio del Interior para el funcionamiento de la pequeña empresa calificada como confitería.
- ✚ Inscripción en la Dirección Provincial de Salud para la obtención del Permiso de Funcionamiento en la inocuidad de alimentos.
- ✚ Inscripción del producto en el INSPI (Instituto Nacional de Salud Pública e Investigación) para el registro sanitario.

### **1.7.1.4 Documentos Legales**

El éxito de toda pequeña empresa está en cómo sustentar cada uno de sus ingresos y gastos por lo que deberá regirse en lo que establece el Servicio de Rentas Internas y para lo cual deberá contar con los siguientes documentos que sustenten su base legal económica:

- ✚ Facturas
- ✚ Liquidación de compras de bienes o prestación de servicios
- ✚ Guías de Remisión
- ✚ Comprobantes de Retención

## 1.7.2 Área de Investigación

Para el desarrollo del proyecto se determinará cuál será el área de investigación de acuerdo a los siguientes parámetros.

### 1.7.2.1 Comunidad

La investigación se la realizará en la provincia Tsáchila por lo que se tomará datos estadísticos reales del INEC censo poblacional 2010 y del Servicio de Rentas Internas; de los cuales se segmentará el mercado a distribuir como lo serán: los niños de escuelas, jóvenes de colegios, universidades, a más de ello se tomará en cuenta el número de establecimientos dedicados a la venta de productos de confitería.

### 1.7.2.2 Grupo de edad

De acuerdo a los datos otorgados por el INEC que reveló el Censo poblacional 2010 se tienen los siguientes datos estadísticos:

**CUADRO N° 6  
GRUPO DE EDAD**

<b>PARROQUIAS</b>	<b>De 0 a 14 años</b>	<b>De 15 a 64 años</b>	<b>De 65 años y más</b>	<b>Total</b>
ALLURIQUIN	3.219	5.711	795	9.725
EL ESFUERZO	2.084	3.294	385	5.763
LUZ DE AMERICA	3.792	6.466	623	10.881
PUERTO LIMON	3.217	5.571	556	9.344
SAN JACINTO DEL BUA	4.054	6.913	751	11.718
SANTA MARIA TOACHI	2.009	3.242	364	5.615
SANTO DOMINGO	102.620	188.544	14.468	305.632
VALLE HERMOSO	3.264	5.531	540	9.335
<b>Total</b>	<b>124.259</b>	<b>225.272</b>	<b>18.482</b>	<b>368.013</b>

FUENTE: INEC Censo Poblacional 2010

ELABORACIÓN: Autoras

De acuerdo a los datos estadísticos proporcionados por el INEC del censo poblacional existen 368.013 habitantes distribuidos por edades de 0 a 14 años con una población de 124.239; de 15 a 64 años con una población de 225.272 y de 65 años en adelante con una población de 18.482; de los cuales en el estudio de mercados se determinará, cuántos están en la escuela de sexto de básica en adelante; colegio, universidades; puesto que será la población a encuestar.

### 1.7.2.3 Género

**CUADRO N°7  
GÉNERO POBLACIONAL**

<b>PARROQUIAS</b>	<b>Hombre</b>	<b>Mujer</b>	<b>Total</b>
ALLURIQUÍN	5.023	4.702	9.725
EL ESFUERZO	3.020	2.743	5.763
LUZ DE AMERICA	5.690	5.191	10.881
PUERTO LIMON	4.892	4.452	9.344
SAN JACINTO DEL BUA	6.134	5.584	11.718
SANTA MARIA DEL TOACHI	2.991	2.624	5.615
SANTO DOMINGO DE COLORADOS	150.428	155.204	305.632
VALLE HERMOSO	4.880	4.455	9.335
<b>Total</b>	<b>183.058</b>	<b>184.955</b>	<b>368.013</b>

**FUENTE:** INEC Censo Poblacional 2010

**ELABORACIÓN:** Autoras

En la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas y de acuerdo a los datos estadísticos tiene una población de 368.013 habitantes de los cuales hay 184.955 mujeres y 183.058 hombres y en comparación hay más mujeres.

### 1.7.3 Situación socio económica

La situación económica de los consumidores está basada en los ingresos obtenidos por cada uno y para el estudio se analizará desde la perspectiva de las siguientes variables.

### **1.7.3.1 Situación económica del consumidor**

Se puede determinar que el consumo de un producto está influenciado por el ingreso disponible con el que cuenta el consumidor; hoy se puede decir que la situación actual del país tiene mucho que ver con el gasto de consumo; y para que este proyecto sea factible y el proceso de toma de decisión de un consumidor no requiera de un estudio exhaustivo al adquirirlo.

Se debe innovar el producto para que sea bueno, de calidad, apetecible y aun costo accesible para el consumidor y de acuerdo al INEC, en los datos económicos del país se estableció un índice muy confiable de consumo que se encuentra alrededor del 44.2%. Esto quiere decir que los consumidores podrán gastar un 44.2% de sus sueldos en gastos de consumo.

### **1.7.3.2 Disponibilidad económica**

Se debe considerar que por ser estudiantes dependen económicamente de sus padres y ellos deciden el porcentaje asignarles a cada uno de sus hijos dependiendo del nivel de estudio en que se encuentren.

La disponibilidad económica de un estudiante depende de los ingresos obtenidos por sus padres o por los trabajos individuales que puedan tener en sus tiempos libres o ahorros de los dineros dados para sus estudios.

## **1.7.4 ASPECTOS PRODUCTIVOS**

Para la implantación del proyecto se debe considerar y analizar varios aspectos que pueden afectar el buen funcionamiento de la pequeña empresa como:

#### 1.7.4.1.1 Producción

El Gobierno Autónomo Descentralizado de Alluriquín, de acuerdo al Plan de Desarrollo Parroquial, dentro de sus objetivos tiene como prioridad, (GAD, 2012): “impulsar la producción artesanal y productiva de la parroquia, en convenio con las Instituciones del Estado que otorgan asesoría en mejora de procesos productivos, innovación tecnológica, registros sanitarios, legal, inocuidad de alimentos, buenas prácticas de manufactura, entre otros que sean necesarios para mejorar la producción”, pág. 18; para lo cual han determinado los productores beneficiados en las distintas áreas de producción, para el desarrollo del presente proyecto, se tomara los datos de producción artesanal en la rama de confitería de maní confitado quienes serán la competencia.

#### 1.7.4.1.2 Producto

Según el Diario Centro de Santo Domingo; (MENDOZA, 2010) manifiesta: “Yendo por la calle, viajando en un bus, antes de entrar al cine, escuelas, colegios y en otros sin fin de lugares puedes encontrar vendedores de *maní confitado*. **Cuarenta minutos** en promedio demora **elaborar** estas pequeñas tentaciones, cuyo sabor envuelve a miles de personas incluso, más de una vez al día, por ser cien por ciento natural. Su ingrediente principal, el maní, es una planta cultivada en **América desde hace 4,000 ó 5,000 años**. Los conquistadores españoles observaron su consumo en el territorio y alrededores del Imperio Inca. **Su fruto seco, de tipo legumbre**, contiene semillas apreciadas por ser actores primordiales en la creación de **verdaderos manjares**, como sucede con el *maní confitado*. Quienes han tenido la oportunidad de probarlo, saben de la crujiente sensación que produce. Por ello están convencidos que nunca pasará de moda y que podrán hallarlo al voltear de cada esquina”, pág. 8.

#### 1.7.4.1.3 Proveedores

De acuerdo a la investigación realizada por el INIAP; Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias; publicada en el Programa Nacional de Oleaginosas en Tecnologías Desarrolladas, se cultiva el maní en las provincias

de Manabí, Loja y zonas semi secas de El Oro y su costo varía de acuerdo a la producción y el cambio climático que se mantenga en el año.

Estas son las ciudades provenientes del maní, pero su comercialización la hacen a nivel nacional y de acuerdo a la técnica de observación aplicada, los proveedores dejan el producto donde sus clientes deseen, esto hace que los costos por transporte disminuyan.

#### 1.7.4.2 Competencia

En el Plan de Desarrollo Parroquial se establece, doce los productores artesanales que serán beneficiados por las diferentes asesorías que darán las instituciones públicas, de los cuales: cuatro se dedican a la producción de maní confitado; por lo que justifican esta inversión en los productores porque: (GAD, 2012): “No cuentan con procesos nuevos, innovadores, ocupación de tecnología, personal capacitado en los procesos productivos y sus productos no tiene registros sanitarios que les permitan ingresar a nuevos mercados y garanticen su consumo”.

**Cuadro N° 8**  
**Producción artesanal: Maní confitado**

<b>INSTITUCIONES PÚBLICAS</b>	<b>ASESORÍA</b>	<b>PRODUCTORES BENEFICIADOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Ministerio de Industrias y Productividad</li> <li>+ Gobierno Provincial Santo Domingo</li> <li>+ Gobierno Municipal Santo Domingo</li> <li>+ Ministerio de Salud</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Reg. San. Y representación técnica</li> <li>+ Proyectos e innovación tecnológica, entre otros</li> <li>+ Mercadeo, nuevos procesos productivos</li> <li>+ Buenas prácticas de manufactura e inocuidad de alimentos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Bocadoitos Diana</li> <li>+ La Colmena</li> <li>+ Manicitos Adriana</li> <li>+ Manicitos Mayita</li> </ul>

**Fuente:** Plan de Desarrollo Parroquial (GAD Parroquial Alluriquín)

**Elaboración:** Las Autoras

### 1.7.4.3 **Financiamiento**

Como financiamiento existen las instituciones públicas y privadas que se encargan de otorgar préstamos a microempresarios, pequeñas y medianas empresas para el crecimiento de sus negocios, con una tasa de interés aplicable en el mercado con cuotas accesibles. Entre estos tenemos:

- ✚ **Banco Nacional de Fomento:** financia hasta el 80% del proyecto de la inversión a realizar; con una tasa de interés para producción del 11,20%.
- ✚ **Corporación Financiera Nacional:** financia hasta 80% del proyecto de la inversión a realizar; con una tasa de interés de 11,00% para producción.
- ✚ **Banco Pichincha; Credife:** de 200 usd hasta 20.000 usd; préstamos para desarrollo productivo.
- ✚ **Banco Finca:** ofrece crédito desde: \$ 800 hasta 10.000 usd; con una tasa de interés de del 26,75%.
- ✚ Entre otros bancos y cooperativas financieras que se encargan de apoyar a pequeñas y medianas empresas.

## 1.7.5 **DIAGNÓSTICO EXTERNO**

### 1.7.5.1 **Aliados**

- ✚ Los consumidores de maní confitado, se encuentran en una edad promedio de 14 años, esto asegura un consumo a futuro.
- ✚ La producción contará con el aval de un Químico en alimentos que garantice que el producto es apto para el consumo humano.
- ✚ Personal capacitado por profesionales en diferentes temas: nuevos procesos productivos, innovación tecnológica, buenas prácticas manufacturas, inocuidad de alimentos, entre otros.
- ✚ Los proveedores de materia prima, al ser un pilar muy importante en la producción.

- ✚ La Comunidad de Alluriquín constituye el aliado más importante porque conocen y saben producir el maní confitado.

### **1.7.5.2 Oponentes**

- ✚ Entre los principales oponentes se establece a la competencia de las microempresas existentes en el mercado local.
- ✚ Situación económica de los consumidores depende de los ingresos que obtienen o les otorguen los padres de familia.
- ✚ Créditos de banca privada en montos mínimos; con tasas de interés altas, plazos y políticas fiscales y financieras inestables.
- ✚ Precios variables en el costo de la materia prima, que es indispensable para la producción.
- ✚ Demasiada documentación y trámites burocráticos.

### **1.7.5.3 Oportunidades**

- ✚ Financiamiento de la banca pública, que ayuda a empresarios que desean implantar pequeñas empresas.
- ✚ Existe una escasa competencia local, es decir una oferta limitada constituida por personas que producen y venden este producto de forma no habitual.
- ✚ El producto es conocido en el mercado local y provincial, como un producto cien por ciento natural.
- ✚ Y para que el proyecto se desarrolle de la mejor manera se cuenta con el Convenio que mantiene el GAD Parroquial Alluriquín con los diferentes gobiernos locales; para asesorías a los pequeños productores.

#### **1.7.5.4 Riesgos**

- ✚ Producción y cambios climáticos puede ocasionar escases y costos altos de la materia prima.
- ✚ La falta de leyes regulatorias y estables que garanticen la estabilidad económica y productiva.
- ✚ Tasas de interés cambiables en el mercado.
- ✚ Descompensación del producto en menos días de lo establecido, lo que puede ocasionar pérdidas económicas.

### **1.8 DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE INVERSIÓN**

La pequeña empresa es el motor de la economía en la mayoría de los países del mundo y porque no serlo en nuestro país, sacándolos del ocultamiento y reconociendo, cada uno de sus logros.

Las pequeñas empresas tiene necesidades particulares, únicas y diferentes que deben ser adaptadas a las leyes, principios y reglas de la economía de cada uno de sus países y ajustarse a cada una de sus problemáticas como escases de recursos, falta de liquidez, aislamiento, inexperiencia gerencial, escasa utilización de tecnología, falta de competitividad, visión y pensamiento estratégico y muchas de estas razones hacen que empresas pequeñas quiebren o cierren sus negocios.

Para la determinación de la oportunidad de la inversión se analizó a través del diagnóstico situacional tanto interno, como externo, determinando las necesidades o características comunes al momento que se decide invertir en la producción de un producto; para lo cual se determinó quienes son los aliados y oportunidades que existen en el mercado.

También se debe tener en cuenta cual el segmento de mercado al que estar dirigido el producto, por ende debe realizarse un análisis adecuado y minucioso y de acuerdo a ello, plantear los objetivos a seguir.

Se consideró la ubicación inicial donde se implantará la pequeña empresa; conocer todo lo referente al lugar, su ambiente, comunidad, competidores, proveedores, consumidores y como realizar el financiamiento para crear la pequeña empresa.

La pequeña empresa contará con innovación tecnológica para garantizar uno de los procesos productivos, y mejorar la calidad del producto disminuyendo costos para que los consumidores puedan acceder sin ninguna dificultad.

Todas las pequeñas empresas deben aprovechar la ayuda que presta el gobierno a través de los gobiernos locales en el proceso y obtención de registros sanitarios, asesoría para su creación, equipamiento, capacitación y todo lo concerniente a la organización de la interna de la planta.

Para implantar la pequeña empresa se cuenta con el financiamiento de la banca privada y pública a través del Banco Nacional de Fomento o la Corporación Financiera Nacional que financian con el 80% hasta el 100% de la totalidad de proyectos productivos.

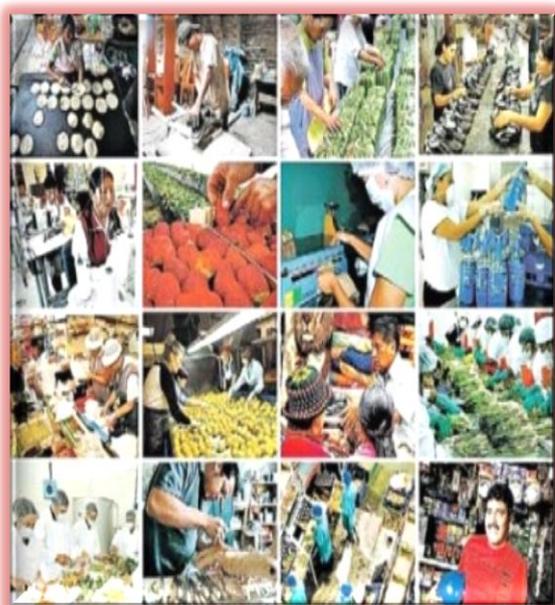
Una oportunidad que sede aprovechar para ingresar a nuevos mercados con innovación de nuevos productos a pesar de que el producto es reconocido y aceptado de la mejor manera en el mercado actual.

## CAPÍTULO II

### 2 MARCO TEÓRICO

#### 2.1 Pequeña empresa

##### 2.1.1 Definición



En nuestro país a la pequeña empresa, lo definen a través del Código de Producción, (REGISTRO, 2010), Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.- “Pequeña empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para

cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código”.

Nosotras le definiremos así: Pequeña Empresa es toda persona natural o jurídica que ejerce una actividad económica y cumple con parámetros requeridos, como número de personal mínimo, con un nivel de venta anual.

##### 2.1.2 Categorización de la Pequeña Empresa

De acuerdo al Ministerio de Industrias y Productividad y basándose en la categorización que tiene la Comunidad Andina de Naciones, se categoriza a la pequeña empresa de la siguiente manera:

**CUADRO N° 9**  
**CATEGORIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA**

TIPO	NUMERO DE EMPLEADOS	TOTAL DE ACTIVOS FIJOS	LIMITE DE VENTAS
Pequeña Empresa	10 – 49	\$ 100.001 hasta \$ 750.000,00	\$ 1.000.000,00

**FUENTE:** Ministerio de Industrias y Productividad, Fondepyme.

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

### 2.1.3 Características de la pequeña empresa

- ✚ Es una empresa de tipo familiar
- ✚ Se mantienen en el mismo mercado
- ✚ El mercado local es el objetivo predominante
- ✚ Crece por la reinversión de utilidades
- ✚ Número de empleados no supera las 45 personas
- ✚ Requieren de exigencias técnicas, de calidad y legales
- ✚ Escasa capacidad de negociación
- ✚ Débiles de encadenamientos productivos
- ✚ Costos elevados por desperdicios de materia prima.

### 2.1.4 Fortalezas de la pequeña empresa

- ✚ Representa un porcentaje alto de las unidades productivas
- ✚ Generan el 60% de las unidades productivas conjuntamente con la empresa mediana.
- ✚ Participan con el 50% de la producción
- ✚ Amplio potencial redistributivo
- ✚ Capacidad de generación de empleo
- ✚ Flexibilidad frente a los cambios
- ✚ Cuentan con capital propio

### 2.1.5 Debilidades de la pequeña empresa

- ✚ Insuficiente y/o inadecuada tecnología y maquinaria para la fabricación de productos
- ✚ Insuficiente capacitación del talento humano
- ✚ Insuficiencia de financiamiento
- ✚ Insuficiente cantidad productiva

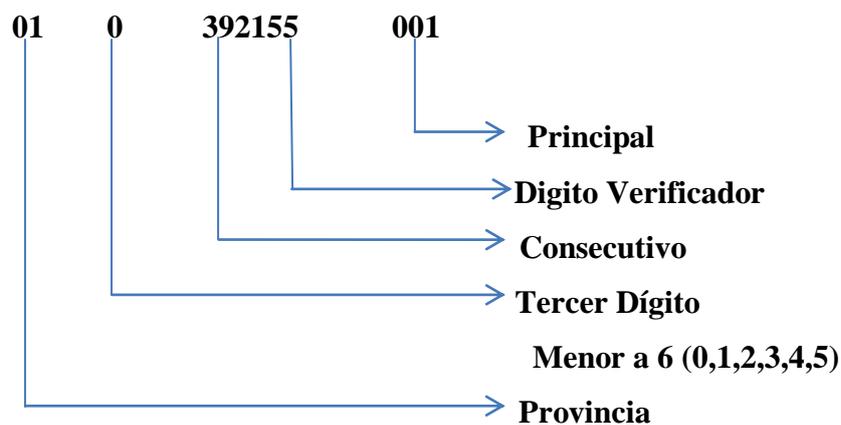
### 2.1.6 Ventajas de la pequeña empresa

- ✚ Recursos sin explotar y útiles
- ✚ Mano de obra hábil y barata
- ✚ Aplicación de regímenes aduaneros especiales
- ✚ Competitivas y comparativas

## 2.2 Tratamiento tributario

### 2.2.1.1 RUC

Como Persona Natural que realiza una actividad económica están obligadas a inscribirse en el RUC, emitir y entregar comprobantes de venta autorizados por el SRI, por todas sus transacciones y presentar declaraciones de impuestos de acuerdo a la actividad económica.



## 2.2.2 Impuesto a la Renta

Se entiende por Impuesto a la Renta al impuesto que grava a los ingresos anuales que posee el contribuyente. Y para la aplicación del impuesto se considera si es para personas naturales la tabla de Impuesto a la Renta que es establecida cada año por el Servicio de Rentas Internas y si es para personas jurídicas se aplica el porcentaje de impuesto a la renta vigente.

✚ Tabla de Impuesto a la Renta personas naturales

**CUADRO N° 10**  
**TABLA DE IMPUESTO A LA RENTA 2013**

TABLA IMPUESTO A LA RENTA 2013, PERSONAS NATURALES			
Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto a la Fracción Básica	% Impuesto a la fracción excedente
0	10,180	0	
10,180	12,970	0	5%
12,970	16,220	140	10%
16,220	19,470	465	12%
19,470	38,930	855	15%
38,930	58,390	3,774	20%
58,390	77,870	7,666	25%
77,870	103,810	12,536	30%
103,810	En adelante	20,318	35%

Resolución: NAC-DGERCGC12-00835

FUENTE: SRI, Ley de Régimen Tributario Interno

✚ Tarifa impositiva para año 2013 es el 22%

### 2.2.2.1 Políticas de Gobierno en favor de las pequeñas empresas

✚ Fortalecer la competitividad y productividad mediante la aplicación de medios para facilitar el acceso al crédito, mejorar la calidad de los programas de capacitación de los recursos humanos, impulsar el desarrollo de nuevas tecnologías y mejorar el marco jurídico.

- ✚ Fortalecer a los sectores productivos más vulnerables como son las pequeñas, medianas, etc.
  
- ✚ Dar el apoyo a la institucionalización de la normalización y calidad de los productos.
  
- ✚ Diseñar y aplicar políticas para el financiamiento de la producción de la pequeña industria

### **2.3 ORGANIZACIÓN**

(ANZOLA ROJAS, 2010), manifiesta: “organizar una empresa pequeña es coordinar todas las actividades o trabajos que se realizan en la misma para alcanzar los objetivos propuestos en la planeación”. Pág. 94. Por lo que lo defino como: una empresa pequeña donde el dueño tiene el poder sobre las decisiones del futuro de la misma, y desde esa perspectiva el éxito o fracaso dependen en gran medida de cómo se desenvuelve el microempresario.

En el Ecuador todos los Ministerios tienen facultad para aprobar la jurisdicción de cualquier organización dependiendo del fin social; ya que así lo faculta la CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA, y con la nueva Ley de Economía Popular y Solidaria que reconoce los emprendimientos asociativos o unipersonales ya sean productivos o de servicio social.

Por lo que para la creación de la pequeña empresa unipersonal de maní confitado podrá darle vida jurídica en el Ministerio de Economía Popular y Solidaria a través de la Superintendencia, a través de un oficio dirigido al o la Ministra, haciendo constar la voluntad de pertenecer a ese régimen productivo, con su respectiva documentación.

El o la Ministra se encargará de otorgar una certificación de constar bajo ese Régimen y otorgarle todos los beneficios como productores.

### **2.3.1 Estructura orgánica**

Se conoce como se da la autoridad y responsabilidad de jerarquías, alcance de competencias, responsabilidades, línea de autoridad y coordinación y en general observar la interrelación entre los componentes de la organización formal.

### **2.3.2 LEGISLACIÓN RELACIONADA CON LA PEQUEÑA EMPRESA**

Todo individuo o grupo de personas que va iniciar con una actividad económica debe cumplir con las leyes y normas establecidas por el régimen de gobierno.

### **2.3.3 OBLIGACIONES TRIBUTARIAS**

Servicio de Rentas Internas manifiesta: “es la relación jurídica existente entre el estado y los contribuyentes o responsables del pago de tributos, en virtud de la cual se debe satisfacer el pago de un tributo ya sea en efectivo, especies o servicios”. Servicio de Rentas Internas para obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes) o RISE

### **2.3.4 OTRAS OBLIGACIONES**

A más de la anterior debe cumplir con otros permisos:

-  Impuesto predial
-  Patentes municipales
-  Permiso de Funcionamiento ante la Dirección Provincial de Salud.
-  Permiso de Funcionamiento de los Bomberos
-  Registro Sanitario

## 2.4 MANI Y SU INDUSTRIALIZACIÓN

### 2.4.1 PRODUCCIÓN AGRICOLA

#### 2.4.1.1 MANI



Pertenece a la familia de las leguminosas, es originario de la zona andina del noroeste de Argentina, Perú, Bolivia, Brasil y Paraguay; se cultiva a gran escala en China e India. Los indios extendieron su cultivo en otras regiones americanas y los colonizadores lo hicieron en Europa y el continente Africano. En Argentina, Perú y Bolivia se la llama "*Maní*" y en México "*Cacahuete*".

El maní también conocido como cacahuete en diferentes países, es un alimento muy versátil ya que este se puede consumir crudo, asado al horno, tostado o preparado con algún aditivo, incluso en las comidas ya que es un ingrediente principal para algunas recetas de dulces; en fin como sea que este sea consumido aportara un gran valor nutritivo.

#### 2.4.1.2 CARACTERISTICAS

- ✚ Las flores echan raíces en cuanto aparecen las vainas o chauchas,
- ✚ las chauchas que contienen las semillas se encuentran enterradas en la tierra para madurar;
- ✚ son de color castaño amarillento al marrón rojizo, deprimidos entre las semillas y pueden tener hasta 6 semillas.
- ✚ El maní tostado, frito u horneado adquiere un sabor parecido a la nuez.

#### 2.4.1.3 HAY DOS VARIEDADES:

Las erectas y las rastreras.

#### 2.4.1.4 SIEMBRA Y COSECHA



La siembra se debe realizar en la época de lluvia para aprovechar la humedad del suelo, el 40% se realiza en zonas bajas, pero el 60% restante se hace a mayores altitudes, para lo cual es indispensable el uso de canales secundarios de riego.

DIARIO DE NEGOCIOS (AGUILAR, 2010)"Afirman los agricultores que necesitan mayor apoyo de las autoridades gubernamentales en la obtención de créditos para la construcción de dichos canales". Entre los requisitos del Banco Nacional de Fomento, para acceder al crédito 5-5-5, sobre los \$ 2.000, con un plazo de hasta cinco años para el pago, se incluye el contrato de arriendo o título de propiedad del lugar de la inversión. Para los productores es poner en riesgo las propiedades por un valor bajo.

Al ser una actividad familiar, el mejoramiento del grano beneficia la condición de la producción y por ende de la calidad de vida de los agricultores que tienen como sustento esta labor.

Para inicios del mes de mayo el INIAP liberará una nueva variedad de la semilla en el cantón Palta (Loja), en la granja El Almendral, esperan la asistencia de unos 700 agricultores que serán parte de la repartición de la nueva semilla y capacitación para el uso adecuado.

Los productores coinciden en que gracias a los rendimientos antes mencionados el uso de esta variedad podría ayudar a solucionar, en parte, la problemática de los agricultores dedicados al cultivo de esta oleaginosa. Así las cosas, el Estado tiene la palabra.

El quintal de maní pelado los agricultores venden en \$48 y \$50. DIARIO DE NEGOCIOS (AGUILAR, 2010)"Ahora la cosecha es baja, solo se están comercializando alrededor de 150 sacos a la semana" aseguran los productores.

#### **2.4.1.5 SU ELECCIÓN:**

Si escoge el maní con cáscara, no tienen que tener manchas y estar libres de polvo. Los tostados suele coger olor a rancio, probar antes de comprar es una buena solución.

#### **2.4.1.6 SE CONSUMEN**

✚ Crudos, tostados, fritos en el aperitivo generalmente acompañando una cerveza, se sirven salados o sin sal, con cáscara o pelados.

✚ Con el Maní se elabora un aceite vegetal usado en las zonas tropicales americanas para cocinar,

✚ También se utilizan para la elaboración de tartas, galletas, pasteles, mantequilla, dulces, etc.

✚ Tanto en Bolivia como en Ecuador se pulveriza para agregar y espesar salsas de guisos.

✚ Método de tostado: Retirar de su vaina el maní y extender sobre una plancha, hornear durante 10 minutos a 170° de temperatura, si tienen cáscara dejarlos 20 minutos. Para pelar los maní tostados frotar sobre un paño de cocina.

✚ En el país, la mayor parte de la producción se utiliza para la confitería, la misma que se consume en su totalidad.

#### **2.4.1.7 PROPIEDADES DEL MANÍ:**

Fuente natural de proteína, más de un 30 % y 50 % grasas insaturadas que disminuye el colesterol, es un alimento muy apreciado que ha sido acogido como alimento diario en muchas culturas. Contiene fitosteroles favorable para disminuir el colesterol, muy rico en Vitamina E y aporta minerales como Sodio, Potasio, Hierro, Magnesio, yodo, cobre y Calcio. Sus sustancias antioxidantes como los tocoferoles y resveratrol tienen importancia en la prevención del cáncer y enfermedades cardiovasculares. También su consumo previene litiasis, diabetes de T2 y ciertos tipos de cáncer.

#### **2.4.1.8 LUGARES DONDE SE CULTIVAN**

Las zonas de mayor producción están ubicadas en Loja, Manabí, El Oro y Guayas y se siembran entre 15 mil y 20 mil hectáreas a nivel nacional. Lucarqui, Higinda, Almendral, Casanga, Macandamine, Playas y Yamana, Cata cocha - Macará en el valle de Casanga del cantón Paltas de la provincia de Loja

#### **2.4.1.9 COMERCIALIZACIÓN DEL MANÍ**



El 80% del maní se comercializa descascarado, los usos más frecuentes son para la confitería y la elaboración de aceite, los residuos sirven para alimento de ganado.

#### **2.4.1.10 EXPORTACION**

El bajo rendimiento del maní impide la exportación esto lo ha publicado el 11/Enero/2010 | 00:07 el DIARIO DE NEGOCIOS (AGUILAR, 2010) y dice “Los agricultores piden apoyo al Gobierno para el mejoramiento de la semilla y la obtención de créditos para los sistemas de riego. El rendimiento de la semilla tradicional de maní en el país es bajo, únicamente se obtenían 800 quintales por hectárea con este tipo de germen, asegura Ricardo Guamán, jefe del programa de oleaginosas de Boliche, quien indica que las variedades que ofrece el Instituto Nacional Autónomo de Investigación Agropecuaria (INIAP) permiten incrementar el rendimiento a 3000 quintales por cada hectárea.”

Únicamente cuando la producción en Colombia baja, el vecino país acude, principalmente a Loja, para obtener la oleaginosa, pero no se lo puede catalogar como un producto de exportación, a pesar de que una de las potencialidades es que se lo cosecha y selecciona manualmente, lo que hace posible la detección de enfermedades y prevé la calidad del grano.

## 2.4.2 INDUSTRIALIZACIÓN DEL MANÍ

Es el proceso productivo o transformación que se le da al maní para que este sea consumido por los clientes, es un alimento muy nutritivo preferido por grandes y pequeños, entre estos tenemos:

- ❖ Maní en pasta
- ❖ Maní con sal
- ❖ Maní con dulce
- ❖ Maní confitado
- ❖ Bocadillos
- ❖ Aceite de maní
- ❖ Alfeñiques con maní
- ❖ Melcocha con maní
- ❖ Tartas
- ❖ Galletas
- ❖ Pasteles, entre otros

### 2.4.2.1 PROCESOS DE PRODUCCIÓN DEL MANÍ CONFITADO

Antes de hablar del proceso productivo conozcamos como se dio el inicio y donde se produce. Este producto se da en Alluriquín, es una de las primeras parroquias de Santo Domingo; está situada a unos 25 Km. de la misma, por la vía Quito. Cuenta con una población de 19 mil habitantes. La zona se caracteriza por la ganadería, obteniéndose leche y queso para la comercialización.

El segundo rubro tiene que ver con la elaboración de melcochas y **maní confitado**, trabajo que realizan en familia. Así mismo extraen aguardiente de la caña de azúcar, producto que venden en la región. También se destaca la fabricación de panela y otros derivados. La agricultura tiene un espacio importante ya que se producen: taxo, naranjilla, tomate de árbol, plátano y otros.

Este sector manufacturero empieza en 1989 con una sola familia, que se dedicaba a la producción de dulces entre estos el maní confitado, porque era un complemento para vender otros dulces, aunque no lo realizaban en grandes cantidades; sin embargo hoy se venden en cantidades mayores y existen solo cuatro familias que se dedican a esta producción.

## 2.4.2.2 Proceso de producción

### 2.4.2.2.1 Limpieza del maní



Antes de proceder a elaborar el maní confitado los productores primero realizan la limpieza del maní, proceden a zarandear para que caiga la tierra luego, escogen el maní rancio, piedritas y cáscaras que son propias del maní.

### 2.4.2.2.2 Remojar el maní



Luego de haber realizado la limpieza ellos remojan el maní en lavacaros de acero inoxidable con poca cantidad de agua lo realizan por unos 15 minutos, debido a que el grano es muy seco y pequeño; esto hace que el maní aumente en volumen y peso; por lo que se obtiene mayor producción.

### 2.4.2.2.3 Tostar el maní



Después de los 15 minutos de remojo, ellos llevan el maní a una paila donde ponen a tostar conjuntamente con la azúcar en cantidades iguales, lo menean hasta queda el punto; luego de esto lo sacan al maní confitado en una mesa forrada con el mismo papel de la azúcar para enfriarlo, el mismo que es puesto en fundas de azúcar hasta ser empacado.

#### **2.4.2.2.4 Empaque del Maní Confitado**

El empaque es muy importante ya que es la imagen o presentación del producto en el mercado, es por esto que las se lo presentan en dos modelos al granel es decir suelto en un solo empaque y a palillos que es llenado en dos empaques diferentes para que así recién llegue al consumidor.

#### **2.4.2.2.5 Equipos**

Para la realización del maní confitado ellos utilizan los siguientes implementos:

- ❖ Pailas de aluminio
- ❖ Paletas de madera
- ❖ Tasonas o vasos plásticas como medida
- ❖ Cocina Industrial
- ❖ Guantes
- ❖ Mesas
- ❖ Perchas
- ❖ Cilindros de gas industrial
- ❖ Mecheros a base de alcohol
- ❖ Máquina selladora

#### **2.4.2.2.6 Insumos**

Para elaborar el maní confitado se necesitan las siguientes materias primas:

- ✚ Maní
- ✚ Azúcar
- ✚ Agua
- ✚ Ajonjolí
- ✚ Papel polifán o celofán
- ✚ Fundas celofán
- ✚ Sacos de distintas medidas
- ✚ Cartones

### **2.4.3 Comercialización del maní confitado**

En un negocio o empresa ya sea esta comercial, productiva de bienes o servicios su razón de ser y el desarrollo de la misma se da por el nivel de comercialización que esta pueda tener, así la empresa tendrá mayores ingresos y una buena rentabilidad.

El maní confitado lo entregan al por mayor y menor, ya sea este en cualquiera de las dos presentaciones a granel con o sin ajonjolí y en tubitos; debido a la competencia, el costo del mismo lo pone la oferta, a pesar de que el precio del maní y la azúcar es alto.

Lo comercialización de este producto se lo realiza en Guayaquil, Esmeraldas, Manabí, Chone, Lago Agrio, El Coca, entre otras ciudades ya que este es un aperitivo que gusta de grandes y chicos.

## **2.5 EL MARKETING EN LA PEQUEÑA EMPRESA**

Representa la segunda área más importante de la pequeña empresa; a pesar de no tener una investigación de mercado, la publicidad para ellos es familiar y producen sus productos de acuerdo a lo que ellos creen está bien, y se detallan los siguientes aspectos:

### **2.5.1 Producto**

Es un bien que ha pasado por un proceso de transformación, y su buena presentación al cliente depende de la venta final y el uso adecuado del mismo; ya que lo primordial no es solo que el producto cumpla con el fin para el cual fue fabricado, sino que debe lucir una buena presentación que ayude a su comercialización.

### **2.5.2 Publicidad**

(GRUPO, 2009) expresa “la publicidad satisface la necesidad de comunicación externa de la empresa; sin ella resultaría francamente difícil el conocimiento por parte del mercado de sus productos y por consiguiente, sería imposible que la empresa tuviera una buena cifras de venta”, pág. 63. Un buen producto debe estar acompañado por una buena publicidad; para escoger el medio publicitario se lo realiza de acuerdo a la necesidad del producto, más que todo a las posibilidades de la pequeña empresa y su éxito depende que tan efectiva sea la publicidad.

### **2.5.3 Investigación de mercado**

Se entiende por investigación de mercado (ANZOLA S. , 2010) “medio o proceso de recopilar, registrar y analizar datos sobre el mercado específico al que la empresa ofrece sus productos y hacia el cual estará enfocada o dirigida su actividad en la comercialización de los productos y/o servicios”, pág. 30. Pero para las pequeñas empresas esto no es algo importante, pero no se dan cuenta que aquel empresario entre más conozca el mercado en el cual va a incursionar mayor será la probabilidad de éxito en las decisiones tomadas.

### **2.5.4 Precio**

(BACA, 2010) Manifiesta: “El precio es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio”, Pág.44.

De acuerdo a lo manifestado por el autor, el precio es el valor económico que se le da a un bien o servicio para su comercialización con la finalidad de obtener una utilidad. Es el costo adquisitivo de un producto, en el cual el cliente debe adquirirlo y otorga al pequeño empresario ingresos o rentabilidad para su negocio

### **2.5.5 Plaza**

Es la ubicación estratégica de un negocio, para lo cual se debe tomar en cuenta la si la infraestructura es la adecuada, cuenta con todos los servicios básicos, entre otros; y esto permite que el producto este en el lugar, momento y condiciones adecuadas.

### **2.5.6 Demanda**

(SAPAG, 2008)Dice: “Se en entiende por demanda la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad especifica un precio determinado”, Pág. 81. Lo anterior obliga a cada persona a definir una combinación de bienes o servicios que ha de consumir y que maximice su satisfacción.

### **2.5.7 La oferta**

(SAPAG, 2008)Señala: “El término oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios”, Pág. 55. La oferta son todos los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado a un precio definido, para satisfacer las necesidades de los consumidores.

## **2.6 FUNDAMENTOS CONTABLES**

### **2.6.1 Definición**

(OLANO, 2012)Lo define “La contabilidad como sistema de información, provee un gran volumen de diversa información económica y la información de tipo financiero constituye su objeto de estudio”, pág. 11; nosotros la explicaremos como una técnica que nos permite analizar, interpretar y registrar todos los movimientos económicos de una empresa de forma ordenada, que nos permitirán tomar decisiones adecuadas.

## **2.6.2 Importancia de la contabilidad**

Tiene gran importancia en el ámbito económico de cada país, porque nos permite a todas las empresas llevar un control de las transacciones mercantiles y financieras, que nos permitirán aprovechar de la mejor manera el patrimonio con el que cuenta una empresa y obtener mayor productividad.

## **2.6.3 Estados financieros**

(RINCONSOTO & LOOSLI, 2009) manifiestan: “Los Estados Financieros son los resúmenes de la información contable que reflejan la situación financiera de la empresa, dirigidos a los usuarios internos y externos para que puedan evaluar y tomar decisiones con respecto a las actividades y responsabilidades que tienen con los movimientos operaciones y económicos de ésta”, Pág. 286.

Los Estados Financieros tienen como objetivo presentar de forma clara toda la información financiera y operacional de una empresa durante el año en curso, reflejan hechos históricos, y sirven de base para predecir hechos futuros para la adecuada toma de decisiones. Hoy en la actualidad y en nuestro país a partir del año 2011 se adoptó para la presentación de Estados Financieros las Normas Internacionales de Información Financiera.

### **2.6.3.1 Objetivo de los Estados Financieros**

(BRAVO, 2011) expresa: “el objetivo de los Estados Financieros de una pequeña empresa es proporcionar información sobre la situación financiera, el rendimiento y los flujos de efectivo de la entidad que sea útil para la toma de decisiones económicas de una amplia gama de usuarios que no están en condiciones de exigir informes a la medida de sus necesidades específicas de información”. A través de la información presentada se demuestra el rendimiento o los resultados de la administración de la gerencia, su responsabilidad ante la gestión de los recursos que se le confían.

### **2.6.3.2 Características cualitativas de la información en los estados financieros**

Entre las características tenemos:

- ✚ Relevancia
- ✚ Materialidad
- ✚ Comprensibilidad
- ✚ Oportunidad
- ✚ Fiabilidad
- ✚ Integridad
- ✚ Prudencia
- ✚ Esencia sobre la forma
- ✚ Devengo
- ✚ Negocio en marcha

### **2.6.3.3 Estados Financieros a presentar**

- ✚ Estado de Situación Inicial
- ✚ Estado de Resultados
- ✚ Estado de Evolución del Patrimonio
- ✚ Estado de flujo de efectivo
- ✚ Notas Explicativas

## **2.7 Administración**

### **2.7.1 Concepto**

La administración según (KOONTZ & WEIHRICH, 2007); lo define “como el proceso de diseñar y mantener ambientes en los que individuos, que colaboran en grupos, cumplen eficientemente objetivos seleccionados”. Pág. 4. La administración es la capacidad de dirigir a un grupo de personas y recursos, que persigan un objetivo en común, el cual vaya encaminado a obtener éxito y crecimiento empresarial.

El éxito que puede tener una organización al alcanzar sus objetivos, satisfacer sus obligaciones sociales depende del trabajo que realizan sus gerentes y administradores; ya que sobre ellos recae la responsabilidad de administrar todos los recursos con los cuales cuenta la empresa.

### **2.7.2 Proceso administrativo**

El proceso de la administración se refiere a planear y organizar la estructura de órganos y cargos que componen la empresa, dirigir y controlar sus actividades. Dentro del proceso administrativo tenemos:

- ✚ Planeación
- ✚ Organización
- ✚ Dirección
- ✚ Comunicación
- ✚ Control

### **2.7.3 Principios Administrativos**

De acuerdo a Fayol tenemos los siguientes administrativos:

- ✚ División del trabajo
- ✚ Autoridad y responsabilidad
- ✚ Disciplina u orden
- ✚ Unidad de mando
- ✚ Unidad de dirección
- ✚ Subordinación del interés individual al general
- ✚ Remuneración al personal
- ✚ Descentralización vs centralización
- ✚ Jerarquía
- ✚ Iniciativa
- ✚ Equidad
- ✚ Estabilidad del personal
- ✚ Espíritu de grupo o unión del personal

## **2.7.4 ORGANIGRAMAS**

### **2.7.4.1 Concepto de Organigramas**

(MUNCH, Administración, Escuelas, Proceso Administrativo, Áreas Funcionales y Desarrollo Emprendedor, 2007) Asevera: Es la representación gráfica o esquema de la forma en que está estructurada la organización permitiendo entender como están divididas las funciones, así como los niveles de autoridad o jerarquías y las funcionales.

Los organigramas son gráficos que se elaboran de acuerdo, a la estructura administrativa de la empresa, la misma que nos permite dividir las funciones y los niveles de autoridad existentes, demostrados de una manera sistemática, ordenada y sobre todo fácil de entender.

### **2.7.4.2 Importancia de los organigramas**

Los organigramas son instrumentos primordiales de la administración, específicamente de la etapa de organización que nos permiten:

- a) Dar a conocer la división de funciones
- b) Exhibir los niveles jerárquicos existente
- c) Definir las líneas de autoridad y responsabilidad.
- d) Clarificar los canales formales de la comunicación.
- e) Revelar las relaciones existentes entre los diversos puestos de la empresa y en cada departamento o sección.

Para ello es necesarios que en la elaboración de los mismos se deba tomar en cuenta que tienen que ser exactos, vigentes, claros, sencillos y uniformes de manera que cumplas con las necesidades, expectativas y exigencias de la empresa.

## **2.8 EVALUADORES FINANCIEROS**

### **2.8.1 Valor Actual Neto**

(CÓRDOVA, 2006) Dice “el Valor Actual Neto es la diferencia entre los ingresos y egresos incluida la inversión a valores actualizados o la diferencia entre los ingresos netos y la inversión inicial”, pág. 364.

Para nosotros el Van nos ayuda a determinar cuán factible es el proyecto, rentable o no y esto en términos monetarios es la rentabilidad deseada después de haber recuperado la inversión.

### **2.8.2 La Tasa Interna de Retorno**

(JÁCOME, 2005) Afirma: “es la rentabilidad que devuelve la inversión durante su vida útil, tomando en cuenta los flujos de caja proyectados o el momento en el que el VAN = 0”, pág. 84.

Para nosotros el TIR es un indicador financiero que se utiliza para evaluar los proyectos y determinar la factibilidad del mismo, con diferentes tasas de interés.

### **2.8.3 Costo Beneficio**

(CÓRDOVA, 2006) Indica que: “El costo beneficio es la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial”, pág. 369. Nos permite determinar la factibilidad del proyecto.

### **2.8.4 Período de recuperación de la inversión**

(JÁCOME, 2005), expresa: “Este elemento de evaluación económica financiera, permite conocer en qué tiempo se recupera la inversión tomando en cuenta el comportamiento de los flujos de caja proyectados, es un indicador bastante significativo, siempre y cuando exista incertidumbre en lo pronosticado”, pág. 83.

En si los indicadores de evaluación financiera permiten tener una realidad más acertada del proyecto y el periodo de recuperación es un indicador que no toma en consideración el valor del dinero en el tiempo.

### **2.8.5 Punto de equilibrio**

(CHILQUINGA, 2007) lo define: es aquel volumen de ventas donde los ingresos totales se igualan a los costos totales, en este punto la empresa no gana ni pierde”, pág. 49. Se puede mostrar en cantidades y en unidades monetarias, es aquel que permite analizar las características financieras de los sistemas alternativos de producción, es la relación de ingresos y costos totales.

## **CAPÍTULO III**

### **3 Estudio de mercado**

El estudio de mercado permite conocer el éxito o fracaso de un producto, si es factible ingresarlo al mercado tal como se presenta o reajustarlo de acuerdo a las exigencias del consumidor. Por medio de este estudio se puede también determinar la demanda que es el eje principal de todo negocio y cuanto está dispuesto a cancelar un consumidor por la compra de un producto de su preferencia.

#### **3.1 Antecedentes del estudio de mercado**

Alluriquín es una de las primeras parroquias de Santo Domingo, esta zona se caracteriza por ser ganadera, obteniéndose leche y queso para la comercialización. El segundo rubro tiene que ver con la elaboración de melcochas y maní confitado (manichos), trabajo que realizan en familia.

Y con este recuento se procede a identificar el tipo de producto objeto del presente proyecto, las características del mercado objetivo, así como el volumen requerido por la población de estudio en proporción a la oferta existente, se realiza el presente estudio de mercado en la ciudad de Santo Domingo.

En la investigación se utilizaron métodos de inducción, deducción, análisis y síntesis para realizar el estudio de campo. También se utilizaron técnicas e instrumentos de investigación como encuestas aplicadas a fuentes de información primaria quienes son consumidores del maní confitado, para la recopilación de información cuantitativa; para obtener información cualitativa se empleó la entrevista realizada a expertos en relación a la inocuidad de los alimentos y en desarrollo de proyectos de gestión empresarial para pequeñas empresas y a los productores para estudiar nuestra competencia y cuanto es la oferta que cubren en el mercado.

Las mismas que se tomaron del capítulo I Diagnóstico Situacional. También se emplea métodos de estadística para el procesamiento de la misma. Además, se utilizó fuentes de investigación secundaria que consistió en la obtención de datos estadísticos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), referentes a la población de la ciudad de Santo Domingo y del Ministerio de Educación para la segmentación del mercado meta.

La demanda de consumo de maní confitado se tomará como referencia el número de estudiantes que cursan desde el sexto año de educación básica hasta jóvenes universitarios, a más de ello se considera el número de establecimientos que se dedican a la venta al por mayor y menor de productos de confitería y cuántos productos venden, además se consideró información de las encuestas como: la cantidad en unidades que adquieren las familias, la preferencia en tamaños y especificaciones del producto.

Se determina la oferta y precios actuales del maní tomando información recopilada en las entrevistas, lo que permitió conocer las características de los principales oferentes, la ubicación, precios de venta al público, estrategias comerciales y el volumen ofertado de forma anual en la ciudad.

La proyección tanto de la demanda como de la oferta se efectúa a través del método de crecimiento exponencial haciendo uso de la tasa anual de crecimiento demográfico y la tasa anual de crecimiento de la oferta de maní en la ciudad, estimaciones que son para los cinco años de horizonte del proyecto, es decir del 2013 al 2017.

La proyección de precios se realizará en base a los precios actuales del producto en el mercado y en función de la proyección de la tasa de inflación según el Banco Central del Ecuador.

Finalmente se realiza un balance al contrastar la oferta existente frente a la demanda actual, para determinar si los requerimientos de la población en estudio

son cubiertos o para conocer si por su parte hay demanda insatisfecha del producto en la zona de influencia, bajo este enfoque es posible determinar si existe o no factibilidad del proyecto.

### **3.2 Objetivos del estudio de mercado**

- 3.2.1** Determinar el estudio y análisis de la oferta
- 3.2.2** Analizar el estudio de la demanda
- 3.2.3** Analizar el precio del producto en el mercado
- 3.2.4** Estipular la forma de comercialización

### **3.3 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **3.3.1 IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN**

Para la realización de este proyecto se tomará como análisis a las familias que se dedican a la producción de maní confitado, por lo cual mi población será:

- 3.3.1.1** Expertos 3
- 3.3.1.2** Productores artesanales 4
- 3.3.1.3** Mercado meta 89.193

**CUADRO N° 11  
POBLACIÓN**

MERCADO META	POBLACIÓN
ESCUELAS	57.106
COLEGIOS	15.715
UNIVERSIDAD	14.992
TIENDAS (consumidores)	1.380
<b>TOTAL</b>	<b>89.193</b>

**FUENTE:** Ministerio de Educación, SRI.

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

### 3.3.2 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para obtener la información de esta investigación se utilizará el censo para expertos y productores ya que no supera las 30 personas; sin embargo para determinar el número de consumidores a encuestar se empleará el tipo de muestreo probabilístico con la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 \delta^2 N}{\epsilon^2 (N - 1) + z^2 \delta^2}$$

N= Tamaño de la población

n= Tamaño de la muestra

$\epsilon$ = Error muestral

$\delta$ = Varianza

z= Nivel de confianza

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25) (89.193)}{(89.193 - 1) (0,05)^2 + (1,96)^2 (0,25)}$$

$$n = \frac{85.660,96}{(222,98) + (0,9604)}$$

$$n = \frac{85.660,96}{(223,94)} = 382,52 = 383$$

Por lo tanto las encuestas se aplicaran a 383 consumidores

### 3.4 TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Para la recolección de la información se aplicará encuestas y entrevistas para así determinar los medios utilizados para su recopilación y tabulación de datos; además su clasificación y ordenación de la información la misma que será

reajustada a técnicas matemáticas para conocer cuál será el impacto investigativo en la economía de las familias.

Para su aplicación se realiza de la siguiente manera:

**CUADRO N° 12**  
**POBLACIÓN A ENCUESTAR**

MERCADO META	POBLACIÓN	PORCENTAJE	ENCUESTAS
ESCUELAS	57.106	64%	245
COLEGIOS	15.715	18%	67
UNIVERSIDAD	14.992	17%	64
TIENDAS (Consumidores)	1.380	2%	6
<b>TOTAL</b>	<b>89.193</b>	<b>100%</b>	<b>383</b>

**FUENTE:** Ministerio de Educación, SRI

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

### **3.4.1 FUENTE DE INFORMACIÓN**

La información primaria se obtuvo directamente de la población Santo Domingueña, por medio de encuestas y entrevistas a expertos en la materia. Y se han aplicado los siguientes instrumentos

#### **3.4.1.1 Encuesta**

Con la finalidad de cumplir con los objetivos planteados para recopilar la información que permita determinar cuan factible es crear una pequeña empresa dedicada a la producción de maní confitado en la parroquia de Alluriquín del cantón Santo domingo Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas, aplicándose así 383 encuestas a la población

#### **3.4.1.2 Entrevista**

Se realizó con la finalidad de recolectar información técnica que avale todos los procesos de creación de la pequeña empresa y la inocuidad del producto, que con su experiencia en este campo podrán darnos las bases legales o pasos a seguir para implantar el proyecto.

Estas entrevistas se la realizó al Dr. Franklin Quezada encargado de la DPS del área de alimentos; a la Ing. Jenny Bautista encargada en el Gobierno Provincial de Santo Domingo del área de Dirección de Desarrollo Económico y la Ing. Lorena Segovia encargada del MIPRO en el área de registros sanitarios.

#### **3.4.1.3 La Observación**

Este método o técnica de investigación que se aplicó fue de gran ayuda para determinar las variables formuladas tanto en el Diagnóstico Situacional, como el presente estudio de mercado.

#### **3.4.1.4 Información Secundaria**

Para el desarrollo del presente proyecto y para terminar con una investigación real, se recurrirá a toda fuente secundaria como: documentos que compilan y reseñan la información publicada referente al tema relacionado con el presente proyecto, periódicos, revistas, internet y leyes que rigen el país, cada uno de estos servirán para sustentar correctamente el desarrollo del diagnóstico.

De la información secundaria se realizará una síntesis de la información más relevante de los temas de interés, que permitan solucionar las necesidades mismas que tenga el proyecto y sea de gran utilidad para el mismo.

### 3.5 RESULTADOS DE ENCUESTAS Y ENTREVISTAS APLICADAS

#### 3.5.1 Resultados de las encuestas aplicadas a población de Santo Domingo de los Tsáchilas

Pregunta: ¿Con qué frecuencia consume usted el maní confitado?

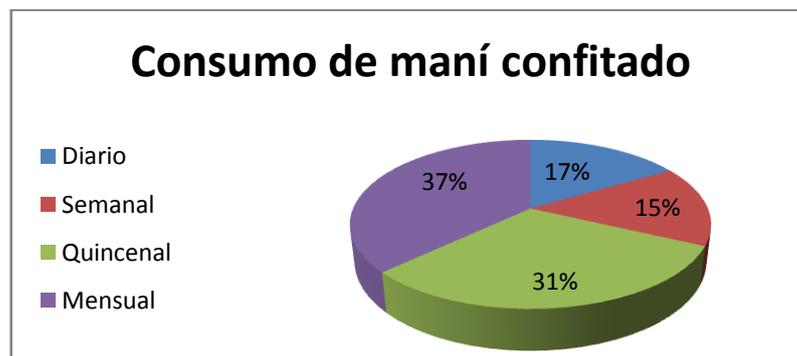
**CUADRO 13**  
**CONSUMO DE MANÍ CONFITADO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	63	17%
Semanal	59	16%
Quincenal	119	31%
Mensual	142	37%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta realizada a los habitantes de Santo Domingo

ELABORADO: Las Autoras

**GRÁFICO N° 1**  
**CONSUMO DE MANÍ CONFITADO**



ELABORADO: Las Autoras

#### **Análisis:**

De acuerdo a las encuestas realizadas se puede apreciar en datos estadísticos que existe una preferencia de consumo de maní confitado muy grande y lo realizan de manera mensual, esto permitirá determinar si es o no factible cumplir con los objetivos propuestos como es la creación de la pequeña empresa.

Pregunta: ¿Por cuál de las siguientes beneficios que brinda el maní lo consume más?

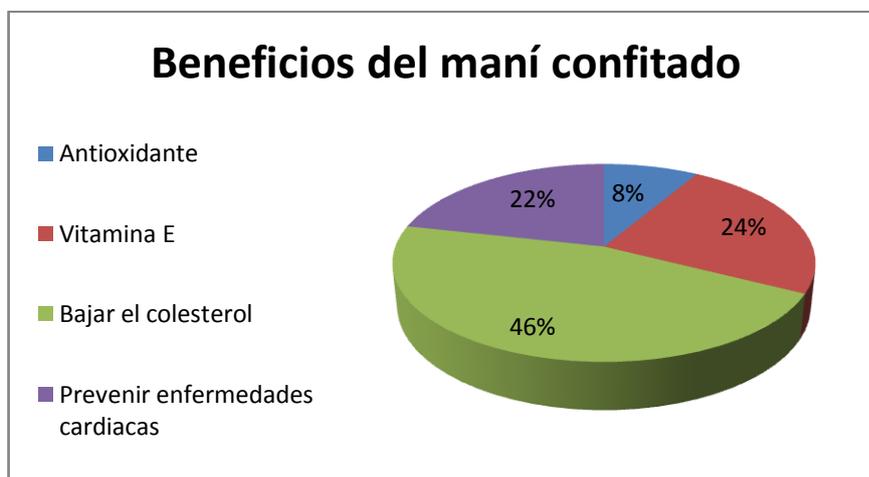
**CUADRO N° 14**  
**BENEFICIOS DEL MANÍ CONFITADO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Antioxidante	33	9%
Vitamina E	92	24%
Bajar el colesterol	176	46%
Prevenir enfermedades cardiacas	82	22%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los habitantes de Santo Domingo

**ELABORADO:** Las Autoras

**GRÁFICO N° 2**  
**BENEFICIOS DEL MANÍ CONFITADO**



**ELABORADO:** Las Autoras

### **Análisis:**

De acuerdo a los datos obtenidos se determina que los consumidores optan por el consumo de maní por los beneficios que presta a la salud de los seres humanos, este dato es muy importante y se debe tomarlo en cuenta al momento de producir el producto y buscar la manera de que se conserve esas características nutricionales.

Pregunta: ¿Cuál es la forma de presentación del maní confitado que usted más consume?

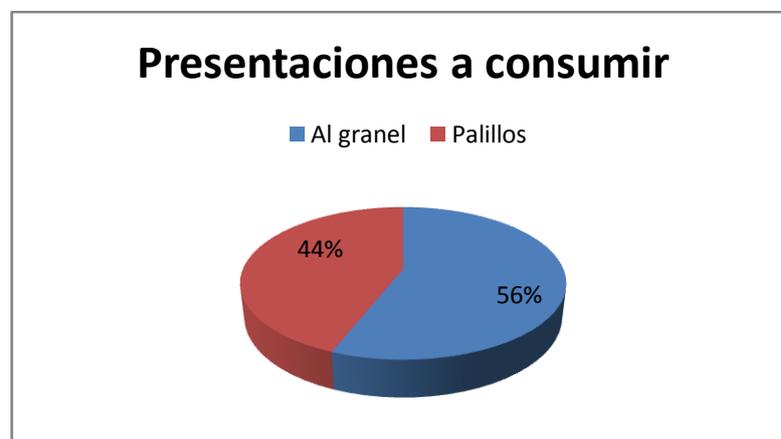
**CUADRO N° 15**  
**PRESENTACIÓN DEL MANÍ CONFITADO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Al granel	214	56%
Palillos	169	44%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los habitantes de Santo Domingo

**ELABORADO:** Las Autoras

**GRÁFICO N° 3**  
**PRESENTACIÓN DEL MANÍ CONFITADO**



**ELABORADO:** Las Autoras

**Análisis:**

Según los datos obtenidos se concluye que los consumidores optan por adquirir el maní confitado a granel ya que es de fácil consumo y personal. Pero también se observa que hay un mínimo porcentaje de consumidores que optan por el maní confitado en palillos, que se lo puede compartir con la familia, amistades y otros; de acuerdo al momento u ocasión de la compra.

Pregunta: **¿Cuáles son las presentaciones que usted elije al comprar maní confitado?**

**CUADRO N° 16**  
**COMPRA DEL MANÍ CONFITADO POR PESO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Al granel de 100 gramos	228	60%
Al granel de 200 gramos	54	14%
En tubitos de 100 gramos	25	7%
En tubitos de 300 gramos	77	20%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los habitantes de Santo Domingo

**ELABORADO:** Las Autoras

**GRÁFICO N°4**  
**COMPRA DEL MANÍ CONFITADO POR PESO**



**ELABORADO:** Las Autoras

**Análisis**

Luego de conocer anteriormente, que los consumidores optan por la compra de maní confitado a granel, con los datos obtenidos en esta pregunta se determinará la preferencia de acuerdo al peso y dando como resultado, que el producto con mayor demanda es el maní a granel de 100g; seguido del maní a palillos en la presentación de 300g y con menor consumo el maní a granel y palillo de 200 y 100g consecutivamente.

Pregunta: ¿Cuáles son los factores que determinan su decisión de compra?

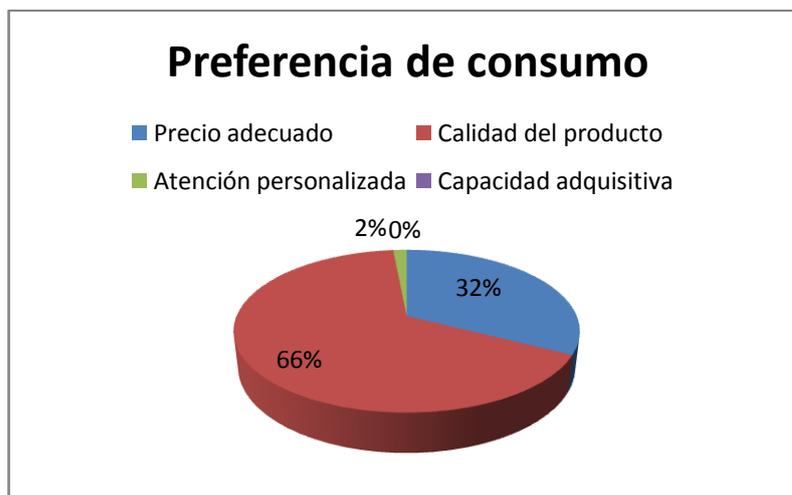
**CUADRO N°17**  
**FACTORES QUE INCIDEN EN LA COMPRA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precio adecuado	124	33%
Calidad del producto	253	66%
Atención personalizada	6	2%
Capacidad adquisitiva	-	0%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta realizada a los habitantes de Santo Domingo

ELABORADO: Las Autoras

**GRÁFICO N°5**  
**FACTORES QUE INCIDEN EN LA COMPRA DEL MANÍ CONFITADO**



ELABORADO: Las Autoras

### Análisis

Los resultados que se presentan aseguran que al momento de adquirir el producto los consumidores lo hacen por la calidad del producto y el precio adecuado, esto se debe a que el producto es bueno y tiene un costo bajo y está al alcance económico de la familia ecuatoriana.

Pregunta: ¿En qué lugares efectúa la adquisición del maní confitado?

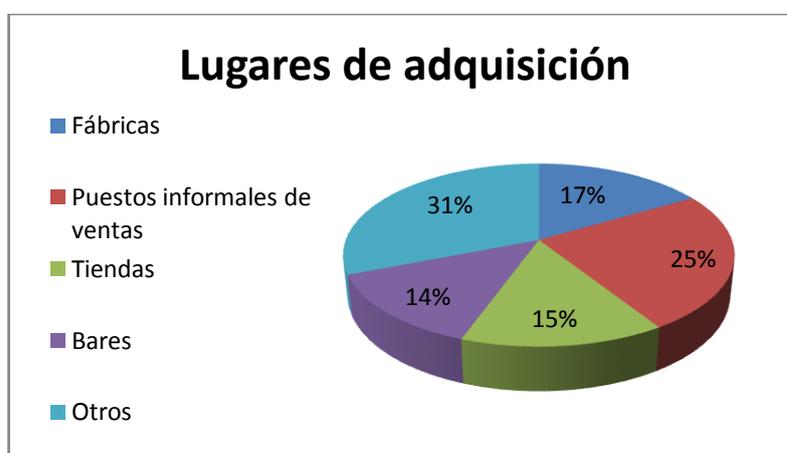
**CUADRO N° 18**  
**LUGAR DE ADQUISICIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Fábricas	63	17%
Puestos informales de ventas	94	25%
Tiendas	56	15%
Bares	52	14%
Otros	119	31%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta realizada a los habitantes de Santo Domingo

ELABORADO: Las Autoras

**GRÁFICO N°6**  
**LUGAR DE ADQUISICIÓN DEL MANÍ CONFITADO**



ELABORADO: Las Autoras

### Análisis

De acuerdo a los datos estadísticos obtenidos podemos concluir que la compra del producto los consumidores lo realizan en otros lugares (ferias y vendedores ambulantes), a los determinados en la encuesta aplicada y puestos informales de ventas, este también nos sirve para determinar nuevos plazas de mercado que aún no cuentan con el producto en sus perchas como supermercados y potenciar el turismo a través de visitas a la fábrica, donde se dé a conocer el proceso productivo.

Pregunta: ¿Cree usted que el precio del maní confitado en relación a otros productos de características similares le parece que esta?

**CUADRO N° 19**  
**NIVEL DE PRECIO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alto	36	10%
Medio	266	70%
Bajo	80	21%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los habitantes de Santo Domingo

**ELABORADO:** Las Autoras

**GRÁFICO N°7**  
**NIVEL DE PRECIO DEL MANÍ CONFITADO**



**ELABORADO:** Las Autoras

### **Análisis**

Los resultados demuestran que en comparación con otros productos de características similares el precio es medio, estos resultados permitirán hacer, una mejor proyección de los precios del producto a futuro y de cuanto estarían dispuestos a pagar los posibles demandantes y así comprobar cuán factible será el proyecto.

Pregunta: ¿Qué cantidad estaría dispuesto a pagar usted por un maní confitado a granel?

**CUADRO N° 20**

**PRECIO DISPUESTO A PAGAR POR MANÍ A GRANEL DE 100g**

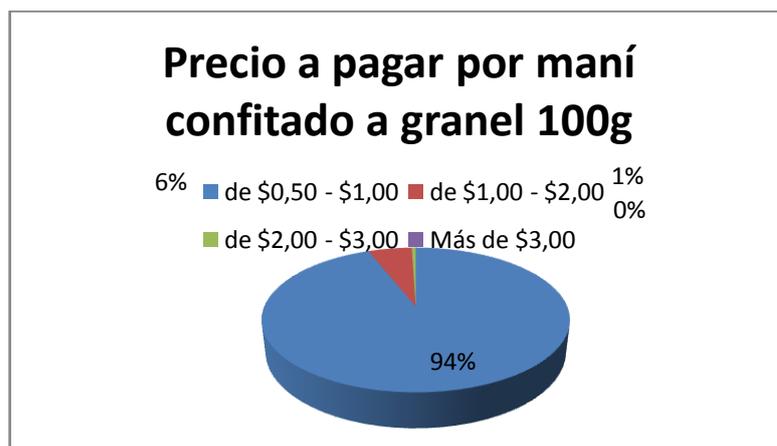
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
de \$0,50 - \$1,00	360	94%
de \$1,00 - \$2,00	21	6%
de \$2,00 - \$3,00	2	1%
Más de \$3,00	-	0%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta realizada a los habitantes de Santo Domingo

ELABORADO: Las Autoras

**GRÁFICO N°8**

**PRECIO DISPUESTO A PAGAR POR MANI A GRANEL DE 100g**



ELABORADO: Las Autoras

**Análisis**

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede decir, que por el producto los consumidores están dispuestos a pagar por un peso de 100g entre 0,50 centavos y un dólar, este dato servirá como referencia para proyectar los precios a futuro.

### CUADRO N° 21

#### PRECIO DISPUESTO A PAGAR POR MANÍ A GRANEL DE 200g

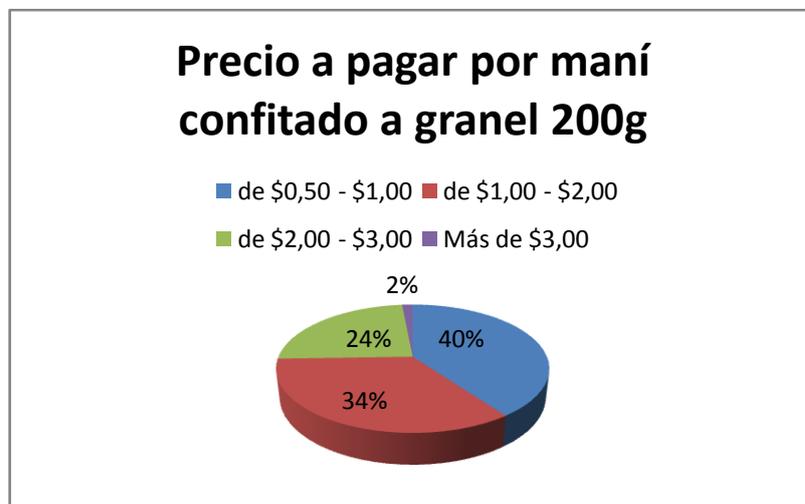
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
de \$0,50 - \$1,00	153	40%
de \$1,00 - \$2,00	132	35%
de \$2,00 - \$3,00	92	24%
Más de \$3,00	6	2%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los habitantes de Santo Domingo

**ELABORADO:** Las Autoras

### GRÁFICO N°9

#### PRECIO DISPUESTO A PAGAR POR MANI A GRANEL DE 200g



**ELABORADO:** Las Autoras

#### **Análisis:**

Estos datos determinan que los potenciales clientes están dispuestos a pagar por el producto en sus diferentes presentaciones; para el maní a granel de 200g están dispuestos a pagar de 1 dólar a 2 dólares y para ello se establecerá en el proyecto un producto que cumpla con la exigencias del consumidor y alcanzar los precios máximos que están dispuestos a cancelar.

Pregunta: ¿Qué cantidad estaría dispuesto a pagar usted por el maní confitado a palillo?

**CUADRO N° 22**

**PRECIO DISPUESTO A PAGAR POR MANÍ A PALILLOS DE 100g**

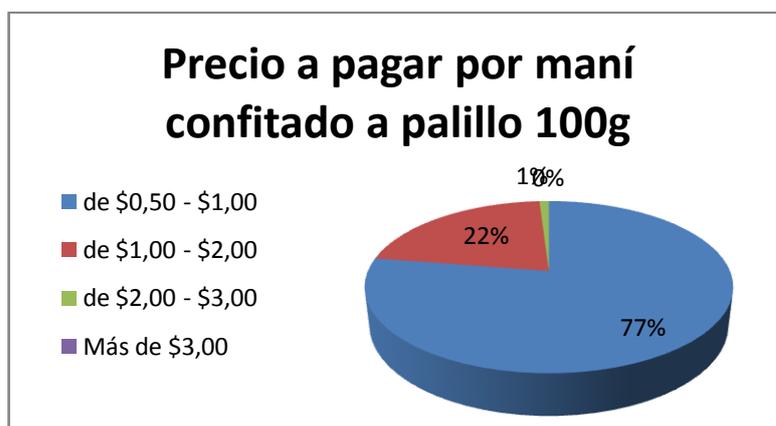
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
de \$0,50 - \$1,00	297	78%
de \$1,00 - \$2,00	82	22%
de \$2,00 - \$3,00	4	1%
Más de \$3,00	-	0%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta realizada a los habitantes de Santo Domingo

ELABORADO: Las Autoras

**GRÁFICO N°10**

**PRECIO DISPUESTO A PAGAR POR MANÍ A PALILLOS DE 100g**



ELABORADO: Las Autoras

**Análisis**

Estos datos permiten determinar que los potenciales clientes están dispuestos a pagar por el maní confitado de palillo de 100g; de 0.50 centavos a 1 dólar y para ello se establecerá en el proyecto un producto que cumpla con las expectativas del consumidor y así alcanzar los precios máximos.

### CUADRO N° 23

#### PRECIO DISPUESTO A PAGAR POR MANÍ A PALILLOS DE 300g

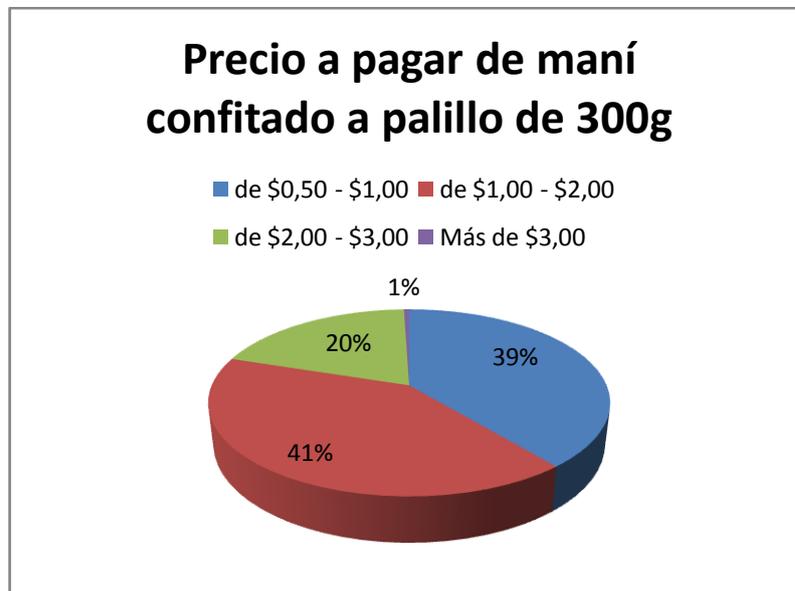
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
de \$0,50 - \$1,00	149	39%
de \$1,00 - \$2,00	157	41%
de \$2,00 - \$3,00	75	20%
Más de \$3,00	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los habitantes de Santo Domingo

**ELABORADO:** Las Autoras

### GRÁFICO N°11

#### PRECIO DISPUESTO A PAGAR POR MANÍ A PALILLOS DE 300g



**ELABORADO:** Las Autoras

#### Análisis:

A pesar del consumo menor de maní confitado a palillo, se puede establecer que los consumidores en caso de acceder a esta presentación estarían dispuestos a pagar por la de 100g de 0,50 centavos a 1 dólar y la de 300g de 1 dólar a 2 dólares. Y es allí donde se establecerá estrategias adecuadas que permitan potenciar esa presentación.

Pregunta: ¿Qué calificativo le daría usted al maní confitado?

**CUADRO N° 24**  
**CALIFICATIVO DEL PRODUCTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	65	17%
Muy bueno	119	31%
Bueno	192	50%
Regular	8	2%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los habitantes de Santo Domingo

**ELABORADO:** Las Autoras

**GRÁFICO N°12**  
**CALIFICATIVO DEL PRODUCTO**



**ELABORADO:** Las Autoras

**Análisis:**

Si los consumidores consideran que el producto es muy bueno, debe ser que es un aperitivo muy delicioso y nutritivo que gusta de grandes y chicos; y más que todo cumple en parte las exigencias que busca un consumidor en un producto. Y en este proyecto potenciaremos todas esas características, datos relevantes para hacer una propuesta que arrojen a futuro saldos positivos para la pequeña empresa.

Pregunta: **Al momento que usted adquiere el producto le entregan:**

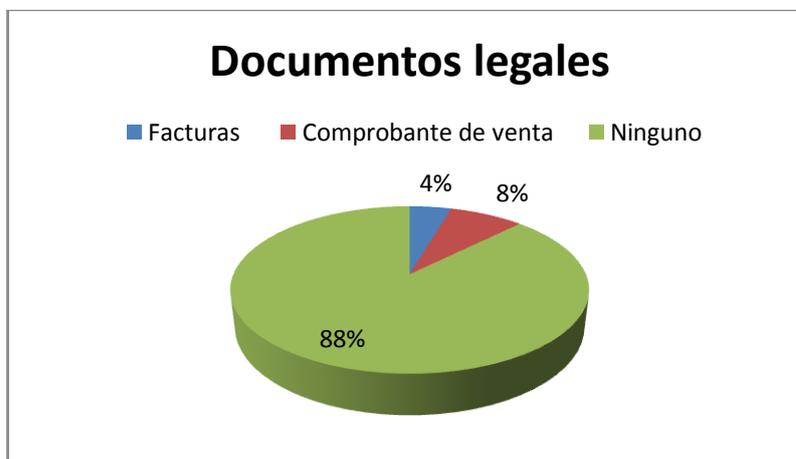
**CUADRO N° 25**  
**DOCUMENTACIÓN LEGAL**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Facturas	17	5%
Comprobante de venta	31	8%
Ninguno	335	88%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los habitantes de Santo Domingo

**ELABORADO:** Las Autoras

**GRÁFICO N°13**  
**DOCUMENTOS LEGALES EN LA COMPRA**



**ELABORADO:** Las Autoras

### **Análisis:**

Este dato se debe manejar con toda la seriedad del caso, si en nuestro proyecto se va a determinar la factibilidad de crear una pequeña empresa, también se debe ver cuán importante es cumplir con las normas tributarias que rigen en el país ya que solo así se determinará la factibilidad del mismo.

Pregunta: ¿Cree usted que el producto debería diferenciarse en el mercado por su propio logotipo para así fomentar el turismo local?

**CUADRO N° 26**  
**TENER SU PROPIA MARCA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	82	22%
De acuerdo	260	68%
Medianamente de acuerdo	29	8%
Poco de acuerdo	11	3%
Desacuerdo	-	0%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta realizada a los habitantes de Santo Domingo

ELABORADO: Las Autoras

**GRÁFICO N°14**  
**MARCA PROPIA DEL PRODUCTO**



ELABORADO: Las Autoras

**Análisis:**

Es muy importante que el producto se diferencia de los demás que tiene características iguales o similares con su marca propia, primero porque así irá ganando posicionamiento en el mercado y abriéndose nuevas plazas, segundo porque a través de su marca dará a conocer: datos técnicos, legales y nutricionales, a más de ello garantizará a los consumidores la inocuidad del mismo.

Pregunta: ¿En qué ocasiones adquiere usted el producto?

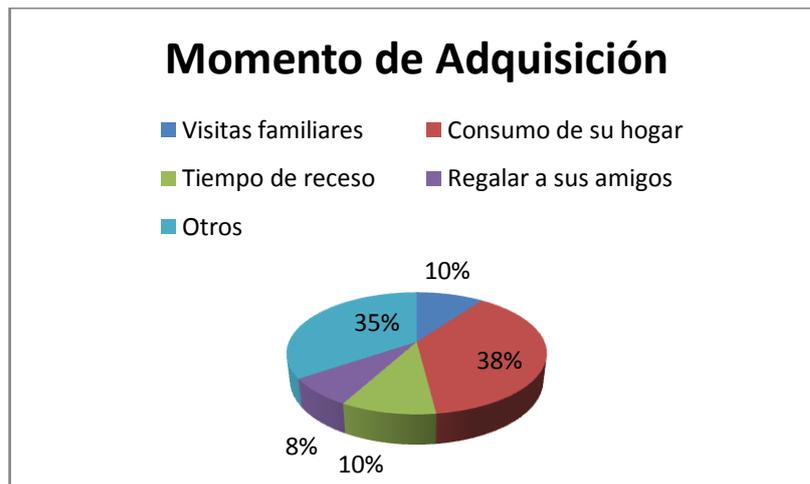
**CUADRO N° 27**  
**MOMENTOS DE ADQUISICIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Visitas familiares	38	10%
Consumo de su hogar	146	38%
Tiempo de receso	38	10%
Regalar a sus amigos	29	8%
Otros	132	35%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los habitantes de Santo Domingo

**ELABORADO:** Las Autoras

**GRÁFICO N°15**  
**OCASIONES DE ADQUISICIÓN DEL PRODUCTO**



**ELABORADO:** Las Autoras

**Análisis:**

En estos resultados podemos ver que las familias de la provincia Santo Domingueña, en la mayoría de los caso cuando adquiere el producto lo realizan para consumo de hogar o sea para llevar un aperitivo y compartirlo con sus seres querido.

Pregunta: ¿Está de acuerdo en que se cree en la parroquia de Alluriquín una pequeña empresa productora y comercializadora de maní confitado?

**CUADRO N° 28**  
**CREACION DE LA PEQUEÑA EMPRESA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	379	99%
No	4	1%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta realizada a los habitantes de Santo Domingo

ELABORADO: Las Autoras

**GRÁFICO N°16**  
**CREACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA**



ELABORADO: Las Autoras

### Análisis

De acuerdo a las encuestas realizadas a la población de Santo Domingo les agrada la idea de que se cree la pequeña empresa productora y comercializadora de maní confitado que sobresalga en la economía de la provincia sobre todo genere empleo y de esa manera ayude a bajar las tasas de desempleo que existe; sin olvidar que se puede potenciar el turismo en la parroquia y por ende en la provincia.

## DATOS TÉCNICOS:

CUADRO N° 29

### GENERO

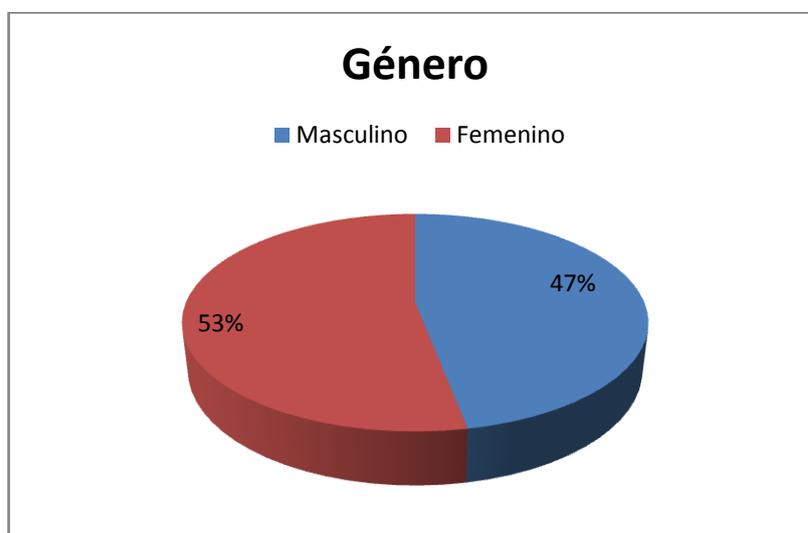
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	180	47%
Femenino	203	53%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

FUENTE: Encuesta realizada a los habitantes de Santo Domingo

ELABORADO: Las Autoras

GRÁFICO N°17

### GENERO



ELABORADO: Las Autoras

## Análisis

Se puede apreciar que la mayoría de los encuestados son de género femenino debido a que ellas están más pendientes de sus seres queridos y la importancia de llevar un aperitivo para los mismos, después de estudiar, visitar o salir a pasear y la necesidad de no llegar con las manos vacías. Pero también se observa un buen porcentaje masculino que adquiere el producto como regalo para sus familiares, amigos, otros.

**CUADRO N° 30**  
**OCUPACIÓN**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Empleado público	25	7%
Empleado privado	23	6%
Ama de casa	34	9%
Estudiante	301	79%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los habitantes de Santo Domingo

**ELABORADO:** Las Autoras

**GRÁFICO N°18**  
**OCUPACIÓN**



**ELABORADO:** Las Autoras

### **Análisis**

Se puede concluir que la gran mayoría de los encuestados son estudiantes de escuela, colegios y universidades que tienen un gran gusto por este producto; pero también se observa un buen porcentaje de amas de casa que se preocupan por el bienestar de sus familias, y otros porcentajes menores son de encuestados que trabajan en otras actividades como en empresas e instituciones privadas y públicas.

### CUADRO N° 31

#### EDAD

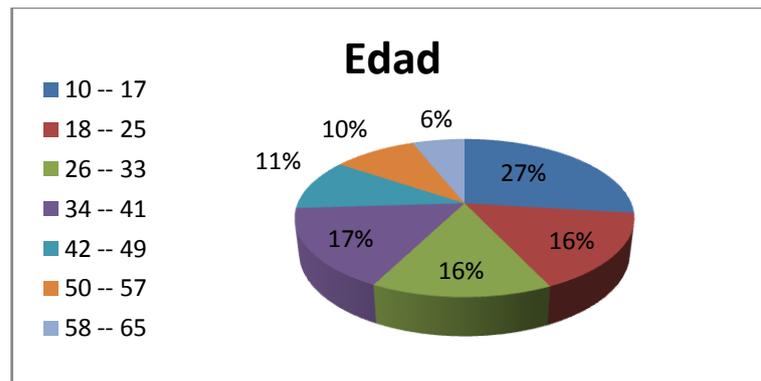
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10 – 17	103	27%
18 – 25	61	16%
26 – 33	56	15%
34 – 41	63	17%
42 – 49	40	11%
50 – 57	36	10%
58 – 65	23	6%
<b>TOTAL</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Encuesta realizada a los habitantes de Santo Domingo

**ELABORADO:** Las Autoras

### GRÁFICO N°19

#### EDAD



**ELABORADO:** Las Autoras

#### Análisis:

Las encuestas realizadas se la hizo a la población de santo Domingo y su edad oscila en su mayor parte entre 10 – 17 años y 18 – 25 años ya que son estudiantes que cursan los años de sexto de educación básica, de colegio y jóvenes universitarios; y otra parte son encuestados que están entre una edad de 26 – 33 años y 34 – 41 años de edad de los cuales son amas de casa, empleados público y privados que tiene gusto por el maní debido a su sabor natural y nutritivo.

**3.5.2 Resultados de las entrevistas aplicadas a los productores artesanales de maní confitado existentes en la localidad**

Pregunta: **¿Desde qué año viene produciendo el maní confitado?**

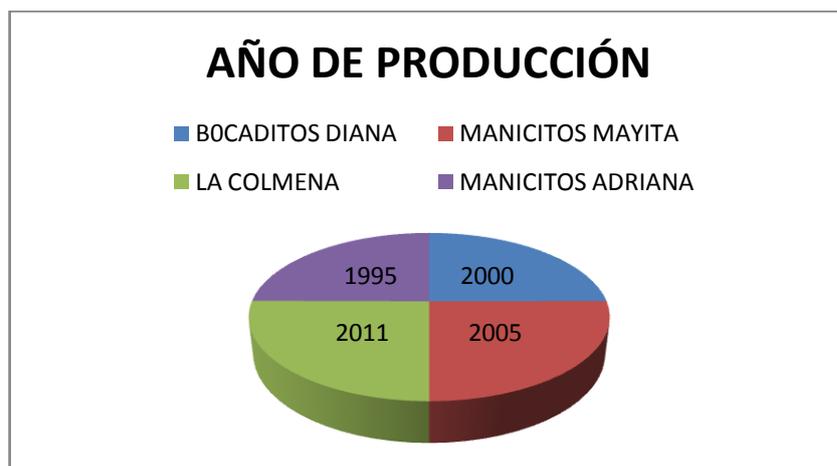
**CUADRO N° 32**  
**AÑO DE ACTIVIDAD**

<b>PRODUCTOR</b>	<b>AÑO de PRODUCCIÓN</b>
<b>BOCADITOS DIANA</b>	2000
<b>MANICITOS MAYITA</b>	2005
<b>LA COLMENA</b>	2011
<b>MANICITOS ADRIANA</b>	1995

**FUENTE:** Entrevista realizada a los productores artesanales

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

**GRÁFICO N°20**  
**AÑO DE ACTIVIDAD**



**ELABORACIÓN:** Las Autoras

**Análisis**

De acuerdo a las respuestas emitidas por los productores artesanales ellos viene produciendo y tienen experiencia en lo que hacen desde hace más de 5 años y otro productor que es una Asociación de 10 socios que pusieron su microempresa para cumplir con sus sueños de tener un producto que sea reconocido en el mercado por su propia marca y manifiestan que solo unidos podrán alcanzarlo.

Pregunta: **Hace 3 años atrás ¿Qué cantidad de maní confitado producía?**

**CUADRO N° 33**  
**PRODUCCIÓN DE HACE TRES AÑOS**

<b>AÑO</b>	<b>BOCAD. DIANA</b>	<b>MANIC. MAYITA</b>	<b>LA COLMENA</b>	<b>MANIC. ADRIANA</b>	<b>TOTAL</b>	<b>%</b>
<b>2009</b>	181.374	30.229	0	231.756	443.358	31,18
<b>2010</b>	192.256	32.043	0	245.661	469.960	33,05
<b>2011</b>	205.714	34.286	5.714	262.857	508.571	35,77
<b>TOTAL</b>	579.345	96.557	5.714	740.274	1.421.890	100,00

**FUENTE:** Entrevista realizada a los productores artesanales

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

**GRÁFICO N°21**  
**PRODUCCIÓN**



**ELABORACIÓN:** Las Autoras

### **Análisis**

De acuerdo a la encuesta realizada, los datos proporcionados por los productores podemos ver que tienen una producción anual de 246.000 unidades para el año 2009, para el año 2010 con 252.000 unidades con una tasa de crecimiento de 2,44% y para el año 2011 una producción de 264.000 unidades con una tasa de crecimiento de 4,77%, es decir que todos los años la demanda crece con una tasa de crecimiento promedio de 3,6%.

Pregunta: Para este año ¿Cuánto de maní confitado está produciendo al mes?

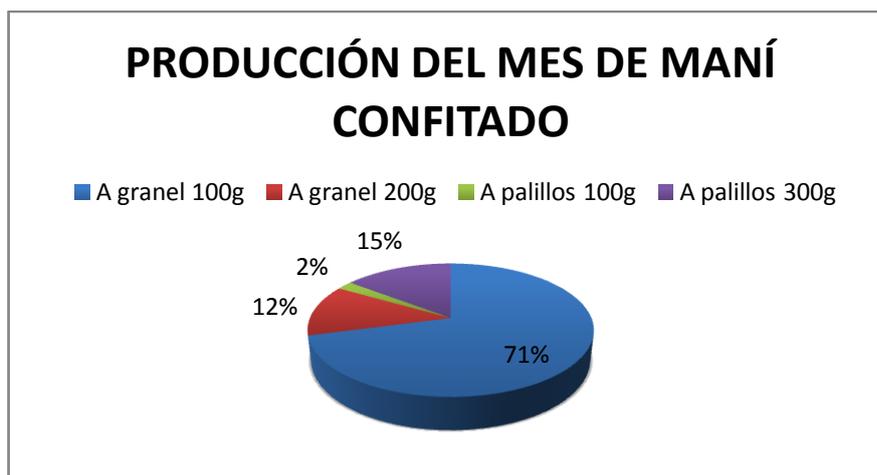
**CUADRO N° 34**  
**PRODUCCIÓN MENSUAL AÑO 2012**

TIPO DE PRESENTACIÓN	BOCA. DIANA	MANIC. MAYITA	LA COLMENA	MANIC. ADRIANA	TOTAL	%
A granel 100g	15.000	2.000	300	20.000	37.300	83,82
A granel 200g	3.000			3.000	6.000	13,48
A palillos 100g		500			500	1,12
A palillos 300g		500	200		700	1,57
<b>TOTAL</b>	18.000	3.000	500	23.000	44.500	100.00

FUENTE: Entrevista realizada a los productores artesanales

ELABORACIÓN: Las Autoras

**GRÁFICO N°22**  
**PRODUCCIÓN MENSUAL AÑO 2012**



ELABORACIÓN: Las Autoras

### Análisis

Para este año tiene una producción mensual promedio de 24000 unidades entre los cuatro productores o sea al año 288000 unidades y en comparación al año anterior habido un crecimiento de 9.1%, estos datos reafirman que el producto tiene buena acogida en el mercado.

Pregunta: ¿A qué lugares no más distribuye su producto?

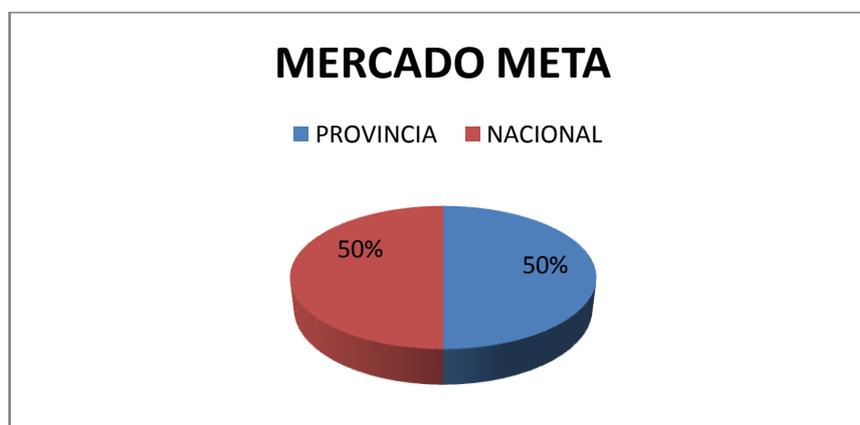
**CUADRO N° 35**  
**LUGARES DE DISTRIBUCIÓN**

MERCADO META	BOCAD. DIANA	MANIC. MAYITA	LA COLMENA	MANIC. ADRIANA	TOTAL	%
PROVINCIA	1			1	2	50.00
NACIONAL		1	1		2	50.00
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>100.00</b>

FUENTE: Entrevista realizada a los productores artesanales

ELABORACIÓN: Las Autoras

**GRÁFICO N°23**  
**LUGAR DE DISTRIBUCIÓN**



ELABORACIÓN: Las Autoras

### **Análisis**

De acuerdo a los datos suministrados por los productores de los cuatro encuestados dos venden sus productos dentro de la Provincia de Santo Domingo (Alluriquín, Santo Domingo, Puerto Limón y otras parroquias aledañas); mientras que los otros dos encuestadores lo realizan fuera de la provincia (Quevedo, Esmeraldas, Guayaquil, Lago Agrio, y otras ciudades), o sea a nivel nacional. Estos datos son muy relevantes para el proyecto, y así plantear las estrategias de expansión de venta a nivel nacional.

Pregunta: ¿Cuál es el precio de venta de su producto?

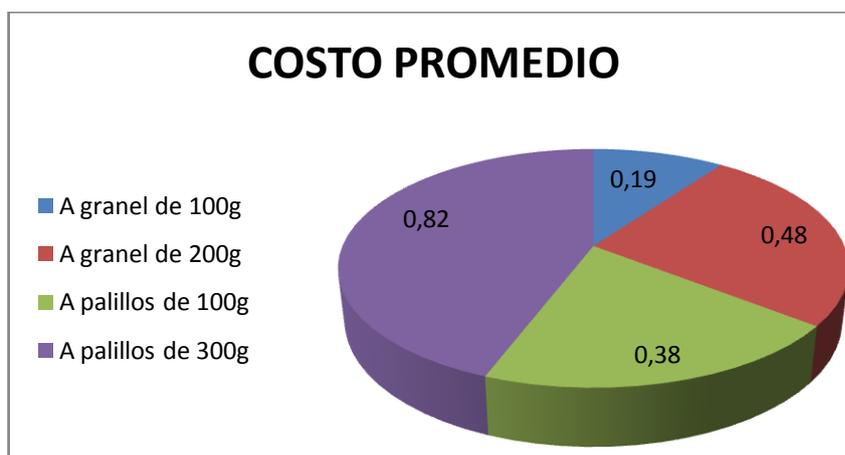
**CUADRO N° 36**  
**PRECIO DEL PRODUCTO AL POR MENOR**

TIPO DE MANÍ CONFITADO	BOCA. DIANA	MANIC. ADRIANA	LA COLMENA	MANIC. MAYITA	TOTAL	Precio Promedio (\$)
A granel de 100g	0,18	0,2	0,2	0,16	0,74	0,19
A granel de 200g	0,45	0,5	0,45	0,5	1,9	0,48
A palillos de 100g	0,38	0,4	0,36	0,36	1,5	0,38
A palillos de 300g	0,82	0,81	0,82	0,83	3,83	0,96

**FUENTE:** Entrevista realizada a los productores artesanales

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

**GRÁFICO N°24**  
**PRECIO DEL PRODUCTO AL POR MENOR**



**ELABORACIÓN:** Las Autoras

### Análisis

De acuerdo a los datos se argumenta que los productores manejan dos precios uno al por menor y otro al por mayor, en el cuadro y gráfico anterior se observa los precios de venta del producto al por menor, donde el maní confitado de 100g tiene un costo de 0,19 centavos, un precio realmente bajo en comparación a otros productos de características similares como el maní turrón que tienen un costo de 0,35 centavos y un peso similar al comprarlo para negocio.

### CUADRO N° 37

#### PRECIO DEL PRODUCTO AL POR MAYOR

PRESENT.	BOCAD. DIANA	MANIC. ADRIANA	LA COLMENA	MANIC. MAYITA	TOTAL	COSTO PROM.
Granel 100g	0,35	0,35	0,35	0,35	1,40	0,35
Granel 200g	0,75	0,75	0,75	0,75	3,00	0,75
Palillos 100g	1,00	1,00	1,00	1,00	4,00	1,00
Palillos 300g	1,50	1,50	1,50	1,50	6,00	1,50

FUENTE: Entrevista realizada a los productores artesanales

ELABORACIÓN: Las Autoras

### GRÁFICO N°25

#### PRECIO DEL PRODUCTO AL POR MAYOR



ELABORACIÓN: Las Autoras

#### Análisis

De acuerdo al estudio las ventas al por mayor es alta en consideración a precio de venta al por menor y de acuerdo a los argumentos dados por los mismos productores manifiestan que el intermediario es quien gana más del 50%, esto se debe a la competencia desleal, que con tal de vender prefieren dar a ese precio y sacrificarse más tiempo y porque nosotros mismos producimos y no pagamos trabajadores, ese dinero que sobra es un ahorro que se produce en utilidades.

Pregunta: Su producto ¿cuenta con una marca que lo diferencia de la competencia?

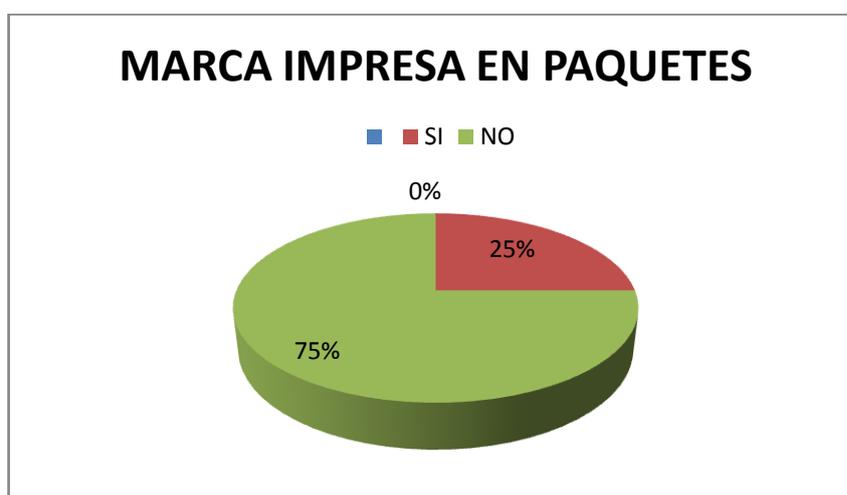
**CUADRO N° 38**  
**CUENTA CON MARCA PROPIA**

PRODUCTOR	SI	NO	TOTAL	PORCENTAJE
B0CADITOS DIANA	1		1	25,00 %
MANICITOS MAYITA		1	1	25,00 %
LA COLMENA		1	1	25,00 %
MANICITOS ADRIANA		1	1	25,00%
<b>TOTAL</b>			<b>4</b>	<b>100,00%</b>

FUENTE: Entrevista realizada a los productores artesanales

ELABORACIÓN: Las Autoras

**GRÁFICO N°26**  
**CUENTA CON MARCA PROPIA**



ELABORACIÓN: Las Autoras

### Análisis

De los resultados obtenidos de las entrevistas podemos observar que solo uno de los productores cuenta con marca propia pero que aún no cuenta con impresión en paquetes debido al costo mismo de impresión, para este proyecto, Bocado Diana sería el único competidor más grande en el mercado local.

Pregunta: ¿Cómo realiza el control en el proceso productivo?

**CUADRO N° 39**  
**CONTROL EN EL PROCESO PRODUCTIVO**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>BOCAD. DIANA</b>	<b>MANIC. MAYITA</b>	<b>LA COLMEN</b>	<b>MANIC. ADRIANA</b>
Adquirir la mejor materia prima	1	1	1	1
Separar materia prima buena de mala.	1	1		
Utensilios higiénicamente	1	1	1	1
Remojar el maní	1	1	1	1
Cocción en temperatura adecuada	1	1	1	1
Empacado	1	1		
Exhibición en vitrinas	1			1
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>PORCENTAJE</b>	<b>100,00</b>	<b>85,71</b>	<b>57,14</b>	<b>71,43</b>

**FUENTE:** Entrevista realizada a los productores artesanales

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

**GRÁFICO N° 27**  
**PROCESO PRODUCTIVO**



**ELABORACIÓN:** Las Autoras

**Análisis:**

De acuerdo a los datos obtenidos solo un productor tiene un buen control en el proceso productivo, y esto puede servir para recomendar y mejorar en el proceso productivo en la creación de la pequeña empresa.

Pregunta: **¿Cuáles son los requisitos que debe cumplir para el funcionamiento de su negocio?**

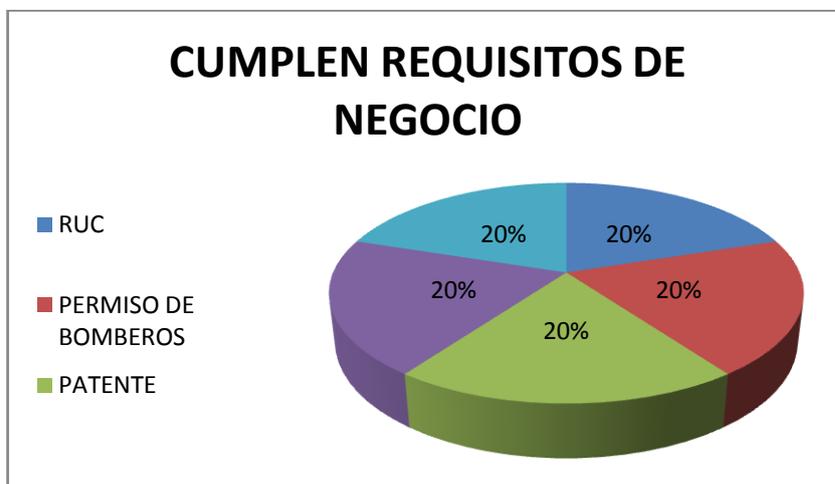
**CUADRO N° 40**  
**REQUISITOS PARA FUNCIONAR UN NEGOCIO**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RUC	4	20,00 %
PERMISO DE BOMBEROS	4	20,00%
PATENTE	4	20,00%
PERMISO DE SALUD	4	20,00%
PERMISO DE MIN. INTERIOR	4	20,00%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100,00%</b>

**FUENTE:** Entrevista realizada a los productores artesanal

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

**GRÁFICO N°28**  
**REQUISITOS PARA UN NEGOCIO**



**ELABORACIÓN:** Las Autoras

### Análisis

Para el funcionamiento de un negocio se debe cumplir con las normativas y obligaciones que rigen al país, es decir con los permisos de salud, bomberos, ministerio del interior, patente, servicio de rentas internas como el RUC, declaraciones de IVA, Impuesto a la Renta. Para lo cual los productores cumplen a cabalidad todos los años en el requerimiento de estos permisos.

Pregunta: **¿Forma de financiamiento para adquirir tecnología?**

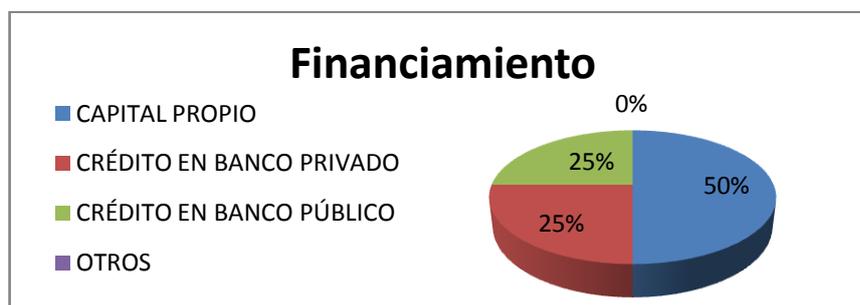
**CUADRO N° 41**  
**FINANCIAMIENTO**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>CAPITAL PROPIO</b>	2	50,00%
<b>BANCO PRIVADO</b>	1	25,00%
<b>BANCO PÚBLICO</b>	1	25,00%
<b>OTROS</b>	0	-
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100,00%</b>

FUENTE: Entrevista realizada a los productores artesanales

ELABORACIÓN: Las Autoras

**GRÁFICO N°29**



ELABORACIÓN: Las Autoras

### Análisis

Las formas de financiamiento para acceder a materia prima, o mejorar la estructura de las fábricas optan por financiamiento propio y otros acceden a créditos ya sean con la banca pública o privada, con la finalidad de mantener en condiciones ópticas sus fábricas y con todo material necesario para la producción.

### 3.5.3 Resultados de las entrevistas aplicadas a los expertos en gestión empresarial e inocuidad alimentaria

Pregunta: ¿Actualmente existen alternativas de gobierno para fomentar el emprendimiento empresarial en nuestra localidad?

**CUADRO N° 42**  
**ALTERNATIVAS PARA FOMENTAR LA PEQUEÑA EMPRESA**

	<b>Ing. Jenny Bautista GAD SD</b>	<b>Ing. Lorena Segovia MIPRO</b>	<b>Dr. Franklin Quezada DPS</b>	<b>TOTAL</b>
Asistencia técnica	X	X	X	3
Capacitaciones	X	X	X	3
Convenios con instituciones públicas, privadas	X	X		2
Estudios de investigación de mercados	X			1
Asesoramiento en buenas prácticas de manufactura e inocuidad de alimentos	X	X	X	3
Aplicar normas de higiene		X	X	2
Asesoramiento y bases legales para constitución	X	X		2
Asesoramiento de reg. San.		X	X	2

**FUENTE:** Entrevistas a expertos

**ELABORACIÓN:** La Autora

#### **Análisis:**

Dentro de las políticas de Gobierno está la disposición de fomentar la micro, pequeña y mediana empresa en el Ecuador por ende las Instituciones Públicas provinciales prestan asesoría, para la creación de las mismas a más de ello ayuda técnica en todo lo concerniente a la implementación de fábricas para que cumplan con todos los requerimientos exigidos en la Ley de Salud.

Pregunta: ¿Cuál es el apoyo que brindan al desarrollo empresarial?

**CUADRO N° 43**  
**APOYO AL DESARROLLO EMPRESARIAL**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Convenios con las pequeñas empresas de ayuda mutua (infraestructura, adecuación de terrenos, entre otros)	2	18%
PRODUCEPYME Cofinanciamiento de hasta el 80% del proyecto	3	27%
CFN financia desde 50000 usd. En adelante	2	18%
Bancos privados	3	27%
ONG; FUNDACIONES	1	9%
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Entrevistas a expertos

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

**Análisis:**

El apoyo que se dan es para microempresas o pequeñas empresas que están surgiendo, y es a través de convenios hasta donde permite la Ley del COTAD como puede ser proyecto, todo lo que es planos, diseños, entre otros. O ayudan a financiar a través de otras instituciones públicas, a lo cual se debe aprovechar en el cofinanciamiento del proyecto.

Pregunta: **¿Cómo organismo público se han establecido programas de capacitación y asistencia técnica para ayudar a las pequeñas empresas?**

**CUADRO N° 44**  
**PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Capacitaciones sobre como emprender nuevos negocios	2	14%
Capacitaciones en Buenas Prácticas de Manufactura e Inocuidad Alimentaria	3	21%
Capacitaciones de como tramitar registros sanitarios	3	21%
Asistencia técnica en cómo implementar una fabrica	3	21%
Asistencia técnica en implementar pequeñas empresas productiva	3	21%
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Entrevistas a expertos

**ELABORACIÓN:** La Autora

**Análisis:**

Las capacitaciones que dan las instituciones públicas son muy buenas y nos servirían para capacitar a los futuros empleados de la pequeña empresa. Ya que el costo de una capacitación con un experto en la materia es alto, esto nos puede servir para disminuir costos. A más de ello se tendrá idea de cómo implantar pequeñas empresas y evitar esos largos y engorrosos papeleos.

Pregunta: ¿Cuál es la asesoría que ustedes como sector público les dan a conocer para constituir una pequeña empresa?

**CUADRO N° 45**

**ASESORIA DE CONSTITUCION DE PEQUEÑA EMPRESA**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
La organización	3	25%
Vida jurídica realizarla de acuerdo a lo que van a producir	2	17%
Deciden donde MIPRO, MIES, Ministerio de Relaciones Laborales	3	25%
Revisar los requisitos que establecen	2	17%
Servicio jurídico para su constitución	2	17%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Entrevistas a expertos

**ELABORACIÓN:** La Autora

**Análisis:**

La constitución de una pequeña empresa no es tan difícil según los pasos a seguir que manifiestan dos de los expertos que ya tienen experiencia en creación de Asociaciones, Micro, Pequeñas empresas individuales o Asociativas, pequeñas empresas individuales; solo está en la decisión de organizarse y las Entidades Públicas están prestas para apoyar jurídicamente.

Pregunta: **¿De qué manera contribuyen las entidades gubernamentales para realizar inversión tecnológica en las pequeñas empresas?**

**CUADRO N° 46**  
**AYUDA EN INVERSIÓN TECNOLÓGICA**

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJES
A gestionar con ONGS para donaciones	2	50%
Créditos	2	50%
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** ENTREVISTAS A EXPERTOS

**ELABORACIÓN:** Autores

**Análisis:**

De acuerdo a los datos obtenidos las entidades gubernamentales no ayudan en inversión tecnológica pero si ayudan a buscar financiamiento de entidades que dan créditos para todo tipo de tecnología. Como puede ser en la Corporación Financiera Nacional, Banco Nacional de Fomento, ONGS que trabajan en convenios con las Entidades Gubernamentales y otros.

Pregunta: **El marco legal y jurídico existente en el país ¿de qué manera incide en el sector productivo?**

**CUADRO N° 47**  
**MARCO LEGAL Y JURIDICO**

ALTERNATIVA	FREC.	PORC.
Positiva	3	25%
Políticas de gobierno para ayudar o cooperación mutua en el desarrollo de pequeñas empresas	3	25%
Asesoramientos técnicos de gobiernos provinciales y municipales	3	25%
Legislación acorde a las necesidades de las pequeñas empresas con beneficios más aún para las artesanales	3	25%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Entrevista a expertos

**ELABORACIÓN:** Autoras

**Análisis:**

Según los datos obtenidos el marco legal y jurídico que rige el país incide de forma positiva en el sector productivo, ya que con las nuevas leyes se trata de impulsar la creación de la microempresa para estimular la economía del país. Y para ello están prestando la asesoría legal en la mayoría de las Instituciones Públicas. Y de acuerdo con la nueva ley de Economía Popular y Solidaria donde todos las pequeñas empresas deben pertenecer a la Superintendencia, y para ayudarlos han establecido estatutos proforma y no tengan que gastar dineros en abogados.

Pregunta: **¿cuáles son las principales falencias que tienen las pequeñas empresas de producción?**

**CUADRO N° 48**  
**FALENCIAS DE PEQUEÑAS EMPRESAS DE PRODUCCIÓN**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Infraestructura propia	2	15%
Capital propio	3	23%
Organización no consolidada	3	23%
No cumplen con normas vigentes	3	23%
Poca inversión	2	15%
<b>TOTAL</b>	<b>13</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Entrevista a expertos

**ELABORACIÓN:** Autoras

**Análisis:**

Dentro de los datos que dieron a conocer sobre las debilidades que tienen las microempresas, y desde la experiencia que tienen son la falta de infraestructura, capital propio entre otros; por eso este proyecto deberá establecerse claro la inversión a realizar y como se va determinar el financiamiento.

Pregunta: **¿Qué deben hacer las pequeñas empresas para garantizar la calidad del producto y adquirir sostenibilidad en el tiempo?**

**CUADRO N° 49**  
**GARANTIZAR CALIDAD DE PRODUCTO**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FREC.</b>	<b>PORC.</b>
Contar con una marca del producto	3	25%
Aplicar bien las normas de higiene	3	25%
Estudiar las buenas prácticas de manufactura	3	25%
Diversificar las presentaciones	1	8%
Crear nuevo productos en base a la original	2	17%
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Entrevista a expertos

**ELABORACIÓN:** Autoras

**Análisis:**

Estos datos van ayudara realizar la propuesta correcta para que el proyecto sea factible, ya que para el éxito de un producto se deberá establecer desde la experiencia de ellos a las estrategias adecuadas hasta la innovación del mismo.

Preguntar: **¿Qué necesitan las pequeñas empresas para expandir su mercado y lograr alta rentabilidad?**

**CUADRO N° 50**  
**EXPANSION DE MERCADO**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FREC.</b>	<b>PORC.</b>
Contar con un Reg. San. Que garantice su consumo	3	19%
Patentar el producto	3	19%
Buscar nuevos mercados	3	19%
Realizar nuevas promociones por temporada	2	13%
Capacitar al personal en atención al cliente	2	13%
Invertir en tecnología que abarate costos y optimice tiempo	3	19%
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

**FUENTE:** Entrevista a expertos

**ELABORACIÓN:** Autoras

## **Análisis:**

Las alternativas que hay en el cuadro anterior serán de gran utilidad para establecerlas como estrategias y determinar nuevos mercados o plazas y así la inversión que se realice al implantar este proyecto sea recuperable en el menor de los tiempos.

### **3.6 Identificación del producto**

De acuerdo a la información obtenida se determina que la pequeña empresa buscará estar primera en el mercado con un producto de calidad que garantice su consumo ya que cuenta con diversas características y presentaciones que gusta a niños y adultos sin distinción de sexo, ni edad, y ha prevalecido en los mercados por su rico sabor y precio accesible a la economía de las familias; satisfaciendo los mejores paladares por lo que se establece las siguientes características cuantitativas:

#### **3.6.1 Maní confitado**

El maní confitado estará elaborado con la utilización de maní de la zonas de Loja, Manabí y de Santo Domingo que garantice su buen estado y azúcar de los alrededores de la provincia, para optimizar costos que garantice al consumidor un producto de calidad y de costo accesible. Para lo cual se dará a conocer primero sus propiedades nutricionales, composición, diseño, peso e innovación de productos.

##### **a. Propiedades Nutricionales**

El maní confitado por ser un dulce apetecido por todos, debe garantizar a través del estudio o análisis que se realiza al maní al obtener registros sanitarios donde se determina los nutrientes que aporta al consumirlo entre ellos tenemos: carbohidratos, sodio y potasio.

A lo cual, ZONADIET dice: “El potasio juega un rol muy importante en el organismo. Junto con el sodio, regula el balance de agua y del ácido-base en la sangre y los tejidos. Las concentraciones de potasio son 30 veces mayor en el interior de las células mientras que las concentraciones de sodio son 10 veces más bajas. Esta diferencia de concentraciones genera un gradiente electroquímico conocido como potencial de membrana. Esto hace que el sodio se mueva hacia adentro de la célula y que el potasio se mueva fuera de la misma generando un potencial eléctrico de membrana. Este potencial eléctrico ayuda a generar las contracciones musculares, el impulso nervioso y regular la función cardíaca”.

**b. Composición.-**

El producto es apetecido por grandes y chicos debido a su rico sabor; por lo que es importante conocer como está compuesto, cuáles son sus ingredientes, como se lo realiza, por ende al realizar los trámites correspondientes para el registro sanitario también lo determinan el INSPI (Instituto Nacional de Salud Pública e Investigación) y está compuesto de:

**CUADRO N° 51  
FORMULA DEL MANÍ CONFITADO**

INGREDIENTES	PORCENTAJE
Maní	40%
Azúcar	40%
Agua	20%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

ELABORACIÓN: Autoras

**c. Diseños.-**

El maní confitado se lo presenta en dos diseños:



**Al granel.-** Esta presentación es más consumida, así lo demuestra el estudio de mercado realizado ya que es fácil de abrirlo y consumirlo a más de ello tiene un costo accesible.



**Palillos.-** Es una presentación más elegante pero menos consumida por la población encuestada debido a que el costo es un poco más elevado.

#### d. Peso

El peso del producto es la característica más importante, el mismo que es considerado al momento de ser adquirido por los consumidores. En el maní confitado se determina su volumen de acuerdo a la presentación.

**CUADRO N° 52**  
**PESO DEL PRODUCTO**

Modelo	Peso en kilogramos
Al granel 1	100g
Al granel 2	200g
Palillos 10 unidades	100g
Palillos 30 unidades	300g

**ELABORACIÓN:** Autoras

#### e. Innovación del Producto

Para competir y mantenerse en el mercado y tener rentabilidad es necesario innovar los productos sin perder el sabor original y dándole un valor agregado.



**Maní confitado natural.-** Es aquel producto que tiene como únicos ingredientes: maní, agua y azúcar; y con punto de cocción adecuado para que se mantenga su sabor natural y nutrientes.

#### f. Empaque



El empaque será en fundas de polipropileno bio, para no contaminar el medio ambiente, será fácil de reciclar y permite la adecuada presentación, transportación y conservación del producto. A más de ello en el empaque constara todos los datos concernientes al maní confitado, desde ingredientes, información nutricional, marca, conservación entre otros.

### **g. Forma de conservación**

El maní confitado tendrá una vida útil de 3 meses y para que se mantenga en buen estado hasta el máximo día de consumo se deberá mantenerlo en un ambiente seco, fresco o refrigerado, para que no pierda su color, olor y sabor; que garantice la fiabilidad del producto.

## **3.6.2 CARACTERÍSTICAS CUALITATIVAS**

### **3.6.2.1 UTILIDADES**

El producto es consumido diariamente por los turistas que viajan por la parroquia, ya que es la vía principal que une costa y sierra una gran oportunidad que se debe aprovechar y están integrados por adultos, jóvenes y niños; gracias a las características nutricionales y costos accesibles es el mejor regalo para llevar a sus hogares, familias, amigos o despejar el sueño en las noches. Este producto también es utilizado como aperitivo en fiestas infantiles, formales e informales. Y es parte de la gastronomía de Santo Domingo.

## **3.6.3 MERCADO META**

Luego de haber levantado y analizado la información se puede establecer que la producción obtenida de la nueva pequeña empresa, está dirigida a Santo Domingo y sus parroquias como principales consumidores; sin embargo se pretende a mediano plazo expandir el mercado a nivel regional y nacional, además se ofertará la producción a los supermercados más grandes del país.

### **3.6.3.1 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO**

La segmentación de mercado se realiza de acuerdo a las siguientes variables consideradas para el efecto, y estas están determinadas de la siguiente manera y se detallan a continuación:

### **3.6.3.2 VARIABLE GEOGRÁFICA**

El segmento de mercado para el presente proyecto son consumidores de escuelas, colegios, universidades y establecimientos que se dedican a la venta de productos de confitería en Santo Domingo, y sus parroquias urbanas, rurales.

### **3.6.3.3 VARIABLE DEMOGRÁFICA**

#### **3.6.3.3.1 EDAD**

Los consumidores identificados son estudiantes, jefas de hogar, que van de entre la edad media adulta y adulta mayor; comprendida desde 10 a más de 45 años.

#### **3.6.3.3.2 SEXO**

Los compradores potenciales de maní confitado son del sexo femenino, quienes toman bajo su responsabilidad satisfacer los gustos y necesidades de su familia, sin embargo cabe señalar que también son hombres quienes las compran; toda vez que este producto no tienen características que inclinen hacia la distinción de algún sexo en particular.

#### **3.6.3.3.3 OCUPACIÓN**

La ocupación de este segmento son estudiantes y señoras amas de casa quienes principalmente demandan este producto, con la finalidad de llevar un aperitivo para su familia. También son mujeres y hombres representantes de familia que desempeñan algún cargo laboral en relación de dependencia.

#### **3.6.3.3.4 INGRESOS**

Están determinados por el poder adquisitivo que poseen los consumidores al momento de la compra; como la mayor partes de personas están entre 10 a 25 años, dependen algunos de los ingresos de sus padres y otros son personas adultas que mantienen algún tipo de actividad, que les permite contar con ingresos diarios de forma segura; podemos concluir que pueden satisfacer sus necesidades de consumo ya que tiene un costo relativamente económico y de calidad.

### **3.6.4 VARIABLES PSICOGRÁFICAS**

#### **3.6.4.1.1 CLASE SOCIAL**

Los consumidores potenciales pertenecen básicamente a la clase baja, media baja y media alta, considerando que el producto es consumido a diario o como regalo.

#### **3.6.4.1.2 FRECUENCIA DE COMPRA**

Los consumidores mantienen una frecuencia de compra de uno mensual, de acuerdo a la información de la encuesta realizada, donde normalmente adquieren el producto a granel ya que es el tamaño ideal para compartir con sus amistades, familia y otros; que en promedio es de cuatro integrantes y se incrementa el consumo en las fechas festivas o feriados, por lo referente a obsequios.

### **3.7 ANÁLISIS Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA**

La proyección de la demanda es un análisis minucioso que permitirá determinar, que resultados tendrá en un futuro el proyecto, además se dará a conocer las características o bondades del producto como cantidad, calidad y los diferentes precios a encontrar en el mercado por los consumidores.

De acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada a los consumidores de maní confitado en Santo Domingo al año 2012 realizada en el capítulo 3, Cuadro N° 12, se obtiene que la mayoría de las familias de la localidad realizan la compra de un maní confitado al mes, es decir la cantidad de 12 manís confitados al año.

De acuerdo a los datos del INEC en el año 2010 Santo Domingo tiene una Población de 368.013 habitantes, con una tasa de crecimiento del 1.52% y para el año 2012, la población será de 379.286 habitantes; de los cuáles y de acuerdo al Ministerio de Educación entre la población que cursa el sexto año de educación básica hasta el colegio de bachillerato y universidad hay una población de 87.813.

**CUADRO N° 53**  
**PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN**

<b>AÑO</b>	<b>ESCUELAS</b>	<b>COLEGIOS</b>	<b>UNIVERSI</b>	<b>TIENDAS (consumidores)</b>	<b>TOTAL</b>
2012	57.106	15.715	14.992	1.380	89.193

**FUENTE:** INEC, Ministerio de Educación y SRI

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

Con esta información la demanda de maní confitado al año 2012 es:

**Cuadro N° 54**

**Demanda de maní confitado por familias al Año 2012**

<b>Año</b>	<b>Población demandante</b>	<b>Consumo anual unidades</b>	<b>Consumo Unidades Año</b>
2012	89.193	12	1.070.316

**FUENTE:** Cuadro N° 52 y Resultados de las encuestas

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

De acuerdo a los datos se determina que la demanda al año 2012, será de 1.070.316 unidades de maní confitado.

A continuación se establecerá la demanda, en base al cuadro N° 15; que se refiere a la preferencia del consumidor sobre el tipo de maní confitado según sus presentaciones, para el año 2012 la demanda existente es:

**Cuadro N° 55**

**Demanda por presentación de maní confitado Año 2012**

<b>MANÍ CONFITADO</b>	<b>% Preferencia</b>	<b>Cu/ Tipo de maní confitado</b>
A granel 100g	60%	636.838
A granel 200g	14%	149.844
A palillos 100g	7%	69.571
A palillos 300g	20%	214.063
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>1.070.316</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas en Santo Domingo al 2012

**Elaboración:** Las autoras

### 3.7.1 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Actualmente en la parroquia de Alluriquín, aún no existe producción y comercialización de maní confitado que pueda contar con maquinaria que ayude a garantizar la calidad y a menor costo, por lo que se analizará la demanda de productos similares, que son realizadas de manera netamente artesanal y que se ofertan en el mercado local.

La proyección de la demanda se realiza para cinco años, es decir hasta el 2017 que será el horizonte del proyecto, tiempo de vida útil en el que se enfrentarán diferentes escenarios.

Para esto se empleó el método de crecimiento exponencial, considerando que es un método objetivo que tiene bases estadísticas y matemáticas; se utilizó la tasa de crecimiento para cada mercado meta.

De acuerdo al Ministerio de educación para el año 2012, se ha culminado con una tasa de crecimiento en cuanto a matriculados del 6.7% para nivel primario y secundario, considerando a nivel de escuelas y colegios; para educación superior o universidades es del 8.2%.

En base a los datos proporcionados por el Servicio de Rentas Internas, el crecimiento de locales abiertos para realizar una actividad económica es del 5%; anual; esto permitirá calcular el crecimiento de los locales dedicados a la venta de confitería y por ende el consumo que a futuro habrá de maní confitado.

Fórmula:

$$P_t = P_o (1 + i)^n$$

Dónde:

P<sub>t</sub> = Población proyectada

P<sub>o</sub> = Población inicial

i = Tasa de crecimiento

n = Período observado.

**CUADRO N° 56**  
**PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN AL 2017**

<b>AÑO</b>	<b>ESCUELAS</b>	<b>COLEGIOS</b>	<b>UNIVERSI</b>	<b>TIENDAS (consumidores)</b>	<b>TOTAL</b>
2012	57.106	15.715	14.992	1.380	89.193
2013	60.932	16.768	16.221	1.449	95.370
2014	65.015	17.891	17.551	1.521	101.979
2015	69.371	19.090	18.991	1.598	109.049
2016	74.018	20.369	20.548	1.677	116.613
2017	78.978	21.734	22.233	1.761	124.706

**FUENTE:** Ministerio de Educación, SRI

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

**Cuadro N° 57**  
**Proyección de la Demanda al Año 2013 – 2017**

<b>Año</b>	<b>Población</b>	<b>Consumo anual unidades</b>	<b>Cantidad demandada</b>
2012	89.193	12	1.070.316
2013	95.370	12	1.144.444
2014	101.979	12	1.223.746
2015	109.049	12	1.308.586
2015	116.613	12	1.399.354
2017	124.706	12	1.496.467

**FUENTE:** Encuestas realizadas en el Cantón Santo Domingo al 2012, Cuadro N° 12

**Elaboración:** La autora

Con los cuadros presentados anteriormente se determina que la demanda proyectada para los cinco años tiene un crecimiento promedio anual del 6.82%.

Determinando que para el año 2012 las familias requerirán 1.070.316 unidades de maní confitado.

### **3.7.2 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA**

La oferta está constituida por el conjunto de pequeños productores que existen en el mercado local y constituyen la competencia actual a la que debe enfrentarse el producto objeto del proyecto.

#### **3.7.2.1 CARACTERÍSTICAS DE LOS COMPETIDORES**

En la parroquia de Alluriquín no existe grandes exponentes de la producción de maní confitado, pero sí pequeños productores artesanales que se dedican a la producción.

Los competidores de la pequeña empresa mantienen un stock de inventario limitado, por lo cual no tienen mayor cobertura de mercado, por la larga cadena de intermediarios su producto se encarece comercializan el producto de forma directa, no mantienen publicidad en medios locales pero si cuentan con promociones por temporadas específicas como estrategias para atraer a nuevos consumidores.

Su modalidad de venta está enfocada en la atención del cliente, ofreciendo productos de calidad en horarios de atención de lunes a domingo de 06 horas a 22 horas. Los feriados y fines de semana la parroquia, cuentan con gran afluencia de turistas que acuden a divertirse en el río y de paso realizan sus compras, es ahí donde las ventas tienden a incrementarse. Estos locales mantienen expectativas de crecimiento. Según información obtenida en las entrevistas efectuadas.

#### **3.7.2.2 PRODUCTOS SIMILARES**

Los productos similares son los que cumplen las mismas funciones de uso y utilidad que el producto objeto del presente proyecto y que se encuentran ofertados en el mercado local. Estos productos son los siguientes:

- ✚ Bocaditos Diana.
- ✚ Manicitos Adriana.
- ✚ La Colmena
- ✚ Manicitos Mayita

### 3.7.3 PRINCIPALES COMPETIDORES

Los principales competidores son pequeños productores que están ubicados en el mismo mercado local y ofertan productos similares, a precios bajos y su distribución lo hace a nivel nacional. Solo uno de ellos cuenta con un producto de calidad y tiene mayores consumidores. La oferta queda definida así:

**Cuadro N° 58**

**Oferta de Maní confitado en Santo Domingo al Año 2012**

Principales Oferentes	Ubicación	Oferta mensual	Oferta anual	Tipos de maní c.	Cantidad Unidades
BOCADITOS DIANA	Barrio 2 Puentes, vía quito km. 24 casa 218	18.000	216.000	A granel 100g	341.760
MANICITOS ADRIANA	Barrio 2 Puentes vía quito km. 24 casa 216	23.000	276.000	A granel 200g	138.840
LA COLMENA	Barrio 2 Puentes vía quito km. 24 casa 225	500	6.000	A palillos 100g	32.040
MANICITOS MAYITA	Barrio 2 Puentes vía quito km. 24 casa 214	3000	36.000	A palillos 300g	21.360
<b>Total</b>		<b>44.500</b>	<b>534.000</b>		<b>534.000</b>

**Fuente:** Entrevistas realizadas a productores minoritarios, cuadro N° 33

**Elaborado:** Las autoras

### 3.8 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

La oferta se proyectó para cinco años de vida útil del proyecto, a través del modelo de crecimiento exponencial. Se emplea la tasa de crecimiento de la oferta de maní confitado en la parroquia de Alluriquín durante los tres últimos años, según datos históricos sobre el volumen de ventas proporcionadas por los productores artesanales del mercado local.

**Cuadro N° 59**  
**Oferta Histórica**

<b>Oferta en unidades al Año 2009</b>			
<b>Principales Oferentes</b>	<b>Oferta mensual</b>	<b>Oferta anual</b>	<b>TCA <math>i=Q_n/Q_{n-1}</math></b>
BOCADITOS DIANA	15.114	181.374	
MANICITOS ADRIANA	19.313	231.756	
MANICITOS MAYITA	2.519	30.229	
<b>Total</b>	<b>36.947</b>	<b>443.358</b>	<b>0</b>
<b>Oferta en unidades al Año 2010</b>			
<b>Principales Oferentes</b>	<b>Oferta mensual</b>	<b>Oferta anual</b>	<b>TCA <math>i=Q_n/Q_{n-1}</math></b>
BOCADITOS DIANA	16.021	192.256	
MANICITOS ADRIANA	20.472	245.661	
MANICITOS MAYITA	2.670	32.043	
<b>Total</b>	<b>39.163</b>	<b>469.960</b>	<b>0,06</b>
<b>Oferta en unidades al Año 2011</b>			
<b>Principales Oferentes</b>	<b>Oferta mensual</b>	<b>Oferta anual</b>	<b>TCA <math>i=Q_n/Q_{n-1}</math></b>
BOCADITOS DIANA	9.000	205.714	
MANICITOS ADRIANA	10.000	262.857	
LA COLMENA	1.000	5.714	
MANICITOS MAYITA	2.000	34.286	
<b>Total</b>	<b>22.000</b>	<b>508.571</b>	<b>0,08</b>
<b>Oferta en unidades al Año 2012</b>			
<b>Oferta mensual</b>		<b>TCA <math>i=Q_n/Q_{n-1}</math></b>	
BOCADITOS DIANA	18.000	216.000	
MANICITOS ADRIANA	23.000	276.000	
LA COLMENA	500	6.000	
MANICITOS MAYITA	3.000	36.000	
<b>Subtotal</b>	<b>44.500</b>	<b>534.000</b>	<b>0,05</b>
<b>Total <math>\sum i=</math></b>	<b>0,19</b>	<b>Total <math>\sum i/n=</math></b>	<b>0,06</b>

**Fuente:** Entrevistas realizadas a productores minoritarios, cuadro N° 32

**Elaborado:** Las autoras

Con la información antes presentada, se determina que la oferta de maní confitado en la parroquia de Alluriquín mantiene un ritmo de crecimiento promedio del 6% anual.

Cuya fórmula es:

$$Q_n = Q_0(1+i)^n$$

Dónde:

Q<sub>n</sub> = Oferta Futura

Q<sub>0</sub> = Oferta inicial

i = Tasa de crecimiento de la actividad comercial

n = Año proyectado.

**Cuadro N° 60**  
**Oferta Proyectada**

<b>Año</b>	<b>Oferta Anual</b>	<b>A granel de 100g</b>	<b>A granel 200g</b>	<b>A palillo 100g</b>	<b>A palillo 300g</b>
<b>2012</b>	<b>534.000</b>	447.600	72.000	6.000	8.400
2013	568.204	476.270	76.612	6.384	8.938
2014	604.600	506.777	81.519	6.793	9.511
2015	643.326	539.237	86.741	7.228	10.120
2016	684.533	573.777	92.297	7.691	10.768
2017	728.379	610.529	98.208	8.184	11.458
<b>Total</b>	<b>3.229.042</b>	<b>2.706.590</b>	<b>435.376</b>	<b>36.281</b>	<b>50.794</b>

**FUENTE:** Encuestas realizadas a los productores

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

### **3.9 BALANCE OFERTA DEMANDA**

Al confrontar la oferta y la demanda se determinó que existe demanda por satisfacer, puesto que el volumen ofertado en la parroquia es menor al grado de requerimiento de la población de consumidores.

Esto permite establecer que con la capacidad instalada del presente proyecto se cubrirá inicialmente en el año uno el 25% de esta demanda identificada y en el año cinco se estará en condiciones cubrir el 70% de dicha demanda, con una capacidad operativa del 100%.

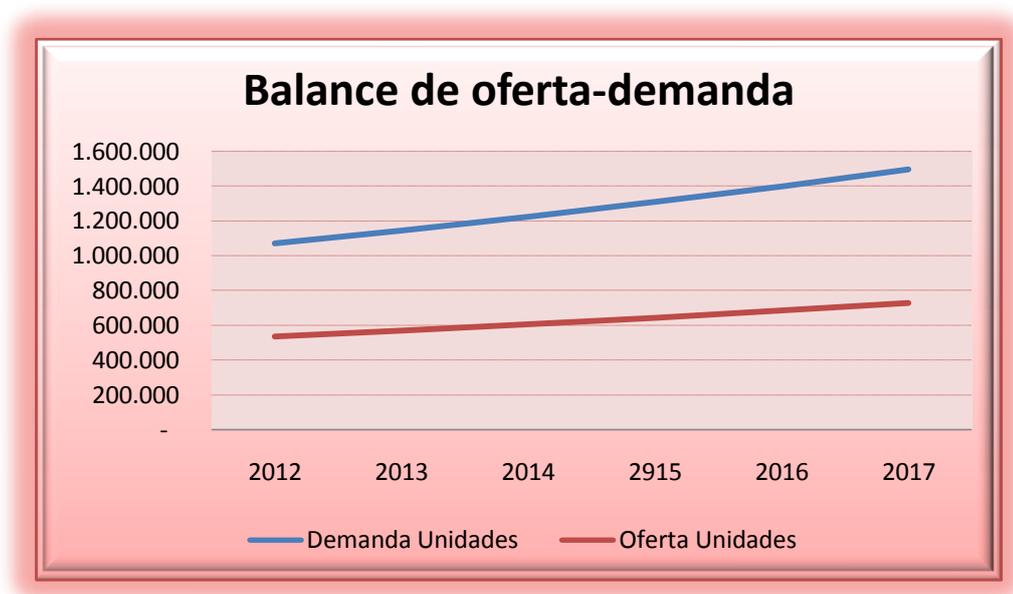
**Cuadro N° 61**  
**Balance Oferta – Demanda**

<b>AÑO</b>	<b>Demanda Unidades</b>	<b>Oferta Unidades</b>	<b>Demanda Insatisfecha unidades</b>
2012	1.070.316	534.000	536.316
2013	1.144.444	568.204	576.240
2014	1.223.746	604.600	619.147
2015	1.308.586	643.326	665.260
2016	1.399.354	684.533	714.821
2017	1.496.467	728.379	768.088
<b>Total</b>	<b>7.642.913</b>	<b>3.763.042</b>	<b>3.879.871</b>

FUENTE: Cuadro N° 56 y cuadro N° 59

ELABORACIÓN: Las Autoras

**Gráfico N° 30**  
**Oferta – Demanda**



Elaborado por: Las Autoras

Los requerimientos de los consumidores insatisfechos permiten determinar la factibilidad del proyecto para introducir el producto en el mercado logrando la aceptación del mismo.

### 3.10 PROYECCIÓN DE PRECIOS

El precio es el elemento más importante, debido a que es el aspecto esencial al momento de ofrecer un producto. La pequeña empresa fijara sus precios en base a la oferta y demanda existente en el mercado, considerando los costos y gastos al momento de producir.

Para proyectar los precios unitarios del maní confitado, se basa en los competidores que mantienen un precio bajo, La forma básica de determinación del precio de venta es el costo de producción más el porcentaje de utilidad. Además consideran las condiciones económicas del país, las temporadas de mayor demanda, la reacción de la competencia y el impacto en el consumidor.

**CUADRO N° 62**  
**PRECIO DE VENTA DEL PRODUCTO AL POR MENOR**

TIPO DE MANÍ CONFITADO	BOCA. DIANA	MANIC. ADRIANA	LA COLMENA	MANIC. MAYITA	TOTAL	Precio Promedio (\$)
A granel de 100g	0,18	0,20	0,20	0,16	0,74	0,19
A granel de 200g	0,45	0,5	0,45	0,5	1,90	0,48
A palillos de 100g	0,38	0,4	0,36	0,36	1,50	0,38
A palillos de 300g	0,82	0,81	0,82	0,83	3,28	0,82

**FUENTE:** Cuadro N° 35

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

Como se aprecia el precio de venta al público se mantiene constante entre los productores e intermediarios. La proyección de los precios se efectuó en base a la tasa promedio anual de inflación en base a los publicados en el Banco Central del

Ecuador al termino del año 2012 es el 4,16% anual, es necesario indicar que este precio estará sujeto a las condiciones del mercado.

### CUADRO N° 63

#### Proyección del precio al por menor de Maní Confitado al año 2012-2017

AÑO	MANÍ A GRANEL		MANÍ A PALILLOS	
	100g (\$)	200g (\$)	100g (\$)	300g (\$)
2012	0,19	0,48	0,38	0,82
2013	0,19	0,49	0,39	0,85
2014	0,20	0,52	0,41	0,89
2015	0,21	0,54	0,42	0,93
2016	0,22	0,56	0,44	0,97
2017	0,23	0,58	0,46	1,01

Fuente: Cuadro N° 61 e INEC, inflación

Elaboración: Las Autoras

### 3.11 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN, DISTRIBUCIÓN Y PUBLICIDAD DEL PRODUCTO

#### 3.11.1 Canales de distribución

La microempresa buscara llegar a los consumidores en las siguientes formas de distribución:

##### a. Forma directa.

El producto se comercializara directamente en los mercados, para que las personas puedan adquirirlo, la venta directa a supermercados, puestos informales y dar a conocer la pequeña empresa de forma turística ya que será una forma de vender el producto.

## b. Forma indirecta

La venta a intermediarios es una forma antigua de comercializar y que se potenciarla a favor de la pequeña empresa y de paso promocionar los productos, apoyando con camisetas que promocionen la marca que serán el puente entre el consumidor y pequeña empresa.

### 3.11.2 Presentación y calidad del producto

En cuanto a la presentación del producto se lo hará de acuerdo al mercado a ingresar, si se lo realiza en supermercados o comisaratos más grandes se lo hará en el empaque a granel de 100g, porque es más elegante y su traslado se lo realizara en cajas de cartón. Para la venta a los intermediarios se lo hará en las mismas formas de presentación en empaque de fundas polipropileno bio que garantiza también el buen estado del producto pero con la diferencia que contará con una marca propia.

#### Presentación a granel



#### Presentación a palillos



Elaborado por: Las Autoras

### 3.11.3 Promoción y publicidad

Se debe aplicar una extensa campaña de publicidad de la pequeña empresa para incentivar al consumo. Para lo cual se necesitará los medios de comunicación habituales para difundir el mensaje.

### 3.11.3.1 Publicidad en Prensa

Para esta publicidad se tomará en cuenta la promoción en un medio escrito y radial local, como es CENTRO de Santo Domingo, y Radio American medios de comunicación más populares en la región.

#### GRÁFICO N° 31 PUBLICIDAD PARA LA PRENSA



Elaborado por: Las Autoras

#### GRÁFICO N°32 PUBLICIDAD PARA RADIO



Elaborado por: Las Autoras

### 3.11.3.2 Flyres y Banner

Esta no es una publicidad muy costosa pero sin embargo da buenos resultados y se realizará su distribución de hojas volantes en la ciudad de Santo Domingo para dar a conocer el producto con sus diversas presentaciones y dando a conocer su información nutricional y como se van a producir en la microempresa.

#### GRAFICO N° 33

#### BANNER



Elaborado por: Las Autoras

### 3.12 CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO.

Al término de este estudio se determina que según los datos recolectados hay una gran demanda del producto, que no ha sido cubierta por la oferta que existe en el sector. La importancia de este estudio es determinar la oportunidad que significa la demanda insatisfecha para producir el producto.

El producto objeto del presente proyecto es maní confitado con un rico sabor natural y nutritivo con lo cual se obtienen un producto con valor agregado y único. La demanda actual de maní confitado en Santo Domingo, se determinó

considerando el consumo de 95.113 consumidores, que mantienen una frecuencia de compra mensual, es decir doce unidades de maní confitado al año, existiendo el requerimiento por lo tanto de 1.141.356 unidades al año 2012.

La proyección de la demanda se realizó para cinco años de vida útil del proyecto en el que se enfrentará diferentes escenarios, se empleó el modelo de crecimiento exponencial; obteniendo que al cabo de los cinco años es decir al 2017, exista una población de 124.706 con una demanda estimada de 1.496.467.

Dentro la localidad no se cuenta con un gran representativo de productores en gran escala de maní confitado, pero si existen pequeños productores artesanales ubicados en el sector comercial de la urbe quienes actualmente presentan una oferta de 534.000 unidades al año 2012.

La proyección de la oferta se determinó en base al modelo de crecimiento exponencial, se determinó que la oferta de maní confitado se incrementará en 6% anual, obteniendo así que la oferta para el año 2017 es de 610.529 unidades de maní confitado.

Después de haber determinado la oferta y demanda se concluye que la demanda por satisfacer al 2012 es 536.316 unidades, por tanto se puede avizorar con esto que el proyecto teóricamente es factible debido a que la oferta del producto no alcanza a cubrir todos los requerimientos del mercado. Ante lo cual con la implantación de este proyecto se pretende cubrir parte de dicha demanda.

También, que hoy en la actualidad existen políticas de gobierno que beneficia a los pequeños productores, existe ayuda seccional de gobierno, solo hay que saber aprovechar cada una de las oportunidades que se presentan para tener éxito en el mercado que se quiere incursionar.

## **CAPÍTULO IV**

### **4 ESTUDIO TÉCNICO**

Para el programa de producción del proyecto se toma muy en cuenta los resultados obtenidos del estudio de mercado que se ha realizado.

El estudio técnico tiene como objetivo fundamental determinar los componentes principales para implantar la microempresa. En el cuál se determina el tamaño, ubicación, maquinaria y equipos a necesitar, su adecuada instalación o distribución de los espacios. Su organización operativa y funcionamiento en sí.

#### **4.1 LOCALIZACIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA**

Con el objeto de establecer la localización de la nueva pequeña empresa, se partirá del área geográfica general que se hizo referencia en el estudio de mercado, en la cual se instalará la planta y desde donde se realizará las diferentes presentaciones del servicio a prestar.

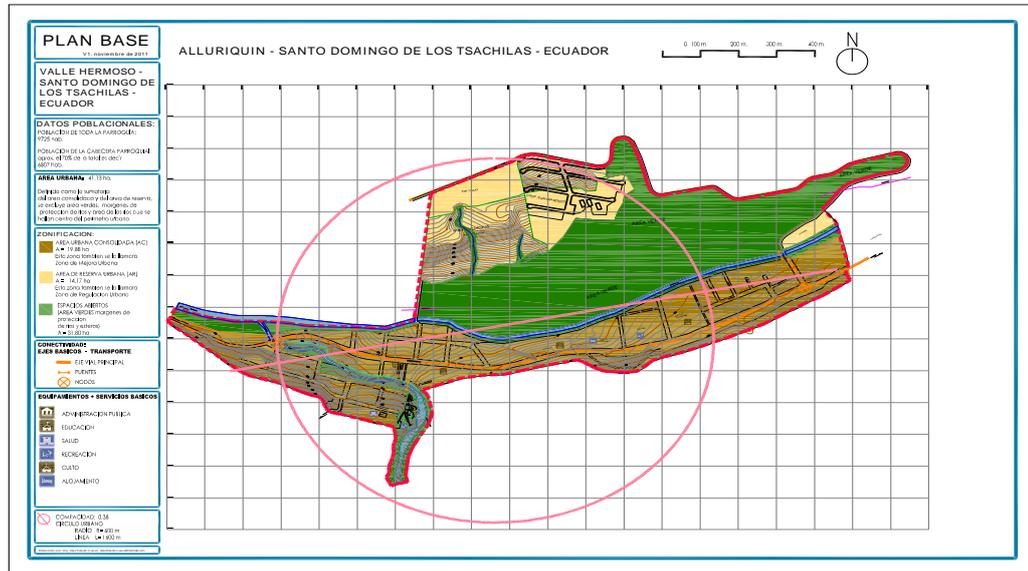
##### **4.1.1 Macro localización**

Aquí se establece el lugar geográfico en donde se llevará a cabo el proyecto; por lo que es necesario tomar en cuenta varios aspectos como: región, provincia, cantón o área geográfica, con el objetivo de conocer con precisión el lugar donde se desarrollará el proyecto.

La pequeña empresa productora y comercializadora de maní confitado estará ubicada en la Costa, Provincia Santo Domingo de los Tsáchilas, Cantón Santo Domingo, Parroquia Alluriquín, la cual se la conoce como tierra dulce en donde la mayoría de sus pobladores se dedica a la producción y comercialización de dulces ya sea al por mayor o menor.

Esta parroquia tiene como acceso la vía principal del Ecuador, que une Costa y Sierra, la pequeña empresa estará ubicada en vía de segundo orden, ya que es el único lugar de extensión territorial.

**GRÁFICO N° 34**  
**MAPA DE ALLURIQUÍN**



**FUENTE:** GAD PARROQUIAL ALLURIQUÍN

#### 4.1.2 Micro localización

En cuanto a la micro localización del proyecto, estará localizada a las afueras de la parroquia, a 10 minutos del centro poblado, un lugar estratégico ya que por ese lugar se realizará el anillo rural santo domingo; se cuenta con la disponibilidad de terreno, agua abundante y así se cumple con lo que determina el medio ambiente que la fábrica deberá estar lejos del poblado.

##### 4.1.2.1 Dirección

El proyecto a ejecutarse estará micro localizado en la parroquia Alluriquín, vía la Florida a 10 minutos del centro poblado

**Gráfico N° 35**  
**CROQUIS DE MICROLOCALIZACIÓN**



**FUENTE:** Investigación directa

**ELABORACION:** Autoras

**4.1.2.2 Factores coadyuvantes o relacionados**

**a. Factores Geográficos**

- ✚ Orografía de suelo
- ✚ Clima
- ✚ Nivel de Riesgo

**b. Factores Comerciales**

- ✚ Posición estratégica
- ✚ Vías de acceso
- ✚ Disponibilidad de espacio
- ✚ Ruido
- ✚ Seguridad
- ✚ Manejo de desechos
- ✚ Proveedores
- ✚ Servicios básicos
- ✚ Basura

- ✚ Polución del paisaje
- ✚ Abastecimiento de materia prima
- ✚ Mano de obra calificada
- ✚ Tipo de mercado

**c. Factores Legales**

- ✚ Ordenanzas municipales
- ✚ Permiso Sanitario
- ✚ Permiso de Bomberos
- ✚ Permiso de Construcción
- ✚ Permiso de medio ambiente

**4.1.2.3 Matriz de Factores**

**a. Escala de Evaluación**

**CUADRO N° 64**  
**ESCALA DE EVALUACIÓN**

ESCALA CUALITATIVA	ESCALA CUANTITATIVA
ÓPTIMO	5
MUY BUENA	4
BUENA	3
REGULAR	2
PÉSIMA	1
INDIFERENTE	0

**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

**b. Posibles Sitios de Localización**

- ✚ (A) Barrio Central
- ✚ (B) Recinto Paraíso
- ✚ (C) Florida

c. Diseño de la Matriz de Factores

**CUADRO N° 65**  
**MATRIZ DE FACTORES**

<b>FACTORES</b>	<b>A</b>	<b>B</b>	<b>C</b>
<b>Factores geográficos</b>			
Orografía de suelo	4	4	4
Clima	4	3	4
Nivel de riesgo	3	3	4
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>12</b>
<b>Factores Comerciales</b>			
Posición estratégica	4	4	4
Vías de acceso	5	5	5
Disponibilidad de espacio	2	3	5
Ruido	4	4	5
Seguridad	3	3	3
Manejo de desechos	4	4	3
Proveedores	4	4	4
Servicios básicos	4	4	3
Basura	4	4	3
Polución de paisaje	4	4	4
Abastecimiento de materia prima	4	4	4
Mano de obra calificada	4	3	4
Tipo de mercado	4	3	2
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>49</b>	<b>49</b>
<b>Factores Legales</b>			
Ordenanzas Municipales	3	3	5
Permiso Sanitario	4	4	4
Permiso de Bomberos	3	3	5
Permiso de construcción del Municipio	3	4	5
Permiso de Medio Ambiente	3	3	5
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>24</b>
<b>TOTAL FINAL</b>	<b>77</b>	<b>76</b>	<b>85</b>

**FUENTE:** Investigación directa

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

De acuerdo a los datos anteriores se determina que el lugar más idóneo para implantar y poner su funcionamiento a la pequeña empresa es la opción C que es la que se encuentra a las afueras de la población vía la Florida, porque de acuerdo a las nuevas leyes toda fabrica deberá estar aislado del centro poblado por los peligros que pueda ocasionar y donde estará situado cuenta con todos los servicios básicos.

## **4.2 TAMAÑO DEL PROYECTO**

Para establecer el tamaño del proyecto se parte de la capacidad de la demanda del producto establecida en el estudio de mercado. De acuerdo a ello se realizara el estudio económico y la capacidad del tamaño del proyecto.

### **4.2.1 Factores que afectan la determinación del tamaño**

A continuación se analiza los siguientes factores que permiten tener una mejor visión acerca de cuan factible puede ser el proyecto. Y para determinar la capacidad del proyecto se parte de los siguientes aspectos:

- ✚ Disponibilidad del terreno
- ✚ Materia prima e insumos
- ✚ Tecnología a utilizar
- ✚ Organización
- ✚ Objetivos a plantearse para el crecimiento seguro según la demanda del producto

#### **4.2.1.1 Disponibilidad de terreno**

Para establecer el proyecto se contará con un área de 1.000 m<sup>2</sup>, ubicada con el nuevo cambio de zonificación rural realizada el 15 de diciembre del 2012, como consta en el municipio de Santo Domingo, en el casco urbano de la parroquia, el cual tiene un costo de 5.000 usd. El cual será financiado por el propietario.

Y su construcción se la realizara con un financiamiento a través de crédito que se pueda realizar en la Corporación Financiera Nacional, ya que las tasas de interés son bajas en comparación de instituciones financieras privadas, a más de ello se encargan de financiar proyectos productivos ya sean en su totalidad o en parte, por lo que se podrá adquirir el terreno sin ninguna obstrucción.

#### **4.2.1.2 Materias Primas e Insumos**

La adquisición de materia prima, insumos, materiales y cualquier otro requerimiento que se haga para el buen funcionamiento de la pequeña empresa se lo realizara en las ciudades correspondientes donde se encuentren los proveedores para que en futuros pedidos sean ellos quienes nos visiten.

#### **4.2.1.3 Tecnología**

Dentro de esta pequeña empresa se utilizará una tecnología adecuada y acorde que no altere la costumbre artesanal de cómo realizar el producto, pero sin embargo ayude a optimizar tiempo y costo en beneficio de la misma. Realizando solo un proceso tecnológico y los demás procesos de forma artesanal.

#### **4.2.1.4 Organización**

La organización de la pequeña empresa es muy importante porque debe estar estructurada de la mejor manera para un buen funcionamiento y el éxito de la misma. Las leyes ecuatorianas hoy en la actualidad impulsan la microempresa y pequeña empresa, así lo establece la LEY ORGÁNICA DEL RÉGIMEN DE LA SOBERANÍA ALIMENTARIA donde dice en su art.3 deberes del Estado literal c.- (REGISTRO OFICIAL, 2011), “Impulsar, en el marco de la economía social y solidaria, la asociación de los microempresarios, microempresa o micro, pequeños y medianos productores para su participación en mejores condiciones en el proceso de producción, almacenamiento, transformación, conservación y comercialización de alimentos”, es por ello que se debe hacerlo de una forma

organizada y este tipo de pequeña empresa se encuentran registradas en el Ministerio de Industrias y Productividad quien regula a las mismas.

Para lograr el éxito de esta organización se debe considerar el factor más importante como el recurso humano que laborará en las distintas áreas de la pequeña empresa, en cuanto a la producción se contará con manos calificadas aunque no lo determine un título sino la experiencia de las familias artesanales que han venido desarrollando este trabajo y en concerniente a los demás puestos se deberá contar con personal apto para cada uno, que ayuden el trabajo productivo y sostenible.

#### **4.2.1.5 Capacidad Productiva del Proyecto**

En la pequeña empresa los mejores rendimientos en su producción serán el resultado de la eficiente práctica productiva artesanal y tecnológica, también son importantes aspectos como: la buena calidad de materia prima con la que cuente, un excelente recurso humano, un adecuado control productivo, oportuno manejo de estrategias de mercadeo e innovación de proceso o producto.

La pequeña empresa estará asesorada permanentemente de un técnico en alimentos el cual será el encargado de cuidar la calidad del producto y maximizar los rendimientos. De la tecnología será óptima y acorde al proceso productivo, que ayude a optimizarlo, para reducir costos, con un rendimiento óptimo del 100%.

La producción será de 800 unidades diarias, en el primer año o sea 288.120 unidades anuales; no se llegará a la producción total de la demanda por satisfacer, debido a que se construirá la planta, se ultimaran detalles de la misma, y los diferentes procesos a implantar para la producción, no permitirán cubrir al 100% la demanda insatisfecha; por lo que se pretende cubrir un 50% en el primer año y para el segundo año se irá cubriendo un 5% más que el año anterior hasta llegar al 70% en el término de los cinco años que dura el proyecto; se lo realizará

de esta manera con la finalidad de no contraer contratiempos y no poder cumplir con las obligaciones contraídas en el mercado local.

**CUADRO N° 66**  
**CAPACIDAD PRODUCTIVA**

<b>AÑOS</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>	<b>PRODUCCIÓN DE LA PEQUEÑA EMPRESA</b>	<b>PORCENTAJE DE CAPTACIÓN</b>
2013	576.240	288.120	50%
2014	619.147	340.531	55%
2015	665.260	399.156	60%
2016	714.821	464.634	65%
2017	768.088	537.661	70%

**Fuente:** Cuadro estadístico 60  
**Elaborado por:** El Autor.

**CUADRO N° 67**  
**CAPACIDAD PRODUCTIVA GRANEL 100g**

<b>AÑO</b>	<b>Demanda Unidades</b>	<b>Oferta Unidades</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Producción</b>	<b>Porcentaje captación</b>
2013	680.944	476.270	204.674	102.337	50%
2014	728.129	506.777	221.352	121.744	55%
2015	778.609	539.237	239.371	143.623	60%
2016	832.616	573.777	258.838	168.245	65%
2017	890.398	610.529	279.869	195.908	70%
<b>Total</b>	<b>3.910.695</b>	<b>2.706.590</b>	<b>1.204.105</b>	<b>731.857</b>	

**Fuente:** Cuadro estadístico 60\* CUADRO N° 50, CUADRO N° 65  
**Elaborado por:** El Autor.

**CUADRO N° 68**  
**CAPACIDAD PRODUCTIVA GRANEL 200g**

<b>AÑO</b>	<b>Demanda Unidades</b>	<b>Oferta Unidades</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Producción</b>	<b>Porcentaje de captación</b>
2013	160.222	76.612	83.610	41.805	50%
2014	171.324	81.519	89.805	49.393	55%
2015	183.202	86.741	96.461	57.877	60%
2016	195.910	92.297	103.613	67.348	65%
2017	209.505	98.208	111.297	77.908	70%
<b>Total</b>	<b>920.164</b>	<b>435.376</b>	<b>484.787</b>	<b>294.331</b>	

Fuente: Cuadro estadístico 60\* CUADRO N° 50, CUADRO N° 65

Elaborado por: El Autor.

**CUADRO N°69**  
**CAPACIDAD PRODUCTIVA PALILLOS 100g**

<b>AÑO</b>	<b>Demanda Unidades</b>	<b>Oferta Unidades</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Producción</b>	<b>Porcentaje de captación</b>
2013	74.389	6384	68.005	34.002	50%
2014	79.544	6793	72.750	40.013	55%
2015	85.058	7228	77.830	46.698	60%
2016	90.958	7691	83.267	54.123	65%
2017	97.270	8184	89.086	62.360	70%
<b>Total</b>	<b>427.219</b>	<b>36281</b>	<b>390.937</b>	<b>237.196</b>	

Fuente: Cuadro estadístico 3.34.

Elaborado por: El Autor.

**CUADRO N° 70**  
**CAPACIDAD PRODUCTIVA PALILLO 300g**

<b>AÑO</b>	<b>Demanda Unidades</b>	<b>Oferta Unidades</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Producción</b>	<b>Porcentaje de captación</b>
2013	228.889	8.938	219.951	109.975	50%
2014	244.749	9.511	235.239	129.381	55%
2015	261.717	10.120	251.597	150.958	60%
2016	279.871	10.768	269.103	174.917	65%
2017	299.293	11.458	287.836	201.485	70%
<b>Total</b>	<b>1.314.519</b>	<b>50.794</b>	<b>1.263.726</b>	<b>766.717</b>	

Fuente: Cuadro estadístico 3.34.

Elaborado por: El Autor.

### 4.3 INGENIERIA DEL PROYECTO

En esta sección se abordaran aspectos propios de la ingeniería tales como: infraestructura civil, terrenos, planta procesadora, procesos de producción, producto, equipo y maquinaria, tecnología, recursos humanos, entre otros.

#### 4.3.1 Requerimientos de infraestructura civil

Constituyen las instalaciones físicas, que son los espacios necesarios en donde se desarrollará las operaciones de la nueva pequeña empresa, por lo que cabe recalcar las diferentes áreas con las que va a formarse la misma, a continuación se detallan las instalaciones que se divisarán en este proyecto.

**CUADRO N° 71**  
**ÁREAS DE CONSTRUCCIÓN**

<b>ÁREA ADMINISTRATIVA</b>	<b>Extensión m<sup>2</sup></b>
Gerencia	24
Contabilidad	24
Ventas	24
Sala de reuniones	32
<b>ÁREA DE SERVICIO</b>	
Baño	24
Comedor	40
Cocina	40
Vestidor	25
<b>ÁREA DE PRODUCCIÓN</b>	
Bodega de materia prima	150
Área de limpieza M.P.	60
Área de producción	100
Área de embalaje o empaçado	75
Área de almacenamiento P.T.	60
<b>TOTAL</b>	<b>702 m<sup>2</sup></b>

**FUENTE:** Asesoramiento de un Ingeniero Civil

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

El total de las instalaciones, construcciones y área de servicios de la pequeña empresa productora y comercializadora de maní confitado se distribuirá en 702m<sup>2</sup>, de los cuáles el área administrativa estará asignado 128 m<sup>2</sup>; área de servicio será designado un 105 m<sup>2</sup>; para el área de producción tendrá un área de 445 m<sup>2</sup>; para baño 24 m<sup>2</sup> y el resto del terreno se asignará para parqueadero dentro y fuera de la pequeña empresa para descargar la materia prima y cargar el producto terminado y nuestros clientes tengan la seguridad de llegar con confianza y adquirir el producto sin apuro alguno.

#### **4.3.2 Terreno**

Para llevar a cabo este proyecto se aportara con inversión propia para la adquisición de un terreno, que tiene un costo en el mercado de \$ 5000, con una extensión de 1000 metros.

**CUADRO N° 72**  
**DESCRIPCIÓN DEL TERRENO**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>TOTAL</b>
TERRENO	1000 m <sup>2</sup>	5.000 usd.

**FUENTE:** Investigación directa

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

#### **4.3.3 Edificios**

Para la construcción se cuenta con el asesoramiento de un experto en la materia como es un Ingeniero Civil, el mismo que brinda sugerencias y recomendaciones en la construcción de los respectivos planos y distribución de las áreas de acuerdo a los requerimientos.

#### **4.3.3.1 Estructura**

La construcción civil será de hormigón armado, basado en columnas adecuadas y localizadas de forma que permitan como soporte estructural adecuado.

#### **4.3.3.2 Pisos**

Como es una pequeña empresa productora de alimentos, los pisos deben estar acorde a los requisitos establecidos por el Reglamento de Alimentos que en su Art. 57 literal f), manifiesta “Los pisos de las diferentes áreas serán construidos con materiales resistentes que cumplan con las siguientes características; lisos, impermeables lavables, no resbaladizos, con pendiente mínima del 2% que permita un buen drenaje hacia los sifones de desagüe, que se conserven en buen estado de mantenimiento e higiene.” Por lo que se establece que los pisos serán de baldosas.

#### **4.3.3.3 Paredes**

Para esta parte también se tomara en cuenta lo que establece el Reglamento de Alimentos en su literal h) “Las paredes serán de material impermeable, no poroso, lavable, lisas y pintadas de color claro, revestidas con material de superficie vítrea hasta la altura de 1.80 metros cuando el proceso lo requiera. Las uniones entre las paredes y el piso, y entre las paredes y el techo, deberán ser redondeadas” y recubierta con pintura epoxica para alimentos.

#### **4.3.3.4 Costo**

De acuerdo a los costos obtenidos de la ingeniería y arquitectura se ha estimado un valor de \$ 52,71 usd., por cada metro de construcción.

**CUADRO N° 73**  
**CONSTRUCCIÓN**

CONSTRUCCIÓN	TOTAL
Planta de la pequeña empresa más acabados	37.000 usd.

**FUENTE:** Asesoramiento de Ingeniero Civil

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

#### **4.3.4 Distribución de la planta**

En los estudios de ingeniería y arquitectura proporcionada por el Ingeniero Civil, en los planos de la planta está formada de un piso de planta baja en la cual tiene áreas divididas en secciones organizadas y bien definidas, para de esta manera llevar acabo la instalación de la pequeña empresa.

Dentro de la infraestructura se dispondrá de espacio suficiente para realizar las actividades de la mejor manera, cómoda e independientemente de cada área, facilitando el acceso a cada una.

La pequeña empresa de maní confitado para su buen funcionamiento se ha dividido en las siguientes áreas:

- |                      |   |
|----------------------|---|
| ✚ Gerencia,          | ✚ Vestidores,                           |
| ✚ Contabilidad,      | ✚ Bodega,                               |
| ✚ Ventas,            | ✚ Limpieza de materia prima,            |
| ✚ Recepción,         | ✚ Producción,                           |
| ✚ Sala de Reuniones, | ✚ Empacado o embalaje,                  |
| ✚ Cocina,            | ✚ Almacenamiento de Producto Terminado. |
| ✚ Comedor,           |   |

**GRÁFICO N° 36**  
**PLANO DE LAS INSTALACIONES ÁREA 702 m<sup>2</sup>**



Elaborado por: Ingeniero Civil

### 4.3.5 FLUJOGRAMAS DE PROCESO

#### 4.3.5.1 Proceso de la producción del maní confitado

A través del siguiente cuadro se establecerá el proceso productivo y se lo reflejará en un flujo grama de proceso dando a conocer la secuencia del mismo. En el cuál se llevara un control adecuado y eficaz del mismo que sirve a la pequeña empresa de proyectar o estimar todo sus requerimientos en base al proceso productivo.

## CUADRO N° 74

### PASOS DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DEL MANÍ CONFITADO

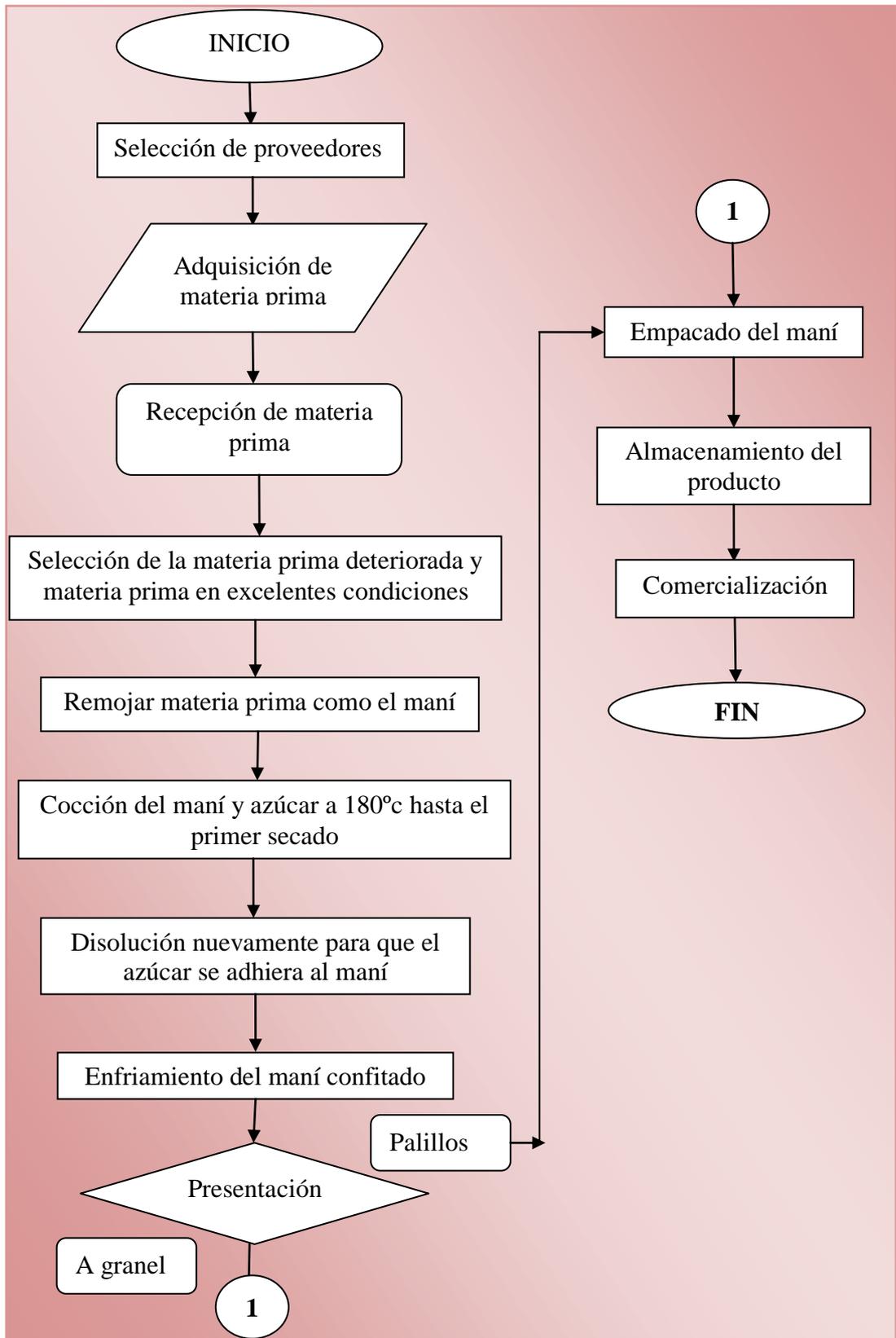
LISTADO DE ACTIVIDADES	TIEMPO PREVISTO/MINUTOS
Selección de proveedores	30
Adquisición de materia prima	15
Recepción de la materia prima	10
Selección de la materia prima deteriorada y materia prima en excelentes condiciones	60
Remojar materia prima como el maní	15
Cocción del maní y azúcar a 180°C hasta el primer secado	30
Disolución nuevamente para que el azúcar se adhiera al maní	10
Enfriamiento del maní confitado	5
Pase del maní confitado al área de empaçado	2
Embalaje del maní confitado a granel	15
Embalaje del maní confitado a palillos	60
Almacenamiento del producto terminado	10
Salida del producto	2
<b>TOTAL</b>	<b>264 minutos</b>

**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

Para cumplir con todo el proceso productivo la pequeña empresa necesitará de 264 minutos, esto permite bajar costos y tener una mayor producción; a continuación se plasmará el proceso productivo en un flujo grama que permita tener una mejor ilustración y por ende una mayor comprensión de cómo llevar a cabo la producción.

**GRÁFICO N° 37**  
**FLUJOGRAMA DE PROCESO PRODUCTIVO**



ELABORACIÓN: Las Autoras

#### 4.3.5.2 Proceso de ventas

Se detalla las actividades que se llevarán a cabo desde el momento que ingresa un cliente a nuestra pequeña empresa hasta el término o finalización de adquisición o compra del producto.

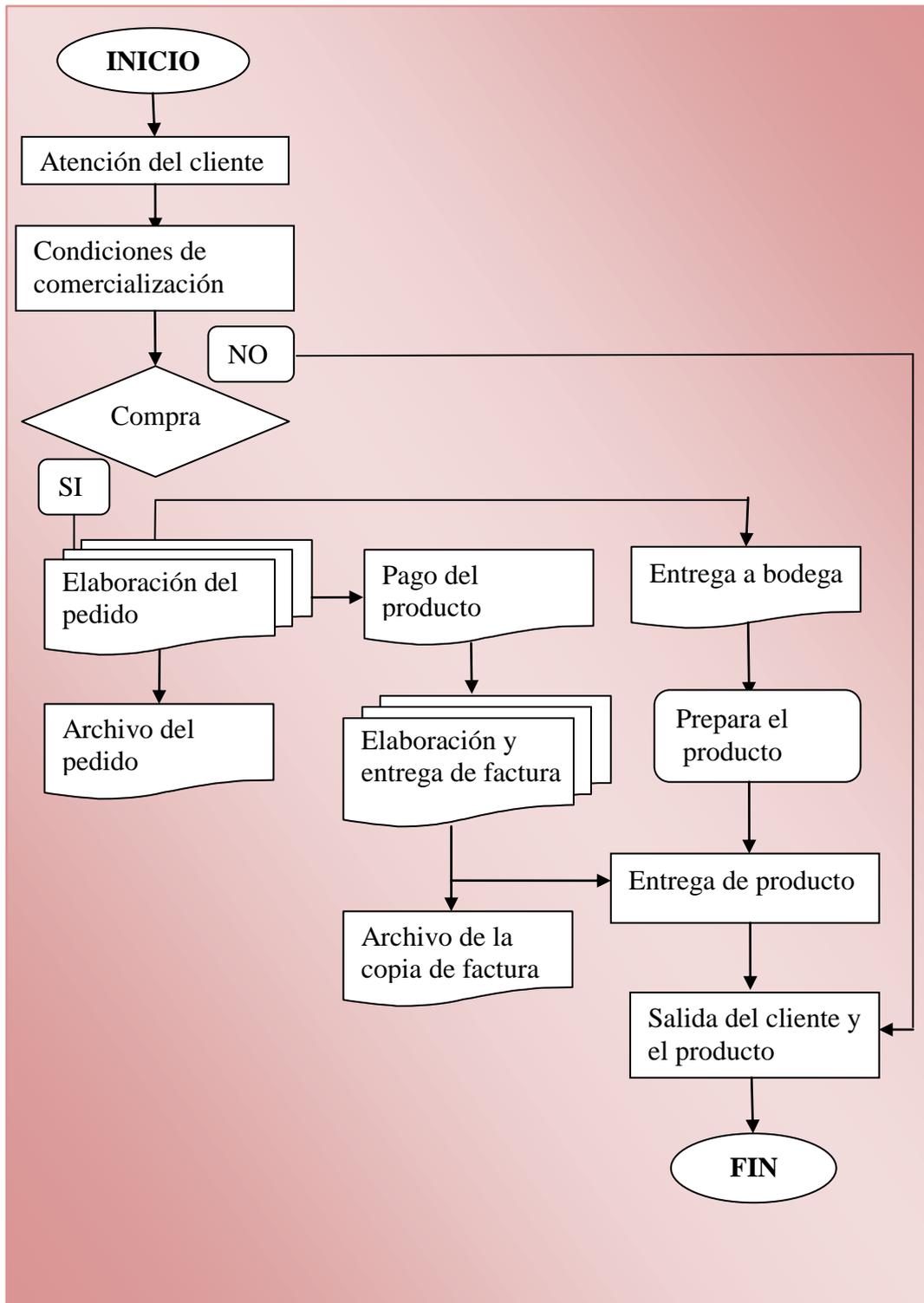
**CUADRO N° 75**  
**ACTIVIDADES DEL PROCESO DE COMERCIALIZACIÓN**

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>TIEMPO PREVISTO/ MINUTOS</b>
Atención del cliente	5
Condiciones de comercialización	8
Elaboración del pedido	5
Entrega del pedido en bodega	2
Entrega del pedido en Caja	2
Cobro del pedido	5
Entrega de factura	2
Factura para contabilidad	2
Factura para bodega	2
Entrega del producto	5
Salida del cliente y producto	2
<b>TOTAL</b>	<b>40 minutos</b>

**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

**GRÁFICO N° 38**  
**FLUJOGRAMA DE PROCESO DE VENTA**



ELABORACIÓN: Las Autoras

### 4.3.5.3 Proceso para el equipamiento y logística del proyecto

A continuación se detalla cada uno de los requerimientos que se necesitan para el equipamiento y logística del proyecto entre los cuales constará desde la búsqueda de los proveedores, el requerimiento de materiales, y cada uno de sus cotizaciones; hasta la entrega de los mismos y apertura definitiva de la pequeña empresa productora y comercializadora de maní confitado.

**CUADRO N° 76**  
**EQUIPAMIENTO Y LOGÍSTICA DEL PROYECTO**

<b>N°</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>TIEMPO PREVISTO/DÍAS (PROBABILÍSTICO)</b>
<b>1</b>	Requerimientos	5
<b>2</b>	Cotizaciones	8
<b>3</b>	Análisis y selección de proveedores	2
<b>4</b>	Adquisición de materiales y equipos	8
<b>5</b>	Traslado de adquisiciones	8
<b>6</b>	Verificación de adquisiciones	2
<b>7</b>	Entrega de recepción de materiales y equipos requeridos	2
<b>8</b>	Instalación de los equipos	1
<b>9</b>	Almacenamiento de los materiales	2
<b>10</b>	Comprobación del funcionamiento de equipos	1
<b>11</b>	Inicio de periodo de prueba	8
<b>12</b>	Apertura definitiva	-

**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

**CUADRO N° 77**  
**PLANTILLA DE CONTROL**

N°	SÍMBOLOS	ACTIVIDAD	TIEMPO PREVISTO/DÍAS (PROBABILÍSTICO)
1	⇒ □ <del>▧</del> ○ ⊙ ▽ D	Requerimientos	5
2	⇒ □ ▧ ○ ⊗ ▽ D	Cotizaciones	8
3	⇒ □ ▧ ○ ⊙ ▽ D	Análisis y selección de proveedores	2
4	⇒ □ ▧ ○ ⊗ ▽ D	Adquisición de materiales y equipos	8
5	⇒ □ ▧ ○ ⊙ ▽ D	Traslado de adquisiciones	8
6	⇒ □ ▧ ○ ⊙ ▽ D	Verificación de adquisiciones	2
7	⇒ □ ▧ ○ ⊙ ⊗ D	Entrega de recepción de materiales y equipos requeridos	2
8	⇒ □ ▧ ○ ⊙ ▽ D	Instalación de los equipos	1
9	⇒ □ ▧ ○ ⊙ ⊗ D	Almacenamiento de los materiales	2
10	⇒ □ ▧ ○ ⊙ ▽ D	Comprobación del funcionamiento de equipos	1
11	⇒ □ ▧ ○ ⊗ ▽ D	Inicio de periodo de prueba	8
12	⇒ □ ▧ ○ ⊙ ▽ D	Apertura definitiva	-

**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

## 4.4 PRESUPUESTO TÉCNICO

Esta parte es la más importante del proyecto pues se abordará aspectos propios de la Ingeniería tales como: infraestructura civil, terrenos, edificios, procesos de producción, equipo y maquinaria, tecnología, recursos humanos, entre otros.

### 4.4.1 Inversiones fijas

Para dar inicio a este proyecto es necesario realizar inversiones en equipo, maquinaria, muebles y enseres necesarios para la implementación y ejecución de este proyecto.

#### 4.4.1.1 Construcciones de áreas y espacios

De acuerdo a la información proporcionada por el Ingeniero Civil, se puede determinar que la pequeña empresa a emprender, incluido sus acabados tendrá un costo de \$ 37.000; ya que es una infraestructura que no necesitara muchas divisiones y de espacio amplio y su cotización se realizó en base a materiales de excelente calidad y de acuerdo a los requerimientos que establece el reglamento de alimentos; a más de ello dejando un porcentaje para imprevistos.

**CUADRO N° 78**  
**VALOR DE CONSTRUCCIONES**

CONSTRUCCIONES	ÁREA m <sup>2</sup>	VALOR
Planta de la pequeña empresa, más acabados	702 m <sup>2</sup>	37.000 usd

**FUENTE:** Investigación Directa y asesoramiento del Ingeniero Civil

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

#### 4.4.1.2 Vehículo

Esta pequeña empresa invertirá en un camión Chevrolet que servirá para trasladar la mercadería a los puntos de ventas como centros comerciales, entre otros y poder adquirir mercadería personalmente a los proveedores.

**CUADRO N° 79**  
**VALOR DE VEHÍCULO**

CARACTERÍSTICAS	VALOR
LUV D- MAX HEC 2.4L CD TM 4x2 OPTIMA	24.840 USD

**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

**4.4.1.3            Equipo de Oficina**

La pequeña empresa para su funcionamiento en el área administrativa contará con el equipamiento necesario, en las cuales tenemos: escritorios, muebles, archiveros, teléfono, fax, útiles de oficina, grapadoras, perforadoras, sumadoras, entre otros.

**CUADRO N° 80**  
**EQUIPOS DE OFICINA**

N°	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL
1	4	Escritorio	120,00	480,00
2	5	Archiveros	80,00	400,00
3	2	Muebles	150,00	300,00
4	3	Sumadoras	20,00	60,00
5	5	Teléfono	30,00	150,00
6	1	Teléfono fax	150,00	150,00
7	3	Dispensador de agua	80,00	240,00
8	1	Aire acondicionado	200,00	200,00
9	10	Sillas	18,00	180,00
10	1	Circuito cerrado de seguridad	140,00	140,00
		<b>TOTAL</b>		2.300,00
		IMPREVISTOS 10%		230,00
		<b>TOTAL</b>		<b>2.530,00</b>

**FUENTE:** Investigación Directa y cotizaciones

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

#### 4.4.1.4 Equipo de computación

Para el buen funcionamiento de la pequeña empresa se adquirirá equipo de computación, con todos sus accesorios en cuanto al paquete contable no se adquirirá debido a que el Gobierno a través del Ministerio de Industrias y Productividad está proporcionando un paquete contable gratuito para las pequeñas empresas y así no inviertan en ello y lo realicen en otras partidas presupuestarias de la misma. A continuación se muestra en el siguiente cuadro el costo de adquisición y la cantidad que será requerida en cada área.

**CUADRO N° 81**  
**EQUIPO DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	Q	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computadora HP PAVILION SLIMLINE s5510la PC	3	800	2.400
LAPTOP SONY VPCEG30EL	1	900	1.200
<b>TOTAL</b>			3.600

**FUENTE:** Investigación Directa y cotización

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

#### 4.4.1.5 Muebles y Enseres para el área de producción

Para la implementación del proyecto y el buen funcionamiento de la pequeña empresa se adquirirá muebles y enseres acordes a las necesidades de la producción a realizarse. Entre ellos se tendrá desde mesas, cocinas, perchas, entre otros para desarrollar con éxito el proceso productivo.

**CUADRO N° 82****VALOR DE LOS MUEBLES ENSERES PARA LA PRODUCCIÓN**

<b>N°</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>TOTAL</b>
<b>1</b>	2	Mesas en acero inoxidable	250	500
<b>2</b>	2	Percha en acero inoxidable	140	280
<b>3</b>	5	Pallets plásticos	5	25
<b>4</b>	4	Pailas en acero inoxidable	90	360
<b>5</b>	2	Vitrinas	180	360
<b>6</b>	4	Paletas en acero inoxidable	15	60
<b>7</b>	1	Olla de acero inoxidable	150	150
<b>8</b>	3	Cocina industrial	140	420
<b>9</b>	1	Comedor	250	250
<b>10</b>	2	Aire acondicionado	200	400
<b>12</b>	1	Instrumentos de cocina	300	300
<b>13</b>	2	Extintidor	50	100
<b>14</b>	3	Cilindros de gas industrial	75	225
		<b>TOTAL</b>		<b>3.430</b>

**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

#### **4.4.1.6 Maquinaria y equipo**

En la pequeña empresa se adquirirá una maquinaria que se encargará solo del envasado o empaque del producto, este proceso será el único que se le automatice, mientras que los demás procesos seguirán siendo artesanales.

**CUADRO N° 83****MAQUINARIA Y EQUIPO**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Máquina envasadora	1	6.600	6.600
<b>TOTAL</b>			<b>6.600</b>

**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

#### 4.4.2 Resumen de Inversiones Fijas

**CUADRO N° 84**  
**RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
Terreno	5.000
Planta	37.000
Vehículo	24.840
Equipo de oficina	2.530
Muebles y Enseres de la fabrica	3.430
Maquinaria y equipo	6.600
Equipo Informático	3.600
<b>TOTAL</b>	<b>83.000</b>

**FUENTE:** Cuadros Estadísticos de Inversiones Fijas

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

#### 4.4.3 Inversiones Variables

##### 4.4.3.1 Requerimiento de Personal

Se considera en esta etapa a todos los recursos que la nueva empresa, o proyecto destinará para la contratación de mano de obra directa, mano de obra indirecta que serán necesarios para el proceso que se plantea a ejecutar.

En el siguiente cuadro se detalla al personal que laborará en la pequeña empresa, los sueldos están planteados de acuerdo a lo establecido por el gobierno a través del Ministerio de Relaciones Laborales y consta en la tabla de incremento salarial para transformación de alimentos (confitería); son valores bajos, pero a medida que se poseione la pequeña empresa se incrementaran basándose en el desempeño de cada empleado. En la tabla sectorial este tipo de pequeña empresa dedicada a la producción de maní confitado está considerado como Confitería.

**CUADRO N° 85****RESUMEN DE REMUNERACIONES AL PERSONAL**

<b>PERSONAL</b>	<b>Q</b>	<b>SUELDO UNITARIO</b>	<b>SUELDO TOTAL</b>
Gerente	1	335,28	335,28
Contador	1	327,90	327,90
Vendedor	1	327,90	327,90
Supervisor del proceso productivo	1	333,44	333,44
Alimentador de máquina	1	319,04	319,04
Bodeguero	1	319,04	319,04
Cocinador de alimentos	2	327,90	655,81
Asistente de producción	1	324,20	324,20
<b>TOTAL</b>			<b>2.942,60</b>

FUENTE:(LABORALES, 2012)

ELABORACIÓN: Las Autoras

**4.4.3.2 Suministros, servicios básicos, publicidad y combustible****CUADRO N° 86****SUMINISTROS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Q</b>	<b>PRECIO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>	<b>AÑO</b>
Tinta para impresora	2	8,00	16,00	192,00
Resma de papel bond	2	3,50	7,00	84,00
Grapadora	3	3,00	9,00	108,00
Perforadora	3	3,00	9,00	108,00
Cuaderno	5	1,00	5,00	60,00
Carpeta	10	0,20	2,00	24,00
Esfero	12	0,20	2,40	28,80
<b>TOTAL</b>			<b>50,40</b>	<b>604,80</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO N° 87**  
**SERVICIOS BÁSICOS**

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Energía Eléctrica	50	600,00
Servicio Telefónico	20,45	245,40
Internet	20	240,00
Agua	20,68	248,21
<b>TOTAL</b>		<b>1.333,61</b>

**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

**CUADRO N° 88**  
**PUBLICIDAD**

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Radio American	20	240
Hojas volantes	25	300
Prensa "Comercio" 4 días	48	576
<b>TOTAL</b>	<b>93</b>	<b>1.116</b>

**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

**CUADRO N° 89**  
**COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO VEHÍCULO**

Denominación	Cantidad/Año	Precio Unitario	Total
Mantenimiento	1	500,00	500
Combustible	180 Galones	1,10	198
<b>Total</b>			<b>698</b>

**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

Como se ha presentado en los cuadros anteriores los costos de cada uno en cuánto a gastos propios de la pequeña empresa, están basados en cotizaciones realizadas directamente a cada uno de los proveedores y productores.

**CUADRO N° 90**  
**DETERMINACIÓN DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	KILO	PORCEN		PRODUC
Maní	40	33%	A granel 100g	1.100
Azúcar	40	33%	A granel 200g	550
Agua	40	33%	Palillos 100g	960
Fundas	2	2%	Palillos 300g	320
<b>TOTAL</b>	<b>122</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO N° 91**  
**DETERMINACIÓN DE PRECIO DE MATERIA PRIMA DIRECTA**

DESCRIPCIÓN	KILOS	AÑO 2012	2013	2014	2015	2016	2017
Maní	40	1,70	1,77	1,84	1,92	2,00	2,08
Azúcar	40	0,80	0,83	0,87	0,90	0,94	0,98
Agua	40	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
Fundas	2	3,00	3,12	3,25	3,39	3,53	3,68
<b>TOTAL</b>	<b>122</b>	<b>5,52</b>	<b>5,75</b>	<b>5,99</b>	<b>6,24</b>	<b>6,50</b>	<b>6,77</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Las Autoras

#### 4.4.3.3 ADQUISICIÓN DE MATERIA PRIMA

Para la adquisición de materia prima se la realizará con los proveedores que directamente van a dejar en el pueblo y en la actualidad tiene un costo de \$ 1.70 por kilo de maní y para la proyección se ha tomado la tasa de inflación que rige al país y al termino del año 2012 culmina en 4.16%, y la cantidad de materia prima adquirir esta realizado de acuerdo a la demanda que vamos a cubrir y a la preferencia de consumo.

**CUADRO N° 92****CANTIDAD DE MATERIA PRIMA PARA MANÍ CONFITADO**

DESCRIPCIÓN	2012	2013	2014	2015	2016	2017
A granel 100g	5.247	11.350	13.502	15.929	18.660	21.728
A granel 200g	4.317	9.273	10.956	12.838	14.939	17.281
Palillos 100g	2.020	4.321	5.085	5.935	6.878	7.925
Palillos 300g	19.602	41.928	49.327	57.553	66.687	76.816
<b>TOTAL</b>	<b>31.186</b>	<b>66.873</b>	<b>78.870</b>	<b>92.255</b>	<b>107.164</b>	<b>123.750</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Las Autoras

Los datos anteriores reflejan la cantidad de materia prima que será requerida para la elaboración del producto y poder cubrir con la producción que se pretende cubrir la demanda.

**CUADRO N° 93****COSTO DE MATERIA PRIMA**

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
<b>Q. DEMANDA M.P.</b>					
A granel 100g	102.337	121.744	143.623	168.245	195.908
A granel 200g	41.805	49.393	57.877	67.348	77.908
Palillos 100g	34.002	40.013	46.698	54.123	62.360
Palillos 300g	109.975	129.381	150.958	174.917	201.485
<b>COSTO \$</b>					
A granel 100g	10.349,34	12.824,11	15.758,15	19.227,58	23.320,38
A granel 200g	8.455,51	10.405,81	12.700,38	15.393,59	18.547,89
Palillos 100g	3.940,12	4.829,47	5.870,83	7.087,42	8.505,78
Palillos 300g	38.231,19	46.84,39	56.935,32	68.715,83	82.445,87
<b>COSTO TOTAL MATERIA PRIMA</b>	<b>60.976,15</b>	<b>74.907,77</b>	<b>91.264,67</b>	<b>110.424,42</b>	<b>132.819,92</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Las Autoras

A continuación se detalla en un cuadro el resumen de las inversiones variables o comportamientos cambiables en el mercado, que se tiene al momento de la producción del maní confitado

#### 4.4.3.4 RESUMEN DE INVERSIONES VARIABLES

**CUADRO N° 94**  
**INVERSIONES VARIABLES**

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	TOTAL AÑO
<b>MPD</b>		
Maní	1.448,52	17.382,27
Azúcar	681,66	8.179,89
Fundas	127,81	1.533,73
<b>MOD</b>		
Sueldos	1.951,52	23.418,27
Aporte patronal IESS (12.15%)	237,11	2.845,32
<b>GGF</b>		
Energía Eléctrica	50,00	600,00
Agua	18,75	224,95
Gas Industrial	68,00	816,05
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		
Teléfono e internet	40,45	485,40
Combustible y Mantenimiento	58,17	698,00
Suministros	50,40	604,80
Gasto sueldo	991,08	11.892,96
Aporte patronal IESS (12.15%)	120,42	1.444,99
<b>GASTO DE VENTAS</b>		
Gasto Publicidad	93,00	1.116,00
<b>TOTAL</b>	<b>5.936,89</b>	<b>71.242,63</b>

FUENTE: Cuadro N° 84; cuadro N°

ELABORACIÓN: Las Autoras

#### 4.4.4 Inversiones Diferidas

Dentro de los gastos constituidos están los gastos e inversiones que se necesitan para conformar e implementar la pequeña empresa, los gastos por estudios o elaboración del Proyecto de factibilidad.

**CUADRO N° 95**  
**INVERSIONES DIFERIDAS**

DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL
Gastos de Constitución		1.170,00
Registro Único de Contribuyentes	5,00	
Permiso de bomberos	10,00	
Permiso de Salud	40,00	
Registro Sanitario	600,00	
Ordenanza Municipal	35,00	
Capacitación	300,00	
Gastos varios	180,00	
Estudio de Factibilidad		1.000,00
<b>TOTAL</b>		<b>2.170,00</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Las Autoras

#### 4.4.5 RESUMEN DE INVERSIONES REQUERIDAS

Para emprender la pequeña empresa productora y comercializadora de maní confitado, requerirá una inversión de 156.412,63 usd; en el cual el propietario aportará el 20% y el resto se financiará a través de una institución financiera.

**CUADRO N° 96**  
**ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN**

DESCRIPCIÓN	MONTO	%	FINANCIAMIENTO	K PROPIO
Inversión Fija	83.000,00	53%	70.000,00	13.000,00
Inversión Variable	71.242,63	46%	55.000,00	16.242,63
Inversión Diferida	2.170,00	1%	-	2.170,00
<b>TOTAL</b>	<b>156.412,63</b>		<b>125.000,00</b>	<b>31.412,63</b>
<b>Variación</b>	<b>100%</b>		<b>80%</b>	<b>20%</b>

FUENTE: Cuadro N° 83; 93; 94

ELABORACIÓN: Las Autoras

## CAPÍTULO V

### 5 ESTUDIO FINANCIERO

Este capítulo presenta cifras de ventas, ingresos, costos y gastos consolidados en los estados financieros proformas, a través de esta información se demostrará la rentabilidad del proyecto aplicando cada una de las herramientas financieras como: Valor Presente Neto, Tasa Interno de Retorno, Costo Beneficio y Periodo de Recuperación, estos índices respaldan o sustentan la decisión de inversión.

#### 5.1 DETERMINACIÓN DE INGRESOS PROYECTADOS

Para la proyección de los ingresos, se considera los datos obtenidos del estudio de mercado y se realiza una operación simple de multiplicación entre la cantidad demandada y el precio, por lo que las ventas proyectadas quedarán de la siguiente manera:

**CUADRO N° 97**  
**INGRESOS POR MANÍ CONFITADO**

<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
A granel de 100g	19.719,95	24.435,46	30.026,06	36.636,82	44.435,38
A granel de 200g	20.683,53	25.454,28	31.067,17	37.655,20	45.371,14
Palillos 100g	13.281,29	16.279,10	25.066,47	23.890,18	28.671,15
Palillos 300g	93.931,31	115.103,16	139.886,02	168.829,90	202.563,63
<b>TOTAL VENTAS PROYECTADAS</b>	<b>147.616,08</b>	<b>181.271,99</b>	<b>226.045,72</b>	<b>267.012,10</b>	<b>321.041,29</b>

**FUENTE:** Cuadro N° 91 \* Cuadro N° 62

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

El cuadro estadístico demuestra que los ingresos obtenidos por cada presentación en el primer año con un porcentaje de captación de 50% de la demanda insatisfecha.

## 5.2 DETERMINACIÓN DE EGRESOS

A continuación se presentan las estimaciones de los costos de producción, gastos administrativos, ventas y financieros que son necesarios para que el proyecto entre en operación.

### 5.2.1 Costos de Producción

#### 5.2.1.1 Materia Prima

Aquí se detalla el costo de la materia prima a utilizar para el proceso productivo, de acuerdo a la demanda establecida por el porcentaje de captación y se ha determinado la materia prima a utilizar por cada presentación multiplicado por el precio que se encuentra en el mercado considerando para los siguientes años la inflación que termino para el año 2012 de 4.16%.

**CUADRO N° 98**  
**MATERIA PRIMA**

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
Maní	38.823,77	47.694,09	58.108,59	70.307,68	84.566,99
Azúcar	18.270,01	22.444,28	27.345,22	33.085,97	39.796,23
Fundas	3.425,63	4.208,30	5.127,23	6.203,62	7.461,79
<b>TOTAL</b>	<b>60.519,40</b>	<b>74.346,67</b>	<b>90.581,04</b>	<b>109.597,27</b>	<b>131.825,02</b>

FUENTE: Cuadro N° 92

ELABORACIÓN: Las Autoras

#### 5.2.1.2 Mano de Obra Directa

Este rubro se consideró los sueldos establecidos sectorialmente por el gobierno con sueldos básicos unificados, más beneficios de ley.

Determinación de sueldos y beneficios de ley:

**SECTOR:** Transformación de productos

**RAMA DE ACTIVIDAD ECONÓMICA:** Elaboración de cacao, chocolate y productos de confitería.

Sueldo Básico Unificado

Aporte IESS Patronal: 12.15%

Fondo de Reserva: S.B.U. /12

Décimo Tercer Sueldo: Valor igual al Fondo de Reserva

Décimo Cuarto Sueldo: Es un básico al año

Vacaciones: S.B.U. /24

Proyección 2013-2017: 9.50% variación de los últimos 5 años

**CUADRO N° 99**  
**PROYECCIÓN DE SUELDOS Y BENEFICIOS DE LEY**

**ÁREA DE PRODUCCIÓN**

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
R.B.U.	23.723,90	25.977,67	28.445,55	31.147,87	34.106,92
APORTE PATRONAL 12.15%	2.882,45	3.156,29	3.456,13	3.784,47	4.143,99
FONDOS DE RESERVA	-	2.163,94	2.369,51	2.594,62	2.841,11
DÉCIMO TERCER SUELDO	1.976,99	2.164,81	2.370,46	2.595,66	2.842,24
DÉCIMO CUARTO SUELDO	1.908,00	2.089,26	2.287,74	2.505,07	2.743,06
VACACIONES	988,50	1.082,40	1.185,23	1.297,83	1.421,12
<b>TOTAL</b>	<b>31.479,84</b>	<b>36.634,36</b>	<b>40.114,63</b>	<b>43.925,52</b>	<b>48.098,44</b>

**FUENTE:** Ministerio de Trabajo: Tabla sectorial, Cuadro N° 84

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

### 5.2.1.3 Gastos Generales de Fabricación

Los gastos generales son los materiales que se utiliza indirectamente para el término de la producción de un producto.

En cuanto a la depreciación se tomara en cuenta los dos siguientes:

**CUADRO N° 100**  
**DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS DE PRODUCCIÓN**

<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>VALOR</b>	<b>VIDA UTIL</b>	<b>DEP.ANUAL</b>
MUEBLES Y ENSERES	3.430,00	10 AÑOS	343,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	6.600,00	10 AÑOS	660,00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	800,00	3 AÑOS	266,67
<b>TOTAL</b>	<b>10.030,00</b>		<b>1269,67</b>

FUENTE: Cuadro N° 83

ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO N° 101**  
**PROYECCIÓN DE GASTOS GENERALES DE FABRICACIÓN**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
ENERGÍA ELÉCTRICA	420,00	437,47	455,67	474,63	494,37
AGUA	224,95	234,30	244,05	254,20	264,78
GAS INDUSTRIAL	850,00	885,36	922,19	960,55	1,000.51
DEPRECIACIÓN	1.269,67	1.269,67	1.269,67	1.316,89	1.316,89
<b>TOTAL</b>	<b>2.787,87</b>	<b>2.851,03</b>	<b>2.916,81</b>	<b>3.032,56</b>	<b>3.103,93</b>

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Las Autoras

#### 5.2.1.4 Resumen de Costos Productivos

A continuación se presenta un resumen de las inversiones que se realizará para el área de producción.

**CUADRO N° 102  
PROYECCIÓN DE COSTOS PRODUCTIVOS**

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
<b>M. P.</b>					
MANÍ	38.823,77	47.694,09	58.108,59	70.307,68	84.566,99
AZÚCAR	18.270,01	22.444,28	27.345,22	33.085,97	39.796,23
FUNDAS	3.425,63	4.208,30	5.127,23	6.203,62	7.461,79
<b>M.O.D</b>					
MANO DE OBRA	23.723,90	25.977,67	28.445,55	31.147,87	34.106,92
APORTE PATR. 12.15%	2.882,45	3.156,29	3.456,13	3.784,47	4.143,99
DÉCIMO TERCER SUELDO	1.976,99	2.164,81	2.370,46	2.595,66	2.842,24
DÉCIMO CUARTO SUELDO	1.976,99	2.164,81	2.370,46	2.595,66	2.842,24
FONDO DE RESERVA	1.976,99	2.164,81	2.370,46	2.595,66	2.842,24
VACACIONES	988,50	1.082,40	1.185,23	1.297,83	1.421,12
<b>G.G.F</b>					
ENERGÍA ELÉCTRICA	420,00	437,47	455,67	474,63	494,37
AGUA	224,95	234,30	244,05	254,20	264,78
GAS INDUSTRIAL	850,00	885,36	922,19	960,55	1.000,51
DEPRECIACIÓN	1.269,67	1.269,67	1.269,67	1.316,89	1.316,89
<b>TOTAL</b>	<b>94.764,95</b>	<b>113.807,83</b>	<b>133.587,25</b>	<b>156.529,06</b>	<b>183.000,01</b>

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Las Autoras

## 5.2.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Demuestran cuáles son los gastos administrativos que tendrá la planta, para el éxito de la pequeña empresa y la factibilidad del proyecto

### 5.2.2.1 Sueldos al Personal Administrativo

**CUADRO N°103**

#### **PROYECCIÓN DE GASTOS PERSONAL ADMINISTRATIVOS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
R.B.U.	7.958,16	8.714,19	9.542,03	10.448,53	11.441,14
APOR. PAT. 12.15%	966,92	1.058,77	1.159,36	1.269,50	1.390,10
FONDOS RESERVA	-	725,89	794,85	870,36	953,05
DÉCIMO TERCER S	663,18	726,18	795,17	870,71	953,43
DÉCIMO CUARTO	636,00	696,42	762,58	835,02	914,35
VACACIONES	331,59	363,09	397,58	435,36	476,71
<b>TOTAL</b>	<b>10.555,85</b>	<b>12.284,54</b>	<b>13.451,58</b>	<b>14.729,47</b>	<b>16.128,77</b>

FUENTE: Cuadro N° 84

ELABORACIÓN: Las Autoras

### 5.2.2.2 Gastos Generales Administrativos

**CUADRO N° 104**

#### **DEPRECIACIÓN ANUAL ADMINISTRATIVO**

<b>ACTIVO FIJO</b>	<b>VALOR</b>	<b>VIDA UTIL</b>	<b>DEP. ANUAL</b>
PLANTA	37.000,00	20 AÑOS	1.850,00
EQUIPO DE OFICINA	2.530,00	10 AÑOS	253,00
EQUIPO DE COMPUTACION	2.000,00	3 AÑOS	666,67
<b>TOTAL</b>	<b>41.530,00</b>		<b>2.769,67</b>

FUENTE: Cuadro N° 83

ELABORACIÓN: Las Autoras

A partir del cuarto año se hará una inversión en nuevos equipos de computación y se va a depreciar y su costo será el del año 2012 más la inflación del 4.16%.

**CUADRO N° 105****GASTOS GENERALES ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ENERGÍA ELÉCTRICA	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87
SUMINISTRO OFICINA	636,00	662,46	690,02	718,72	748,62
TELÉFONO E INTERNET	540,00	562,46	585,86	610,23	635,62
DEPRECIACION	3.965,89	3.965,89	3.965,89	2.285,89	2.285,89
<b>TOTAL</b>	<b>5.321,89</b>	<b>5.378,30</b>	<b>5.437,06</b>	<b>3.818,26</b>	<b>3.882,00</b>

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO N° 106****PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS**

DESCRIPCION	2013	2014	2015	2016	2017
<b>SUELDOS ADMINIST.</b>					
R.B.U	7.958,16	8.714,19	9.542,03	10.448,53	11.441,14
APORTE PAT. 12.15%	966,92	1.058,77	1.159,36	1.269,50	1.390,10
FONDOS DE RESERVA	-	725,89	794,85	870,36	953,05
DÉCIMO TERCER S.	663,18	726,18	795,17	870,71	953,43
DÉCIMO CUARTO S.	636,00	696,42	762,58	835,02	914,35
VACACIONES	331,59	363,09	397,58	435,36	476,71
<b>GAST. GENERALES</b>					
ENERGÍA ELÉCTRICA	180,00	187,49	195,29	203,41	211,87
SUMINISTROS/OFCIN	636,00	662,46	690,02	718,72	748,62
TELÉFONO/INTERNET	540,00	562,46	585,86	610,23	635,62
GASTOS FINANCIEROS	12.609,31	10.436,83	8.030,25	5.364,34	2.411,17
GASTO/CONSTIT.	2.170,00				
DEPRECIACION	2.769,67	2.769,67	2.769,67	2.887,72	2.887,72
<b>TOTAL GASTOS PROYECTADOS</b>	<b>29.460,82</b>	<b>26.903,45</b>	<b>25.722,66</b>	<b>24.513,90</b>	<b>23.023,78</b>

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Las Autoras

### 5.2.3 GASTOS DE VENTAS

Dentro de este rubro está considerado el personal que se encargara de la venta del producto, el vehículo que servirá para la venta del mismo y todo lo correspondiente a su mantenimiento y combustible y se mantendrá para la vida útil del mismo; también se considera la publicidad que será el eje del éxito de nuestro proyecto.

**CUADRO N° 107**  
**PROYECCIÓN DE PERSONAL DE VENTAS**

DESCRIPCIÓN	2013	2014	2015	2016	2017
R.B.U.	3,934.80	4,308.61	4,717.92	5,166.13	5,656.91
APORTE PATRONAL 12.15%	478.08	523.50	573.23	627.68	687.31
FONDOS DE RESERVA	-	358,91	393,00	430,34	471,22
DÉCIMO TERCER SUELDO	327.90	359.05	393.16	430.51	471.41
DÉCIMO CUARTO SUELDO	318,00	348,21	381,29	417,51	457,18
VACACIONES	163.95	179.53	196.58	215.26	235.70
<b>TOTAL</b>	<b>5.222,73</b>	<b>6.077,79</b>	<b>6.655,18</b>	<b>7.287,43</b>	<b>7.979,73</b>

FUENTE: Cuadro N° 84

ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO N° 108**  
**PUBLICIDAD**

DESCRIPCIÓN	MENSUAL	ANUAL
Radio American	40,00	480,00
Hojas volantes	25,00	300,00
Prensa "Comercio" 4 días al mes	24,00	288,00
<b>TOTAL</b>	<b>89,00</b>	<b>1.068,00</b>

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO N° 109**  
**COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO**

Denominación	Cantidad/Año	Precio Unitario	Total
Mantenimiento	1	500,00	500,00
Combustible	180 Galones	1,10	198,00
<b>Total</b>			<b>698,00</b>

FUENTE: Investigación Directa

ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO N° 110**  
**DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS DE VENTAS**

ACTIVO FIJO	VALOR	VIDA UTIL	AÑO 1
VEHÍCULO	24.840,00	5 AÑOS	4.968
Computadora HP PAVILION SLIMLINE s5510la PC	800,00	3 AÑOS	320
<b>TOTAL</b>	<b>25.640,00</b>		<b>5.288</b>

FUENTE: Cuadro N° 84

ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO N° 111**  
**PROYECCIÓN DE DEPRECIACIÓN**

ACTIVO FIJO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VEHÍCULO	4.968,00	4.968,00	4.968,00	4.968,00	4.968,00
Computadora HP PAVILION SLIMLINE s5510la PC	266,67	266,67	266,67	313,89	313,89
<b>TOTAL</b>	<b>5.234,67</b>	<b>5.234,67</b>	<b>5.234,67</b>	<b>5.281,89</b>	<b>5.281,89</b>

FUENTE: Cuadro N° 83

ELABORACIÓN: Las Autoras

**CUADRO N° 112**  
**PROYECCIÓN DE GASTOS GENERALES DE VENTAS**

<b>DESCRIPCION</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>SUELDO PERSONAL</b>					
R.B.U	3.934,80	4.308,61	4.717,92	5.166,13	5.656,91
APORTE PATRONAL 12.15%	478,08	523,50	573,23	627,68	687,31
FONDOS DE RESERVA	-	358,91	393,00	430,34	471,22
DÉCIMO TERCER SUELDO	327,90	359,05	393,16	430,51	471,41
DÉCIMO CUARTO SUELDO	318,00	348,21	381,29	417,51	457,18
VACACIONES	163,95	179,53	196,58	215,26	235,70
<b>GASTOS GENERALES</b>					
COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO	698,00	727,04	757,28	788,78	821,60
PUBLICIDAD	1.068,00	1.112,43	1.158,71	1.206,91	1.257,12
DEPRECIACION	5.234,67	5.234,67	5.234,67	5.281,89	5.281,89
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>12.223,39</b>	<b>13.151,93</b>	<b>13.805,84</b>	<b>14.565,01</b>	<b>15.340,33</b>

FUENTE: Cuadro N° 104; 105; 106; 108

ELABORACIÓN: Las Autoras

### 5.3 AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO

Para la ejecución de este proyecto se obtendrá un crédito de 125.000,00 usd, en la Corporación Financiera Nacional quien apoyo proyectos productivos de pequeñas, medianas y grandes empresas, con un financiamiento del 80% o en su totalidad del valor del proyecto.

**INSTITUCIÓN FINANCIERA:** CFN

**TASA DE INTERÉS:** 10.50%

**PLAZO:** 5 años

**AMORTIZACIÓN:** 180 días

**NÚMERO DE PERÍODOS:** 10 para amortizar el capital

**CUADRO N° 113****TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO**

<b>No.</b>	<b>VENCIMIENTO</b>	<b>SALDO</b>	<b>INTERES</b>	<b>PRINCIPAL</b>	<b>DIVIDENDO</b>
0		125,000.00			
1	17-sep-2013	115,177.31	6,562.50	9,822.69	16,385.19
2	16-mar-2014	104,838.93	6,046.81	10,338.38	16,385.19
3	12-sep-2014	93,957.78	5,504.04	10,881.15	16,385.19
4	11-mar-2015	82,505.38	4,932.78	11,452.41	16,385.19
5	07-sep-2015	70,451.72	4,331.53	12,053.66	16,385.19
6	05-mar-2016	57,765.24	3,698.72	12,686.47	16,385.19
7	01-sep-2016	44,412.73	3,032.68	13,352.51	16,385.19
8	28-feb-2017	30,359.21	2,331.67	14,053.52	16,385.19
9	27-ago-2017	15,567.88	1,593.86	14,791.33	16,385.19
10	23-feb-2018	-0.00	817.31	15,567.88	16,385.19
			38,851.90	125,000.00	163,851.90

**FUENTE:** Corporación Financiera Nacional

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

**5.4 RESUMEN DE GASTOS PROYECTADOS****CUADRO N° 114****GASTOS PROYECTADOS**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
COSTO DE PRODUCCIÓN	101.692,53	120.011,10	141.222,41	165.751,66	194.085,46
GASTO ADMINIST.	24.410,00	21.704,29	21.093,49	20.398,06	19.607,30
GASTO DE VENTAS	7.326,53	7.928,24	8.583,20	9.296,29	10.072,87
GASTO DEPRECIACIÓN	9.274,00	9.274,00	9.274,00	9.486,49	9.486,49
GASTO FINANCIERO	9.637,80	7.977,28	6.137,84	4.100,18	1.842,95
<b>TOTAL</b>	<b>152.340,86</b>	<b>166.894,91</b>	<b>186.310,93</b>	<b>209.032,67</b>	<b>235.095,07</b>

**FUENTE:** Estudio Técnico

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

## 5.5 EATADO DE SITUACIÓN INICIAL

El balance inicial se elaborara al iniciar las operaciones de la pequeña empresa, de forma ordenada, registrando el capital con el que se cuenta para comenzar las actividades y su buen funcionamiento.

### CUADRO N° 115 DULCES DE ALLURIQUÍN Estado de Situación Inicial

<b>INVERSIÓN</b>		<b>PASIVOS</b>	
<b>INVERSIÓN VARIABLE</b>		<b>INVERSIÓN FINANCIADA</b>	
CAPITAL DE TRABAJO	71.242,63	DEUDA	125.000,00
<b>TOTAL ACT. CORRIENTES</b>	<b><u>71.242,63</u></b>		
<b>INVERSIÓN FIJA</b>		<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b><u>125.000,00</u></b>
<b>INVERSIÓN NO DEPRECIABLES</b>			
TERRENO	5.000,00		
<b>INVERSIÓN DEPRECIABLES</b>			
CONSTRUCCIÓN	37.000,00		
EQUIPO DE OFICINA	2.530,00		
MUEBLES Y ENSERES	3.430,00		
MAQUINARIA Y EQUIPO	6.600,00		
VEHÍCULO	24.840,00		
EQUIPO DE COMPUTACION	3.600,00	<b>PATRIMONIO</b>	
<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA</b>	<b><u>83.000,00</u></b>	INVERSIÓN PROPIA	31.142,63
<b>OTRAS INVERSIONES</b>			
GASTO DE CONSTITUCIÓN	1.170,00	<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b><u>31.142,63</u></b>
ESTUDIOS Y DISEÑOS	1.000,00		
<b>TOTAL OTRAS INVERSIONES</b>	<b><u>2.170,00</u></b>		
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b><u>156.412,63</u></b>	<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b><u>156.412,63</u></b>

**GERENTE**

**CONTADOR**

## 5.6 ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANACIAS

El Estado de Pérdidas y Ganancias muestran de forma detallado los egresos que tendrá el proyecto en cada año de vida útil del mismo, donde los resultados son positivos y es conveniente para implantar el proyecto propuesto.

**CUADRO N° 116**  
**PROYECCIÓN DEL ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

DESCRIPCION	2013	2014	2015	2016	2017
<b>INGRESOS</b>					
VENTAS PROYECTADAS	147.616,08	181.271,99	226.045,72	267.012,10	321.041,29
<b>TOTAL INGRESOS</b>	147.616,08	181.271,99	226.045,72	267.012,10	321.041,29
<b>(-) COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>					
MATERIA PRIMA DIRECTA	60.519,40	74.346,67	90.581,04	109.597,27	131.825,02
MANO DE OBRA DIRECTA	31.479,84	36.634,36	40.114,63	43.925,52	48.098,44
GASTOS GENERALES DE FAB.	1.494,95	1.557,14	1.621,91	1.689,39	1.759,66
<b>SUBTOTAL</b>	<b>93.494,19</b>	<b>112.538,17</b>	<b>132.317,58</b>	<b>155.212,17</b>	<b>181.683,12</b>
UTILIDAD BRU. PROYECT.	54.121,89	68.733,83	93.728,13	111.799,93	139.358,17
<b>(-) GASTOS</b>					
GASTOS ADMINISTRATIVOS	26.691,16	24.133,78	22.952,99	21.626,18	20.136,06
GASTOS VENTAS	6.988,73	7.917,26	8.571,17	9.283,12	10.058,45
GASTO FINANCIERO	12.609,31	10.436,83	8.030,25	5.364,34	2.411,17
DEPRECIACIÓN	9.274,00	9.274,00	9.274,00	9.486,49	9.486,49
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>55.563,19</b>	<b>51.761,87</b>	<b>48.828,41</b>	<b>45.760,14</b>	<b>42.092,17</b>
<b>UTILIDAD OPE. PROYEC</b>	<b>- 1.441,30</b>	<b>16.971,96</b>	<b>44.899,73</b>	<b>66.039,79</b>	<b>97.266,01</b>
OBLIGACIONES					
(-) 15% PTRAB	-	2.545,79	6.734,96	9.905,97	14.589,90
UTILIDAD ANTES DE IMP. RENTA	- 1.441,30	14.426,17	38.164,77	56.133,82	82.676,11
(-) IMPUESTO RENTA	-	235,54	3.485,49	6.726,85	12.568,06
<b>UTILIDAD NETA PROYECTADA</b>	<b>- 1.441,30</b>	<b>14.190,63</b>	<b>34.679,28</b>	<b>49.406,97</b>	<b>70.108,05</b>

FUENTE: Resumen del estudio técnico y financiero

ELABORACIÓN: Las Autoras

## 5.7 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Por medio de este estado se demuestra cómo está reflejado las entradas y salidas de efectivo, derivada de los ingresos y egresos proyectados en el proyecto. No es más que una estimación del movimiento de efectivo, que permite evaluar la liquides o solvencia de la pequeña empresa.

**CUADRO N° 117**  
**FLUJO DE CAJA PROYECTADO**

DESCRIPCION	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIÓN INICIAL	- 156.412,63					
CRÉDITO	125.000,00					
UTILIDAD OPERACIONAL		- 1.441,30	16.971,96	44.899,73	66.039,79	97.266,01
(+) DEPRECIAC.		9.274,00	9.274,00	9.274,00	9.486,49	9.486,49
(+) RECUPERAC. BIENES (Valores en Libros)						40.442,49
<b>TOTAL DE INGRESOS PROYECTADOS</b>		<b>7.832,70</b>	<b>26.245,96</b>	<b>54.173,73</b>	<b>75.526,28</b>	<b>147.194,98</b>
(-) IMPUESTO A LA RENTA		-	235,54	3.485,49	6.726,85	12.568,06
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-	2.545,79	6.734,96	9.905,97	14.589,90
(-) PAGO DE CAPITAL		20.161,07	22.333,55	24.740,13	27.406,04	30.359,21
(-) REINVERSIÓN DE ACTIVOS					4.237,47	
<b>TOTAL DE EGRESOS PROYECTADOS</b>		<b>20.161,07</b>	<b>25.114,88</b>	<b>34.960,58</b>	<b>48.276,33</b>	<b>57.517,17</b>
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	<b>- 31.412,63</b>	<b>- 12.328,37</b>	<b>1.131,07</b>	<b>19.213,14</b>	<b>31.487,42</b>	<b>89.677,82</b>

FUENTE: Resumen del estudio técnico y financiero

ELABORACIÓN: Las Autoras

## 5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

Permite evaluar o analizar los beneficios netos que se obtendrán del proyecto en ejecución, estará sustentado teóricamente y se observará su rentabilidad y para lo cual se emplea los siguientes métodos de evaluación.

### 5.8.1 Determinación de la Tasa de Redescuento

Para determinar la tasa de redescuento se realiza de la siguiente manera:

**CUADRO N° 118**  
**CÁLCULO DE LA TASA DE REDESCUENTO**

DESCRIPCION	VALOR	TASA DE INVERSION	% DE ESTRUCTURA	VALOR PONDERADO
INVERSION PROPIA	31.412,63	5	40%	2
INVERSION FINANCIADA	125.000,00	11	60%	6.6
INVERSION TOTAL	<b>156.412,63</b>			<b>8.6</b>

FUENTE: Estudio de financiero

ELABORACIÓN: Las Autoras

### CALCULO DEL TRM

$$(1+CK)(1+INFL)-1$$

$$(1+0,086)(1+0,0416)-1$$

$$13.1\%$$

### 5.8.2 Valor Actual Neto

En base a los flujos de caja se obtiene el valor presente aplicando la base de redescuento del 13,10%. Este indicador nos proporciona si el proyecto es factible o no; ya que si el VAN es igual a cero o mayor el proyecto se podrá llevar a cabo para su ejecución, caso contrario se lo rechazará.

$$VAN = - II + \frac{FNE}{(1+r)^1} + \frac{FNE}{(1+r)^2} + \frac{FNE}{(1+r)^3} + \frac{FNE}{(1+r)^4} + \frac{FNE}{(1+r)^5}$$

**CUADRO N° 119****VAN**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJOS NETOS</b>	<b>FACTOR DE ACTUALIZACIÓN</b>	<b>FLUJOS NETOS ACTUALIZADOS</b>
0	- 31.412,63		
1	- 12.328,37	0,884173298	- 10.900,42
2	1.131,07	0,781762421	884,23
3	19.213,14	0,691213458	13.280,38
4	31.487,42	0,611152483	19.243,61
5	89.677,82	0,540364706	48.458,73
<b>VAN</b>			<b>70.966,54</b>

<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>	- 12.328,37	1.131,07	19.213,14	31.487,42	89,677,82
---------------------------	-------------	----------	-----------	-----------	-----------

- 31.412,63	\$ 70.966,54	\$ 39.553,91
-------------	--------------	--------------

**FUENTE:** Cuadro N° 116, 117

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

El Valor Actual Neto es mayor a cero; por lo que se puede afirmar la rentabilidad del negocio durante los 5 años

### 5.8.3 TASA INTERNA DE RETORNO

Para determinar la TIR de la forma apropiada, se calculará el valor actual neto con una tasa superior e inferior para luego interpolar

Para determinar la TIR de forma apropiada se utilizará la siguiente fórmula que a continuación se presenta:

$$TIR = TRi + (TRs - TRi) \left[ \frac{VANi}{VANi - VANs} \right]$$

**CUADRO N° 120**  
**CÁLCULO DE LA TIR**

- 31.412,63	- 12.328,37	1.131,07	19.213,14	31.487,42	89.677,82
-------------	-------------	----------	-----------	-----------	-----------

**TIR**      32,79%

La tasa Interna de Retorno que se obtuvo establece una rentabilidad del en el proyecto a una tasa del 17,89% positiva para la vigencia del proyecto.

**5.8.4 Relación Costo - Beneficio**

Este método refleja el retorno de los ingresos en relación a los egresos, este cálculo se realiza de la siguiente manera

$$RB/C = \frac{\sum \text{Ingresos Netos Actualizados}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$\text{Costo/Beneficio} = \frac{160.135,26}{105.548,93}$$

$$\text{Costo/Beneficio} = 1.52$$

El costo beneficio es mayor a uno; por lo que se puede señalar que el proyecto es aceptable, traduciendo este resultado sería que por cada dólar invertido se recupera 1.52 dólar durante la vida útil del proyecto.

**5.8.5 Punto de Equilibrio**

De acuerdo al volumen de ventas se establecerá el punto de equilibrio, que viene hacer el nivel de producción, en el cual se recupera los costos. Para calcular el punto de equilibrio se determinara costos fijos y costos variables. En este punto el valor del costo total es igual al valor de ingresos por ventas. A partir del punto de

equilibrio, cualquier producción y ventas adicionales le dejaran a la empresa un nivel de ganancia. Para calcular el punto de equilibrio se determinará costos fijos y costos variables.

**CUADRO N° 121**  
**PROYECCIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**

<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS	26.691,16	24.133,78	22.952,99	21.626,18	20.136,06
GASTOS VENTAS	6.988,73	7.917,26	8.571,17	9.283,12	10.058,45
GASTO FINANCIERO	12.609,31	10.436,83	8.030,25	5.364,34	2.411,17
DEPRECIACIÓN	9.274,00	9.274,00	9.274,00	9.486,49	9.486,49
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>55.563,19</b>	<b>51.761,87</b>	<b>48.828,41</b>	<b>45.760,14</b>	<b>42.092,17</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
MATERIA PRIMA DIRECTA	60.519,40	74.346,67	90.581,04	109.597,27	131.825,02
MANO DE OBRA DIRECTA	31.479,84	36.634,36	40.114,63	43.925,52	48.098,44
GASTOS GENERALES DE FAB.	1.494,95	1.557,14	1.621,91	1.689,39	1.759,66
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>93.494,19</b>	<b>112.538,17</b>	<b>132.317,58</b>	<b>155.212,17</b>	<b>181.683,12</b>
<b>TOTAL COSTOS</b>	<b>149.057,38</b>	<b>164.300,04</b>	<b>181.145,99</b>	<b>200.972,31</b>	<b>223.775,29</b>
VENTAS	147.616,08	181.271,99	226.045,72	267.012,10	321.041,29
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>1,03</b>	<b>0,75</b>	<b>0,52</b>	<b>0,41</b>	<b>0,30</b>
VENTA EN DÓLARES	151.547,19	136.511,78	117.760,29	109.289,07	96.968,29
<b>CAPACIDAD DE EQUILIBRIO</b>	<b>0,37</b>	<b>0,38</b>	<b>0,41</b>	<b>0,42</b>	<b>0,43</b>

FUENTE: Estudio Financiero

ELABORACIÓN: Las Autoras

Se observa que el punto de equilibrio está establecido en el 103% para la cobertura de los costos fijos, ya que los variables están disminuyendo del total de ventas y la capacidad de equilibrio esta en 0.37 esto quiere decir que por cada dólar de venta están disponibles 0.37 centavos para cubrir costos fijos y los 0.63 centavos restantes cubren costos variables del proyecto.

### 5.8.6 Periodo de Recuperación de Inversión

El tiempo de recuperación de la inversión es importante conocerlo para poder tomar decisiones acertadas de si se invierte o no.

**CUADRO N° 122  
PERIODO DE RECUPERACIÓN**

<b>AÑOS</b>	<b>FLUJO DE EFECTIVO ACTUALIZADO</b>	<b>FLUJOS NETOS ACUMULADOS</b>
1	- 10.900,42	
2	884,23	- 10.016,19
3	13.280,38	3.264,20
4	19.243,61	22.507,81
5	48.458,73	70.966,54
<b>TOTAL</b>	<b>70.966,54</b>	

		<b>AÑOS</b>
SUMA DE FLUJOS NETOS	70.966,54	5
TOTAL DE INVERSIÓN	31.412,63	X
		2,21

**FUENTE:** Cuadro N° 118

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

## 5.9 RESUMEN DE EVALUADORES FINANCIEROS

El propósito de realizar el resumen de indicadores de evaluación financiera es para tener una perspectiva general de las condiciones de factibilidad del proyecto

**CUADRO N° 123**  
**RESUMEN DE EVALUACIONES FINANCIERAS**

INDICADOR	RESULTADO
VAN	39.553,91
TIR	32,79%
C/B	1,52
PUNTO DE EQUILBRIO	\$ 151.547,19
	1.03
PERIODO DE RECUPERACIÓN	2,21 Años

**Elaboración:** Las Autoras

## **CAPÍTULO VI**

### **6 PROPUESTA ESTRATÉGICA**

Luego de haberse efectuado los estudios centrales de un proyecto económico productivo: estudio de mercado, técnico y financiero, se presenta a continuación la propuesta de estructura organizacional y funcional de la pequeña empresa a implantarse. Propuesta que incluye todos los elementos administrativos, estratégicos, orgánico, funciones y requisitos para la puesta en marcha del proyecto diseñado y la garantía de un funcionamiento operativo eficiente de la pequeña empresa.

#### **6.1 LA EMPRESA**

La empresa es una unidad económico y social, misma que está integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tienen por objetivo la obtención de utilidades a través de la producción y comercialización de bienes y servicios; y para la presente empresa de maní confitado, satisfaciendo de esta manera las necesidades y la demanda del consumidor.

##### **6.1.1 NOMBRE Y RAZÓN SOCIAL**

Las actividades de producción y comercialización de la pequeña empresa se realizarán con el nombre de “DULCES DE ALLURIQUÍN”. Con domicilio en la Parroquia de Alluriquín, Cantón Santo Domingo de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Este nombre realza de donde proviene el producto y es un dulce preferido por grandes y chicos, el maní al ser confitado es dulce, además se destaca el lugar exacto de producción y comercialización del mismo.

### 6.1.2 LOGOTIPO

El logotipo de la “PEQUEÑA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MANÍ CONFITADO” busca que los clientes se asocien inmediatamente con el producto y cumplan con sus expectativas en lo que tiene que ver a servicio, calidad, confianza y solidez

**GRÁFICO N° 39.**  
**LOGOTIPO**



### 6.2 ANÁLISIS ADMINISTRATIVO ESTRATÉGICO

A continuación se analiza algunos elementos de la parte interna de la pequeña empresa, tal como la filosofía, visión, misión, objetivos, principios, políticas y valores corporativos y organizativos.

#### 6.2.1 FILOSOFÍA

La pequeña empresa se forma con el propósito de mejorar la situación económica de la comunidad en sí, con la producción de maní confitado en la Parroquia Alluriquín de la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas

### **6.2.2 MISIÓN**

La pequeña empresa tiene como misión esencial satisfacer las necesidades de sus clientes, a través de la producción y comercialización de maní confitado, ofreciendo un producto de calidad, variedad y una atención personalizada; logrando constituirse como una empresa líder en el mercado local y regional.

### **6.2.3 VISIÓN**

Dulce de Alluriquín; Maní Confitado se proyecta dentro de cinco años como una pequeña empresa líder en el mercado en la producción y comercialización de maní confitado. La meta es alcanzar la satisfacción de todos sus clientes a través del mejoramiento continuo de sus procesos productivos, asegurando la confianza de todos: propietario y colaboradores.

### **6.2.4 OBJETIVOS**

Los principales objetivos de la pequeña empresa serán:

- a) Posesionar la marca dentro del segmento líder del mercado.
- b) Buscar constantemente nuevas tecnologías para el mejoramiento en los procesos productivos.
- c) Desarrollar y capacitar a los colaboradores en todas las áreas, potenciando los valores de profesionalismo, calidad y servicio.
- d) Seleccionar los mejores proveedores y clientes en el mercado, para proporcionar un valor agregado al producto que se comercializa.
- e) Respetar el medio ambiente a través del desarrollo sostenible en todas las etapas de la producción.

## 6.2.5 POLÍTICAS

- ✚ Producir y comercializar de manera eficiente y eficaz el maní confitado, obteniendo productos de calidad que permitan conseguir clientes satisfechos, a través del mejoramiento continuo de sus procesos.
- ✚ Incrementar sus utilidades
- ✚ Capacitar al personal permanentemente
- ✚ Las ventas se las realiza al contado y a crédito, previa solicitud e investigación de la misma.
- ✚ Entregar el respectivo comprobante de venta legal, como lo establece la ley.
- ✚ Planear, supervisar y controlar cada uno de los procesos productivos.
- ✚ Optimizar recursos.

## 6.2.6 PRINCIPIOS Y VALORES

**En una** pequeña empresa **los valores son las señas de identidad que la identifican**. Estos valores están ligados a las personas, ya que una pequeña empresa está formada por personas de todos los tipos, pero cada una de ella tiene una cualidad que la diferencia de la otra y es precisamente en la pequeña empresa donde las cualidades positivas son las que se tienen que **potenciar** al máximo para que el trabajador pueda **triunfar** a nivel laboral y como consecuencia de ello también la pequeña empresa

Los valores que la pequeña empresa pueda tener son los que precisamente le pueden servir como valor añadido para poder vender más. A continuación se presenta los valores que identifican a la pequeña empresa de producción y comercialización de maní confitado:

**Creatividad.-** Uno de los valores importantes es la creatividad ya que a través de este se irá innovando, mejorando la presentación del producto y creando nuevas estrategias de mercado que permita que la pequeña empresa vaya creciendo más y más.

**Compañerismo.-** A través de la unidad de todos los integrantes que conforman la pequeña empresa se puede ir interactuando entre sí, lo cual ayuda a generar procesos productivos más eficientes y de calidad.

**Compromiso.-** Es comprometer como la pequeña empresa en la búsqueda de nuevas ideas o nuevos objetivos que anteriormente no habían existido, que le permita a la misma expandirse en el mercado y crecer social y económicamente.

**Eficacia.-** Alcanzar una meta que se desee a través del trabajo constante de la pequeña empresa y sus colaboradores. La eficacia está en el deseo de hacer y tener la capacidad para cumplir con lo propuesto.

**Honestidad.-** Es una de las cualidades que más se busca y se exige en las personas ya que es un valor indispensable para que las relaciones humanas se desenvuelvan en un ambiente de confianza y armonía, ya que esto garantizará el respaldo, seguridad y credibilidad en las personas.

**Responsabilidad.-** Es de mucha importancia ya que permite mantener en orden lo que rodea a la pequeña empresa, demostrando el compromiso con las decisiones y consecuencias que éstas traerán al entorno y a las personas que se encuentran cerca de la misma.

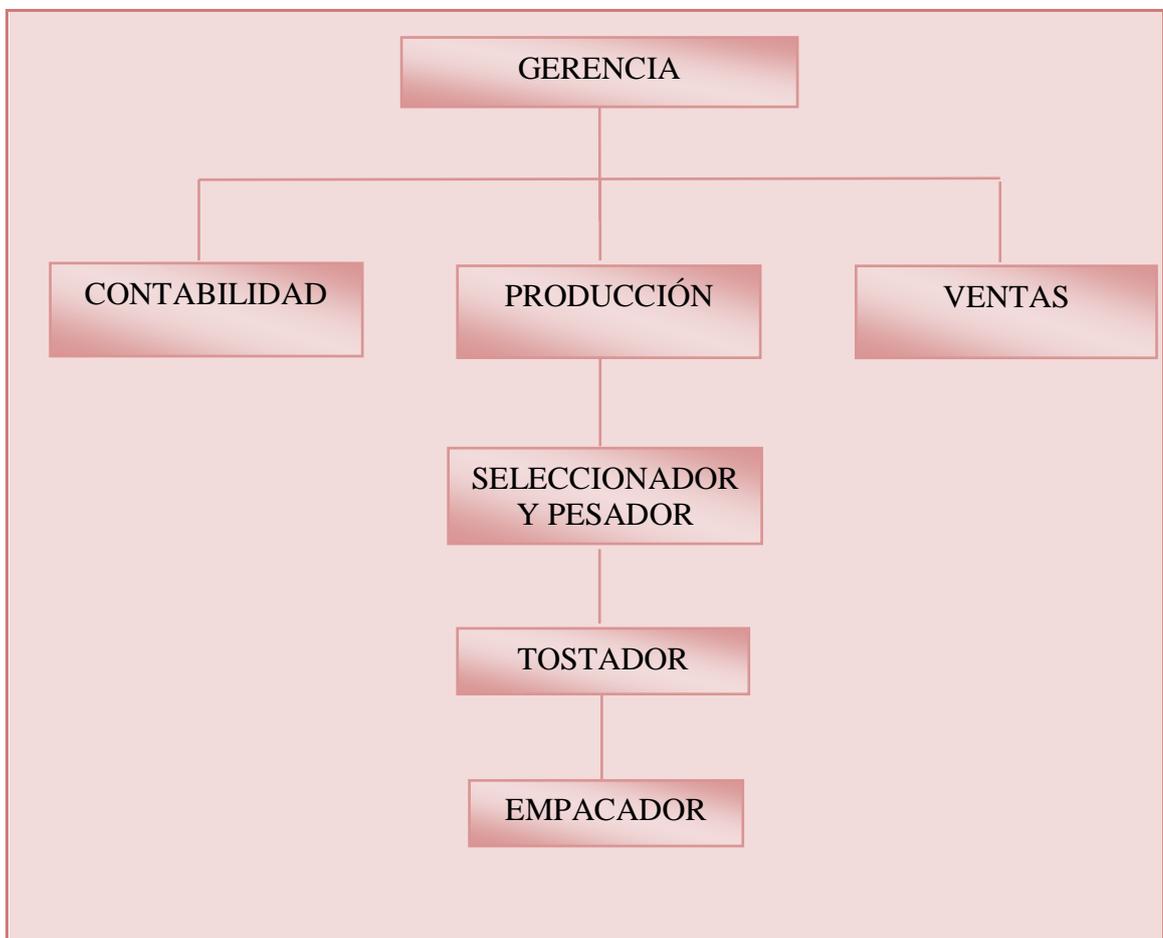
**Trabajo en equipo.-** Cuando se trabaja en equipo se puede observar que las personas tienen defectos pero también tienen cualidades, se debe ir resaltando los puntos valiosos ya que en lugar de fijarnos en las flaquezas se debe concentrar en los puntos fuertes y darse la mano unos a otros, resaltando que la unión hace la fuerza, es decir, un equipo capaz de producir calidad.

**Disciplina.-** El secreto del éxito en una microempresa está en la disciplina con la que nos manejemos. Es dar todo de sí para ser mejor día tras día, recalando nuestro compromiso para mejorar todos y sacar adelante una pequeña empresa.

### 6.3 ESTRUCTURA ORGÁNICA

La estructura orgánica y funcional es un instrumento de gestión que ayuda a definir con claridad las funciones de las diferentes unidades administrativas de una organización. Apoya al cumplimiento de la misión, visión y objetivos de la pequeña empresa.

**CUADRO N° 124**  
**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**



**ELABORADO:** Las Autoras

## 6.4 ESTRUCTURA FUNCIONAL

La estructura orgánico-funcional de la pequeña empresa “Dulce de Alluriquín”; Maní Confitado constará de los siguientes niveles:

### 6.4.1 NIVEL EJECUTIVO

El nivel ejecutivo ejercerá la representación legal y tendrá en su misión fijar estrategias y políticas específicas, quien tiene la obligación de cumplir y hacer cumplir las disposiciones legales y estatutarias. En este nivel se toman decisiones de tipo técnico, relativas al cumplimiento de los planes y programas diseñados para alcanzar los fines generales.

### 6.4.2 NIVEL OPERATIVO

Está compuesto por producción y empaquetado. Este nivel está directamente relacionado con la producción. Su función es realizar en forma eficaz las tareas que se realizan en la pequeña empresa. Se realizan tareas rutinarias programadas previamente por el nivel medio.

## 6.5 PERFIL DE LOS PUESTOS

**CUADRO N° 125**  
**NIVEL EJECUTIVO**

<b>DENOMINACIÓN:</b>	<b>GERENTE</b>
<b>REQUISITOS DEL PUESTO</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>+ Estudios Superiores en Administración de Empresas o carreras afines</li><li>+ Experiencia</li><li>+ Capacitación en conocimientos de manejo de pequeñas empresa</li><li>+ Disponibilidad de tiempo</li><li>+ Referencias laborales</li></ul>

<p>FUNCIONES</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Ser el representante legal y judicial de la pequeña empresa.</li> <li>✚ Cumplir y hacer cumplir las leyes, ordenanzas, reglamento y normas aplicables a la pequeña empresa.</li> <li>✚ Delegar funciones como el poder para tomar decisiones.</li> <li>✚ Revisar los Estados Financieros y demás cuentas de la administración económica de la pequeña empresa.</li> <li>✚ Dirigir, planificar e implementar políticas de la pequeña empresa.</li> <li>✚ Administrar de manera adecuada los recursos de la pequeña empresa.</li> </ul>
<p>PERFIL DEL PUESTO</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Gerenciar con eficiencia y eficacia</li> <li>✚ Capacidad administrativa</li> <li>✚ Habilidades en las relaciones interpersonales</li> <li>✚ Compromiso ético</li> <li>✚ Razonamiento crítico</li> <li>✚ Liderazgo</li> <li>✚ Adaptación a nuevas situaciones</li> <li>✚ Honradez</li> </ul>
<p>COMPETENCIAS DEL PUESTO</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Iniciativa y espíritu emprendedor</li> <li>✚ Trabajo en equipo y a presión</li> <li>✚ Pro actividad</li> <li>✚ Capacidad de gestión</li> <li>✚ Tener una marcada orientación de atención al cliente</li> <li>✚ Motivación por calidad</li> <li>✚ Definir objetivos y estrategias comerciales</li> </ul>

**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

**CUADRO N° 126**  
**NIVEL ADMINISTRATIVO**  
**NIVEL DE REPORTE: Gerencia**

<b>DENOMINACIÓN:</b>	<b>CONTADOR</b>
<b>REQUISITOS DEL PUESTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Estudios Superiores en Contabilidad C.P.A.</li> <li>+ Experiencia</li> <li>+ Capacitación en conocimientos contables de pequeñas empresa</li> <li>+ Disponibilidad de tiempo</li> <li>+ Referencias laborales</li> </ul>
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Elaborar estados financieros e informes contables, fiscales, financieros y organizacionales.</li> <li>+ Llevar a cabo el registro de todas las operaciones</li> <li>+ Preveer y detectar errores y desviaciones en procedimientos contables</li> <li>+ Actuar con independencia mental</li> <li>+ Atender con eficiencia a los clientes</li> <li>+ Conocer todo sobre la pequeña empresa</li> <li>+ Mantener registros actualizados</li> </ul>
<b>PERFIL DEL PUESTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Ser responsable</li> <li>+ Ética moral</li> <li>+ Objetividad</li> <li>+ Confiabilidad</li> <li>+ Puntualidad</li> <li>+ Trato social y presentación apropiada</li> </ul>
<b>COMPETENCIAS DEL PUESTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Dominio pleno de sistemas contables</li> <li>+ Nociones de administración de negocios</li> <li>+ Conocimientos de las leyes</li> <li>+ Dominio de procedimientos tributarios</li> <li>+ Habilidad para expresarse</li> <li>+ Capacidad para detectar y analizar problemas</li> </ul>

**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

**CUADRO N° 127**  
**NIVEL ADMINISTRATIVO**  
**NIVEL DE REPORTE: Gerencia**

<b>DENOMINACIÓN:</b>	<b>SUPERVISOR DE PRODUCCIÓN</b>
<b>REQUISITOS DEL PUESTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Estudios Superiores Alimentos.</li> <li>+ Experiencia</li> <li>+ Capacitación en conocimientos productivos.</li> <li>+ Disponibilidad de tiempo</li> <li>+ Referencias laborales</li> </ul>
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Tener claro las políticas y estrategias de la pequeña empresa</li> <li>+ Llevar a cabo un control adecuado del proceso productivo</li> <li>+ Actuar con independencia mental</li> <li>+ Atender con eficiencia a los clientes</li> <li>+ Conocer todo sobre la pequeña empresa</li> <li>+ Mantener registros actualizados</li> </ul>
<b>PERFIL DEL PUESTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Ser responsable</li> <li>+ Ética moral</li> <li>+ Objetividad</li> <li>+ Confiabilidad</li> <li>+ Puntualidad</li> <li>+ Ser líder</li> <li>+ Trato social y presentación apropiada</li> </ul>
<b>COMPETENCIAS DEL PUESTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Dominio pleno de sistemas productivos</li> <li>+ Aprovechar de mejor manera los recursos disponibles</li> <li>+ Conocimientos sobre la inocuidad de alimentos</li> <li>+ Dominio en buenas prácticas de manufactura</li> <li>+ Habilidad para expresarse</li> <li>+ Capacidad para detectar y analizar problemas</li> </ul>

**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

**CUADRO N° 128**  
**NIVEL ADMINISTRATIVO**  
**NIVEL DE REPORTE: Gerencia**

<b>DENOMINACIÓN:</b>	<b>VENDEDOR</b>
REQUISITOS DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Estudios Superiores en Marketing o carreras afines</li> <li>+ Experiencia</li> <li>+ Capacitación en conocimientos de mercado</li> <li>+ Disponibilidad de tiempo</li> <li>+ Referencias laborales</li> </ul>
FUNCIONES	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Tener claro las políticas y estrategias de la pequeña empresa</li> <li>+ Llevar a cabo un control adecuado de las ventas</li> <li>+ Actuar con independencia mental</li> <li>+ Atender con eficiencia a los clientes</li> <li>+ Conocer todo sobre la pequeña empresa</li> <li>+ Mantener registros actualizados</li> </ul>
PERFIL DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Ser responsable</li> <li>+ Ética moral</li> <li>+ Objetividad</li> <li>+ Confiabilidad</li> <li>+ Puntualidad</li> <li>+ Trato social y presentación apropiada</li> </ul>
COMPETENCIAS DEL PUESTO	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Dominio pleno de mercadeo</li> <li>+ Habilidad para mejorar las estrategias de ventas</li> <li>+ Nociones de atención al cliente</li> <li>+ Conocimientos sobre cómo aprovechar las oportunidades de mercado</li> <li>+ Habilidad para expresarse</li> <li>+ Capacidad para detectar y analizar problemas</li> <li>+ Poder de convencimiento</li> </ul>

**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

**CUADRO N° 129**  
**NIVEL OPERATIVO**

**NIVEL DE REPORTE:** Supervisor de producción y Contador

<b>DENOMINACIÓN:</b>	<b>ALMACENAMIENTO</b>
<b>REQUISITOS DEL PUESTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Bachiller.</li> <li>+ Disponibilidad de tiempo</li> <li>+ Referencias laborales</li> <li>+ Experiencia en trabajos similares</li> </ul>
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Tener claro las políticas y estrategias de la pequeña empresa</li> <li>+ Llevar a cabo un control adecuado del ingreso y salida de mercadería</li> <li>+ Actuar con independencia mental</li> <li>+ Atender con eficiencia a los clientes</li> <li>+ Conocer todo sobre la pequeña empresa</li> <li>+ Mantener registros actualizados</li> <li>+ Llevar registros actualizados de la mercadería a través de un kardex</li> </ul>
<b>PERFIL DEL PUESTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Ser responsable</li> <li>+ Disciplina</li> <li>+ Confiabilidad</li> <li>+ Proactivo</li> <li>+ Puntualidad</li> <li>+ Trato social y presentación apropiada</li> </ul>
<b>COMPETENCIAS DEL PUESTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Dominio pleno de control de mercaderías</li> <li>+ Habilidad para mejorar métodos o procesos</li> <li>+ Llevar un kardex actualizado</li> <li>+ Habilidad para expresarse</li> <li>+ Adaptabilidad a los cambios del entorno</li> </ul>

**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

**CUADRO N° 130****NIVEL OPERATIVO****NIVEL DE REPORTE:** Supervisor de producción

<b>DENOMINACIÓN:</b>	<b>ALIMENTADOR DE MÁQUINA</b>
<b>REQUISITOS DEL PUESTO</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>+ Bachiller</li><li>+ Experiencia</li><li>+ Capacitación en conocimientos de inocuidad de alimentos</li><li>+ Disponibilidad de tiempo</li><li>+ Referencias laborales</li></ul>
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>+ Tener claro las políticas y estrategias de la pequeña empresa</li><li>+ Llevar a cabo un control adecuado del proceso productivo</li><li>+ Prever y detectar errores en el proceso de calidad del producto</li><li>+ Actuar con independencia mental</li><li>+ Manejar de manera adecuada la maquinaria</li><li>+ Conocer todo sobre la pequeña empresa</li></ul>
<b>PERFIL DEL PUESTO</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>+ Ser responsable</li><li>+ Disciplina</li><li>+ Confiabilidad</li><li>+ Puntualidad</li></ul>
<b>COMPETENCIAS DEL PUESTO</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>+ Dominio pleno del manejo de la maquinaria</li><li>+ Habilidad para manejar su actividad</li><li>+ Aprovechar de mejor manera el tiempo</li><li>+ Conocimientos sobre la inocuidad de alimentos</li><li>+ Dominio en buenas prácticas de manufactura</li><li>+ Capacidad para detectar y analizar problemas</li></ul>

**FUENTE:** Investigación Directa**ELABORACIÓN:** Las Autoras

**CUADRO N° 131**  
**NIVEL OPERATIVO**

**NIVEL DE REPORTE:** Supervisor de producción

<b>DENOMINACIÓN:</b>	<b>COCINADOR DE ALIMENTO</b>
<b>REQUISITOS DEL PUESTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Bachiller</li> <li>+ Experiencia</li> <li>+ Capacitación en conocimientos de buenas prácticas de alimentos.</li> <li>+ Disponibilidad de tiempo</li> <li>+ Referencias laborales</li> </ul>
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Tener claro las políticas y estrategias de la pequeña empresa</li> <li>+ Llevar a cabo un control adecuado del proceso de cocción</li> <li>+ Proveer y detectar errores en el proceso de cocción del producto</li> <li>+ Actuar con independencia mental</li> <li>+ Llevar un control acorde en la inocuidad de la materia prima</li> </ul>
<b>PERFIL DEL PUESTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Ser responsable</li> <li>+ Disciplina</li> <li>+ Confiabilidad</li> <li>+ Puntualidad</li> </ul>
<b>COMPETENCIAS DEL PUESTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Dominio pleno de sistemas productivos</li> <li>+ Habilidad para mejorar métodos o procesos de cocción</li> <li>+ Aprovechar de mejor manera los recursos disponibles</li> <li>+ Conocimientos sobre la inocuidad de alimentos</li> <li>+ Dominio en buenas prácticas de manufactura</li> <li>+ Capacidad para detectar y analizar problemas</li> </ul>

**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

## CUADRO N° 132

### NIVEL OPERATIVO

**NIVEL DE REPORTE:** Supervisor de producción

<b>DENOMINACIÓN:</b>	<b>ASISTENTE</b>
<b>REQUISITOS DEL PUESTO</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>+ Bachiller</li><li>+ Experiencia Laboral</li><li>+ Capacitación en conocimientos productivos.</li><li>+ Disponibilidad de tiempo</li><li>+ Referencias laborales</li></ul>
<b>FUNCIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>+ Tener claro las políticas y estrategias de la pequeña empresa</li><li>+ Llevar a cabo un control adecuado del proceso productivo</li><li>+ Estar listo para ser apoyo de cocción, empaçado, almacenamiento, o alimentador de maquinaria.</li><li>+ Actuar con independencia mental</li><li>+ Atender con eficiencia a los clientes</li><li>+ Conocer todo sobre la pequeña empresa</li><li>+ Mantener registros actualizados</li></ul>
<b>PERFIL DEL PUESTO</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>+ Ser responsable</li><li>+ Disciplina</li><li>+ Confiabilidad</li><li>+ Puntualidad</li><li>+ Trato social y presentación apropiada</li></ul>
<b>COMPETENCIAS DEL PUESTO</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>+ Dominio pleno de sistemas productivos</li><li>+ Habilidad para mejorar métodos o procesos</li><li>+ Aprovechar de mejor manera los recursos disponibles</li><li>+ Conocimientos sobre la inocuidad de alimentos</li><li>+ Dominio en buenas prácticas de manufactura</li><li>+ Habilidad para expresarse</li><li>+ Capacidad para detectar y analizar problemas</li></ul>

**FUENTE:** Investigación Directa

**ELABORACIÓN:** Las Autoras

## 6.6 ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

Las estrategias empresariales articulan todas las potencialidades de la pequeña empresa, de forma que la acción coordinada y complementaria contribuya al logro de objetivos definidos y alcanzables. De manera que relaciona la alta dirección de la pequeña empresa con los resultados económicos obtenidos por la misma.

- ✚ Analizar la situación interna y externa de la pequeña empresa, de tal manera que permita establecer en qué situación se encuentra, y ayude a tomar decisiones de impulso que permita el crecimiento de la misma.
- ✚ A través del presente capítulo se puede establecer la visión, misión, políticas, y objetivos, que permitan que la empresa posea una línea a seguir y los logros a conseguir.
- ✚ Se debe elaborar una plan estratégico cada año, que permita establecer los lineamientos de cómo se va a desarrollar el proceso económico, estableciendo parámetros claros de la producción y la comercialización del nuestro producto.
- ✚ Adquisición de nuevas tecnologías para el empaquetado del producto, que permita optimizar recursos y a su vez incrementar la producción diaria, mejorando así los niveles de productividad de la pequeña empresa.
- ✚ Establecer un plan de trabajo que se base en las buenas prácticas de manufactura y buenas prácticas de higiene, lo cual ayudaría a que la empresa crezca y pueda ingresar a segmentos de mercado muchos más grandes que los actuales.
- ✚ Realizar capacitaciones al personal de cómo se debe brindar un buen servicio al cliente y la metodología de ventas, que permita incrementar el nivel de ingresos y el nivel de rentabilidad de la pequeña empresa.

## 6.7 ESTRATEGIAS MERCADOLÓGICAS

Las estrategias de mercadotecnia se utilizan para el logro de objetivos a través de la combinación de la mercadotecnia con la pequeña empresa, estableciendo tácticas específicas para la concesión de nuevos mercados metas, posicionamiento y crecimiento.

- ✚ Enfoque exclusivo en promover productos y servicios de calidad
- ✚ Mensajes y ofertas diferenciadas para clientes, es decir, establecer promociones por temporadas que llamen la atención de los consumidores.
- ✚ Publicidad en televisión, radio, prensa escrita, y medios impresos que permitan que el producto se conozca a nivel provincial y regional.
- ✚ Cumplir con registros sanitarios establecidos por las grandes cadenas de distribución de productos masivos, tales como Supermaxi, Tía, Megamaxi, Magda Espinoza, etc.; que permita cubrir estos mercados meta, y a su vez permita llegar al producto a más consumidores a nivel nacional.
- ✚ A través del impulso de nuevas tecnologías, realizar el empaquetado en fundas impresas propiamente con la marca de la pequeña empresa, haciendo que el consumidor antes de ingerir el producto, obtenga la información necesaria que le brinde seguridad a la hora de llevar este bien a su hogar, y haga que lo vuelva a consumir por la seriedad y la confianza que la empresa le está otorgando.
- ✚ Promover una segmentación de mercados que destaque las necesidades, preferencia, comportamientos y valor a los clientes.

- ✚ Lograr el posicionamiento del producto, haciendo que éste ocupe un lugar claro, distintivo, y deseable en relación con los productos de la competencia en la mente de los consumidores.
- ✚ Establecer estrategias de precio, que incluye la fijación de los costos de acuerdo a la visión y análisis empresarial.

## **6.8 ESTRATEGIAS FINANCIERAS**

Las estrategias financieras de la pequeña empresa deben ir en concordancia con las estrategias tanto empresariales como mercadológicas, de tal manera que permita la adquisición de un alto margen de utilidad, a través de las disminución de costos en la producción y comercialización del producto; y lo que a su vez ayudará a desarrollar un proceso para asegurar las sostenibilidad financiera de la organización.

- ✚ Promover estrategias de inversión en la pequeña empresa, que ayude a mejorar y mantener las estabilidad económica de la organización.
- ✚ Poseer una estructura financiera bien clara, establecida a través de políticas y procedimiento de control en la medición de los gastos de la pequeña empresa.
- ✚ Buscar fuentes de financiamiento externo, que permita incrementar la producción y comercialización llegando a mercados metas mucho más grandes.
- ✚ Tomar decisiones financieras, tomando en cuenta el desarrollo diario de las operaciones efectuadas en la pequeña empresa.
- ✚ Realizar y analizar los índices de liquidez y solvencia de la pequeña empresa, de manera que permita tomar las medidas necesarias para el mantenimiento del efectivo dentro de la organización.

- ✚ Los Estados Financieros deben ser revisados en forma periódica, de acuerdo a la presentación de los mismos, lo cual ayuda a tomar decisiones sobre la real situación económica que posee la pequeña empresa.

## **6.9 REQUISITOS LEGALES PARA SU FUNCIONAMIENTO**

Para el correcto funcionamiento de la empresa, es necesario cumplir con algunos requisitos, que permitan su legal funcionamiento:

### **6.9.1 Determinación de la Forma Jurídica**

La pequeña empresa se constituirá como unipersonal, con capacidad legal para realizar actividades de producción y comercialización. Los requisitos necesarios para formar la pequeña empresa son los siguientes:

#### **6.9.1.1 Inscribirse en el SRI**

Obtener el RUC, cuya finalidad es identificar a los contribuyentes mediante procesos de inscripción, actualización suspensión y cancelación, de la actividad.

- ✚ Original y copia de cedula y papeleta de votación
- ✚ Registro de patente
- ✚ Original de la planilla de servicios básicos

#### **6.9.1.2 Calificación como pequeña empresa**

- ✚ Solicitud dirigida al señor director de competitividad de Pequeña y Mediana empresa.
- ✚ Factura de compra de maquinaria y equipo o cualquier documento fehaciente que demuestre su valor de activos fijos
- ✚ Copia del carne de la Cámara de la Pequeña Industria
- ✚ Copia de cedula y papeleta de votación
- ✚ Comprobante de estar al día en pagos en la cámara de la pequeña industria
- ✚ Registro o permiso de funcionamiento

### **6.9.1.3 Patente**

Es un impuesto que grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad económica y los requisitos son:

- ✚ Formulario de declaración de impuesto de patentes
- ✚ Copia de cedula y papeleta de votación
- ✚ Copia del Registro Único de Contribuyentes
- ✚ Permiso de Funcionamiento de Bomberos
- ✚ Pago de tasa de la patente

### **6.9.1.4 Permiso de funcionamiento Sanitario**

Sirve para autorizar que el local cumple con las normas de higiene y se lo otorga a todas las actividades económicas y están sujetas a control sanitario y este documento lo expide la Dirección Provincial de Salud

- ✚ Formulario de Solicitud
- ✚ Copia de RUC
- ✚ Copia de cedula y papeleta de votación
- ✚ Permiso de Bomberos
- ✚ Plano de ubicación del establecimiento
- ✚ Carne de Salud de todos los trabajadores
- ✚ Calificación Artesanal
- ✚ Pago de tasa de permiso de acuerdo a la actividad económica

### **6.9.2 Permiso de funcionamiento de Bomberos**

La entregan conjuntamente con el permiso de patente municipal.

- ✚ Formulario de permiso de bomberos
- ✚ Copia de cedula y papeleta de votación
- ✚ Copia del RUC
- ✚ Factura de extinguidor

## CAPÍTULO VII

### 7 IMPACTOS

#### 7.1 IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS

Los impactos son la incidencia en diferentes ámbitos que posiblemente tendrá la implementación de la investigación realizada en el medio en el que se va a desarrollar, para lo cual se han identificado los siguientes impactos:

- ✚ Impacto Económico
- ✚ Impacto Social
- ✚ Impacto Turístico
- ✚ Impacto Tecnológico
- ✚ Impacto Ambiental

Se establece los niveles de impactos sobre la base de la siguiente tabla:

**CUADRO N° 133**  
**NIVEL DE IMPACTOS**

NIVEL	IMPACTO
-3	Alto Negativo
-2	Medio Negativo
-1	Bajo Negativo
0	No Hay Impacto
1	Bajo Positivo
2	Medio Positivo
3	Alto Positivo

**Elaborado por:** Las Autoras

## 7.2 ANÁLISIS DE IMPACTOS

Para el análisis de impactos se requiere emplear una matriz, estableciendo posibles indicadores que afecten en cada ámbito, y asignando una calificación a cada uno de los componentes de acuerdo a la tabla sugerida.

### 7.2.1 IMPACTO ECONÓMICO

El impacto económico es el que se refiere al incremento y sostenibilidad económica de las organizaciones, a través de los diferentes cambios, políticas y estrategias utilizadas para la consecución de objetivos.

**CUADRO N° 134**  
**NIVEL DE IMPACTO ECONÓMICO**

IMPACTOS	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Rentabilidad							X
Crecimiento Empresarial						X	
Servicio y Calidad en los productos							X
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>6</b>

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{8}{3} = 2.67 \text{ Impacto Medio Positivo}$$

#### Análisis:

De acuerdo a la matriz de impactos realizada, el presente proyecto en el ámbito económico tendrá una incidencia medio Positivo, lo cual significa que la implementación del proyecto contribuirá al crecimiento de la rentabilidad y el crecimiento empresarial que son factores muy importantes para el incremento duradero de la dimensión de la unidad económica, especialmente en lo referente al

mejoramiento del servicio y la calidad de los productos que se entregan a nuestro consumidor. Además impulsa a la consecución y búsqueda de nuevos mercados objetivos, debido a que contará con los ingresos necesarios para producir y comercializar mayores productos que lleguen a mayores consumidores finales, a nivel regional y nacional.

✚ **Rentabilidad.-** Es la obtención de beneficios o ganancias obtenidas durante la actividad económica que la pequeña empresa realiza; y la toma de decisiones acertadas harán que tengan utilidades altas o acordes a los objetivos planteados para obtener el éxito. A través de esto permite medir la cantidad de recursos generados por las inversiones que se realizará al inicio de las actividades.

✚ **Crecimiento Empresarial.-** Es uno de los objetivos más importantes que la pequeña empresa tiene y una forma de manifestar su éxito; debido a la inversión productiva que se realizará, permitiéndole aumentar su capacidad productiva y por ende penetrar en el mercado local con un producto de calidad.

✚ **Servicio y calidad en los productos.-** El presente proyecto muestra un producto de calidad a través de su diseño y contenido que podrá satisfacer las necesidades del consumidor es por ello que se consideró cual son las preferencias del consumidor y de acuerdo a eso se presenta el producto con un buen diseño en el menor tiempo y aun costo accesible.

### 7.2.2 IMPACTO SOCIAL

Las personas son los recursos principales en las organizaciones, debido a que gracias a ellas la pequeña empresa podrá desarrollarse, expandirse y mantenerse en las actividades propias de la entidad, por lo que es muy importante analizar de qué manera este estudio de factibilidad incide en este ámbito

**CUADRO N° 135**  
**NIVEL DE IMPACTO SOCIAL**

IMPACTOS	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Mejor Nivel de Vida							X
Estabilidad empresarial							X
Fuentes de empleo							X
<b>TOTAL</b>							<b>9</b>

Elaborado por: Las Autoras

**NIVEL DE IMPACTO =  $\frac{9}{3} = 3$  Impacto alto Positivo**

**Análisis:**

De acuerdo a la matriz, hemos obtenido que el estudio de factibilidad tendrá un nivel de impacto alto positivo, es decir, a través de la presente investigación y con el desarrollo de la misma, se pretende impulsar el mejoramiento de los niveles de vida de cada una de las personas integrantes de la pequeña empresa, por lo que éste generará mayores fuentes de empleo y por ende llevará a la pequeña empresa a obtener la estabilidad empresarial deseada, que permitirá impulsarse y cubrir mayores segmentos de mercados a nivel nacional.

✚ **Mejor nivel de vida.-** La implantación de este proyecto traerá en la comunidad de Alluriquín, un mejor nivel de vida porque no solo generará riqueza para el propietario, sino para todos los que se relacionen directa e indirectamente, con un trabajo cambiante en el cual deberán adaptarse para el éxito de la pequeña empresa.

✚ **Estabilidad empresarial.-** Es la capacidad que la pequeña empresa pretende mantener en las diferentes condiciones financieras que se presenten durante la vida útil del proyecto. Es muy importante tener en cuenta durante todo el

tiempo que pretenda producir la pequeña empresa, para así cumplir con las obligaciones contraídas ya sea a corto o largo plazo.

✚ **Fuentes de Empleo.-** dentro de la comunidad el empleo es de gran importancia y con la implementación de la pequeña empresa se pretende por lo menos al inicio de las actividades reclutar personal acorde para cada puesto y de acuerdo al éxito que tenga la misma; se ira abriendo más fuentes de empleo, esto permitirá no solo obtener recursos económicos para la pequeña empresa sino se beneficie la comunidad que indirectamente se relacionará con la misma.

### 7.2.3 IMPACTO TURÍSTICO

Es la probabilidad de ocurrencia de efectos adversos, por la intensidad o magnitud del desarrollo del estudio de factibilidad dentro de los espacios naturales propios del País. Es muy importante realizar una evaluación de cómo incide la pequeña empresa en el desarrollo turístico del Ecuador.

**CUADRO N° 136**  
**NIVEL DE IMPACTO TURÍSTICO**

IMPACTOS	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Programas Turísticos Productivos						X	
Impulso de turismo Sostenible							X
Competitividad							X
<b>TOTAL</b>						<b>2</b>	<b>6</b>

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{8}{3} = 2.67 \text{ Impacto Medio Positivo}$$

## **Análisis:**

Luego del análisis de la matriz de impactos, se obtuvo que en cuanto al turismo, el estudio de factibilidad tendrá un impacto medio positivo que le permitirá a la pequeña empresa formar parte de los programas turísticos productivos que impulsa el ministerio de turismo y el gobierno provincial de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, lo que a su vez contribuye al impulso del turismo sostenible; el mismo que constituye el principal eje dinamizador de la economía ecuatoriana, mejorando la competitividad de la empresa y asegurando actividades económicas a largo plazo con beneficios socioeconómicos.

✚ **Programas Turísticos Productivos.-** Con la implantación de la pequeña empresa se pretende buscar oportunidades de inversión, con la finalidad de generar y fortalecer el componente productivo; contribuyendo al desarrollo económico de la pequeña empresa y de la comunidad.

✚ **Impulso de turismo sostenible.-** Son las actividades turísticas que la pequeña empresa puede acogerse. Respetando el entorno natural e intercambiando experiencias entre quienes formen parte de la pequeña empresa, comunidad y visitantes; satisfaciendo las expectativas de los visitantes.

✚ **Competitividad.-** Es la capacidad que la pequeña empresa pretende obtener en el mercado, mayor rentabilidad en relación a sus competidores, utilizando técnicas de producción más eficientes que le permitan alcanzar más cantidad o calidad del producto.

### **7.2.4 IMPACTO TECNOLÓGICO**

Conforme la tecnología avanza es muy importante analizar que tan actualizada estará la pequeña empresa, tomando en cuenta que la tecnología se ha constituido como el conjunto de conocimientos técnicos que permiten facilitar la satisfacción de necesidades esenciales y deseos de la humanidad.

**CUADRO N° 137**  
**NIVEL DE IMPACTO TECNOLÓGICO**

IMPACTOS	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Implementación de nuevas maquinarias							X
Optimización de recursos						X	
Incremento en la producción y comercialización						X	
<b>TOTAL</b>						<b>4</b>	<b>3</b>

Elaborado por: Las Autoras

**NIVEL DE IMPACTO =  $\frac{7}{3} = 2.3$  Impacto medio Positivo**

**Análisis:**

Dentro del ámbito tecnológico, el proyecto de la pequeña empresa tendrá un impacto medio positivo, debido a que tiene previsto adquirir maquinarias que optimicen recursos, por ejemplo, una empacadora del producto, evitando seguir realizando el trabajo de manera manual, lo cual genera mayor rapidez, eficiencia y eficacia a la hora de producir el maní confitado, asimismo permitirá que la producción y la comercialización incrementen, lo que a su vez aumentará en la misma proporción los ingresos y la rentabilidad económica de la pequeña empresa.

 **Implementación de nueva maquinaria.-** La pequeña empresa para competir en el mercado local con productos de características similares deberá entender los desafíos a los que se enfrentará, para ello se pretende contar con maquinaria de empacado, es decir modernizar uno de los procesos productivos, para tener mayor productividad.

 **Optimización de recursos.-** Es el camino hacia la eficiencia, para lo cuál deberá reclutarse personal adecuado que tome las mejores decisiones; para

ello la pequeña empresa contara con una contabilidad acertada que sirva de información útil que le permita conocer en qué etapa del proceso productivo se tiene mayores costos y como poder minimizarlos sin afectar la productividad.

- ✚ **Incremento en la producción y comercialización.-** Toda pequeña empresa de cualquier naturaleza, el objeto fundamental es obtener lo máximo de utilidades para el posible uso de recursos, por ello se tendrá que tomar las mejores decisiones en el desarrollo de las actividades productivas y logros de los objetivos propuestos que deben llevarse a cabalidad desde el punto de vista administrativo.

### 7.2.5 IMPACTO AMBIENTAL

Es la alteración que introduce en el medio la ejecución de un proyecto. Además permite la interpretación de dicha alteración en términos de salud y bienestar humano, exactamente es lo que define el impacto ambiental.

**CUADRO N° 138**  
**NIVEL DE IMPACTO AMBIENTAL**

IMPACTOS	NIVEL DE IMPACTO						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
Manejo de Desechos							X
Contaminación ambiental			X				
Clasificación de la basura						X	
<b>TOTAL</b>			<b>-1</b>			<b>2</b>	<b>3</b>

Elaborado por: Las Autoras

$$\text{NIVEL DE IMPACTO} = \frac{4}{3} = 1.3 \text{ Impacto bajo positivo}$$

## **Análisis:**

Un impacto bajo positivo es el resultado del análisis realizado a través de la matriz de impactos, el mismo que significa que el nivel de contaminación ambiental no es muy alto, interpretado de la siguiente manera: la pequeña empresa realiza un adecuado manejo de desechos, mismos que son reutilizados como alimento de ganado, hablando específicamente del maní; pero en cuanto al agua que se obtiene como residuos en el proceso de la producción si mantiene un nivel de contaminación ya que es desechado por los sifones, que llegarán a desembocar en ríos o mares del país; otro factor muy importante es la clasificación de la basura, la que sí es ordenada de la manera más correcta, la misma que contribuye a la reducción de la contaminación; todo lo mencionado anteriormente se lo realiza gracias a las buenas prácticas de manufactura e higiene a la hora de producir y comercializar el producto.

✚ **Manejo de desechos.-** El buen uso y adecuado proceso productivo creará un buen manejo de desechos sólidos, que permitirán clasificar en la fuente, almacenar correctamente, reutilizar en el caso de ser necesario, reciclar y disponer adecuadamente de todos los desechos que se generen en la planta.

✚ **Contaminación Ambiental.-** Es la presencia en el ambiente de sustancias sólidas, líquidas o gaseosas, de la combinación de varios agentes que se puede dar en la planta en las diferentes áreas, formas y concentraciones; pero tener un control adecuado en las sustancias que puedan afectar el medio ambiente hará de la pequeña empresa un reto en disminuir los porcentajes de contaminación.

✚ **Clasificación de la basura.-** Toda empresa por pequeña que sea; hoy en la actualidad trata de reducir el uso inadecuado de los recursos materiales a utilizarse en el proceso productivo, reutiliza constantemente el material que se pueda dar uso con la finalidad de disminuir costos, y recicla los materiales que pueden dársele otra utilidad, en el caso de la pequeña empresa los residuos sobrantes del producto serán para uso alimenticio del ganado.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez que se ha diseñado el estudio de factibilidad para la creación de la pequeña empresa productora y comercializadora de maní confitado, se puede afirmar que se alcanzado con los objetivos planteados, y se exponen a continuación los principales logros y hallazgos obtenidos, sintetizados en las siguientes conclusiones.

### CONCLUSIONES

- ✚ Con la elaboración del estudio diagnóstico se ha podido analizar la situación actual de la parroquia, muestra la realidad en que viven sus habitantes, donde se sitúa más pequeñas empresas dedicadas a la producción de maní, y su gente vive de esta actividad económica pero carecen de innovación tecnológica que no les permite cubrir con la demanda actual.
- ✚ Que las bases teóricas fueron necesarias para abordar la investigación ya que sustentaron cada uno de las etapas del proyecto mientras se desarrollaba.
- ✚ Con los resultados obtenidos del estudio de mercado se pudo determinar la deficiencia de la oferta y se toma como una oportunidad la demanda por satisfacer, que existe un alto porcentaje que no ha podido ser cubierta; además que es un producto que se comercializa a nivel nacional; y la pequeña empresa fácilmente podrá captarla.
- ✚ Que de acuerdo a la investigación realizada se debe recalcar que las microempresas existentes son familiares y atendidos por sus mismos propietarios, y no cumplen con las jornada laboral establecida por el código de trabajo, debido por la magnitud de su trabajo que requiere de muchas más horas.
- ✚ Se pudo definir la tecnología, mano de obra, localización del proyecto, etc. Y sus costos para calcular la inversión total que requiere el proyecto para poder

empezar a operar. Se establece también la estructura orgánica-funcional por la que estará manejada la pequeña empresa, para el presente proyecto el propietario aportara con el 20% de la inversión y la diferencia será financiada a través de una entidad financiera.

- ✚ Los indicadores de evaluación financiera muestran un camino favorable para el proyecto, la incertidumbre baja cuando se analiza que si inversión realizada se va a ganar o no, en cuanto tiempo aproximado se va a recuperar, en el caso de la pequeña empresa se estima que la inversión se la recuperará en 2 años 2 meses que está dentro del tiempo de vida útil del proyecto.
- ✚ La pequeña empresa tendrá una estructura orgánica y funcional diseñada de manera fácil que garantiza su comprensión y desempeño efectivo en las actividades administrativas, con la finalidad de que al momento de iniciar sus operaciones no existan errores en las tareas designadas.
- ✚ El estudio de impactos contempla un resultado general medio positivo por lo que el proyecto muestra una expectativa favorable desde este punto de vista.

### **RECOMENDACIONES:**

- ✚ Para el diagnóstico situacional se debe indagar los aspectos más relevantes que vayan influir en el desarrollo del proyecto, aplicando herramientas de investigación importantes como encuestas y entrevistas, esto dará aún una visualización más directa sobre la situación real del sector; también se debe considerar el Plan de Ordenamiento Territorial de la parroquia ya que contiene datos muy interesantes en cuanto a inversión en áreas productivas.
- ✚ Las bases filosóficas y científicas deben mantener el sentido real y técnico del proyecto, para mantener una investigación correcta y actualizada de los aspectos determinantes y sirva como referente al propietario.
- ✚ Un buen estudio de mercado está realizado por una población real y acorde a la investigación del proyecto para obtener una inversión adecuada que sirva

como una oportunidad para el inversionista y establecer buenas estrategias para ser muy competitivos.

- ✚ El estudio financiero debe mostrar valores acordes a la situación inicial de un proyecto y mantener un sentido histórico, puesto que de él dependerá la decisión en invertir o no en el proyecto.
- ✚ Se debe implementar esta actividad productiva como es la pequeña empresa por su atractiva rentabilidad y su recuperación de la inversión. La misma genera una utilidad de acuerdo a los resultados financieros aplicados.
- ✚ Una adecuada delegación de funciones en la empresa, con mano de obra eficiente, capaz y comprometida en sacar adelante la pequeña empresa, se tendrá como resultado a la consecución de eficaz de los objetivos que hemos planteado en el proyecto. Esto con lleva a la aplicación acertada al cumplimiento de los principios y valores citados; dando a conocer a los empleados cada uno de sus responsabilidades para evitar malos entendidos.
- ✚ Se debe tener un control acorde a los niveles positivos de impactos y en caso de que en la ejecución del proyecto existieran variaciones, tratar de emanar errores y solucionar los inconvenientes. En definitiva es necesario aprovechar y reforzar los impactos positivos que genera el proyecto en su funcionamiento, y contrarrestar al máximo los impactos negativos que puede generar al inicio o durante el desarrollo de las actividades productivas de la pequeña empresa.

## BIBLIOGRAFÍA

- ✚ AGUILAR, R. (11 de Enero de 2010). El bajo rendimiento del maní impide la exportación. *Diario Hoy*, pág. 10.
- ✚ ÁNZOLA R., S. (2010). *Administración de pequeñas empresas* (Tercer Edición ed.). México: Mc Graw Hill.
- ✚ ANZOLA, S. (2010). *Administración de Pequeñas Empresas* (Tercera ed.). México: McGraw Hill.
- ✚ BACA, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc. Graw Hill.
- ✚ BENJAMÍN, F. (2009). *Organización de Empresas* (Tercera Edición ed.). México: Mc Graw Hill.
- ✚ BERNAL, C. (2006). *Metodología de la Investigación* (Segunda Edición ed.). México: Pearson.
- ✚ BRAVO, M. (2011). *Contabilidad General* (Décima ed.). Quito, Pichincha, Ecuador: Escobar impresores.
- ✚ BRAVO, M. (2011). *Contabilidad General* (Décima Edición ed.). Quito - Ecuador: Editora Escobar Impresores.
- ✚ CARVALHO, J. A. (2009). *Estado de Resultados, Procesos Contables* (Primera Edición ed.). Medellín - Colombia: Ecoe Ediciones.
- ✚ CHIAVENATO, A. (2006). *Administración de Recursos Humanos* (Quinta Edición ed.). Colombia: Mc Graw Hill.
- ✚ CHILQUINGA, M. (2007). *Costos*. Ibarra.
- ✚ CÓRDOVA, M. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: ECOE.
- ✚ ESTUPIÑAN, R. (2006). *Control Interno y Fraudes con Base en los Ciclos Transaccionales* (Segunda Edición ed.). Bogotá - Colombia: Ecoe Ediciones.
- ✚ ESTUPIÑAN, R. (2008). *Estados Financieros Básicos bajo NIC/ NIIF* (Primera Edición ed.). Bogotá - Colombia: Ecoe Ediciones.
- ✚ GAD, P. A. (17 de Octubre de 2012). Plan de Desarrollo Parroquial. Santo Domingo, Santo Domingo de los Tsáchilas, Ecuador.
- ✚ GRUPO, O. (2009). *Enciclopedia Práctica de la Pequeña y Mediana Empresa*. Barcelona: MMVIII Editorial Oceano.

- ✚ HERNÁNDEZ, Sergio. (2008). *Administración Teoría, Proceso, Áreas Funcionales y Estrategias para la Competitividad* (Segunda Edición ed.). México: Mc Graw Hill.
- ✚ JÁCOME, W. (2005). *Bases Teóricas y Prácticas para el Diseño y Evaluación de Proyectos Productivos y de Inversión*. Ibarra: Universitaria.
- ✚ KOONTZ, H., & WEIHRICH, H. (2007). *Elementos de la Administración* (Séptima Edición ed.). México: Mc Graw Hill.
- ✚ LABORALES, M. D. (26 de Diciembre de 2012). Acuerdo Ministeriales 0216 Comisiones Sectoriales. *Incremento de Salarios 2013*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- ✚ MANTILLA, S. (2008). *Auditoría del Control Interno* (Segunda Edición ed.). Bogotá - Colombia: Ecoe Ediciones.
- ✚ MENDOZA, L. E. (22 de Junio de 2010). Maní Confitado dulce y crujiente. *Centro*, pág. 8.
- ✚ MUNCH, L. (2007). *Administración, Escuelas, Proceso Administrativo, Áreas Funcionales y Desarrollo Emprendedor* (Primera Edición ed.). México: Pearson Educación de México.
- ✚ MUNCH, L. (2009). *Métodos y Técnicas de Investigación* (Cuarta Edición ed.). México: Trillas.
- ✚ OLANO ASUAD, F. (2012). *Contabilidad General Un Sistema de Información* (Primera Edición ed.). Medellín . Colombia: Ediciones de la U.
- ✚ OLANO, F. (2012). *Contabilidad General* (Primera ed.). Medellín, Colombia: Ediciones de la U.
- ✚ POSSO, M. Á. (2006). *Metodología Para el Trabajo de Grado* (Tercera Edición ed.). Ibarra - Ecuador: Nina.
- ✚ REGISTRO OFICIAL. (2008). *Constitución de la República del Ecuador* (N° 449 ed.). Quito: Editora Nacional.
- ✚ REGISTRO OFICIAL. (2011). *Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria* (N° 444 ed.). Quito: Editora Nacional.
- ✚ REGISTRO OFICIAL, N. 3. (24 de Enero de 1970). Decreto de Ordenanza creación Parroquia Alluriquín. Santo Domingo, Santo Domingo de los Tsáchilas, Ecuador.
- ✚ REGISTRO OFICIAL, 648. (2012). *Reglamento General de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria*. Quito: Editora Nacional.

- ✚ REGISTRO, O. (2010). *Código de la Producción* (351 ed.). Quito: Nacional.
- ✚ RINCONSOTO, C., & LOOSLI, J. y. (2009). *Contabilidad Siglo XXI*. Bogotá, Colombia: Ediciones ECOE.
- ✚ SAPAG, N. (2008). *Preparación y Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- ✚ SARMIENTO, R. (2005). *Contabilidad General* (Décima Edición ed.). Quito - Ecuador: Editorial Voluntad.
- ✚ WITTINGTON, P. (2005). *Principios de Auditoría* (Sexta Edición ed.). Venezuela: Mc Graw Hill.
- ✚ ZAPATA SÁNCHEZ, P. (2011). *Contabilidad General con Base en las Normas Internacionales de Información Financiera NIIF* (Séptima Edición ed.). Bogotá - Colombia: Mc Graw Hill.
- ✚ ZAPATA, J. E. (2011). *Análisis Práctico y Guía de Implementación de NIIF* (Primera Edición ed.). Quito - Ecuador: Ediciones Abya Yala.

## LINCOGRAFÍA

- ✚ <http://www.zonadiet.com/nutricion/potasio.htm#ixzz2I5oYITgd>
- ✚ [http://www.mipro.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=293&Itemid=141](http://www.mipro.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=293&Itemid=141)
- ✚ <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-bajo-rendimiento-del-mani-impide-la-exportacion-386722.html>
- ✚ [http://www.iniap.gob.ec/sitio/index.php?option=com\\_content&view=article&id=22:oleaginosas&catid=6:programas](http://www.iniap.gob.ec/sitio/index.php?option=com_content&view=article&id=22:oleaginosas&catid=6:programas)
- ✚ [http://plan.senplades.gob.ec/c/document\\_library/get\\_file?uuid=68d75caf-d3bd-4ef4-8180-b3f53418711a&groupId=10136](http://plan.senplades.gob.ec/c/document_library/get_file?uuid=68d75caf-d3bd-4ef4-8180-b3f53418711a&groupId=10136)
- ✚ <http://www.ekosnegocios.com/negocios/especiales/documentos/pymes.pdf>
- ✚ <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1442/5/Capitulo%202.pdf>

- ✚ <http://www.sri.gob.ec/web/10138/32@public>
- ✚ [http://www.eclac.org/comercio/publicaciones/xml/8/38988/Manual\\_Micro\\_Pequenha\\_Mediana\\_Empresa\\_TIC\\_politicas\\_publicas.pdf](http://www.eclac.org/comercio/publicaciones/xml/8/38988/Manual_Micro_Pequenha_Mediana_Empresa_TIC_politicas_publicas.pdf)
- ✚ [http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd\\_supercias/descargas/niif/GUIA%20RAPIDA%20DE%20NIIF%20PARA%20LAS%20PYMES%20Y%20DIFERENCIAS%20CON%20NIIF%20FULL.pdf](http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/descargas/niif/GUIA%20RAPIDA%20DE%20NIIF%20PARA%20LAS%20PYMES%20Y%20DIFERENCIAS%20CON%20NIIF%20FULL.pdf)
- ✚ [http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd\\_supercias/formularios/2012.02.17\\_NIIF\\_para\\_las\\_PYMES.pdf](http://www.supercias.gob.ec/visorPDF.php?url=bd_supercias/formularios/2012.02.17_NIIF_para_las_PYMES.pdf)
- ✚ [http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=caracteristicas+de+la+peque%C3%B1a+empresa+en+ecuador&source=web&cd=5&ved=0CEgQFjAE&url=http%3A%2F%2Frepositorio.utn.edu.ec%2Fbitstream%2F123456789%2F632%2F1%2FBORRADOR%2520PARTE%25202.doc&ei=4OkWUZbtEu2D0QGy8IH4AQ&usg=AFQjCNG\\_OfC8MyhNLYNzk6gwGVd4B81QkQ](http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=caracteristicas+de+la+peque%C3%B1a+empresa+en+ecuador&source=web&cd=5&ved=0CEgQFjAE&url=http%3A%2F%2Frepositorio.utn.edu.ec%2Fbitstream%2F123456789%2F632%2F1%2FBORRADOR%2520PARTE%25202.doc&ei=4OkWUZbtEu2D0QGy8IH4AQ&usg=AFQjCNG_OfC8MyhNLYNzk6gwGVd4B81QkQ)
- ✚ <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/111/1/CD-0127.pdf>

ANEXOS



## ANEXO 1

### SARANDA PARA ESCOGER EL MANÍ



### MESAS DE ACERO INOXIDABLE PARA ALIMENTOS



## MESA DE ACERO INOXIDABLE ENFRIAMIENTO DEL MANÍ CONFITADO



## MÁQUINA EMPACADORA



## ANEXO 2

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CONSUMIDORES

**Objetivo:** La presente encuesta tiene como finalidad recopilar información que servirá para obtener datos que nos ayuden en la investigación que realizamos, previo a la obtención del título de **Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA.**

**Instrucciones:** Marque con una x lo que usted crea conveniente.

#### CUESTIONARIO

**1. ¿Con qué frecuencia consume usted el maní confitado?**

- Diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual

**2. ¿Por cuál de las siguientes beneficios que brinda el maní lo consume más?**

- Antioxidante
- Vitamina E
- Bajar el colesterol
- Prevenir enfermedades cardiacas

**3. ¿Cuál es la forma de presentación del maní confitado que usted más consume?**

- Al granel
- Palillos

**4. ¿Cuáles son las presentaciones que usted elige al comprar maní confitado?**

Al granel de 100 gramos

Al granel de 200 gramos

En tubitos de 100 gramos

En tubitos de 300 gramos

**5. ¿Cuáles son los factores que determinan su decisión de compra?**

Precio adecuado

Calidad del producto

Atención personalizada

Capacidad adquisitiva

**6. ¿En qué lugares efectúa la adquisición del maní confitado?**

Fábricas

Puestos informales de ventas

Tiendas

Bares

Otros

**7. ¿Cree usted que el precio del maní confitado en relación a otros productos de características similares le parece que esta?**

Alto

Medio

Bajo

**8. ¿Qué cantidad estaría dispuesto a pagar por un maní confitado al granel?**

	<b>100g</b>	<b>200g</b>
de \$0,50 - \$1,00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
de \$1,00 - \$2,00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
de \$2,00 - \$3,00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Más de \$3,00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**9. ¿Qué cantidad estaría dispuesto a pagar por un maní confitado a palillo?**

	<b>100g</b>	<b>300g</b>
de \$0,50 - \$1,00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
de \$1,00 - \$2,00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
de \$2,00 - \$3,00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Más de \$3,00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**10. ¿Qué calificativo le daría usted al maní confitado?**

Excelente	<input type="checkbox"/>
Muy bueno	<input type="checkbox"/>
Bueno	<input type="checkbox"/>
Regular	<input type="checkbox"/>

**11. Al momento que usted adquiere el producto le entregan:**

Facturas	<input type="checkbox"/>
Comprobante de venta	<input type="checkbox"/>
Ninguno	<input type="checkbox"/>

**12. ¿Cree usted que el maní confitado se debería diferenciar en el mercado por su propio logotipo para así fomentar el turismo local?**

Muy de acuerdo	<input type="checkbox"/>
De acuerdo	<input type="checkbox"/>
Medianamente de acuerdo	<input type="checkbox"/>
Poco de acuerdo	<input type="checkbox"/>
Desacuerdo	<input type="checkbox"/>

**13. ¿En qué ocasiones adquiere usted el producto?**

Visitas familiares	<input type="checkbox"/>
Consumo de su hogar	<input type="checkbox"/>
Días festivos	<input type="checkbox"/>
Regalar a sus amigos	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

**14 ¿Está de acuerdo en que se cree en la parroquia de Alluriquín una microempresa productora y comercializadora de maní confitado?**

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>

**DATOS TÉCNICOS:**

<b>SEXO</b>		<b>OCUPACIÓN</b>		<b>EDAD</b>	
Masculino	<input type="checkbox"/>	Empleado público	<input type="checkbox"/>	10 – 17	<input type="checkbox"/>
Femenino	<input type="checkbox"/>	Empleado privado	<input type="checkbox"/>	18 – 25	<input type="checkbox"/>
		Ama de casa	<input type="checkbox"/>	26 – 33	<input type="checkbox"/>
		Estudiante	<input type="checkbox"/>	34 – 41	<input type="checkbox"/>
				42 – 49	<input type="checkbox"/>
				50 - 57	<input type="checkbox"/>
				58 – 65	<input type="checkbox"/>

### ANEXO 3

#### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS PROPIETARIOS

**Objetivo:** La presente entrevista tiene como finalidad recopilar información que servirá para obtener datos que nos ayuden en la investigación que realizamos, previo a la obtención del título de **Ingeniería en Contabilidad y Auditoría CPA.**

#### CUESTIONARIO

1. ¿Qué cantidad de maní confitado produce usted al mes?  
.....  
.....
2. ¿Qué cantidad de maní confitado ha producido durante estos últimos tres años?  
.....  
.....
3. ¿A qué lugares distribuye su producto?  
.....  
.....
4. ¿Qué tipo de estrategias utiliza para dar a conocer su producto?  
.....  
.....
5. ¿Cuáles son los requisitos que debe cumplir para el funcionamiento de su negocio?  
.....  
.....
6. ¿Cuenta con una marca que lo diferencie de la competencia?  
.....  
.....

**7.** ¿Cómo controla usted el proceso productivo?

.....  
.....

**8.** ¿Cuál es el precio de venta de su producto?

.....  
.....

**9.** ¿Cuál es su forma de financiamiento para adquirir tecnología?

.....  
.....

**ANEXO 4**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**OBJETIVO:** Analizar los escenarios del entorno en que se desarrollará la pequeña empresa de producción y comercialización de maní confitado.

**Entrevistado:** .....

**Institución:** .....

**Cargo o Función:** .....

**Entrevistador:** .....

**Fecha:** .....

**CUESTIONARIO**

**1.-** ¿Actualmente existen alternativas de gobierno para fomentar el emprendimiento empresarial en nuestra localidad?

.....  
.....  
.....

**2.-** ¿Cuál es el apoyo que brindan al desarrollo empresarial?

.....  
.....  
.....

**3.-** ¿Cómo organismo público se han establecido programas de capacitación y asistencia técnica para ayudar a las microempresas?

.....  
.....  
.....

**4.-** ¿Cuáles la asesoría que ustedes como sector público les dan a conocer para constituir una pequeña empresa?

.....  
.....  
.....

**5.-** ¿De qué manera contribuyen las entidades gubernamentales para realizar inversión tecnológica en las pequeñas empresas?

.....  
.....  
.....

**6.-** ¿En el marco legal y jurídico existente en el país de qué manera incide en el sector productivo?

.....  
.....  
.....

**7.-** ¿cuáles son las principales falencias que tienen las pequeñas empresas de producción?

.....  
.....  
.....

**8.-** ¿Qué deben hacer las pequeñas empresas para garantizar la calidad del producto y adquirir sostenibilidad en el tiempo?

.....  
.....  
.....

**9.-** ¿Qué necesitan las pequeñas empresas para expandir su mercado y lograr alta rentabilidad?

.....  
.....  
.....