



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Plan de negocios para la microempresa de productos
típicos “Sabores de mi Tierra”, sitio las Guaijas,
Santa Ana, Manabí. Año 2015.**

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTORA: Mendoza Solórzano, Wendy Nataly

DIRECTORA: Villafuerte Escudero, Dayanara Isabel, Mg

CENTRO UNIVERSITARIO PORTOVIEJO

2017



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

2017

APROBACIÓN DE LA DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Magister.

Dayanara Isabel Villafuerte Escudero

DOCENTE DE TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación Plan de negocios para la microempresa de productos típicos “Sabores de mi Tierra”, sitio Las Guaijas, Santa Ana, Manabí, año 2015, realizado por Mendoza Solórzano Wendy Nataly, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, Enero 2017

f.....

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, Mendoza Solórzano Wendy Nataly, declaro ser la autora del presente trabajo de fin de titulación Plan de negocios para la microempresa de productos típicos “Sabores de mi Tierra”, sitio Las Guaijas, Santa Ana, Manabí, año 2015, siendo la Magister Dayanara Isabel Villafuerte Escudero directora del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y los resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

f.....

Mendoza Solórzano Wendy Nataly

C.I: 1309885158

DEDICATORIA

Con mucho amor dedico este trabajo de titulación a mi familia, pilar fundamental en mi vida, son ustedes quienes me apoyan en todo instante y me dan las fuerzas para no desmayar en los momentos más difíciles. Miguel Angel, María Pierina, María Corina y María Valentina quiero decirles que son mi fuente de motivación para ser cada día mejor.

A mis padres Ernesto y Blanca que siempre me han apoyado y han estado pendiente para que me realice como profesional, quiero decirles que este triunfo también es de ustedes, los amo mis viejitos.

Wendy Nataly Mendoza Solórzano

AGRADECIMIENTO

Primeramente, doy gracias a Dios y mi Virgen Dolorosa por siempre guiar mis pasos por el camino de la luz, agradecimiento infinito a mis padres Ernesto y Blanca que siempre me han demostrado su amor y apoyo incondicional y han estado a mi lado en todo momento. Los amo inmensamente.

Agradezco profundamente a mí amado esposo Miguel Angel quien ha caminado de la mano conmigo y me ha demostrado su amor, respeto, comprensión en todo momento, gracias por animarme y sostenerme cuando creía caer, eres mi Angel.

Doy gracias infinitas a mis hijas por su paciencia y consideración para lograr este preciado sueño, gracias hijas mías por sus oraciones que con su inocencia y pureza de niñas le pedían a Diosito que mami termine su tesis...Ustedes son mi razón de vivir.

Como no agradecer a mi querida suegra Marianella, quien con su ejemplo de lucha me enseñó a no rendirme y que todo se puede lograr si uno se lo propone.

A mis hermanos Jonathan y Ernesto, que a pesar de no tenerlos cerca físicamente están siempre pendientes de mí y de mi familia, gracias Jonathan y Johana por siempre extenderme su mano, los amo.

Quiero hacer un agradecimiento especial a mi Directora de Tesis Magister Dayanara Villafuerte Escudero quien con mucha paciencia me brindo su valiosa y acertada orientación, gracias porque a más de ser mi tutora se mostró como una verdadera amiga en los momentos duros que vivimos con mi familia.

Con todo mi cariño hacia ustedes:

Wendy

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN	II
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
ÍNDICE DE CONTENIDOS	VI
RESUMEN EJECUTIVO	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO 1. SITUACIÓN ACTUAL DE LA MICROEMPRESA LOS SABORES DE MI TIERRA	5
1.1. DEFINICIÓN DE MICROEMPRESA.	6
1.2. HISTORIA DE LA MICROEMPRESA SABORES DE MI TIERRA.....	12
1.3. FILOSOFÍA EMPRESARIAL DE LA MICROEMPRESA SABORES DE MI TIERRA.....	14
1.3.1. <i>Misión</i>	15
1.3.2. <i>Visión</i>	15
1.3.3. <i>Políticas</i>	15
1.3.4. <i>Metas</i>	16
1.4. ORGANIZACIÓN DE LA MICROEMPRESA.	17
1.4.1. <i>Estructura organizacional</i>	17
1.4.2. <i>Organigrama funcional</i>	18
1.5. ESTRUCTURA LEGAL Y SOCIAL	19
1.6. ANÁLISIS FODA DE LA MICROEMPRESA SABORES DE MI TIERRA.....	21
1.6.1. <i>Diagnostico FODA</i>	21
CAPITULO 2. ESTUDIO DE MERCADO.....	25
2.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.	26
2.1.1. <i>Descripción del producto</i>	26
2.1.2. <i>Descripción de la demanda real</i>	27
2.1.3. <i>Descripción de la demanda potencial</i>	28
2.1.4. <i>Análisis de la muestra</i>	29
2.1.4.1. <i>Análisis del focus group</i>	30
2.2. OFERTA.	36
2.2.1. <i>Competidores actuales</i>	36
2.2.2. <i>Análisis de la competencia actual</i>	37
2.2.3. <i>Demanda insatisfecha</i>	39
2.3. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN.	39
CAPITULO 3. ESTUDIO TÉCNICO	41
3.1. LOCALIZACIÓN.	42
3.1.1. <i>Macrolocalización</i>	42
3.1.2. <i>Microlocalización</i>	43
3.2. ASPECTOS GENERALES DE LA PLANTA SABORES DE MI TIERRA.....	43
3.3. ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN.....	47
3.3.1. <i>Infraestructura</i>	48
3.3.2. <i>Descripción de los procesos</i>	50
3.3.3. <i>Diagrama de flujo de proceso</i>	52
3.3.4. <i>Capacidad de producción</i>	57
3.3.4.1 <i>Materiales e insumos</i>	59
3.3.4.2 <i>Personal requerido</i>	60

CAPITULO 4. PLAN DE MARKETING.....	62
4.1. PLAN DE MARKETING.....	63
4.1.1 Objetivo del plan de marketing.....	63
4.2. IMAGEN Y PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO.....	63
4.3. MARKETING MIX.....	69
4.3.1. Producto.....	69
4.3.2. Estrategias de producto.....	69
4.3.3. Precio.....	70
4.3.4. Estrategias de precio.....	70
4.3.5. Plaza.....	72
4.3.6. Estrategias de plaza.....	72
4.3.7. Promoción.....	73
4.3.8. Estrategias de promoción.....	73
4.4. PUBLICIDAD.....	73
4.4.1 Presupuesto de publicidad.....	74
CAPÍTULO 5. ANÁLISIS ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA.....	76
5.1. INVERSIÓN.....	77
5.1.1. Activos fijos.....	78
5.1.2. Activos diferidos.....	79
5.1.3. Capital de trabajo.....	80
5.2. INGRESOS POR VENTAS.....	81
5.3. EGRESOS.....	84
5.4. ESTADOS FINANCIEROS.....	85
5.5. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	88
5.6. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	91
5.6.1. Flujo de caja.....	91
5.6.2. Valor Actual Neto (VAN).....	93
5.6.3. Tasa Interna de retorno (TIR).....	94
5.6.4. Periodo de recuperación.....	95
5.6.5. Análisis de sensibilidad.....	96
5.6.6. Relación beneficio costo.....	97
CONCLUSIONES.....	98
RECOMENDACIONES.....	99
BIBLIOGRAFÍA.....	100
ANEXOS.....	102

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura No. 1 Características de la Microempresa	6
Figura No. 2 Microempresa Sabores de mi Tierra.....	12
Figura No. 3 Organigrama funcional del Comité de Desarrollo Comunitario 6 de Marzo.	18
Figura No. 4 Estructura organizativa propuesta para microempresa Sabores de mi Tierra	19
Figura No. 5 Nivel de conocimiento de los productos de la microempresa.	30
Figura No. 6 Frecuencia de compra de los productos.....	30
Figura No. 7 Productos de preferencia.	31
Figura No. 8 Razones de consumo de los productos.....	32
Figura No. 9 Otros servicios que ofrezca la microempresa.	32
Figura No. 10 Disposición a pagar por la adquisición de los productos.	33
Figura No. 11 Empaque, tamaño y consistencia de los productos.....	34
Figura No. 12 Cambiar el logotipo y eslogan de la microempresa.	34
Figura No. 13 Lugares considerados para ampliar la venta de los productos.....	35
Figura No. 14 Canal de distribución directo.....	40
Figura No. 15 Canal de distribución indirecto.....	40
Figura No. 16 Macro localización de la microempresa Sabores de mi Tierra	42
Figura No. 17 Micro localización de la microempresa Sabores de mi Tierra.....	43
Figura No. 18 Distribución actual microempresa Sabores de mi Tierra.....	44
Figura No. 19 Distribución de la planta Sabores de mi Tierra propuesta.	49
Figura No. 20 Flujograma del manjar de leche.....	53
Figura No. 21 Flujograma de la natilla	54
Figura No. 22 Flujograma del rompopo	55
Figura No. 23 Flujograma de la mermelada de guayaba	56
Figura No. 24 Logo de la microempresa.....	64
Figura No. 25 Letrero publicitario	65
Figura No. 26 Sobres	65
Figura No. 27 Tarjeta de presentación	66
Figura No. 28 Hoja membretada.....	67
Figura No. 29 Diseño de etiqueta	68
Figura No. 30 Punto de equilibrio.....	90

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 Microempresas con actividades agro- industrial de Manabí.	11
Tabla No. 2 Diagnostico FODA.....	22
Tabla No. 3 Productos de la microempresa Sabores de mi Tierra.	26
Tabla No. 4 Demanda potencial anual en Manabí de dulces tradicionales.	29
Tabla No. 5 Microempresas que elaboran dulces tradicionales en Manabí.	36
Tabla No. 6 Mínimos cuadrados.	37
Tabla No. 7 Oferta futura de microempresas de dulces tradicionales en Manabí.....	38
Tabla No. 8 Oferta potencial microempresas productoras-comercializadoras.	38
Tabla No. 9 Demanda insatisfecha de dulces tradicionales en Manabí.	39
Tabla No. 10 Inventario de equipos y maquinaria Sabores de mi Tierra.....	45
Tabla No. 11 Producción año 2015 microempresa Sabores de mi Tierra.	47
Tabla No. 12 Producción total de la planta.....	57
Tabla No. 13 Propuesta de capacidad de producción al 80%.	58
Tabla No. 14 Materiales e Insumos para la propuesta 80% de producción.	60
Tabla No. 15 Precios para estrategia de penetración	71
Tabla No. 16 Presupuesto de publicidad	75
Tabla No. 17 Inversión	77
Tabla No. 18 Origen de los fondos	77
Tabla No. 19 Activos fijos.....	78
Tabla No. 20 Activos diferidos	80
Tabla No. 21 Capital de trabajo	80
Tabla No. 22 Amortización del crédito	81
Tabla No. 23 Precios unitarios por producto proyectados	82
Tabla No. 24 Ingreso por ventas proyectadas.....	83
Tabla No. 25 Egresos proyectados.....	84
Tabla No. 26 Balance de situación Inicial microempresa Sabores de mi Tierra.	85
Tabla No. 27 Estado de pérdidas y ganancias proyectado.....	86
Tabla No. 28 Balance general de la microempresa Sabores de mi Tierra.	87
Tabla No. 29 Costos variables y costos fijos	88
Tabla No. 30 Valores para cálculo del punto de equilibrio	89
Tabla No. 31 Flujo de caja proyectado	92
Tabla No. 32 TMAR del proyecto.....	93
Tabla No. 33 Flujos de caja actualizados	93
Tabla No. 34 Cálculo de la TIR.	94
Tabla No. 35 Verificación de la TIR en el proyecto	95
Tabla No. 36 Periodo de recuperación del proyecto.	95
Tabla No. 37 Escenarios para el análisis de sensibilidad.	96
Tabla No. 38 Relación costo / beneficio.	97

RESUMEN EJECUTIVO

La provincia de Manabí posee una riqueza natural incalculable que sus habitantes están cada día potencializando mediante emprendimientos comunitarios que son fuente generadora de desarrollo y de empleo.

En los últimos años en el país se ha venido promoviendo un cambio en su matriz productiva lo que ha generado que existan fuentes de apoyo para la puesta en marcha de proyectos, entre ellos los emprendimientos para potencializar la producción.

Gracias a la exquisita gastronomía de la provincia, los dulces tradicionales son apetecidos a nivel nacional e internacional por su incomparable sabor y calidad, lo que motivo a elaborar un plan de negocios para la microempresa Sabores de mi Tierra con el objetivo de ingresar sus productos al mercado provincial.

Con los resultados obtenidos se comprueba la factibilidad para la implementación del plan de negocios, el cual representa una contribución al desarrollo socio económico no solo de la comunidad de las Guaijas del Cantón de Santa Ana sino de toda la provincia.

Palabras claves: Emprendimiento comunitario, dulces, plan de negocio.

ABSTRACT

Manabi province has an immense natural wealth that its population are enhancing every day through communitarian projects, that now a days are a source of development and employment.

Recently, Ecuador has been promoting the productive matrix change, which has permitted the entrepreneurs have access new sources of financial support for the development and implementation of their projects, having special attention in projects that promote the production.

Because of the exquisite cuisine of the province, traditional sweets from Manabi are sought nationally and internationally, for its unique taste and quality, that lead us to develop a business plan for “Sabores de mi Tierra”, a small community project in Santa Ana city in order to set their products in the provincial market.

The results of our research allows us to prove that we can implement the business plan created for “Sabores de mi Tierra”, to contribute to the socio-economic development not only for Las Guaijas community in Santa Ana, but for the whole province.

Keywords: Community projects, traditional sweets, business plan.

INTRODUCCIÓN

Manabí es una provincia privilegiada del Ecuador, poseedora de una riqueza natural incalculable que junto con los hombres y mujeres que la habitan la hacen aún más especial. Es así, que aprovechado el cambio de la matriz productiva que se está dando en el Ecuador y que busca fortalecer y potenciar la producción, los comuneros del sitio Las Guaijas del cantón Santa Ana con la intención de darle un valor agregado a la materia prima que producen, formaron la microempresa Sabores de mi Tierra, que se dedica a elaborar dulces tradicionales, creando de esta manera fuentes de trabajo, así como también contribuyendo al fortalecimiento de la identidad y cultura manabita a través de sus dulces.

El presente trabajo de titulación tiene por objetivo elaborar un plan de negocios para la microempresa Sabores de mi Tierra con la finalidad de que le permita evaluar la viabilidad de introducir los dulces tradicionales al territorio manabita.

En el Capítulo I, se detalla la situación actual de la microempresa Sabores de mi Tierra, y además se realiza un análisis FODA para conocer a profundidad como se encuentra la microempresa arrojando datos valiosos como que cuenta con su propia infraestructura y con equipos y maquinarias para la elaboración de los dulces, las facilidades por parte del gobierno para las microempresas, se evidencia también la falta de una estructura organizativa propia y la poca colaboración entre los socios, hace falta una clara definición de los procesos productivos y experiencia administrativa y como amenaza principal la recesión económica en el país.

En el Capítulo II, se realiza un estudio de mercado identificando la demanda potencial de los dulces tradicionales, se analiza también la oferta en el mercado de las microempresas productoras y comercializadoras de dulces tradicionales, elementos que sirvieron para elaborar la demanda insatisfecha del producto en la provincia.

Se presenta el estudio técnico en el capítulo III, en el que se muestra los aspectos generales de la planta de la microempresa y en base a su infraestructura se desarrolló las estrategias de producción como distribución de la planta, flujogramas de procesos, lo que permitió determinar la secuencia de actividades y el personal necesario para la ejecución del plan de negocios propuesto utilizando el 80% de la capacidad de la planta.

En el capítulo IV se presentan las estrategias para la microempresa Sabores de mi Tierra, se plasma los deseos de los socios de crear una nueva imagen que los represente, se realiza el plan de marketing basado en el marketing mix y se presentan las estrategias para productos, precio, plaza y promoción.

Finalmente en el capítulo V se realizó una análisis económico y evaluación financiera en la que se determinó el valor de la inyección de capital que necesita la microempresa para poder realizar el 80% de su producción, adicionalmente se levantaron los indicadores económicos que permiten indicar la factibilidad del plan de negocios propuesto.

**CAPÍTULO 1. SITUACIÓN ACTUAL DE LA MICROEMPRESA LOS SABORES DE MI
TIERRA**

1.1. Definición de microempresa.

Malhostra (2007), define a la microempresa como la unidad económica-social donde el capital, el trabajo y la dirección se coordinan para lograr una producción que responda a los requerimientos del medio humano en que la propia empresa actúa. Otros autores como Baternan (2010), considera que es una unidad productiva o de servicio y se crea para satisfacer una necesidad; ofrecer un producto o brindar un servicio.

Mientras que para la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2008), expresa que es toda organización de propiedad pública o privada, cuyo objetivo primordial es fabricar o distribuir mercancías o proveer servicios a la colectividad mediante el pago de los mismos. La ley la reconoce y autoriza para realizar determinadas actividades productivas que de algún modo satisfacen las necesidades del hombre en la sociedad.

Por lo que dadas las características de una microempresa y basado en diferentes autores, se resume que:



Figura No. 1 Características de la Microempresa
Fuente: (Herrera, 2015, pág. 13)

Sin embargo en este contexto Malhostra (2010), señala que las características que mantiene una microempresa son las siguientes:

- Actividades de autoempleo.
- Máximo de 10 colaboradores.
- Un capital de trabajo limitado que no incluya muebles y vehículos que sean herramientas de trabajo.
- Actividades registradas en una organización gremial micro empresarial.

Así mismo, estas características permiten conocer la estructura principal de la microempresa la misma que define a una mini organización, y la diferencia de la pequeña o grande empresa.

Pero para Scott (2009) las características de la microempresa son:

- La gran mayoría de las microempresas se dedican a la actividad comercial o de prestación de servicios y un pequeño porcentaje a las actividades de transformación.
- Su estructura jurídica se asemeja a las sociedades de personas y eventualmente a las sociedades anónimas.
- Es de tipo familiar.
- Tiene la tendencia a mantenerse en los sitios donde iniciaron su actividad originalmente.
- El objetivo predominante es el mercado local y eventualmente el regional.
- Crece principalmente a través de la reinversión de sus utilidades.
- Carecen de una estructura formal de organización.
- Son soporte al desarrollo de grandes empresas.
- Generalmente no cuentan con personal capacitado.
- Existe una estrecha relación entre el microempresario y la comunidad.

Pero Hernández (2008) amplía las características, buscando un análisis que las define de acuerdo al entorno y actividad donde se desarrollan y por último se complementa las características señaladas por Hilton (2009) quien manifiesta:

- El conocimiento de un proceso de producción elemental es básico para la creación de este tipo de empresas.
- La inversión de capital es baja.
- Su estructura organizativa es informal; el o los propietarios controlan personal y directamente las funciones básicas de producción, ventas y finanzas.
- En la mayor parte de las microempresas no se utiliza asesoría de ningún tipo.

Como se puede apreciar todos los autores proporcionan características que definen y distinguen a una microempresa, la misma que se la califica como una organización a pequeña

escala, en la cual se llevan procesos y procedimientos igual a grandes empresas, en donde los emprendedores son los encargados de administrar y gestionar el proyecto.

Objetivos:

Por su parte Koontz, (2008) dice que entre los objetivos de la microempresa se encuentran:

- **Objetivos de servicio.-** Entregar buenas ofertas y satisfacer las necesidades a través de los productos o servicios que se entreguen a los consumidores o usuarios.
- **Objetivo social.-** Proporcionar a los colaboradores un buen trato económico y motivar a empleados y obreros que prestan servicios a las empresas. Con el gobierno, cumplir y pagar las tasas tributarias para permitir la realización de las actividades gubernamentales y con la comunidad; participando con las actividades de buen vecino y miembro de la localidad.
- **Objetivo económico.-** Con los inversionistas, dando el pago de un dividendo razonable en proporción al riesgo asumido. Con los acreedores; en la liquidación de intereses y principales a los que integran la estructura financiera de la empresa.

Caracteres de la microempresa.

- **Es una persona jurídica.-** Porque es una identidad con derechos y obligaciones establecidas por la ley.
- **Ejerce una acción mercantil.-** Porque compra para producir y produce para vender.
- **Es una unidad económica.-** Porque tiene una unidad lucrativa, es decir, su principal propósito es obtener ganancias.
- **Asume la total responsabilidad del riesgo de pérdida.-** Es uno de los caracteres más relevantes porque la empresa es la única responsable de la marcha de la identidad. Asume las pérdidas y ganancias, los éxitos o fracasos incluso el riesgo de pérdida total de sus bienes.

Factores de la microempresa.

Por su parte Koontz (2008) indica que toda empresa para cumplir sus fines debe organizar, coordinar y orientar en un todo armónico cuatro factores de la producción: la naturaleza, el capital, el trabajo y la gestión empresarial.

- **La naturaleza:** O recursos naturales comprende el territorio, las materias primas y la fuerza motriz.

- El capital: Es la inversión necesaria (dinero) para adquirir el conjunto de medios de producción, los materiales y para sostener los gastos de producción.
- El trabajo: Es la actividad física o mental que el hombre realiza con el fin de crear riqueza para la satisfacción de sus necesidades.
- La gestión empresarial: Es la acción y efecto de gestionar, de administrar y hacer diligencias conducentes al logro de los objetivos empresariales.

Obligaciones y responsabilidades de la microempresa.

Para Hayes (2009), el crecimiento de las empresas y con el avance de la industrialización en los distintos países, se han ido creando una serie de obligaciones legales de las empresas para con su personal y para con la sociedad en general.

- Obligaciones internas.- son aquellas para con el personal que ocupa la empresa, las obligaciones legales están establecidas en el derecho laboral, en el código de trabajo que representa las normas mínimas que la empresa debe cumplir con su personal de trabajadores sean empleados y obreros.
- Obligaciones externas.- Son aquellas que la empresa debe cumplir con la sociedad en general, tales como proveedores, consumidores. clientes, etc. Estas normas están contenidas en el derecho industrial, derecho civil y comercial. Además, debe someterse a las normas de salubridad e higiene, a las leyes impositivas, a las normas de protección del medio ambiente y defensa de la ecología y a las facultades del poder público para revisar el funcionamiento de la empresa en cualquier instante.

Clasificación, (Reinoso, 2007).

Por sectores económicos.

- Extractivas: dedicadas a explotar recursos naturales. Ejemplo: Cerrejón, Petroecuador, Minas de Oro.
- Servicios: entregarle sus servicios o la prestación de estos a la comunidad. Ejemplo: Clínicas, salones de belleza, transporte y alimentación.
- Comercial: desarrolla la venta de los productos terminados en la fábrica. Ejemplo: cadenas de almacenes, cadenas de farmacias, supermercados etc.
- Agropecuaria: explotación del campo y sus recursos. Ejemplo: hacienda, agroindustria.
- Industrial: transforma la materia prima en un producto terminado. Ejemplo: acerías, ingenios azucareros, cervecerías, etc.

Por su tamaño.

- Grande: Su constitución se soporta en grandes cantidades de capital, un gran número de trabajadores y el volumen de ingresos al año, su número de trabajadores excede a 100 personas.
- Mediana: Su capital, el número de trabajadores y el volumen de ingresos son limitados y muy regulares, número de trabajadores superior a 20 personas e inferior a 100.
- Pequeña: Su capital, número de trabajadores y sus ingresos son muy reducidos, el número de trabajadores no excede de 20 personas.
- Microempresa: Cuenta con un máximo de diez empleados, casi siempre son los dueños quienes trabajan y su capital de trabajo es pequeño.

Por el origen del capital.

- Público: Su capital proviene del Estado o Gobierno. Ejemplo: alcaldías, gobernaciones, etc.
- Privado: Son aquellas en que el capital proviene de particulares. Ejemplo: sociedades comerciales.
- Economía mixta: El capital proviene una parte del estado y la otra de particulares. Ejemplo: zona franca de Esmeralda, ingenio San Carlos.

Por su finalidad.

- Lucrativas: Las organizaciones lucrativas buscan beneficios económicos, se crean para producir bienes y servicios rentables y están constituidas por personas que desean multiplicar su capital y obtener beneficios o utilidades denominadas dividendos.
- No lucrativas: Son las que, no persiguen fines de lucro. Administran recursos, obtienen beneficios, pero no obtienen utilidades. Su finalidad es comúnmente asistencial, educativa, cultural, intelectual, social o recreativa sin fines utilitarios.

Por ello la actividad productiva del sector micro empresarial se ha desarrollado para influir en la economía del país, esta actividad agrupa en forma directa e indirecta a más de 2,1 millones de personas, la misma que representa el 31,33% de la Población Económicamente Activa (PEA) según datos establecidos por el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO, 2011), las microempresas se encuentran constituidas por más del 82% de unidad básica familiar, que generan empleo a más del 12% de población urbana a nivel nacional, según reporte del último censo del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010).

Además, por reportes de esta institución existen, 262.000 unidades de producción reportadas a nivel nacional, las cuales pertenecen a 172 ramas de diferentes formas de producción INEC, (2010).

La provincia de Manabí está dotada de innumerables riquezas naturales que sus habitantes están explotando cada vez más, dando valor agregado a la materia prima, han surgido muchas unidades de producción especialmente las microempresas agro industriales como se puede apreciar en el (Tabla No. 1).

Tabla No. 1 Microempresas con actividades agro- industrial de Manabí.						
Productos	2010	2011	2012	2013	2014	Part. %
Café soluble orgánico	32	32	43	50	82	11,15
Elaborados de cacao	67	67	56	61	52	12,71
Elaborados de plátano	57	57	61	49	78	13,19
Jugos de cítricos	12	12	10	11	18	2,74
Salprietá	43	43	56	67	81	13,3
Productos típicos	189	189	203	167	193	40,49
Pickles	8	8	11	36	42	5,22
Licores	1	1	1	1	1	0,22
Vinos	2	2	4	5	7	0,98

Fuente: Cámara de la Pequeña Industria de Manabí. Año 2014.
Elaboración: Mendoza Solórzano Wendy.

Dentro de esta actividad agro-industrial se establecen unidades productivas en la elaboración de café soluble de origen orgánico ubicada en los cantones Jipijapa, Paján, 24 de mayo, Santa Ana y Olmedo preferentemente, con 32 comunas que industrializan este producto en el 2010 a 82 establecidas en el año 2014 estimando una participación del 11,15%.

Sin embargo, una de las actividades que han logrado integrarse significativamente es la producción e industrialización de productos típicos, logrando registrar en el año 2010 un total de 189 industrias que se encargan de producir, procesar y empaquetar estos productos, es así que

esta actividad cuenta en el año 2014 con 193 unidades productivas, registrando el 40,49% de participación. (Tabla No. 1)

1.2. Historia de la microempresa Sabores de mi Tierra

En la comunidad Las Guaijas de la parroquia Ayacucho del cantón Santa Ana dentro del seno del Comité de Desarrollo Comunitario 6 de Marzo, nació la iniciativa de emprender en una microempresa que elabore dulces tradicionales de la provincia y de esta manera poder crear fuentes de trabajo en la comunidad.

Con el nombre de “Sabores de mi Tierra”, esta microempresa que acoge a 25 personas que laboran en las diferentes etapas de producción y comercialización de los productos, han considerado importante el aporte del INCCA¹ que es una entidad del sector público, encargada de planificar y ejecutar procesos de capacitación y transferencia de tecnología, en beneficio de pequeños y medianos productores agropecuarios en el Ecuador, que dio talleres para rescatar lo valioso de la producción de los manjares de las Guaijas y a su vez darle un valor agregado al mismo.



Figura No. 2 Microempresa Sabores de mi Tierra
Fuente: Microempresa Sabores de mi Tierra, sitio Las Guaijas, Santa Ana, Manabí. Año 2015.

Dentro de esta microempresa se ofrecen dos tipos de productos, los que se elaboran durante todo el año como son: el rompopo, natilla, manjar de leche; y los dulces estacionarios que se los realiza en ciertas épocas de acuerdo a la producción de las frutas en los que se encuentran

¹ Instituto Nacional de Capacitación Campesina (INCCA)

las mermeladas, conservas y frutas tropicales, además de contar con una variedad de productos tradicionales y confitería según la preferencia de las personas.

En primera instancia se producían los dulces para el consumo de la comunidad y de las personas que realizan el turismo por el bio-corredor del río Portoviejo, pero ahora la visión está en llevar los productos a las perchas de los principales supermercados de la provincia para que sean consumidos por todos los habitantes de la provincia y los visitantes que llegan a los diferentes destinos turísticos que tiene Manabí ya que los dulces tradicionales tienen buena aceptación y lo más importante es que para su elaboración no se utilizan químicos, sino que la producción es natural.

La microempresa Sabores de mi Tierra es un emprendimiento que del Comité de Desarrollo Comunitario 6 de Marzo, que de conformidad con el Ministerio de Inclusión Económica y Social y de conformidad con el reglamento para la aprobación, control y extinción de las personas jurídicas de derecho privado con finalidad social y sin fines de lucro, que se constituyan al amparo de lo dispuesto en el Título XXIX, Libro del Código Civil, expedido mediante Decreto Ejecutivo No.3054 del 30 de agosto del 2002 y publicado en el Registro Oficial No.660 del 11 de septiembre del 2002 corresponde al Ministerio de Inclusión Económica y Social realizar los trámites correspondientes para el otorgamiento de personerías jurídicas de las diversas clases de organizaciones sociales de conformidad a la Ley; que, con Acuerdo Ministerial No. 01667 de 30 de noviembre del 2000, se descentralizan y desconcentran funciones, delegándose a la Dirección Provincial del MIES Manabí. Por ello, el Comité de Desarrollo Comunitario 6 de Marzo obtuvo vida jurídica en el año 2010 y mediante convenio con el MAGAP², se obtuvieron los recursos de la nueva infraestructura que se la realizó el 5 de junio del 2012.

En el año 2012 gracias al apoyo de organizaciones e instituciones como el GADM de Santa Ana³ y el CADERS⁴, se adquirieron las primeras maquinarias para la microempresa lo que permitió producir en masa lo que anteriormente se elaboraba en forma artesanal.

Apoyándose en el CADERS, quien es el ente articulador de los elementos de la Política Agraria, se buscó mejorar el sistema de tecnificación y la asesoría para iniciar los trámites de

² Ministerio de Agricultura Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP).

³ Gobierno Autónomo Descentralizado de la Municipalidad de Santa Ana (GADM de Santa Ana)

⁴ Proyecto de Competitividad Agropecuaria y Desarrollo Rural Sostenible (CADERS)

consecución del registro sanitario y apegarse a las normas de calidad existentes para que los productos sean comercializados en los supermercados.

Sabores de mi Tierra, es una microempresa que se caracteriza por expender productos típicos del sector hechos a base de lácteos y frutas, tales como rompopo, natilla, manjar de leche, mermeladas y frutas tropicales, con precios accesibles al consumidor reportando niveles de producción equivalentes a 4.50 toneladas de productos variados anualmente acorde a los pedidos de entrega, según información de Blanca Loor (2015) presidenta de la microempresa Sabores de mi Tierra.

1.3. Filosofía empresarial de la Microempresa Sabores de mi Tierra.

Para su fundador José Cobeña, el beneficio a alcanzar es otorgarle mayor independencia, seguridad y confianza en el control del negocio, y que, con conocimientos más profundos, inteligencia, creatividad, dedicación y persistencia consigan enfrentar todo tipo de retos y cambios que se puedan producir en su entorno. Por lo que el beneficio que se busca es ese espíritu empresarial que implique un impulso a los procesos de invención e innovación, que le den fortaleza adicional para enfrentar los eventos que el futuro depare. Por lo que es notable, la falta de crecimiento en muchas de estas unidades de producción de alimentos artesanales y la falta de interés por querer lograr abarcar el territorio manabita.

Sin embargo, en este mercado existe demanda de consumo de productos sustitutos, que podrían significar una amenaza a la hora de elección a optar por uno de los productos tradicionales, que la empresa productora y comercializadora de dulces ofrece.

Por ello, en esta microempresa, los miembros que la componen tienen establecidas sus funciones en lo referente a la elaboración de los dulces y confitería, en base a la materia prima disponible del lugar, su producción es semanal, donde participan todos sus integrantes, los cuales se especializan unos en la realización productos derivados del lácteo como: manjar de leche, natilla, rompopo; mientras que otros realizan los dulces provenientes de frutas como el manjar de guayaba y conservas. Así mismo otro grupo de personas se encarga de elaborar productos de confitería como mermeladas de grosella y pechiche y la comercialización de frutas tropicales del sector, a pesar de contar con el conocimiento, la capacidad y las oportunidades

debido a la ubicación, esta microempresa no ha pensado en ampliar sus horizontes y ampliar su mercado, se ha anclado únicamente a la venta local y el turismo de la zona.

1.3.1. Misión.

Salvaguardar parte de la gastronomía tradicional de la comunidad Las Guaijas, del cantón Santa Ana provincia de Manabí, en base a la producción artesanal provenientes de lácteos y frutas con esta microempresa que se orienta a la revalorización de esta manifestación, como elemento estratégico del desarrollo local y del fortalecimiento de la identidad cultural de la población.

1.3.2. Visión.

Es una empresa identificada a nivel local comunidad Las Guaijas, del cantón Santa Ana provincia de Manabí, como productora de dulces artesanales provenientes de lácteos y frutas como rompopé, natilla, manjar de leche, mermeladas y frutas tropicales, y reconocida como pionera en ofrecer estos productos, dentro de las correspondientes normas de calidad, proyectándolos como valor cultural de nuestra provincia ante los visitantes y a partir del año 2016, extender la comercialización de sus productos al mercado provincial.

1.3.3. Políticas.

- Agrupar en su seno a los campesinos/as de la comunidad de las Guaijas y de las comunidades aledañas que se benefician de los proyectos económicos productivos, sociales que se desarrollan y se desarrollarán en el futuro.
- Trabajar activamente por el desarrollo de la comunidad y por el bienestar de sus moradores, especialmente de los asociados.
- Mantener relaciones con instituciones gubernamentales y no gubernamentales para la planeación y ejecución de obras que beneficien a la comunidad y sus asociados.
- Corregir los errores en todas las prácticas agropecuarias, tendientes a preservar el ecosistema y la biodiversidad.
- Aplicar tecnología orgánica y ecológica en las prácticas agropecuarias, para asegurar productos limpios y ecológicamente sanos.

- Asegurar la alimentación suficiente y adecuada a las familias campesinas, cuyos excedentes se comercializarán en los mercados locales, provinciales y nacionales.
- Incorporar a más campesinos y procurar desarrollo armónico y aprovechamiento ordenado y respetuoso de las habilidades y destrezas innatas o adquiridas en bien de la Asociación y de los proyectos.
- Incrementar la rentabilidad de la microempresa Sabores de mi Tierra mediante la optimización de los costos de estructura empresarial.
- Optimizar los plazos de entrega para generar clientes más satisfechos, más fieles, más recurrentes y por tanto más rentables.
- Motivar y realizar capacitaciones constantes de los empleados para lograr combinaciones únicas de sus productos típicos en el mercado, local, provincial y nacional a futuro.
- Conseguir que los clientes mantengan relaciones estables y continuadas con la empresa a lo largo del tiempo.
- Lograr la integración óptima de los proveedores de lácteos y frutas como parte de una estrategia para obtener un buen posicionamiento en la industria y el mercado de los dulces exóticos bajos en azúcar.

1.3.4. Metas.

- Establecer un crecimiento sostenible posicionando los productos típicos provenientes de la producción artesanal de lácteos y frutas y que la microempresa sea líder en el mercado de productos artesanales típicos.
- Posicionar a la microempresa en el mercado provincial y con proyección nacional.
- Incrementar el nivel de capacidad de auto gestión a través de un adecuado sistema de capacitación integral en valores morales, principios éticos, ciencia, técnica, arte y cultura.
- Procurar que los servicios existentes en la comunidad cumplan con las funciones para las que fueron creados, mejorar los existentes y crear otros.
- Preparar a sus miembros para que participen en la dirección de la organización como dirigentes, líderes, administradores, compañeros y socios.
- Activar las relaciones entre el sector rural y las diversas instituciones públicas de desarrollo, así como semi-públicas y privadas para lograr de estas una mayor atención para el cumplimiento de aspiraciones y satisfacciones de las necesidades.

1.4. Organización de la microempresa.

1.4.1. Estructura organizacional.

La Asamblea General es la máxima autoridad del Comité y la integran sus socios activos en goce de sus derechos, siendo presidida por el Presidente y sus decisiones son tomadas por simple mayoría de votos. Las mismas no deben contravenir las disposiciones de su estatuto ni de ninguna ley existente. Donde las asambleas generales ordinarias se realizan cada 30 y las extraordinarias cuando las circunstancias así lo exijan, son convocadas por el Presidente o a pedido de las tres cuartas partes de los socios con sus respectivas firmas.

Las resoluciones serán válidas y acatadas por todos los socios, la misma que será convocada con veinte y cuatro horas de anticipación, puntualizando los puntos a tratarse. La Asamblea General se instala legalmente y la presencia mínima de la mitad más de uno de los socios, si a la primera convocatoria no concurren los socios señalados, esta se realizará una hora después, con los socios presentes siempre y cuando el particular se haga constar en la convocatoria. Tiene como funciones y atribuciones resolver en última instancia los asuntos que le fueren sometidos a su consideración, tales como:

- Renovar parcial o totalmente al Directorio y Comisiones
- Vigilar y orientar el trabajo del Directorio y Comisiones
- Fijar las cuotas ordinarias, extraordinarias y cuotas de ingresos.
- Aprobar los programas y proyectos relacionados a la actividad de las organizaciones.
- Autorizar la adquisición de bienes para la organización si su valor supera los límites establecidos para el Presidente y el Directorio; estos es más de cinco salarios mínimo vital vigentes.
- Autorizar firma de convenios, contratos, acuerdos que beneficien al comité, a los socios y a los moradores de la comunidad.
- Aprobar el ingreso de nuevos socios; conocer y resolver sanciones y reclamos
- Aprobar el presupuesto anual de la asociación, así como los balances e informes del Directorio en lo referente a administración, resultados productivos, fortaleza organizativa y del Comité de Gestión.
- Evaluar, dar seguimiento y planificar programas y proyectos

En lo referente a las funciones acorde a la estructura organizacional, las actividades se encuentran desglosadas en el anexo No. 1.

1.4.2. Organigrama funcional.

El Comité de Desarrollo Comunitario 6 de Marzo de la comunidad las Guaijas del cantón Santa Ana, provincia de Manabí está conformado por:

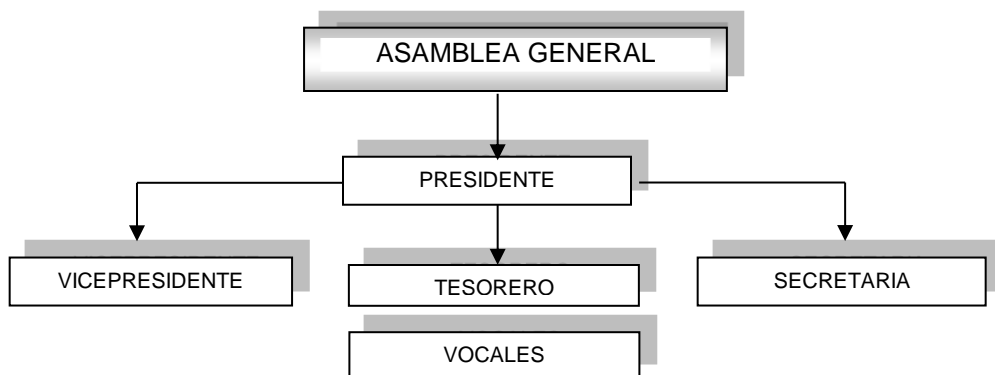


Figura No. 3 Organigrama funcional del Comité de Desarrollo Comunitario 6 de Marzo.
Fuente: Comité de Desarrollo Comunitario 6 de Marzo.
Elaboración: Mendoza Solórzano Wendy. Año: 2015

- Presidente: Sra. Blanca Loor Menéndez
- Vice presidenta: Sra. Solinda Solanda Cedeño Poveda
- Tesorero: Sr. Galo Fidel Holguín Intriago
- Secretaria: Sra. Victoria Magdalena Cuenca Moreira

La directiva se reúne un día al mes, donde se tratan temas de cantidad de pedidos, ventas, ejecución de trámites, ingresos y egresos entre otros. En caso de presentarse alguna situación prioritaria, se realizan reuniones extraordinarias las cuales son convocadas por la Junta Directiva. En la actualidad la microempresa “Sabores de mi Tierra” no posee una estructura organizativa propia, solo cuenta con un reglamento interno para el uso y manejo de la planta (ver Anexo No. 2).

Se propone que la microempresa cuente con su propia estructura organizacional y que sea independiente al Comité de Desarrollo Comunitario 6 de marzo para que pueda cumplir con los objetivos y metas propuesto en el emprendimiento, esta estructura organizacional es indispensable para que cada una de las personas que van a ejercer funciones sean estas administrativas u operativas tengan campo de acción para tomar las mejores decisiones, para esto se debe en asamblea general contar con la mitad de los votos más uno para que sea legal la estructura propuesta a la microempresa, el organigrama funcional está distribuido de acuerdo

a las necesidades del plan de negocios propuesto para la microempresa, ver (capítulo No. 3), y se muestra a continuación:

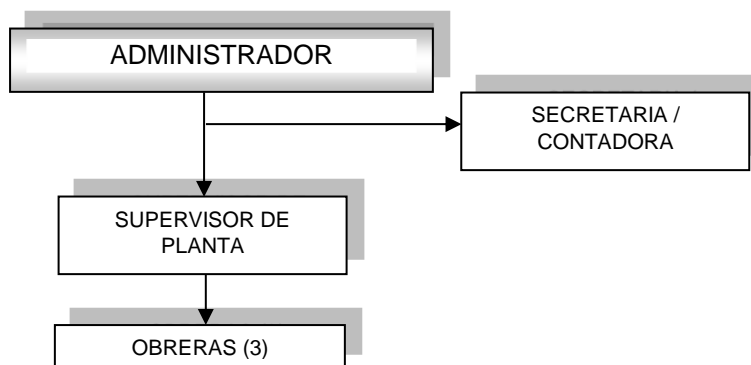


Figura No. 4 Estructura organizativa propuesta para microempresa Sabores de mi Tierra
Elaboración: Mendoza Solórzano Wendy.

1.5. Estructura legal y social

Según Blanca Loor (2015) presidenta del Comité de Desarrollo Comunitario 6 de Marzo, con la finalidad de poder dar respaldo a la propuesta de la creación de la microempresa Sabores de mi Tierra, se decidió en Asamblea General acoger el emprendimiento para que, con el respaldo del Comité pueda acceder a participar en los proyectos del MAGAP, CADERS.

Al ser la microempresa Sabores de mi Tierra solo un emprendimiento y no tener vida jurídica propia, ésta se rige bajo los estatutos del Comité, el cual en lo referente a su constitución, domicilio, denominación y naturaleza en su Art. 1 indica que el Comité se constituye en la comunidad de las Guaijas de la parroquia Ayacucho del cantón de Santa Ana. En cuanto en el Art. 2 se indica que el Comité es una corporación de derecho privado regulada por las disposiciones del título XXX del libro de I del Código Civil. En el Art. 3. Se indica que el Comité mantendrá neutralidad política y religiosa. Además, no participará en ningún evento de carácter racista, que viole los derechos de las personas o atenten contra la dignidad y valores morales ni culturales. En tanto que, según los estatutos, en el Art. 4. El Comité de Desarrollo Comunitario 6 de Marzo se constituye por tiempo y número de socios indefinido y podrá disolverse por lo dispuesto en el estatuto.

El Comité, por su naturaleza y sus fines puede intervenir en asuntos inherentes a posesión, unidades de producción agrícolas y debiendo sus socios individual o colectivamente sujetarse a las regulaciones de organismos de control existentes, para viabilizar trámites, recibir apoyos y legalizar el derecho de los beneficiarios. El presente estatuto está en vigencia una vez que fue aprobado por el Ministerio de Inclusión Económica y Social en el año 2010.

En el Anexo No. 3, se detallan los requisitos para ser miembro del Comité, así como los deberes y derechos de los socios y las causas por las que se los expulsa del mismo.

El Comité cuenta con el certificado de salud ocupacional emitido por el centro de Salud del Ministerio del cantón, el permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos, la patente municipal emitida por el GADM de Santa Ana, sin embargo aún se encuentra en trámite el permiso de funcionamiento del ARCSA⁵, ya que están trabajando en los cambios propuestos por la visita técnica realizada en el mes de julio del 2016; por lo que se recomienda realizar estos cambios para la obtención del permiso correspondiente, ya que es fundamental para tramitar los registros sanitarios para los diferentes productos que aquí se elaboran.

Para la obtención del permiso de funcionamiento este se deberá tramitarlo vía web teniendo los siguientes requisitos:

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección.
- Copia título del profesional responsable (Ing. en Alimentos BQ en Alimentos)
- Planos con la distribución de las áreas correspondientes.
- Plano de ubicación de la planta procesadora.
- Certificado de capacitación en manipulación de alimentos
- Copia de la cédula y certificado del representante legal.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud.
- Copia del RUC del establecimiento
- Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.

El comité no se encuentra registrado en la SEPS⁶, por lo que se le propone registrarse en dicha institución realizando los siguientes pasos:

⁵ Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria

⁶ Superintendencia de Economía Popular y Solidaria

- Llenar el formulario para de reserva de denominación.
- Llenar el formulario de constitución y entrega de documentos habilitantes para las organizaciones comunitarias.
- Posterior a esto la SEPS emitirá la resolución de constitución, registro de la directiva y RUC.

En el aspecto social la presencia de esta unidad de producción ha tenido un significativo impacto en la economía de la comunidad de las Guaijas, ya que gracias a su capacidad generadora de mano de obra que de forma directa o indirecta a permitido mejorar la calidad de vida de las personas que integran la comunidad, lo que ha motivado a que los socios y socias tengan un nivel de participación activo en torno al desarrollo de la microempresa, ya que cada una de las acciones emprendidas se revierte en el beneficio de la misma y sus asociados en general. Este ejemplo de microempresa comunitaria ha servido de prototipo para la creación de otras unidades de producción en el territorio rural del cantón de Santa Ana.

1.6. Análisis FODA de la microempresa Sabores de mi Tierra.

La matriz FODA, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz FODA en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro (Espinosa, 2013)

1.6.1. Diagnostico FODA.

Para poner en marcha el plan de negocios para la microempresa es importante conocer los factores internos y externos que benefician o amenazan al mismo, esto se logrará mediante el análisis FODA que permitirá conocer las fortalezas y debilidades con las que cuenta la microempresa, así como conocer las oportunidades que se presentan en el mercado y las amenazas que debe enfrentar la microempresa al entrar en el mercado seleccionado.

Tabla No. 2 Diagnostico FODA.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Elaboración de dulces tradicionales sin químicos.</p> <p>Se compra la materia prima fresca y de calidad a los habitantes de la zona.</p> <p>Se encuentran ubicadas en un sector turístico</p> <p>Crédito directo para los insumos y materia prima a quince días.</p> <p>Los socios reciben capacitación por estar legalmente constituidos.</p> <p>Cuentan con maquinaria propia cofinanciada con el MAGAP.</p> <p>Tienen su propia infraestructura, que incluye un espacio para comercializar el producto.</p> <p>Se da trabajo a los socios.</p>	<p>Crecimiento constante del turismo en Manabí y en el Ecuador.</p> <p>Apoyo del gobierno a los emprendimientos a través del MIPRO.</p> <p>Apoyo del GAD de Santa Ana a las microempresas comunitarias que impulsen el desarrollo de la comunidad.</p> <p>Los manabitas son muy apegados a sus costumbres y tradiciones.</p> <p>Participación en ferias para promocionar productos manabitas.</p> <p>Planificación y ejecución de ferias continuas por parte del gobierno provincial para promocionar los productos manabitas.</p> <p>Apoyo del CADERS.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Los productos no cuentan con los registros sanitarios.</p> <p>Desperdicio de tiempo en la producción.</p> <p>Su promoción y publicidad es escasa.</p> <p>Poca visión para expandirse en el mercado provincial.</p> <p>No cuentan con un capital de trabajo.</p> <p>No tienen acceso a créditos financieros.</p> <p>La imagen del producto no es del agrado de todos los socios.</p> <p>Falta de unión entre sus socios al momento de distribución de los trabajos.</p> <p>No cuentan con personas capacitadas para la venta a distribuidores.</p>	<p>Posible recesión económica en el país.</p> <p>Entrada de nuevos competidores que ofrezcan los mismos productos.</p> <p>Preferencia por parte del consumidor hacia productos sustitutos de menor precio y calidad, debido a la falta de cultura para apreciar el producto artesanal.</p> <p>Competencia existente.</p>

Fuente: Análisis externo e interno de la microempresa Sabores de mi Tierra. Año 2015.
 Elaboración: Mendoza Solórzano Wendy.

FORTALEZAS Y OPORTUNIDADES

- La microempresa está legalmente constituida lo que le facilita acceder a los programas e incentivos por parte del gobierno.
- Al ser una microempresa comunitaria recibe apoyo del GADM Santa Ana para el emprendimiento de nuevos proyectos.
- Por estar ubicados estratégicamente en un sector productivo se garantiza la materia prima necesaria para la elaboración de los dulces tradicionales.
- Los socios que son personas de la comunidad y conocen la elaboración de los dulces manabitas son los encargados de su producción.
- Manabí es considerada la primera provincia en el Ecuador en consumir sus propios productos, por lo que los dulces tradicionales no son la excepción, el apego a las costumbres y tradiciones está impregnada en los manabitas.

DEBILIDADES Y OPORTUNIDADES

- Acceder a un crédito en las instituciones financieras del Estado para tener un capital de trabajo que permita realizar un volumen de producción para introducir el producto al mercado provincial.
- Mejorar los tiempos en la producción de los dulces para maximizar la capacidad de la planta y poder abastecer al mercado meta.
- Buscar la unión de los socios e impulsar el emprendimiento para conseguir apoyo del GADM de Santa Ana.

FORTALEZAS Y AMENAZAS

- Mantener la calidad de los productos para que se distingan de los posibles competidores, para esto se cuenta con materia prima fresca.
- Se cuenta con local propio para comercializar los productos por lo que se ahorraría el gasto de arrendar un local comercial en tiempos de dificultad económica en el país.
- Hacer hincapié en que nuestro producto es elaborado sin químicos para que en el momento de elección tenga peso sobre los productos de la competencia.
- Apoyarse en la identidad manabita para introducir nuestros dulces y contrarrestar a los productos sustitutos.

DEBILIDADES Y AMENAZAS

- Si no se cuenta con los registros sanitarios para los productos y una presentación del producto que los distinga es muy poco probable que se pueda competir con las empresas que entrarían al mercado.
- Si existe una recesión económica y no se capacita a los socios en las ventas no se podrá cumplir con la meta propuesta y se estancará la microempresa e incluso podría desaparecer.
- La desaparición de la microempresa será inminente, especialmente en tiempo de crisis si no se unen los socios para cumplir la meta propuesta de llevar el producto al mercado provincial.

CAPITULO 2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Análisis de la demanda.

El principal propósito que se persigue con el análisis de la demanda es determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o servicio, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. (Baca Urbina, 2010). El análisis de la demanda está dividido en dos partes fundamentales:

2.1.1. Descripción del producto.

La elaboración de dulces tradicionales es una actividad que con el paso del tiempo ha ido restando importancia dentro de la sociedad, lo que ha llevado a olvidar costumbres y tradiciones, es por esto que, la microempresa busca rescatar esta identidad santanense y manabita con la elaboración de los productos típicos y mejorar el nivel de vida de los habitantes de la zona de las Guaijas.

En el siguiente cuadro se exponen los productos elaborados en la microempresa:

DULCES TRADICIONALES	Dulces elaborados con lácteos	manjar, natilla rompopo
	Dulces elaborados con frutas	manjar de guayaba
	Conservas	de guineo y vinos
DULCES ESTACIONARIOS	Con azúcar y calorías	mermeladas grosella, pechiche
	Bajos en azúcar y calorías	frutas tropicales

Fuente: Microempresa Sabores de mi Tierra. Sitio Las Guaijas. Santa Ana, Manabí. Año:2015
Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy

Detallando los productos, se tiene:

- Manjar de leche: Elaborado con leche fresca, azúcar, arroz, especias como canela, clavo de olor y otras.
- Natilla: Para la elaboración de este producto se requiere leche, yemas de huevo, harina de maíz, panela, azúcar y especias como vainilla y canela.
- Rompope: Elaborado a base de leche, yemas de huevos, canela en rama, clavos de olor, pimienta dulce y una pisca de licor (aguardiente) al gusto.
- Manjar de guayaba: Para la elaboración del manjar de guayaba se requiere guayabas maduras, azúcar y agua.
- Conserva de guineo: Elaborado a base de guineos maduros, panela, azúcar y canela.
- Conserva de vinos: Se realiza extrayendo la pulpa de la fruta y dejándola en reposo durante una semana junto con los otros ingredientes, después de este procedimiento se procede a retirar la pulpa de la fruta para su venta. Este producto se lo realiza de acuerdo a la temporada de la fruta.
- Mermelada de grosellas: Este dulce se lo vende de acuerdo a la época en la que el árbol da sus frutos, que es entre los meses de junio, septiembre y diciembre, para su realización se necesita grosella madura, azúcar, canela y agua.
- Mermelada de pechiche: Al igual que la grosella, esta fruta se da en ciertos meses del año como son septiembre y octubre, para su realización se necesita pechiche maduro, panela, canela y agua.

2.1.2. Descripción de la demanda real.

La demanda se identifica como la cantidad de productos que los clientes requieren en un periodo y precio determinado. (Baca Urbina, 2010)

La microempresa Sabores de mi Tierra en el año 2015 produjo 4.5 toneladas en producción equivalentes a \$22.440 en ventas de productos elaborados, destinados a sus clientes locales como es la población de Santa Ana que cuenta con una población económicamente activa PEA de 15.317 personas (INEC,2010) y los turistas que visitan el cantón anualmente, proyectando una demanda real de 81.646 personas según datos proporcionados por el GADM Santa Ana, (2016), así como los cuatro clientes que venden los productos en otras provincias.

2.1.3. Descripción de la demanda potencial.

Para introducir un determinado producto en el mercado, es necesario identificar el segmento al que se va a dirigir, y las necesidades que se pretende cubrir.

Debido a la calidad y la tradición gastronómica que posee Santa Ana y al ser productos de consumo masivo que no tienen ninguna distinción de edad, sexo, estrato social, la microempresa proyecta vender sus productos tradicionales en todo el territorio de la provincia de Manabí en donde encontramos a más de la PEA el turismo de la provincia en cada uno de sus veintidós cantones como son: Portoviejo, Bolívar, Chone, El Carmen, Flavio Alfaro, Jipijapa, Puerto López, Junín, Manta, Montecristi, Paján, Pichincha, Rocafuerte, Santa Ana, Olmedo, Sucre, Tosagua, 24 de Mayo, Pedernales, Jama, Jaramijó y San Vicente. A más de cubrir el territorio manabita, la microempresa pretende mantener y si es posible aumentar sus clientes fuera de la provincia puesto que le generan un ingreso significativo en sus ventas.

Manabí cuenta con una PEA de 496.513 personas (INEC, 2010) y el turismo en la provincia que el año 2015 acogió a 2.500.000 personas según datos proporcionados por el Departamento de Turismo del Gobierno Provincial de Manabí (GPM, 2016), este sector ha demostrado un crecimiento constante durante los últimos 5 años siendo la provincia manabita una de la más beneficiadas por el turismo, por lo que se estima que se mantenga un crecimiento del 9% promedio en los siguientes años según el (GPM, 2016).

Por lo expresado anteriormente y basado en un consumo promedio de \$4 dólares, valor que arrojó el análisis de la muestra (Figura No. 10) se realiza la siguiente proyección de la demanda potencial

Tabla No. 4 Demanda potencial anual en Manabí de dulces tradicionales.		
Años	Demanda potencial personas	Demanda potencial dólares
2016	2.725.000	\$ 10.900.000,00
2017	2.970.250	\$ 10.930.520,00
2018	3.237.573	\$ 11.914.266,80
2019	3.528.954	\$ 12.986.550,81
2020	3.846.560	\$ 14.155.340,39

Fuente: Figura No. 10, Gobierno Provincial de Manabí. Año 2016.
Elaborado: Mendoza Solórzano Wendy.

2.1.4. Análisis de la muestra.

Para conocer la preferencia de los consumidores se utilizó la técnica del focus group, cuya finalidad es conocer la aceptación de los productos de la microempresa Sabores de mi Tierra.

El focus group se lo realizó el día 5 de febrero del 2016 en la plazoleta municipal del cantón de Santa Ana, se lo realizó en esta fecha aprovechando la concurrencia de personas de diferentes partes de la provincia a un acto cultural realizado por el GADM de Santa Ana, en donde estuvo invitada la microempresa que participó con un stand de sus productos típicos, ya que esta es considerada por el GADM de Santa Ana como una empresa que realiza nuestras costumbres y tradiciones con la venta de sus productos típicos.

Para su ejecución se escogió al azar un grupo heterogéneo de 52 personas compuesto por 31 hombres y 21 mujeres de diferentes cantones de la provincia de distintas clases sociales, que se encontraban entre las edades de 18 a 60 años, este grupo de personas presentaron un nivel de estudio superior de un 69.24% y nivel de estudio secundario de un 30.76%.

2.1.4.1. Análisis del focus group.

Los resultados del conversatorio con el grupo se encuentran expuestos de la siguiente forma:

1) ¿Conoce Ud. los productos Sabores de mi Tierra?

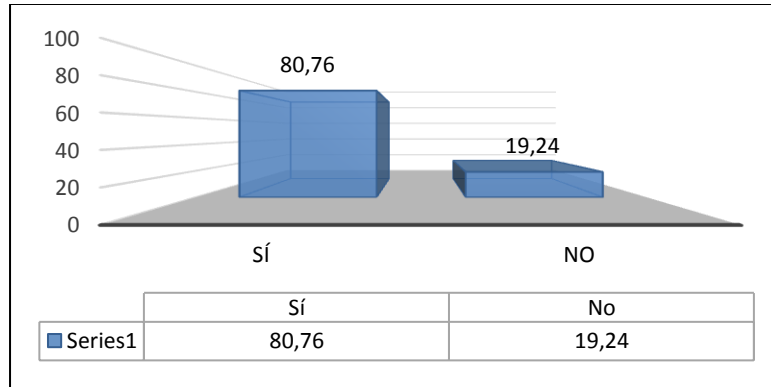


Figura No. 5 Nivel de conocimiento de los productos de la microempresa.

Fuente: Información directa de campo. Año: 2016

Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy

Al preguntarles a los asistentes si conocían los productos típicos sabores de mi tierra el 80.76% de ellos dijeron que si los conocían y el 19.24% dijeron lo contrario. Las personas que dijeron que conocen sobre los productos expresaron que saben de su procedencia porque mientras realizan turismo por el bio-corredor ecológico se detienen en la microempresa a comprar los dulces típicos para llevar a sus casas, por lo que se evidencia la importancia de mantener el local de ventas directas como estrategia de marketing.

2.-De estar de acuerdo, ¿Cuántas veces compraría sus productos?

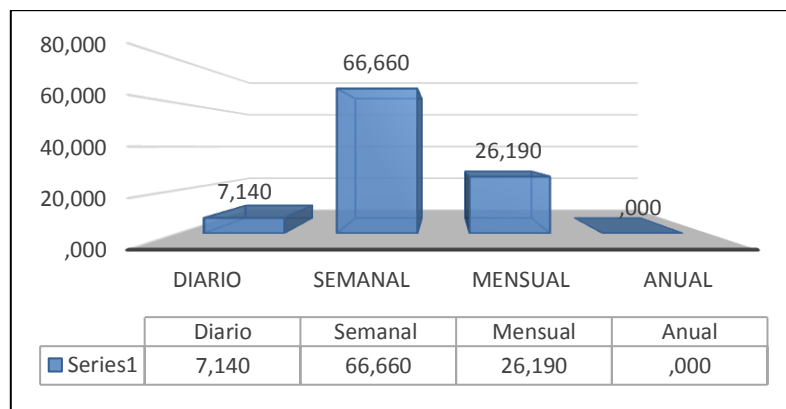


Figura No. 6 Frecuencia de compra de los productos.

Fuente: Información directa de campo. Año: 2016

Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy

El 66,66% de los encuestados indicaron estar de acuerdo con comprar los productos en forma semanal puesto que es el fin de semana el tiempo en que comparten con su familia y pueden comprar los productos, Por su parte el 26,19% lo haría mensualmente y el 7,14% lo consumiría en forma diaria. Podemos analizar que existe un flujo importante de turistas que visitan el corredor los fines de semana, dato que servirá para estar abastecidos de productos principalmente en este periodo de la semana. Se observa el apego de la gente manabita por su tierra y tradiciones, por lo que se podría ofrecer en el local como estrategia de marketing otros productos típicos de la zona.

3) ¿Cuáles son los productos de su preferencia?

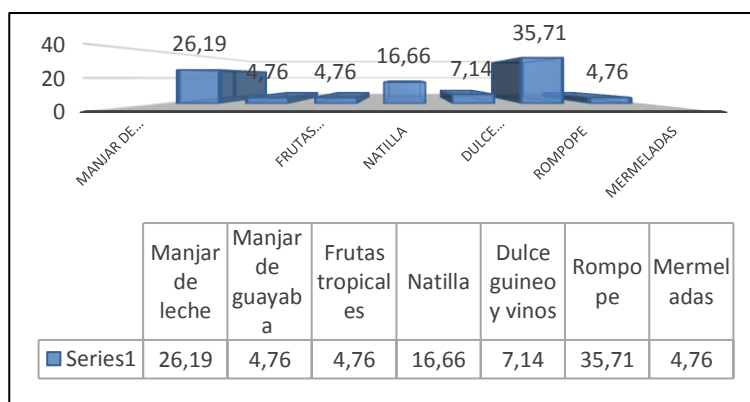


Figura No. 7 Productos de preferencia.
 Fuente: Información directa de campo. Año: 2016
 Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy

Con la información proporcionada se puede apreciar que hay una mayor acogida por los productos lácteos, es así como el 35,71% degusta mas del rompo, el 26,19% se inclinó por la adquisición de manjar de leche, el 21,15%, dijo que la natilla es su producto preferido, dejando con un menor porcentaje las mermeladas, frutas tropicales. Es importante indicar que al ser elaboradas las mermeladas con productos estacionarios se las encuentra en ciertos meses, por lo que se puede tener como estrategia de producto abastecerse de materia prima en los meses de mayor producción de la fruta y congelarla para tener un stock constante del mismo.

4) ¿Razones por la cual consume estos productos?

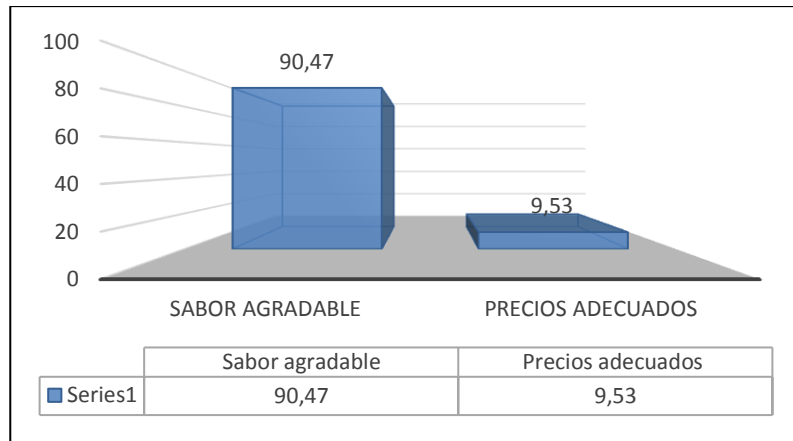


Figura No. 8 Razones de consumo de los productos.
Fuente: Información directa de campo. Año: 2016
Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy

El sabor agradable fue la razón principal por la que el 90,47% de los consumidores adquiere el producto, esto se debe a que los productos que se utilizan son frescos y se conservan en buen estado, ya que son adquiridos en la comunidad y sus zonas aledañas; el 9,53% atribuyó que los consumen por los precios accesibles y adecuados. En este punto se recalcó que se debe mejorar la presentación del envase que ayude a que el producto se conserve mejor.

5) ¿Qué otros servicios le gustaría que ofrezca esta microempresa?

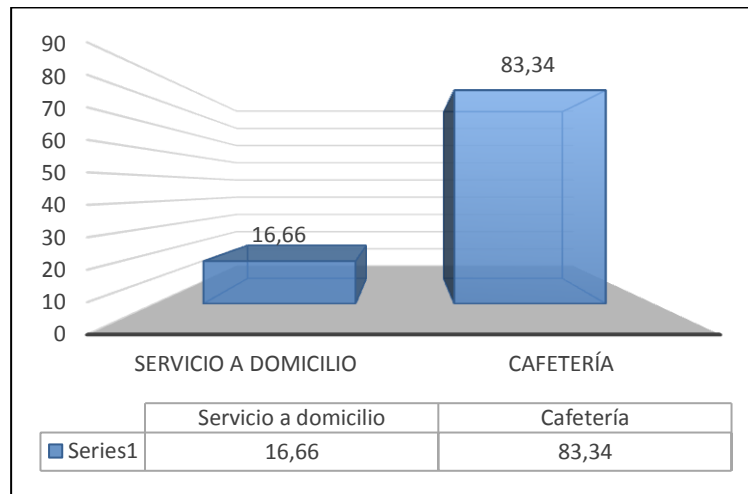


Figura No. 9 Otros servicios que ofrezca la microempresa.
Fuente: Información directa de campo. Año: 2016
Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy

El servicio de cafetería contó con el 83,34% de aceptación debido a que las personas no tienen un espacio donde degustar los dulces, lo que los obliga a regresar a sus vehículos o estar parados fuera del local, esta información nos ayuda a argumentar la mejora que se debe realizar en el local de ventas, ya que a las personas les gustaría quedarse observando los hermosos paisajes del bio-corredor ecológico mientras consumen los productos e incluso adquirir más de estos para llevar a casa, el servicio a domicilio contó con el 16.66% de aceptación, esta alternativa de comercialización deberá ser evaluada por la microempresa si les conviene o no brindar este servicio.

6) ¿Cuánto está dispuesto a pagar por consumir los productos de esta empresa?

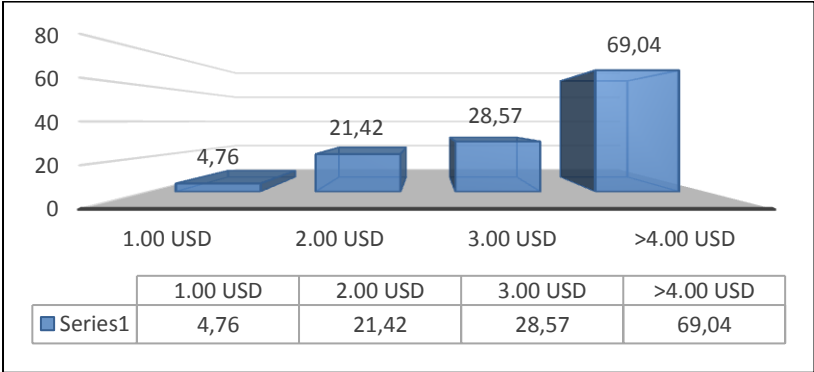


Figura No. 10 Disposición a pagar por la adquisición de los productos.
 Fuente: Información directa de campo. Año: 2016
 Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy

El 69,04% de las personas indicaron que al ser un producto típico que no lo encuentran en tiendas y supermercados al momento de adquirirlos ellos estarían dispuestos a gastar por varios productos más de \$4 para llevarlos a casa, otro grupo de personas con el 28.57% compraría \$3 dependiendo del tipo de producto.

7) ¿Cómo considera, el empaque, tamaño y consistencia de los productos?

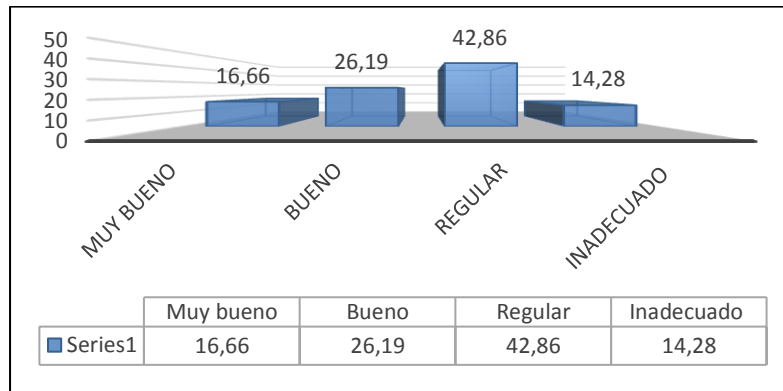


Figura No. 11 Empaque, tamaño y consistencia de los productos.
 Fuente: Información directa de campo. Año: 2016
 Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy

Las opiniones de los entrevistados, indicaron el 42,86% consideran que el empaque, tamaño y consistencia de los productos son regulares, como lo acotaron anteriormente, ellos están dispuestos a pagar un poco más por el producto siempre y cuando este se encuentre en un envase que les asegure perecibilidad y frescura. El 26,29% y el 16,66% que lo consideran que es bueno y muy bueno y el 14,28% que lo considera inadecuado. Se puede concluir con esta información la importancia de la presentación de un producto para las personas y como esta influye para su compra.

8) ¿Cree Ud. Que se debería cambiar el logo y eslogan de la microempresa?

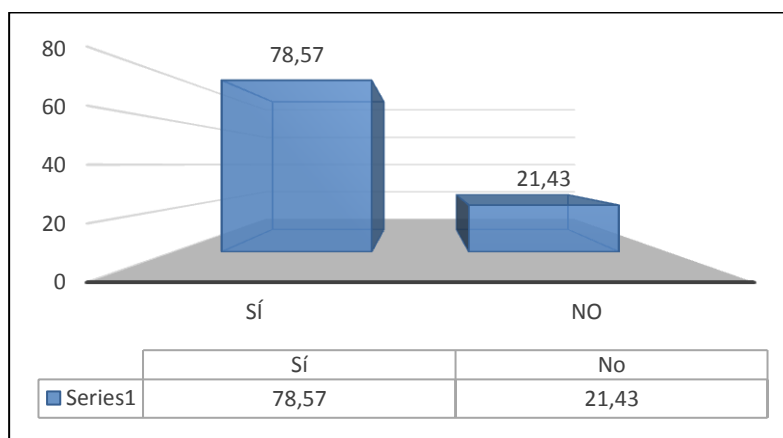


Figura No. 12 Cambiar el logotipo y eslogan de la microempresa.
 Fuente: Información directa de campo. Año:2016
 Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy

Se les presentó a los participantes fotos del letrero y los adhesivos de los productos y el resultado fue que el 78,57% de los participantes estuvieron de acuerdo con esta alternativa, aduciendo que se debe mejorar su aspecto, ya que el letrero esta descolorido y tiene varias siglas de instituciones estatales lo que no permite apreciarlo bien, otra sugerencia que acotaron en el diálogo de esta pregunta es que la publicidad debe identificarse o representar la cultura manabita; el 21.43% no estuvo de acuerdo con cambiarlo, ya que para ellos este nombre esta posicionado en el sector.

9) ¿Qué lugares Ud. considera para ampliar la venta de los productos de la microempresa?

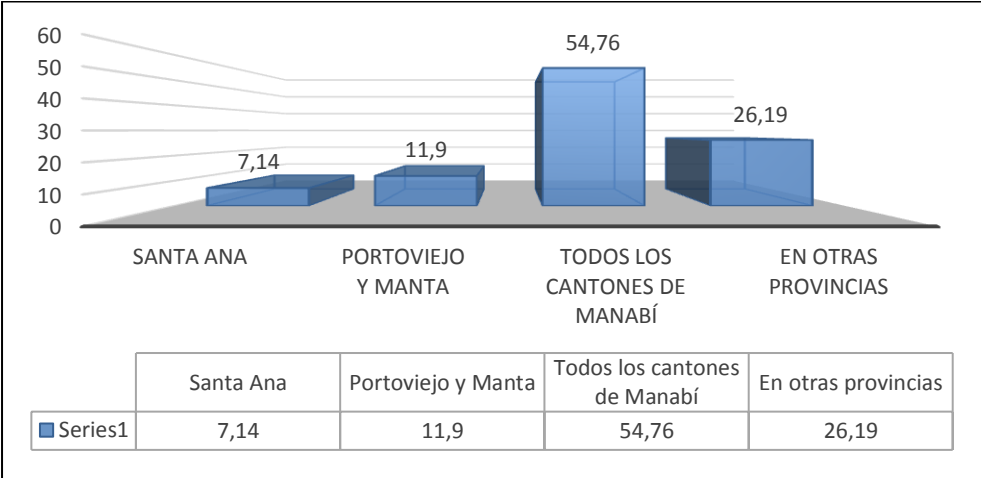


Figura No. 13 Lugares considerados para ampliar la venta de los productos.
 Fuente: Información directa de campo. Año:2016
 Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy

Al consultarles a las personas del focus group los lugares que ellos consideran que se debe ampliar la venta de los productos, sus opiniones fueron del 54,76% que se debería ampliar la venta en otros cantones de la provincia de Manabí y aprovechar el potencial turístico y gastronómico para expender los dulces tradicionales, el 26,19% consideró que se lo debe de introducir a nivel nacional, el 11,90% considero hacerlo en las ciudades de Manta y Portoviejo como mercados potenciales y el 7,14% considero que se lo debe ampliar al mercado de Santa Ana. Estos resultados refuerzan más nuestra propuesta de expandir la microempresa en la provincia, así como los indicadores de turismo interno que presentan incremento en este sector.

Como conclusiones de la demanda, con los resultados obtenidos en la muestra, se puede indicar que existen varios factores para introducir el producto al mercado provincial como lo es:

el apego de los manabitas a las tradiciones y costumbres, así como también la tendencia de consumo de dulces tradicionales especialmente los elaborados a base de lácteos.

A más de lo expuesto, se puede concluir que es muy importante envasar los productos en recipientes adecuados, ya que es factor fundamental para la calidad y frescura que se requiere y que buscan los consumidores.

Otra información que hay que recalcar es que se debe de mantener el local comercial en el sitio de fabricación, puesto que ya está establecido en la retina de los turistas que visitan Santa Ana.

2.2. Oferta.

La oferta es la cantidad de producto que una empresa está dispuesta a vender durante un período de tiempo determinado y a un precio dado, tal como lo estima (Aguero, 2011).

2.2.1. Competidores actuales.

Para el análisis, se contempló los datos proporcionados por el Gobierno Provincial de Manabí desde el período 2011 al 2015 con un total de 320 unidades de producción que elaboran dulces tradicionales, pese al apoyo de entidades públicas no se observa un incremento significativo en este sector como se puede evidenciar en el (Tabla No. 5) y son muy pocas las microempresas que están aprovechando estos beneficios.

Tabla No. 5 Microempresas que elaboran dulces tradicionales en Manabí.			
Años	Microempresas	Variación absoluta	Variación porcentual
2011	295	-	
2012	301	6	2,03%
2013	312	11	3,65%
2014	314	2	0,64%
2015	320	6	1,91%

Fuente: Gobierno Provincial de Manabí. Año 2016
Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy

2.2.2. Análisis de la competencia actual.

Se partió de los datos establecidos en el (Tabla No. 5) y utilizando el método estadístico de los mínimos cuadrado se proyecta lo que puede suceder a cinco años en el sector de las microempresas dedicadas a esta actividad que operan en la provincia de Manabí. Para realizar dichas proyecciones, se aplicó la siguiente fórmula:

$$y = ax + b$$

Desglose:

Para despejar b:

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

Para despejar a:

$$a = \frac{\sum y - b (\sum x)}{n}$$

Por lo que para remplazar en estas formulas, previamente es necesario determinar: xy y X^2

Tabla No. 6 Mínimos cuadrados.				
AÑOS	X	Y	X ²	XY
2011	1	295	1	295
2012	2	301	4	602
2013	3	312	9	936
2014	4	314	16	1256
2015	5	320	25	1600
TOTAL	15	1542	55	4689

Fuente: Tabla No. 5.

Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy. Año 2016

Aplicando las fórmulas:

$$b = \frac{5 (4689) - 15 (1542)}{5 (55) - 15 (15)} \quad \mathbf{b= 6.3}$$

$$a = \frac{1542 - 6.3 (15)}{5} \quad \mathbf{a= 289.5}$$

Fórmula de perspectivas: $y = a + bx$

Primer año 2016: $y_1 = 289.5 + 6.3 (6) = 327.3$

Segundo año 2017: $y_2 = 289.5 + 6.3 (7) = 333.6$

Tercer año 2018: $y_3 = 289.5 + 6.3 (8) = 339.9$

Cuarto año 2019: $y_4 = 289.5 + 6.3 (9) = 346.2$

Quinto año 2020: $y_5 = 289.5 + 6.3 (10) = 352.5$

Tabla No. 7 Oferta futura de microempresas de dulces tradicionales en Manabí.

Años	Microempresas	Variación absoluta	Variación porcentual
2016	327		
2017	334	7	2,14%
2018	340	6	1,80%
2019	346	6	1,76%
2020	353	7	2,02%

Fuente: Tabla No. 6.

Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy. Año: 2016

Con la proyección efectuada para los próximos 5 años y basado en la investigación de la oferta, además según la información proporcionada por el Servicio de Rentas Internas agencia Portoviejo SRI (2016) se determinó que el 90% de estas llamadas microempresas no están legalmente constituidas, y realizan su producción como medio de subsistencia y abasteciendo a los otros comerciantes, esto sumado a la poca visión de crecer en el negocio y a los escasos recursos y medios para expandirse los está llevando a pasar de productores a ser micro proveedores para los negocios que si están bien establecidos, por lo que no se los considerará competidores directos.

Por lo expresado anteriormente se realiza la proyección de la oferta potencial basado en las ventas de este 10% que se denominarán productores-comercializadores, dando un valor promedio de venta diaria de \$ 400 dólares se obtienen los valores proyectados al 2020.

Tabla No. 8 Oferta potencial microempresas productoras-comercializadoras.

Años	Microempresas	Productoras comercializadoras 10%	Venta promedio anual	Oferta potencial
2016	327	33	\$ 144.000	\$ 4.752.000
2017	334	33	\$ 156.960	\$ 5.179.680
2018	340	34	\$ 171.086	\$ 5.816.938
2019	346	35	\$ 186.484	\$ 6.526.946
2020	353	35	\$ 203.268	\$ 7.114.371

Fuente: Tabla No. 7

Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy. Año: 2016

2.2.3. Demanda insatisfecha.

Se denomina demanda insatisfecha a la demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en una parte por la microempresa; expresado de otro modo, existe demanda insatisfecha cuando la demanda es mayor que la oferta (Chain, 2008), por lo que con los datos obtenidos se concluye que existe una demanda insatisfecha en la provincia de Manabí de los dulces tradicionales (Tabla No. 9), por ello la importancia de aplicar un plan de negocios para ampliar la comercialización a nivel provincial de los productos típicos elaborados en la microempresa Sabores de mi Tierra.

Tabla No. 9 Demanda insatisfecha de dulces tradicionales en Manabí.			
Años	Demanda potencial	Oferta potencial	Demanda insatisfecha
2016	\$ 10.900.000	\$ 4.752.000	\$ 6.148.000
2017	\$ 10.930.520	\$ 5.179.680	\$ 5.750.840
2018	\$ 11.914.267	\$ 5.816.938	\$ 6.097.329
2019	\$ 12.986.551	\$ 6.526.946	\$ 6.459.605
2020	\$ 14.155.340	\$ 7.114.371	\$ 7.040.969

Fuente: tabla No. 4 y Tabla No. 8
Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy. Año: 2016.

2.3. Canales de comercialización.

En la actualidad la microempresa utiliza dos tipos de canales de comercialización, un canal directo y otro indirecto:

Su canal directo son los clientes que realizan la compra de los productos en la tienda de la misma fábrica en donde se elaboran los dulces, ubicada en la vía que une a la cabecera cantonal Santa Ana con su parroquia rural Ayacucho. En este lugar es donde se realizan la gran mayoría de sus ventas y las personas que hacen uso de este local para realizar sus compras son ya clientes recurrentes que realizan sus compras de manera continua y son fieles a sus productos.

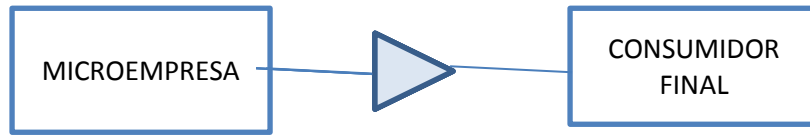


Figura No. 14 Canal de distribución directo
 Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy.

La microempresa cuenta con un canal indirecto de distribución que consta de un grupo de personas, que continuamente y con cierto grado de periodicidad, lleva cantidades importantes de los distintos productos hacia la ciudad de Quito para ser revendido al menudeo en unos casos y en otros para ser distribuido a ciertas tiendas de barrio.

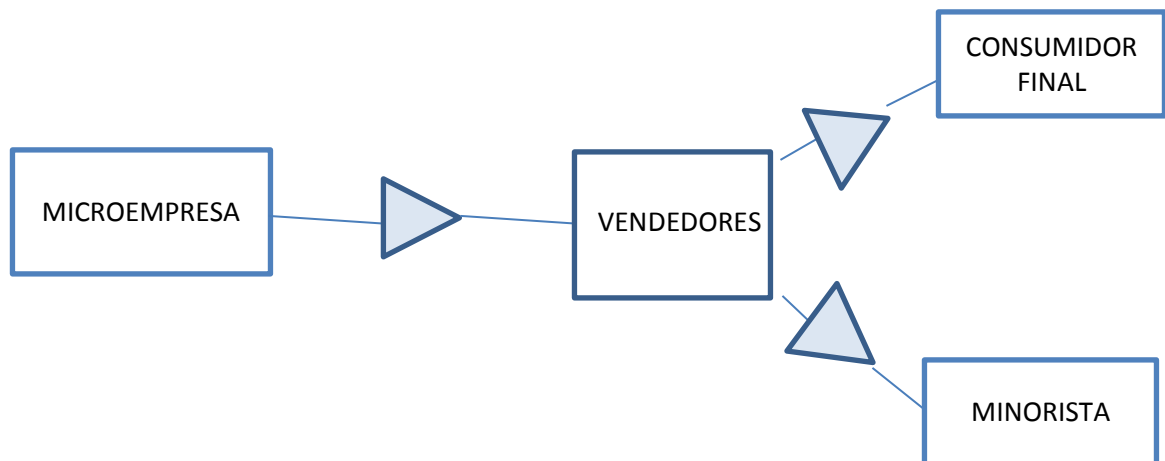


Figura No. 15 Canal de distribución indirecto
 Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy.

CAPITULO 3. ESTUDIO TÉCNICO

El propósito fundamental que se busca con el estudio técnico es el de analizar y determinar el tamaño de la planta, su localización, los equipos que se requieren, así como la distribución más adecuada para realizar una producción óptima y de calidad de los dulces tradicionales y así poder satisfacer las exigencias de los consumidores.

3.1. Localización.

Este estudio nos ayudará a determinar cuál es la mejor localización de la planta, lo que nos permitirá optimizar costos de inversión, así como también racionalizar los gastos que genere la puesta en marcha del plan de negocios de la microempresa.

3.1.1. Macrolocalización.

La microempresa está ubicada en la región costa del Ecuador, en la provincia de Manabí, en el cantón Santa Ana, y en el sector se cuenta con una adecuada disponibilidad de materia prima para la realización de los productos que se ofrecen, así como también una buena disponibilidad de mano de obra calificada, cuenta también con vías de acceso en buen estado que facilitaran la distribución de los productos, existen además los servicios básicos como luz y agua potable.



Figura No. 16 Macro localización de la microempresa Sabores de mi Tierra

Fuente: www.manabi.gob.ec Año 2015.

Elaboración: Mendoza Solórzano Wendy.

3.1.2. Microlocalización.

La instalación de la microempresa Sabores de mi Tierra está ubicada en el kilómetro cuatro y medio de la vía Santa Ana - Ayacucho en el sitio las Guaijas de la parroquia Ayacucho. Fue en este lugar que se fundó la microempresa como iniciativa de sus habitantes al ver sus potencialidades en la elaboración de los productos típicos, así como también la gran y diversa disponibilidad de materia prima de buena calidad que es propia del lugar y que además es cultivada con costumbres orgánicas sin pesticidas ni químicos.



Figura No. 17 Micro localización de la microempresa Sabores de mi Tierra
Fuente: www.santaana.gob.ec Año 2015.
Elaboración: Mendoza Solórzano Wendy.

3.2. Aspectos generales de la planta Sabores de mi Tierra.

La microempresa posee una infraestructura que se encuentra en óptimo estado, la distribución de sus áreas le impide tener un buen aprovechamiento del espacio físico, como se pudo observar en el área de proceso de elaboración de los dulces tradicionales en donde los implementos, equipos y maquinarias que se utilizan no se encuentran distribuidos adecuadamente lo que impide la optimización de recursos.

Muchas de las máquinas y equipos que no están siendo utilizadas se encuentran amontonadas en la sala de procesos posterior, lo que puede ocasionar que se deterioren o se dañen.

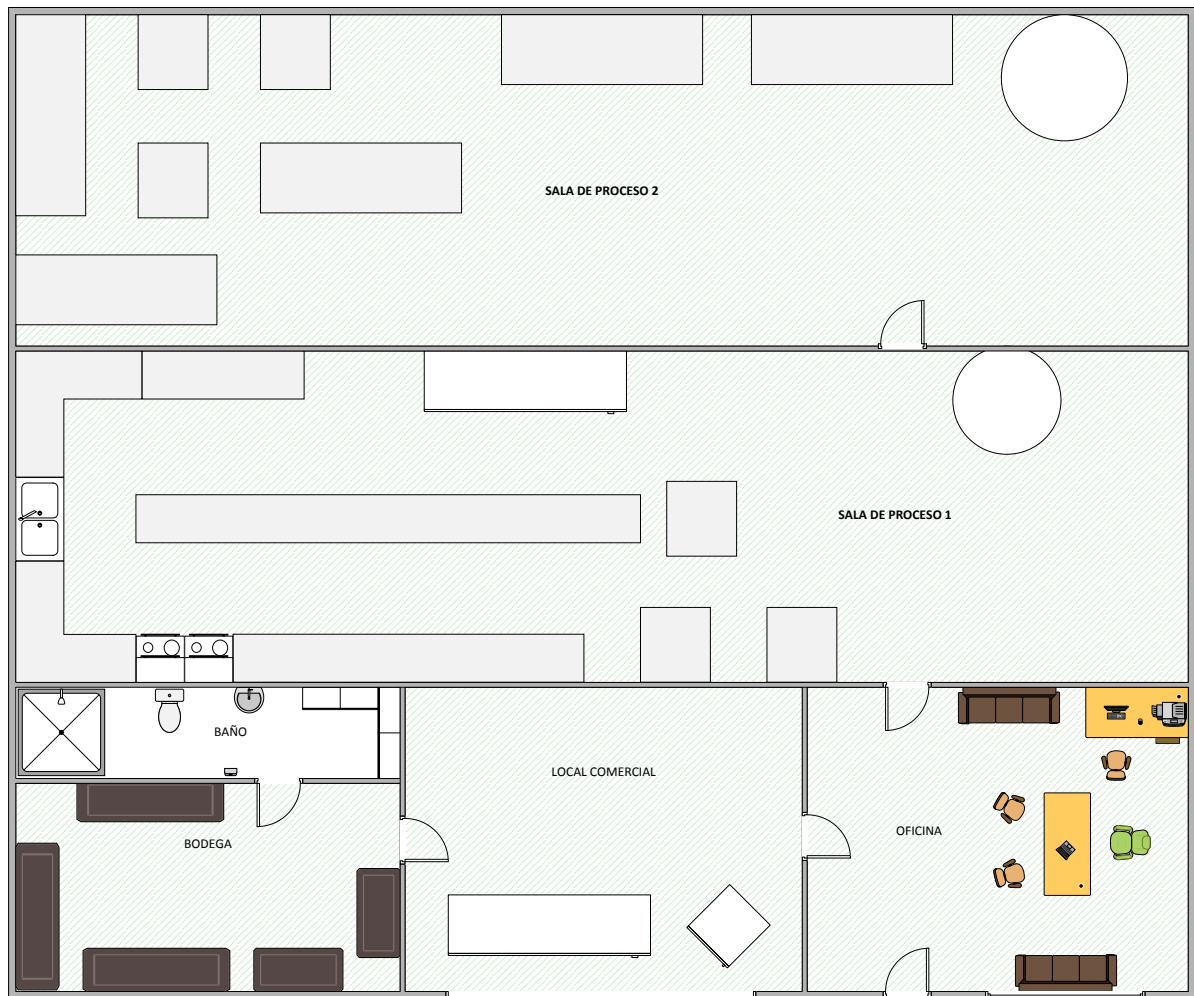


Figura No. 18 Distribución actual microempresa Sabores de mi Tierra.
 Elaboración: Ing. en Alimentos Maricruz Mieles. Año 2016

Para realizar la producción de los dulces tradicionales, la microempresa cuenta con equipos industriales que han sido donados por entes gubernamentales en el lapso de vida de la microempresa, así como utensilios y otras herramientas que los socios han ido adquiriendo desde los comienzos del emprendimiento, los valores que se reflejan en el cuadro No. 10, arrojan el valor en libros que tienen la maquinaria y equipos hasta el 2015

Tabla No. 10 Inventario de equipos y maquinaria Sabores de mi Tierra.

CANT	EQUIPOS DE ÁREA DE PRODUCCION	VALOR TOTAL	FECHA ADQUISICION	VIDA UTIL	VALOR EN LIBROS AL 31 DIC. 2015
1	Marmita Eléctrica 100 litros	4.700,00	2015	10	4.277,00
1	Procesadora de banano	2.700,00	2015	10	2.457,00
1	Tina de acero inoxidable	400,00	2015	10	364,00
1	Cortadora de plátano	2.000,00	2015	10	1.820,00
1	Secadora de plátano	2.000,00	2015	10	1.820,00
1	Molino para harina	1.500,00	2015	10	1.365,00
1	Tamiz de harina	2.000,00	2015	5	1.640,00
1	Selladora de funda con pedestal	150,00	2015	5	123,00
1	Etiquetadora industrial	2.350,00	2015	5	1.927,00
1	Mesa de acero inoxidable	420,00	2015	10	382,20
1	Despulpadora de fruta	2.200,00	2012	10	1.408,00
2	Marmitas de 50 litros	4.000,00	2012	10	2.416,00
1	Cocina industrial de 4 hornillas	450,00	2013	5	207,00
1	Licuada oster pro	125,00	2012	5	35,00
1	Batidora pedestal.	65,00	2012	5	18,20
1	Nevera Indurama Avant	800,00	2013	10	584,00
1	Congelador Indurama CI 400	900,00	2013	10	657,00
5	Pailas	250,00	2014	5	160,00
1	Balanza de precisión 50 kg.	50,00	2013	5	23,00
1	Balanza gramera	30,00	2012	5	8,40
1	Accesorios y utensilios	125,00	2014	3	50,00
18	Recipientes de acero inoxidable	54,00	2014	3	21,60
6	Envases lecheros 20 litros	240,00	2012	5	67,20
2	Bombonas de gas	130,00	2012	5	36,40
		27.639,00			21.867,00

CANT	EQUIPOS DE ÁREA DE PRODUCCION	VALOR TOTAL	FECHA ADQUISICION	VIDA UTIL	VALOR EN LIBROS AL 31 DIC. 2015
EQUIPOS PARA LOCAL DE VENTAS					
1	Vitrinas verticales refrigeradas	1.110,00	2012	10	710,40
1	Vitrina horizontal refrigerada	945,00	2013	10	689,85
1	Vitrina mostrador de vidrio	100,00	2012	10	64,00
1	Calculadora casio	15,00	2013	4	4,88
		2.170,00			1.469,13

CANT	EQUIPOS DE ÁREA DE PRODUCCION	VALOR TOTAL	FECHA ADQUISICION	VIDA UTIL	VALOR EN LIBROS AL 31 DIC. 2015
EQUIPOS DE OFICINAS					
1	Computador	600,00	2013	4	195,00
1	Escritorio	125,00	2013	5	57,50
8	Sillas plásticas	120,00	2013	4	39,00
1	Grabadora	85,00	2012	5	23,80
2	Ventilador de pedestal	100,00	2013	5	46,00
1	Celular	250,00	2014	5	160,00
		1.280,00			521,30
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPOS		31.089,00			23.857,43

Fuente: Microempresa Sabores de mi Tierra. Año: 2015
 Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy.

En el Anexo No. 4 se detalla la depreciación acumulada hasta el 2015 de la maquinaria y equipos de la microempresa Sabores de mi Tierra.

Los socios de la microempresa no están al tanto de la capacidad de producción de la planta que ellos poseen, la elaboración de los dulces se va realizando de acuerdo a como se vaya agotando su inventario, el mismo que lo han establecido de acuerdo a las ventas de la semana y por pedidos especiales, con los datos proporcionados en los registros de ventas del año 2015 la microempresa elaboró 4,5 toneladas de productos, tal como se muestra a continuación:

Tabla No. 11 Producción año 2015 microempresa Sabores de mi Tierra.

DESCRIPCION DEL PRODUCTO	ANUAL	
	UNIDADES	PESO EN GRAMOS
MANJAR	6.532	1.306.368
ROMPOPE	2.286	1.143.072
NATILLA	5.715	1.143.072
MERMELADA	4.491	898.128
GRAMOS ANUALES		4.490.640
TONELADAS ANUALES		4,5

Fuente: Microempresa Sabores de mi Tierra. Año: 2016
 Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy.

Los detalles por productos se encuentran desglosados en el Anexo No.5

Los dulces que elabora la microempresa están realizados con materia prima fresca y de calidad, el producto es ofrecido en tarrinas y botellas plásticas que no contienen ningún distintivo ni etiqueta que realce su presentación. La mano de obra que se utiliza para realizar esta producción es de dos personas que son socias de la microempresa, quienes se encargan del control de la producción y del control de la venta del día.

3.3. Estrategias de producción.

Para lograr estas estrategias el estudio se enfoca en determinar la capacidad de la planta produciendo los cuatro productos de mayor demanda para la microempresa, como son:

- manjar de leche
- natilla
- rompoppe
- mermelada de guayaba

Después de analizar la mejor localización para la planta y en base a la infraestructura que mantiene la microempresa se determinó que el sitio donde se encuentra ubicada la

microempresa en la actualidad es el más idóneo debido a la cercanía de sus principales fuentes de materia prima y de mano de obra.

3.3.1. Infraestructura.

En lo referente a la infraestructura la estrategia que se propone es realizar cambios en la distribución de áreas, las mismas que ayudarán a que se reduzcan los costos no productivos y se aproveche al máximo la eficiencia de los trabajadores, Así como permitirá cumplir con las sugerencias que el ARCSA realizó a la microempresa en su visita previo a la obtención del permiso de funcionamiento entre las que se encontraban: colocar una puerta de vidrio que separe el área de producción del área administrativa, así como aislar el baño del área de bodega y una mejor distribución de la sala de procesos, haciendo las correcciones del caso se logrará el primer paso para la obtención del permiso. Por lo que la planta estará distribuida de la siguiente forma:

Área de recepción y almacenamiento de materia prima; en esta área se coloca la materia prima y se la distribuye en dos lugares de almacenamiento, una climatizada y otra al ambiente.

Área de lavado y preparación de la materia prima; este espacio cuenta con mesas de acero inoxidable y tomas de agua que mediante una bomba potencian la presión de la misma.

Área de cocción; En este espacio se encuentran colocadas las marmitas, la cocina industrial, esta área se encuentra ventilada por medio de un extractor de aire que tiene un sistema de filtrado para que el vapor no manche tanto el área de trabajo.

Área de producción; en esta área se realiza la elaboración de los dulces tradicionales, y cuenta también con el espacio respectivo para el envasado, sellado y empaque de los productos.

Área de servicios; esta área se encuentran las baterías sanitarias, cambiador y una pequeña bodega para guardar materiales de limpieza.

Área de comercialización; encontramos aquí las vitrinas con los productos para la venta a público, las mesas y sillas para degustar los dulces.

Área administrativa; encontramos aquí la oficina para realizar la contabilidad, ventas al por mayor y reuniones de trabajo.

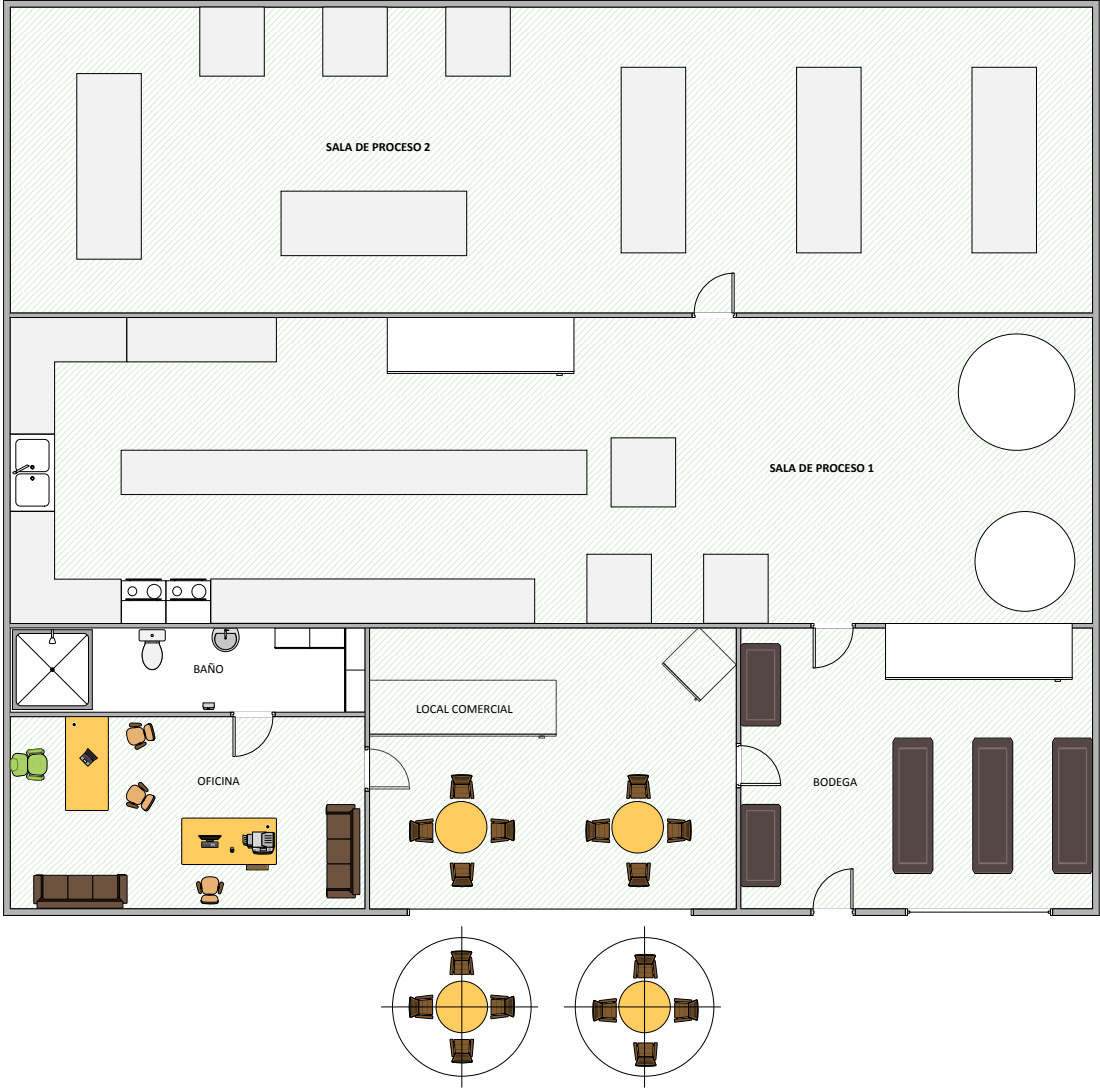


Figura No. 19 Distribución de la planta Sabores de mi Tierra propuesta.
Elaboración: Ing. en Alimentos Maricruz Mieles. Año 2016

3.3.2. Descripción de los procesos.

Se realizará la descripción de los procesos de la elaboración de los productos típicos, esto nos permitirá conocer de manera detallada los pasos y las técnicas a utilizar, y así poder aprovechar al máximo recursos como: mano de obra, materias primas, instalaciones y equipos que se necesitan en el proceso.

- El proceso para la elaboración de los dulces tradicionales realizados con productos lácteos se lo realiza de la siguiente manera:

Recepción de la materia prima.- El producto se transporta a la planta de proceso en botes lecheros de 40 litros, que son entregados esterilizados por la microempresa a los ganaderos de la zona para la recolección del producto. Esta recepción se la realiza muy temprano en la mañana.

Cubicaje y Limpieza.- El producto se lo cubica para saber cuenta cantidad de leche está ingresando a la planta y se la hace pasar por una tela fina que nos permitirá retirar cualquier impureza.

Análisis.- así mismo se le realiza un análisis para ver si la materia prima es buena para el proceso (acidez, cantidad de grasa).

Mezclado.- Se extraen de la bodega todos los ingredientes necesarios para la elaboración del producto, tales como: (azúcar, canela en rama, bicarbonato de sodio) para el manjar de leche, ingredientes para la natilla (leche, azúcar, canela en rama, panela, maicena), los ingredientes del rompopo (huevos, leche, azúcar, canela en rama, panela, maicena),

Cocción.- Una vez mezclados todos los ingredientes se procede a la cocción del mismo en la marmita, en el tiempo estimado para cada producto realizando las respectivas pruebas hasta dar con la consistencia deseada.

Enfriamiento.- Se procede a enfriar el producto mediante una paleta en la misma marmita que se coció el producto.

Envasado.- Una vez obtenida la temperatura ideal se procede a envasar.

Sellado y etiquetado.- Posteriormente serán sellados cuando el producto este frío y serán etiquetados los envases para proceder a su almacenamiento respectivo.

Almacenado.- El producto es llevado a las vitrinas verticales para su almacenamiento y posterior venta.

- El proceso para la elaboración de los dulces tradicionales realizados con frutas se lo realiza de la siguiente manera:

Recepción de materia prima.- El producto que se ofrece a la microempresa llega del campo transportado de la forma más cuidadosa para evitar el deterioro de la fruta, se realiza una inspección visual para ver la calidad del producto.

Adecuación.- Dentro de este ítem encontramos a la selección y clasificación de la materia prima, esta selección se la realiza de forma manual en la mesa de trabajo, separando la fruta en buen estado con aquella que no está apta para la realización del producto. Encontramos también dentro de adecuación a la limpieza y desinfección de la materia prima, esta se la realiza colocándola en la mesa de lavado del producto y se la realiza con agua a 35 grados centígrados.

Escaldado.- Se coloca la fruta en agua a 95 grados centígrados lo que nos permitirá fijar el color, ablandar los tejidos de fruta y eliminar microorganismos.

Pelado y despulpado.- En este paso se procede a pelar la fruta y retirar la semilla, se corta en pedazos la fruta.

Mezclado.- Ya en la marmita se procede a mezclar la fruta con los ingredientes necesarios para la obtención de las mermeladas.

Cocción.- Una vez mezclados todos los ingredientes se procede a la cocción del mismo en marmitas en el tiempo estimado para cada producto realizando las respectivas pruebas hasta dar con la consistencia deseada.

Enfriamiento.- Una vez que el producto está en su punto se procede a enfriar mediante paletas en la misma marmita el producto para después proceder a su envasado.

Envasado.- Una vez obtenida la temperatura ideal se procede a envasar.

Sellado y etiquetado.- Posteriormente serán selladas cuando el producto este frío y serán etiquetados los envases para proceder a su almacenamiento respectivo.

3.3.3. Diagrama de flujo de proceso.

La realización de los diagramas de procesos permitirá a la microempresa desglosar detalladamente cada operación para la elaboración de los dulces, el tiempo que se toma en cada operación y la mano de obra necesaria para su correcta ejecución, esto se encuentran definido en los flujogramas que se detallan a continuación:

3.3.4. Capacidad de producción.

Se determina la capacidad instalada de la planta utilizando todos sus recursos, basándonos en los flujogramas establecidos y realizando jornadas de 8 horas diarias de trabajo durante 5 días a la semana, con procesos distribuidos de la siguiente manera: dos días para procesos de manjar, un día para proceso de rompope, un día para proceso de natilla, un día para proceso de mermelada, se tendrá una producción anual de 39,6 toneladas de productos variados como se detalla en el siguiente cuadro.

Tabla No. 12 Producción total de la planta		
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	ANUAL	
	UNIDADES	PESO EN GRAMOS
MANJAR	57.600	11.520.000
ROMPOPE	20.160	10.080.000
NATILLA	50.400	10.080.000
MERMELADA	36.600	7.920.000
GRAMOS ANUALES	39.600.000	
TONELADAS ANUALES	39,6	

Fuente: Anexo No. 6

Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy. Año: 2016

En el Anexo No. 6, se encuentra especificada la producción de forma individual.

El diagnostico FODA y al análisis interno realizado a la microempresa, permite observar que existe una subutilización de las maquinas y los equipos, que por falta de compromiso de los socios, poco conocimiento en ventas y falta de recursos económicos no se ha logrado cumplir con la finalidad de mejorar la calidad de vida de la comunidad, por lo que como estrategia de producción se propone realizar un plan de negocios que permita aumentar la producción de los dulces tradicionales a un 80% de la capacidad instalada, como se muestra en el siguiente cuadro:

Tabla No. 13 Propuesta de capacidad de producción al 80%.

PROCESO DEL MANJAR				
PRODUCCIÓN				
DESCRIPCIÓN	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	GRAMOS		
MATERIA PRIMA (Its)	240	240.000	1.920.000	23.040.000
PRODUCTO FINAL		96.000	768.000	9.216.000
ENVASE DE 200 GRAMOS		480	3.840	46.080

PROCESO DEL ROMPOPE				
PRODUCCIÓN				
DESCRIPCIÓN	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	GRAMOS		
MATERIA PRIMA (Its)	120	120.000	480.000	5.760.000
PRODUCTO FINAL		168.000	672.000	8.064.000
BOTELLAS DE 500 GRAMOS		336	1.344	16.128

PROCESO DE LA NATILLA				
PRODUCCIÓN				
DESCRIPCIÓN	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	GRAMOS		
MATERIA PRIMA (Its)	240	240.000	960.000	11.520.000
PRODUCTO FINAL		168.000	672.000	8.064.000
ENVASES DE 200 GRAMOS		840	3.360	40.320

PROCESO DE LA MERMELADA				
PRODUCCIÓN				
DESCRIPCIÓN	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	GRAMOS		
MATERIA PRIMA (Its)	240	240.000	960.000	11.520.000
PRODUCTO FINAL		132.000	528.000	6.336.000
ENVASE DE 200 GRAMOS		660	2.640	31.680

RESUMEN DE PRODUCCIÓN AL 80%

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	ANUAL	
	UNIDADES	PESO EN GRAMOS
MANJAR	46.080	9.216.000
ROMPOPE	16.128	8.064.000
NATILLA	40.320	8.064.000
MERMELADA	31.680	6.336.000
GRAMOS ANUALES		31.680.000
TONELADAS ANUALES		31,68

Fuente: Tabla No. 12

Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy. Año: 2016

3.3.4.1 Materiales e insumos.

Uno de las principales ingredientes en la elaboración de los dulces es la leche y las frutas tropicales, estas la producen la mayoría de los socios lo que permitirá contar con producto fresco a más de que nos asegura una entrega constante del producto, los otros insumos se los adquiere en el cantón de Santa Ana, de esta forma se dinamiza la economía local bajo el régimen de crédito que mantiene la microempresa con los proveedores, el 40% de la factura se cancela a quince días y el 60% se la cancela de contado.

La cantidad de insumos requeridos para la elaboración de los dulces con una producción del 80% de la capacidad de la planta para los tres primeros meses es de \$21.649,20, tal como se muestra en el siguiente cuadro.

Tabla No. 14 Materiales e Insumos para la propuesta 80% de producción.

DESCRIPCION DE LOS MATERIALES	MENSUAL	TRIMESTRAL	ANUAL
MATERIA PRIMA			
LECHE	\$ 1.680,00	5.040,00	\$20.160,00
FRUTAS	480,00	1.440,00	\$ 5.760,00
SUBTOTAL	2.160,00	6.480,00	25.920,00
INSUMOS			
AZUCAR	1.545,60	4.636,80	\$18.547,20
CANELA EN RAMA	78,00	234,00	\$ 936,00
ARROZ U OTRO ESPESANTE	8,00	24,00	\$ 96,00
ESPECIAS	6,40	19,20	\$ 76,80
HUEVOS	158,40	475,20	\$ 1.900,80
LICOR	10,00	30,00	\$ 120,00
MAICENA	136,00	408,00	\$ 1.632,00
PANELA	136,00	408,00	\$ 1.632,00
ESENCIA DE VAINILLA BICARBONATO	1,00	3,00	\$ 12,00
BICARBONATO	1,00	3,00	\$ 12,00
SUBTOTAL	2.080,40	6.241,20	24.964,80
EMBALAJE			
ENVASES Y ETIQUETAS	1.968,00	5.904,00	\$23.616,00
FRASCOS Y ETIQUETAS	1.008,00	3.024,00	\$12.096,00
SUBTOTAL	2.976,00	8.928,00	35.712,00
TOTAL MATERIALES DIRECTOS	7.216,40	21.649,20	86.596,80

Fuente: Tabla No. 13, Anexo No.7

Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy. Año: 2016

Los insumos requeridos por cada producto están desglosados en el Anexo No. 7.

3.3.4.2 Personal requerido.

La esencia de la cultura gastronómica manabita se encuentra en su gente, es por esto que la microempresa genera trabajo a las personas del sector y permite que estos se beneficien de las capacitaciones y asesorías que las entidades del gobierno ofrecen.

Para la puesta en marcha del plan de negocios propuesto se debe de identificar dos áreas necesarias para su correcto funcionamiento:

- El área administrativa, se requerirá de un administrador y una secretaria/contadora.
- El área de producción, contará con una supervisora y tres obreras.

El personal requerido para el funcionamiento tanto administrativo como operativo de la microempresa tendrá sus propias funciones.

La tarea fundamental del administrador es fortalecer la gestión administrativa de la microempresa y buscar clientes a nivel provincial que nos permitan ir creciendo y acercándonos a los objetivos propuestos.

Así mismo deberá canalizar el financiamiento para el proyecto y manejar eficazmente los recursos económicos, será además el encargado de medir la eficiencia de los empleados.

La secretaria - contadora se encargará de llevar y archivar la documentación de la microempresa, acarreará también con la parte contable realizando informes, pagos al IESS, SRI y demás disposiciones emitidas por la autoridad superior.

La supervisora realizará las funciones de controlar la calidad del producto, ver que todos los procesos se lleven en orden, que la materia prima se encuentre en buen estado y además deberá planificar la producción de los dulces.

Las obreras tendrán como funciones la elaboración de los dulces, sus funciones empiezan desde la recepción de la materia hasta la limpieza del área de producción.

El valor que se pagará por el personal tanto administrativo como operativo es de \$2.984.15 mensual y se encuentra desglosado en el Anexo No. 8.

CAPITULO 4. PLAN DE MARKETING

4.1. Plan de marketing.

El plan de marketing de la microempresa Sabores de mi Tierra detalla el conjunto de acciones orientadas a identificar recursos y potencialidades para tomar las decisiones correctas y así como también poder realizar las correcciones y asignaciones productivas adecuadas y oportunas para lograr los objetivos esperados por medio de controles específicos.

4.1.1 Objetivo del plan de marketing.

El objetivo del plan de marketing es promocionar y comercializar los productos típicos que ofrece la microempresa Sabores de mi Tierra en el territorio manabita promoviendo la identidad cultural y gastronómica de la provincia.

Para que la microempresa alcance el objetivo deberá:

- Realzar la tradición gastronómica y cultural manabita promoviendo el consumo de productos típicos.
- Mantener la calidad del producto y mejorar su presentación.
- Definir el nombre comercial con el que la microempresa va a promocionar su producto.
- Tener una continua mejora en la producción de los dulces
- Mantener el canal de distribución siempre fluido.
- Implantar precios competitivos para los productos.

4.2. Imagen y presentación del producto.

De acuerdo a las opiniones y requerimientos de los socios expresado en la encuesta que se les realizó (Ver Anexo No 9, pregunta 11) en la cual el 60% de los socios estaba de acuerdo con cambiar la imagen su producto, se procede a plantear el siguiente logo y slogan para la microempresa Sabores de mi Tierra.



Figura No. 24 Logo de la microempresa
Elaboración: Intomac. Año: 2016

El nombre comercial es “El sabor de mi tierra”, los colores utilizados para el logotipo de la microempresa se establecieron tomando en cuenta su nombre, resaltando con sus colores a la naturaleza, la tierra y los frutos que de ella se obtienen. El color verde representa al campo Manabita que es muy fértil, el color café representa a la tierra mojada que nutre nuestros campos, las letras escritas sobre el fondo blanco demuestran la pureza de nuestra tierra, en el fondo se aprecia una flor multicolor que representa la gran variedad de frutos y productos de nuestra campiña manabita. El slogan que se planteará será “La tradición más dulce de Manabí”.

Se debe resaltar como estrategia que los productos típicos son elaborados con la esencia gastronómica que caracteriza a Manabí y sobre todo que son 100% naturales, para que esta sea su ventaja competitiva en el mercado y que se pueda diferenciar de sus competidores.

Para la identificación de la microempresa, como imagen del negocio se usará el letrero publicitario en el local, se contará con material POP (impresión de hojas membretadas para oficios, comunicaciones, reportes, facturas, balances, sobres y tarjetas de presentación) la que se reconocerá con el logo de la empresa, se lo utilizará también en las redes sociales para su introducción como se muestra a continuación:



Figura No. 25 Letrero publicitario
Elaboración: Intomac. Año: 2016



Figura No. 26 Sobres
Elaboración: Intomac. Año: 2016



Figura No. 27 Tarjeta de presentación
Elaboración: Intomac. Año:2016



Figura No. 28 Hoja membretada
Elaboración: Intomac. Año: 2016



Figura No. 29 Diseño de etiqueta
Elaboración: Intomac. Año:2016

4.3. Marketing Mix.

Mediante una estrategia de marketing que permita lograr los objetivos de la microempresa así como satisfacer las necesidades y deseos de los consumidores se podrá obtener buenos resultados en el plan de negocios que se desea ejecutar con la utilización de las cuatro variables del marketing Mix como son: producto, precio, plaza y promoción.

4.3.1. Producto.

Los productos que ofrece la microempresa Sabores de mi Tierra son los dulces tradicionales, el plan de negocios propuesto se enfocará en los cuatro productos principales que son el rompopo, la natilla, el manjar de leche y la mermelada de guayaba, detallando los productos, se tiene:

- El manjar de leche, la natilla y la mermelada de guayaba tienen una presentación en tarrinas plásticas de color gris con tapa transparente de polipropileno con un contenido de 200gr y su venta se la realiza en estado de refrigeración para su mejor conservación.
- El rompopo se lo ofrece en botellas plásticas transparentes de polipropileno de medio litro de tapa rosca con sello de apertura, el producto es refrigerado para lograr una mejor conservación, el que puede llegar hasta sesenta días en ese estado.

Los productos son vendidos al consumidor sin etiqueta y sin ningún logo que distinga a la microempresa y se lo entrega en fundas comunes. Ver (ANEXO No.10).

4.3.2. Estrategias de producto.

Como estrategia de producto la microempresa deberá cambiar el envase en el que presenta los dulces tradicionales, puesto que es mediante su presentación que se conquista a los consumidores, por lo que se propone presentar el rompopo en un envase de cristal y en el cuello de la botella colocarle una envoltura de yute con una pequeña leyenda que realce el valor artesanal con el que está hecho el producto, los tres restantes productos se los presentara también en un envase de vidrio de 200gr cubriendo la tapa con una tela de cuadros envuelta con yute, con un color diferente para cada producto: blanco con verde para la natilla, blanco con

amarillo para el manjar y blanco con rojo para la mermelada, de esta forma se realiza la presentación del dulce tradicional.

Se elaborará una etiqueta que realce al producto, que incluya el slogan de la microempresa y que en ella se encuentren todos los datos requeridos por los organismos de control, el objetivo de esta estrategia es que el cliente perciba que está adquiriendo un producto de calidad, para esto se deberá realizar todos los trámites pertinentes ante el ARCSA.

Entregar el producto en fundas plásticas con el logo, el slogan y publicidad de la microempresa para realizar una entrega apropiada, el objetivo de esta estrategia es que el cliente se sienta seguro con el producto que está adquiriendo a mas de que perciba la importancia de la empresa por cuidar su imagen y presentación, lo que se reduce en calidad para muchas personas.

4.3.3. Precio.

Se considera que el precio es la cantidad de dinero que el comprador de un producto o servicio está dispuesto a entregar al vendedor a cambio del mismo.

La microempresa está vendiendo sus productos a un precio habitual, colocando una cantidad menor de producto en los envases y no invirtiendo en etiqueta ni publicidad.

4.3.4. Estrategias de precio.

Como estrategia de precio se utilizará un precio por paquete de producto, esto quiere decir que por la compra de varios productos se realiza un descuento en el precio. La microempresa utilizará esta estrategia con la intención de incentivar la compra en el local comercial motivando a los clientes para que adquieran un paquete de productos en el que se incluye un manjar de leche, un rompopo, una natilla y una mermelada realizándoles un descuento del 10% del precio de venta al público, el objetivo de esta estrategia es que el cliente sienta un ahorro económico en la compra de los productos y de esta manera vaya aumentando su fidelidad a la microempresa, esta estrategia nos servirá además para dar un impulso a la venta de los productos con menos salida.

Otra de las estrategias a implementar será la de introducir el producto en el mercado a un menor precio que el de la competencia, en el caso de la microempresa se utilizará un descuento del 15%, la estrategia se la manejará durante el plan propuesto, esto con el fin de obtener una cuota del mercado. Los precios de penetración con los que se introducirán al mercado meta serán los siguientes y se encuentran basados en los costos de producción, Ver Anexo No. 12

Tabla No. 15 Precios para estrategia de penetración	
MANJAR DE LECHE	
PRECIO DE VENTA PRODUCTO COMPETENCIA	\$ 2,50
PRECIO VENTA PRODUCTO SABORES DE MI TIERRA	\$ 2,13
PRECIO DE VENTA AL DISTRIBUIDOR PRODUCTO SdMT	\$ 1,49
ROMPOPE	
PRECIO DE VENTA PRODUCTO COMPETENCIA	\$ 4,00
PRECIO VENTA PRODUCTO SABORES DE MI TIERRA	\$ 3,40
PRECIO DE VENTA AL DISTRIBUIDOR PRODUCTO SdMT	\$ 2,38
NATILLA	
PRECIO DE VENTA PRODUCTO COMPETENCIA	\$ 1,75
PRECIO VENTA PRODUCTO SABORES DE MI TIERRA	\$ 1,49
PRECIO DE VENTA AL DISTRIBUIDOR PRODUCTO SdMT	\$ 1,04
MERMELADA DE GUAYABA	
PRECIO DE VENTA PRODUCTO COMPETENCIA	\$ 2,00
PRECIO VENTA PRODUCTO SABORES DE MI TIERRA	\$ 1,70
PRECIO DE VENTA AL DISTRIBUIDOR PRODUCTO SdMT	\$ 1,19

Fuente: Resultado de estudio de mercado. Anexo No. 12. Año: 2016
Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy

La estrategia de ofrecer productos opcionales con los dulces tradicionales se puede implementar en el local de la microempresa con el fin de maximizar las ventas, aprovechando el espacio físico del local, se podría introducir productos como las galletas y bebidas que

complementan la degustación de los dulces, puesto que no existen locales de expendio de alimentos y bebidas cerca del local. Se buscará asociarse con un canal de distribución para obtener el mejor precio de los productos complementarios.

4.3.5. Plaza.

El canal de distribución es cualquiera de los medios que se utilizan para conseguir que los productos recorran el camino desde el productor hasta el consumidor.

En la actualidad se tiene el canal directo que es la venta en el local comercial situado en las Guaijas del cantón Santa Ana y el canal indirecto que abarca a cuatro clientes que distribuyen y venden el producto en la ciudad de Quito.

4.3.6. Estrategias de plaza.

Llevar el producto a todo el territorio manabita, para esto utilizará como estrategia distribuir los productos en los establecimientos destinados a la provisión de alimentos y bebidas, que según (INEC, 2010) en Manabí existen 4166 locales de los cuales el 79% de ellos tienen actividades de provisión de alimentos, es decir se cuenta con una plataforma para introducir el producto de 3291 locales. Para poder cumplir con este objetivo se formula a la microempresa que la distribución del producto a nivel provincial esté a cargo de personas que han trabajado como proveedores de alimentos, estando previsto que se recupere la venta del producto semanalmente, la finalidad de esta estrategia es lograr una rápida entrada al mercado meta.

Con el objetivo de aumentar la afluencia de consumidores, se plantea adecuar el local de venta con el que cuenta la microempresa, colocando carpas con mesas y sillas para que brinden comodidad a los clientes que paran a adquirir los dulces. Se puede maximizar esta estrategia realizando junto con el GADM de Santa Ana la entrega de afiches turísticos del cantón en donde se coloque a la microempresa como paradero turístico de alimentos.

Como estrategia de distribución se propone que los socios realicen grupos de trabajo para promocionar los dulces tradicionales en diferentes sectores turísticos de Manabí, el objetivo es identificarse con el producto y para esto se capacitara a los socios mediante charlas para realizar ventas y persuadir a los clientes.

4.3.7. Promoción.

El objetivo de la promoción es incrementar las ventas dando a conocer en el mercado el producto que pretendemos comercializar, potenciando la imagen de la empresa o incentivando la compra del producto. Los socios que componen la microempresa no realizan ningún tipo de promoción para los productos, pues para ellos esto es un gasto que no pueden solventar

4.3.8. Estrategias de promoción.

La mejor estrategia de promoción es la calidad del servicio que se brinde en el momento de la venta y la calidad del producto, cuando los clientes se sienten satisfechos con los productos y el trato recibido en el momento de la preventa y postventa generan una publicidad positiva y sin costo para la microempresa, se capacitara a los socios en aspectos relacionados con atención al cliente.

Se participará en ferias gastronómicas y culturales que realicen los diferentes municipios y la prefectura de Manabí, e incluso el Gobierno Nacional, llevando el producto para la venta y participando con la degustación de los diferentes dulces que realiza la microempresa, se complementará con folletos y afiches, resaltando la identidad manabita y gastronómica, para formar parte de las ferias se deberá inscribir en el IEPS⁷

Persuadir al consumidor obsequiándole una natilla de 200gr por la compra de \$10 dólares en productos variados se presenta como estrategia de promoción, el objetivo es aumentar las ventas y se pondrá en marcha los fines de semana y feriados, ya que en estos días es donde existe una mayor concurrencia turistas.

4.4. Publicidad.

El medio escogido para realizar publicidad es la radio, los habitantes en Manabí utilizan mucho este medio de comunicación, se va a difundir la publicidad por medio de la radio municipal del

⁷ Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria

cantón de Santa Ana, aprovechando la apertura que el GADM de Santa Ana les da a las microempresas comunitarias de promocionarse en la radio municipal sin costo alguno.

El material publicitario que se utilizará será:

- Tarjetas de presentación
- Hojas volantes
- Tarjetas de leyenda
- Trípticos.
- Baners
- Letrero.

4.4.1 Presupuesto de publicidad.

Para la elaboración del presupuesto de publicidad planteado en las estrategias se tomaron en consideración los siguientes elementos:

La capacitación en ventas, se llevará a cabo en las instalaciones de la microempresa y se realizará en dos sesiones de cuatro horas cada una, siendo la Ing. Marianella de Palacios responsable en realizar la capacitación.

El valor que se determinó para la participación en ferias corresponde al viático de dos representantes de la microempresa por feria.

El valor de la promoción de la natilla gratis, se realizará en base a 250 unidades, representándole un costo a la microempresa de \$162,50

El valor de la promoción por paquete, se realizará en base a 400 unidades, representándole un costo a la microempresa de \$244,00.

El detalle total de publicidad se presenta en la siguiente tabla:

Tabla No. 16 Presupuesto de publicidad			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1000	TARJETAS DE PRESENTACIÓN	0,05	\$ 50,00
10000	LEYENDAS	0,08	\$ 800,00
1000	HOJAS VOLANTES	0,11	\$ 110,00
500	TRÍPTICOS	0,28	\$ 139,20
2	CAPACITACIÓN EN VENTAS	120,00	\$ 240,00
5	PARTICIPACIÓN EN FERIAS	30,00	\$ 150,00
250	PROMOCIÓN NATILLAS	0,65	\$ 162,50
400	MIX DE PRODUCTOS	0,61	\$ 244,00
1	ADECUACIÓN DEL LOCAL (MESAS, SILLAS, CARPA)	205,00	\$ 205,00
TOTAL			\$ 2.100,70

Fuente: Anexo No. 11. Proformas.

Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy. Año: 2016

CAPÍTULO 5. ANÁLISIS ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA

En el siguiente análisis se efectuarán una serie de recopilaciones e interpretaciones económicas respecto a las operaciones del negocio y a los estados financieros que se van a desarrollar.

La finalidad de este análisis es evaluar el desempeño económico y financiero del plan de negocios propuesto que la microempresa deberá asumir de acuerdo a los resultados obtenidos

5.1. Inversión.

Tabla No. 17 Inversión

DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN	PORCENTAJE
Activos fijos	59.607,43	63.33%
Activos diferidos	636,12	0.68%
Capital de trabajo	33.874,46	35.99%
TOTAL	94.118.00	100%

Fuente: Tabla No. 19, 20 y 21.

Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy

Año: 2016

La microempresa necesita una inversión de \$94.118.00; de la cual los socios aportaran con los activos que poseen y un valor para el capital de trabajo, los mismos que suman \$64.118.00; la diferencia que es de \$30.000,00 se obtendrá mediante crédito bancario.

Tabla No. 18 Origen de los fondos

ORIGEN DE FONDOS	TOTAL	PORCENTAJE
Aporte de la Microempresa	64.118,00	68,13%
Crédito	30.000,00	31,87%
TOTAL	94.118,00	100,00%

Fuente: Tabla No. 17; 22

Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy

Año: 2016

5.1.1. Activos fijos.

La microempresa Sabores de mi Tierra cuenta con activos fijos que han sido donados, cofinanciados y comprados desde el inicio del emprendimiento. Los socios aportarán con un valor general de \$ 59.607,43 comprendidos en: terreno por \$5.000,00; edificación \$ 30.750,00; maquinarias y equipos \$23.857,43; valores que para el análisis económico y financiero tendrán el valor actual en libros al 2015.

Tabla No. 19 Activos fijos

ACTIVOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Terreno	1	5.000,00	5.000,00
Edificación	1	30.750,00	30.750,00
TOTAL ACTIVOS			35.750,00

EQUIPOS LOCAL DE VENTAS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Vitrinas verticales refrigeradas	1	710,40	710,40
Vitrina horizontal refrigerada	1	689,85	689,85
Vitrina mostrador de vidrio	1	64,00	64,00
Calculadora casio	1	4,88	4,88
TOTAL DE EQUIPOS LOCAL DE VENTAS			1.469,13

EQUIPOS DE OFICINA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Computador	1	195,00	195,00
Escritorio	1	57,50	25,30
Sillas plásticas	8	4,88	39,00
Grabadora	1	23,80	16,80
Ventilador de pedestal	2	23,00	46,00
Celular	1	160,00	64,00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA			386,10

EQUIPO DE PRODUCCION	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Marmita electrica 100 litros	1	4.277,00	4.277,00
Procesadora de banano	1	2.457,00	2.457,00
Tina de acero inoxidable	1	364,00	364,00
Cortadora de platano	1	1.820,00	1.820,00
Secadora de platano	1	1.820,00	1.820,00
Molino para harina	1	1.365,00	1.365,00
Tamiz de harina	1	1.640,00	1.640,00
Selladora de funda con pedestal	1	123,00	123,00
Etiquetadora industrial	1	1.927,00	1.927,00
Mesa de acero inoxidable	1	382,20	382,20
Despulpadora de fruta	1	1.408,00	1.408,00
Marmitas de 50 litros	2	1.280,00	2.560,00
Cocina industrial de 4 hornillas	1	126,00	126,00
Licuadaora oster pro	1	35,00	35,00
Batidora pedestal.	1	18,20	18,20
Nevera indurama avant	1	584,00	584,00
Congelador indurama ci 400	1	657,00	657,00
Pailas	5	32,00	160,00
Balanza de precisión 50 kg.	1	23,00	23,00
Balanza gramera	1	8,40	8,40
Accesorios y utensilios	1	50,00	50,00
Recipientes	18	1,20	21,60
Envases lecheros 20 litros	6	11,20	67,20
Bombonas de gas	2	18,20	36,40
TOTAL EQUIPOS DE PRODUCCION			21.930,00
TOTAL EQUIPOS Y MAQUINARIAS			59.535,23

Fuente: Anexo No.4
 Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy
 Año: 2016

Las depreciaciones de los activos fijos para el presente plan se encuentran en el Anexo No. 4

5.1.2. Activos diferidos.

Los activos diferidos son los costos en los que incide la microempresa en servicios o derechos adquiridos para la puesta en marcha del proyecto, dentro de estos activos intangibles se tiene los gastos por patente municipal, los valores del registro sanitario en el ARCOSA de los cuatro

productos con los que se va a realizar el plan de negocios, así como también el registro en el IEPI de la marca de la microempresa, a continuación se detallan los activos diferidos.

Tabla No. 20 Activos diferidos

DESCRIPCIÓN	VALOR
Patentes municipales	10,00
Registro sanitario de los productos	418,12
Registro de la marca	208,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	636,12

Fuente: GADM Santa Ana, IEPI, ARCSA. Año: 2016
Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy

5.1.3. Capital de trabajo.

Para calcular el capital de trabajo se sumarán todos los gastos y costos en los que incurra la microempresa, es decir el método de ciclo productivo y se tomará un periodo de tres meses para su cálculo.

Tabla No. 21 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	UN MES	TRES MESES
Costos Directos	\$ 7.216,40	\$ 21.649,20
Mano de obra directa	\$ 1.965,49	\$ 5.896,48
Otros costos directos	\$ 106,52	\$ 319,56
TOTAL COSTOS DIRECTOS	\$ 9.288,41	\$ 27.865,24
Costos indirectos	\$ 594,20	\$ 1.782,60
TOTAL COSTOS DIRECTOS E INDIRECTOS	\$ 9.882,61	\$ 29.647,84
Gastos administrativos	\$ 1.120,25	\$ 3.360,76
Gastos financieros	\$ 288,62	\$ 865,86
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$11.291,49	\$ 33.874,46

Fuente: Anexo No. 13
Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy. Año: 2016

El valor que arrojo el capital de trabajo nos va a permitir poner en marcha el proyecto, por lo que para los tres primeros meses se necesitan \$33.874,46; los mismos que van a ser financiados mediante un aporte del 11.44% de los socios de la microempresa, es decir \$3874,46 y el 88.56% restante se lo obtendrá mediante crédito bancario a 5 años plazos, con una tasa del 12% anual con pagos semestrales.

Tabla No. 22 Amortización del crédito

AMORTIZACION DE CRÉDITO					
MONTO DEL CRÉDITO		30.000,00			
DIVIDENDOS		10			
TASA INTERES		12,00			
PLAZO EN AÑOS %		5,00			
NUMERO DE PERIODOS AL AÑO		2,00			
PAGO CADA (DÍAS)		180,00			
FECHA DE EMISION:		1-ene.-16			
MONTO DEL DIVIDENDO		4.076,04			
No. de Dividendo	Fecha de vencimiento	Amortización de capital	Intereses por pagar	Monto del Dividendo	Capital Reducido
1	29-jun-16	2.276,04	1.800,00	4.076,04	27.723,96
2	26-dic-16	2.412,60	1.663,44	4.076,04	25.311,36
3	24-jun-17	2.557,36	1.518,68	4.076,04	22.754,00
4	21-dic-17	2.710,80	1.365,24	4.076,04	20.043,20
5	19-jun-18	2.873,45	1.202,59	4.076,04	17.169,76
6	16-dic-18	3.045,85	1.030,19	4.076,04	14.123,90
7	14-jun-19	3.228,60	847,43	4.076,04	10.895,30
8	11-dic-19	3.422,32	653,72	4.076,04	7.472,98
9	08-jun-20	3.627,66	448,38	4.076,04	3.845,32
10	05-dic-20	3.845,32	230,72	4.076,04	0,00
SUMAN		30.000,00	10.760,39	40.760,39	

Fuente: Cooperativa de Ahorro y Credito Santa Ana LTDA. Año: 2016
Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy

5.2. Ingresos por ventas.

Los ingresos por ventas es la entrada económica que va a tener la microempresa por la realización de los dulces típicos utilizando el 80% de producción en el primer año y un incremento del 5% en los siguientes años hasta alcanzar su capacidad instalada, la misma que nos determinó las cantidades a producir por cada producto anualmente.

Tabla No. 23 Precios unitarios por producto proyectados

MANJAR DE LECHE	PRECIO UNIT. 2016	PRECIO UNIT. 2017	PRECIO UNIT. 2018	PRECIO UNIT. 2019	PRECIO UNIT. 2020
Precio de venta producto de la competencia	2,50	2,57	2,65	2,72	2,80
Precio de venta producto Sabores de mi Tierra	2,13	2,19	2,25	2,31	2,38
Precio de venta al distribuidor producto Sabores de mi Tierra	1,49	1,53	1,57	1,62	1,67
ROMPOPE	PRECIO UNIT. 2016	PRECIO UNIT. 2017	PRECIO UNIT. 2018	PRECIO UNIT. 2019	PRECIO UNIT. 2020
Precio de venta producto de la competencia	4,00	4,11	4,23	4,35	4,48
Precio de venta producto Sabores de mi Tierra	3,40	3,50	3,60	3,70	3,81
Precio de venta al distribuidor producto Sabores de mi Tierra	2,38	2,45	2,52	2,59	2,66
NATILLA	PRECIO UNIT. 2016	PRECIO UNIT. 2017	PRECIO UNIT. 2018	PRECIO UNIT. 2019	PRECIO UNIT. 2020
Precio de venta producto de la competencia	1,75	1,80	1,85	1,90	1,96
Precio de venta producto Sabores de mi Tierra	1,49	1,53	1,57	1,62	1,67
Precio de venta al distribuidor producto Sabores de mi Tierra	1,04	1,07	1,10	1,13	1,17
MERMELADA DE GUAYABA	PRECIO UNIT. 2016	PRECIO UNIT. 2017	PRECIO UNIT. 2018	PRECIO UNIT. 2019	PRECIO UNIT. 2020
Precio de venta producto de la competencia	2,00	2,06	2,12	2,18	2,24
Precio de venta producto Sabores de mi Tierra	1,70	1,75	1,80	1,85	1,90
Precio de venta al distribuidor producto Sabores de mi Tierra	1,19	1,22	1,26	1,30	1,33

Fuente: Anexo No. 12

Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy. Año: 2016

Tabla No. 24 Ingreso por ventas proyectadas

DESCRIPCION	2016			2017			2018			2019			2020		
	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL VENTAS POR AÑO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL VENTAS POR AÑO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL VENTAS POR AÑO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL VENTAS POR AÑO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL VENTAS POR AÑO
Tarrinas de manjar de 200 g.	46.080	1,49	68.544,00	48.384	1,53	74.029,58	50.803	1,57	79.954,16	53.343	1,62	86.352,90	56.011	1,67	93.263,72
Botellas de rompopo de medio litro	16.128	2,38	38.384,64	16.934	2,45	41.456,56	17.781	2,52	44.774,33	18.670	2,59	48.357,62	19.604	2,66	52.227,68
Tarrinas de natilla de 200 g.	40.320	1,04	41.983,20	42.336	1,07	45.343,12	44.453	1,10	48.971,93	46.675	1,13	52.891,15	49.009	1,17	57.124,03
Tarrinas de mermelada de 200 g.	31.680	1,19	37.699,20	33.264	1,22	40.716,27	34.927	1,26	43.974,79	36.674	1,30	47.494,09	38.507	1,33	51.295,04
	186.611,04			201.545,52			217.675,21			235.095,76			253.910,47		

Fuente: Tabla No. 13; 23; BCE

Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy. Año: 2016

5.3. Egresos.

La siguiente tabla de egresos se proyecta en base a los costos y gastos y el interés que genera el crédito para el proyecto, se calcula la proyección en base a la inflación del 2,86% tomada del Banco Central del Ecuador al 30 de enero del 2016

Tabla No. 25 Egresos proyectados

DESCRIPCIÓN DE EGRESOS	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
COSTOS DIRECTOS	86.596,80	89.073,47	91.620,97	94.241,33	96.936,63
Materia prima	25.920,00	26.661,31	27.423,83	28.208,15	29.014,90
Insumos	24.964,80	25.678,79	26.413,21	27.168,62	27.945,65
Embalajes y etiquetas	35.712,00	36.733,36	37.783,94	38.864,56	39.976,08
MANO DE OBRA	23.585,92	24.260,48	24.954,33	25.668,03	26.402,13
Sueldo 3 obreras	17.521,88	18.023,01	18.538,47	19.068,67	19.614,03
Sueldo supervisora	6.064,04	6.237,47	6.415,86	6.599,36	6.788,10
OTROS COSTOS DIRECTOS	1.278,24	1.314,80	1.352,40	1.391,08	1.430,86
Consumo de luz	600,00	617,16	634,81	652,97	671,64
Consumo de gas	480,00	493,73	507,85	522,37	537,31
Consumo de agua	198,24	203,91	209,74	215,74	221,91
TOTAL COSTOS DIRECTOS	111.460,96	114.648,75	117.927,70	121.300,43	124.769,63
COSTOS INDIRECTOS	7.130,40	7.334,33	7.544,09	7.759,85	7.981,78
Transporte	6.710,40	6.902,32	7.099,72	7.302,78	7.511,64
Utiles y materiales de limpieza	240,00	246,86	253,92	261,19	268,66
Desinfectantes de limpieza	180,00	185,15	190,44	195,89	201,49
TOTAL COSTOS DIRECTOS + INDIRECTOS	118.591,36	121.983,08	125.471,79	129.060,29	132.751,41
GASTOS ADMINISTRATIVOS	13.443,03	13.827,50	14.222,97	14.629,74	15.048,15
Sueldo secretaria	5.840,63	6.007,67	6.179,49	6.356,22	6.538,01
Sueldo administradora	6.383,20	6.565,76	6.753,54	6.946,69	7.145,37
Material de oficina	120,00	123,43	126,96	130,59	134,33
Gastos de publicidad	1.099,20	1.130,64	1.162,97	1.196,23	1.230,45
GASTOS FINANCIEROS	3.463,44	2.883,92	2.232,78	1.501,15	679,10
Intereses por crédito	3.463,44	2.883,92	2.232,78	1.501,15	679,10
SUMAN COSTOS + GASTOS	135.497,83	138.694,50	141.927,54	145.191,18	148.478,66

Fuente: Tabla No.12; BCE

Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy. Año: 2016

5.4. Estados financieros.

Tabla No. 26 Balance de situación Inicial microempresa Sabores de mi Tierra.

MICROEMPRESA "SABORES DE MI TIERRA"			
BALANCE DE SITUACION INICIAL			
AL 1° DE ENERO DE 2016			
DESCRIPCIÓN DE CUENTAS	SUBTOTAL	DESCRIPCIÓN DE CUENTAS	SUBTOTAL
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVO CIRCULANTE	4.324,46	PASIVO CIRCULANTE	346,00
CAJA - BANCO	3.874,46	OBLIGACIONES CON PROVEEDORES	221,00
CUENTAS POR COBRAR	450,00	CUENTAS POR PAGAR	125,00
		PASIVO A LARGO PLAZO	0,00
ACTIVOS FIJOS	35.750,00	OBLIGACIONES CON BANCOS	0,00
TERRENO	5.000,00	TOTAL DEL PASIVO	346,00
EDIFICACION	37.500,00		
DEPRECIACION ACUMULADA DE EDIFICACION AL 31 DE DICIEMBRE 2015	-6.750,00		
		PATRIMONIO	63.513,68
MAQUINARIA Y EQUIPOS	21.930,00		
EQUIPOS DE ÁREA DE PRODUCCIÓN	27.639,00		
DEPRECIACION ACUMULADA DE EQUIPOS DE ÁREA DE PRODUCCIÓN AL 31 DIC. 2015	-5.709,00		
MUEBLES Y ENSERES	1.855,23		
EQUIPOS DE LOCAL DE VENTA	2.170,00		
DEPRECIACION ACUMULADA EQUIPOS DE LOCAL DE VENTA AL 31 DIC, 2015	-700,88		
EQUIPOS DE OFICINA	1.035,00		
DEPRECIACION ACUMULADA DE EQUIPOS DE OFICINA AL 31 DIC, 2015	-648,90		
TOTAL ACTIVOS	63.859,68	TOTAL PASIVOS	63.859,68

Fuente: Sabores de mi Tierra; Tabla No. 19; Anexo 4

Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy. Año: 2016

Tabla No. 27 Estado de pérdidas y ganancias proyectado

DESCRIPCIÓN	2016	2017	2018	2019	2020
INGRESOS POR VENTAS	186.611,04	201.545,52	217.675,21	235.095,76	253.910,47
COSTOS DE PROCESO					
MATERIA PRIMA	25.920,00	26.661,31	27.423,83	28.208,15	29.014,90
INSUMOS	24.964,80	25.678,79	26.413,21	27.168,62	27.945,65
EMBALAJES Y ETIQUETAS	35.712,00	36.733,36	37.783,94	38.864,56	39.976,08
MANO DE OBRA	23.585,92	24.260,48	24.954,33	25.668,03	26.402,13
SUMAN COSTOS DE PROCESO	110.182,72	113.333,95	116.575,30	119.909,35	123.338,76
OTROS COSTOS DIRECTOS	1.278,24	1.314,80	1.352,40	1.391,08	1.430,86
TOTAL COSTOS DIRECTOS	111.460,96	114.648,75	117.927,70	121.300,43	124.769,63
OTROS COSTOS					
COSTOS INDIRECTOS	7.130,40	7.334,33	7.544,09	7.759,85	7.981,78
GASTOS ADMINISTRATIVOS	13.443,03	13.827,50	14.222,97	14.629,74	15.048,15
INTERESES POR CRÉDITO	3.463,44	2.883,92	2.232,78	1.501,15	679,10
TOTAL OTROS COSTOS	24.036,87	24.045,75	23.999,83	23.890,75	23.709,03
TOTAL COSTOS	135.497,83	138.694,50	141.927,54	145.191,18	148.478,66
UTILIDAD BRUTA	51.113,21	62.851,02	75.747,67	89.904,58	105.431,81
DEPRECIACION DE ACTIVOS	5.154,23	4.818,15	4.700,25	4.637,25	3.827,25
AMORTIZACION DE GAST.PREPAGADOS	127,22	127,22	127,22	127,22	127,22
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPAC. EMPLEADOS	45.831,76	57.905,65	70.920,20	85.140,10	101.477,34
PARTICIPAC. EMPLEADOS 15%	6.874,76	8.685,85	10.638,03	12.771,02	15.221,60
UTILIDAD GRAVABLE	38.957,00	49.219,80	60.282,17	72.369,09	86.255,73
IMPUESTO A LA RENTA 22%	8.570,54	10.828,36	13.262,08	15.921,20	18.976,26
UTILIDAD NETA	30.386,46	38.391,45	47.020,09	56.447,89	67.279,47

Fuente: Tabla No. 24; 25

Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy. Año: 2016

Tabla No. 28 Balance general de la microempresa Sabores de mi Tierra.

MICROEMPRESA "SABORES DE MI TIERRA"					
BALANCE DE SITUACION INICIAL					
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2016					
DESCRIPCIÓN DE CUENTAS	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020
ACTIVOS					
ACTIVO CIRCULANTE	64.957,72	103.026,39	148.954,66	203.516,09	267.277,06
CAJA - BANCO	64.957,72	103.026,39	148.954,66	203.516,09	267.277,06
ACTIVOS FIJOS	34.062,50	32.375,00	30.687,50	29.000,00	27.312,50
TERRENO	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00	5.000,00
EDIFICACION	37.500,00	37.500,00	37.500,00	37.500,00	37.500,00
DEPRECIACION ACUMULADA DE EDIFICACION AL 31 DE DICIEMBRE 2015	-8.437,50	-10.125,00	-11.812,50	-13.500,00	-15.187,50
MAQUINARIA Y EQUIPOS	20.318,50	17.187,85	14.175,10	13.981,15	11.841,40
EQUIPOS DE ÁREA DE PRODUCCIÓN	27.639,00	27.639,00	27.639,00	27.639,00	27.639,00
EQUIPOS DE LOCAL DE VENTA	2.170,00	2.170,00	2.170,00	2.170,00	2.170,00
EQUIPOS DE OFICINA	1.035,00	1.035,00	1.035,00	1.035,00	1.035,00
DEPRECIACION ACUMULADA DE MAQUINARIA Y EQUIPOS	-10.525,50	-13.656,15	-16.668,90	-16.862,85	-19.002,60
ACTIVOS DIFERIDOS	508,90	381,67	254,45	127,22	0,00
GASTOS PREPAGADOS	636,12	508,90	381,67	254,45	127,22
AMORTIZACION ACUMULADA DE GASTOS PREPAGADOS AL 31 DE DICIEMBRE 2020	-127,22	-127,22	-127,22	-127,22	-127,22
TOTAL ACTIVOS	119.847,62	152.970,91	194.071,70	246.624,47	306.430,96
PASIVOS					
PASIVO CIRCULANTE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
OBLIGACIONES CON PROVEEDORES	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CUENTAS POR PAGAR	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PASIVO A LARGO PLAZO	25.311,36	20.043,20	14.123,90	7.472,98	-0,00
OBLIGACIONES CON BANCOS	25.311,36	20.043,20	14.123,90	7.472,98	-0,00
TOTAL DEL PASIVO	25.311,36	20.043,20	14.123,90	7.472,98	-0,00
PATRIMONIO					
UTILIDAD DEL EJERCICIO	30.386,46	38.391,45	47.020,09	56.447,89	67.279,47
SUPERAVIT O RESERVA	64.149,80	94.536,26	132.927,71	182.703,60	239.151,49
TOTAL DEL PATRIMONIO	94.536,26	132.927,71	179.947,80	239.151,49	306.430,96
PASIVO MAS PATRIMONIO	119.847,62	152.970,91	194.071,70	246.624,47	306.430,96

Fuente: Tabla No. 26, Anexo No 4

Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy. Año: 2016

5.5. Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio, también es conocido como punto neutro porque es el punto en que la microempresa ni gana ni pierde, es un referente para apreciar la conveniencia de la microempresa de introducirse o no en el mercado provincial.

Se analiza el punto de equilibrio del primer año del proyecto, los siguientes datos son necesarios para su cálculo.

Tabla No. 29 Costos variables y costos fijos

DETALLE DE COSTOS Y GASTOS	UN AÑO	COSTO VARIABLE	COSTO FIJO
COSTOS DIRECTOS	86.596,80	86.596,80	
MATERIA PRIMA	25.920,00		
INSUMOS	24.964,80		
EMBALAJES Y ETIQUETAS	35.712,00		
MANO DE OBRA	23.585,92	21.766,71	1.819,21
SUELDO 3 OBRERAS X SEMANA	17.521,88	17.521,88	
SUELDO 1 SUPERVISORA X SEMANA	6.064,04	4.244,83	1.819,21
OTROS COSTOS DIRECTOS	1.278,24	1.081,28	196,96
CONSUMO LUZ	600,00	420,00	180,00
CONSUMO GAS	480,00	468,00	12,00
CONSUMO AGUA	198,24	193,28	4,96
SUMAN COSTOS DIRECTOS	111.460,96	109.444,80	2.016,17
COSTOS INDIRECTOS	7.130,40	4.991,28	2.139,12
TRANSPORTE	6.710,40	4.697,28	2.013,12
UTILES Y MATERIALES DE LIMPIEZA	240,00	168,00	72,00
DESINFECTANTES DE LIMPIEZA	180,00	126,00	54,00
SUMAN COSTOS DIRECTOS + INDIRECTOS	118.591,36	114.436,08	4.155,29
GASTOS ADMINISTRATIVOS	13.443,03	0,00	13.443,03
SUELDO SECRETARIA X SEMANA	5.840,63		5.840,63
SUELDO ADMINISTRADORA X SEMANA	6.383,20		6.383,20
MATERIAL DE OFICINA	120,00		120,00
GASTOS DE PUBLICIDAD	1.099,20		1.099,20
SUMAN COSTOS TOTALES + ADMINIST.	132.034,39	114.436,08	17.598,32
GASTOS FINANCIEROS	3.463,44	3.463,44	0,00
INTERES POR CREDITO	3.463,44	3.463,44	
TOTAL COSTOS Y GASTOS	135.497,83	117.899,51	17.598,32

Fuente: Tabla No. 12

Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy. Año: 2016

Tabla No. 30 Valores para cálculo del punto de equilibrio

DESCRIPCION DE CUENTAS	COSTOS	RELACION PORCENTUAL
COSTO FIJO TOTAL	17.598,32	13%
COSTO VARIABLE TOTAL	117.899,51	87%
COSTOS TOTALES	135.497,83	100%
UNIDADES PRODUCIDAS X AÑO	134.208,00	
PRECIO UNITARIO DE COSTOS	1,01	100%
PRECIO FIJO UNITARIO	0,13	13%
PRECIO VARIABLE UNITARIO	0,88	87%
DESCRIPCION DE CUENTAS	VALOR	RELACION PORCENTUAL
INGRESOS POR VENTA GLOBAL	\$ 186.611,04	
VALOR UNITARIO GLOBAL	\$ 1,39	

Fuente: Tabla No. 25; 24; 29
 Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy. Año: 2016

Se analiza las unidades que se deben de producir para que la microempresa ni gane ni pierda en el proyecto con la siguiente fórmula:

$$\text{P.E. en cantidades} = \text{Costos fijos} / (\text{valor unitario global} * \text{costo variable unitario})$$

$$\text{P.E. en cantidades} = 17.598,32 / (1,39 * 0,88)$$

$$\text{P.E. en cantidades} = 34.373,20$$

Las unidades que necesita producir la microempresa es de 34.373 unidades de productos, en este punto se tiene el equilibrio en cantidades.

El valor monetario para cubrir los costos del proyecto en el primer año es de\$ 47.794,60, es en este valor en que la microempresa no va a ganar ni perder, como se demuestra en la siguiente fórmula:

$$\text{P.E. en dólares} = \text{costos fijos} / [(1 - \text{costos variables}) / \text{ventas}]$$

$$\text{P.E. en dólares} = 17.598,32 / [(1 - 117.899,51) / 186.611,04]$$

$$\text{P.E. en dólares} = \$ 47.794,60$$

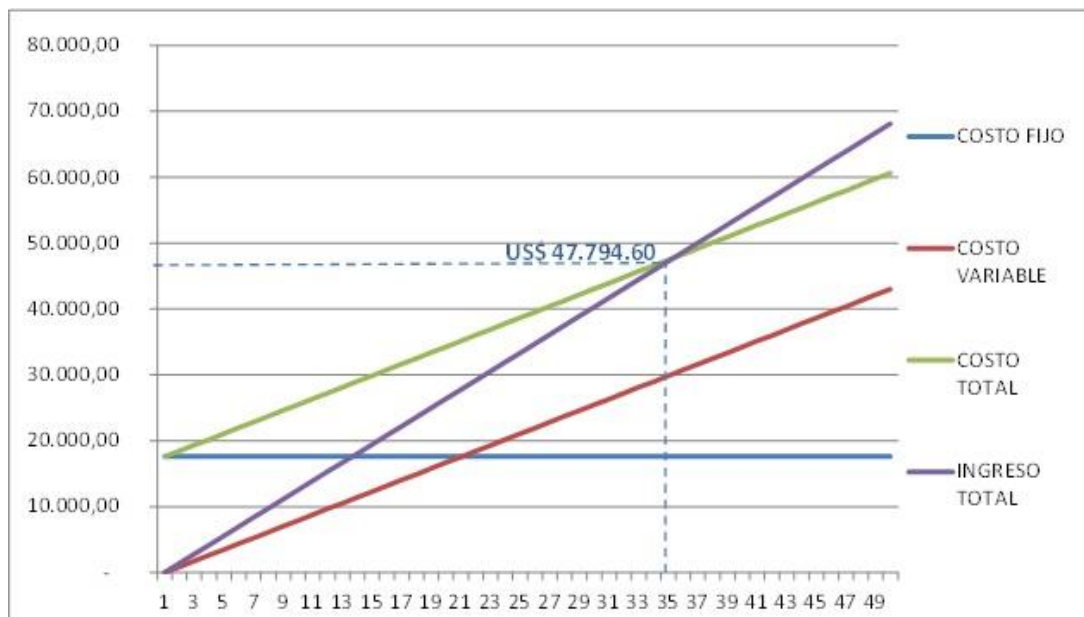


Figura No. 30 Punto de equilibrio
 Fuente: Tabla No. 30
 Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy Año: 2016

5.6. Evaluación financiera.

5.6.1. Flujo de caja.

Para realizar la evaluación financiera del plan de negocios es importante contar con el flujo de caja proyectado para el tiempo previsto que durará el emprendimiento que es de cinco años, tal como se muestra a continuación

Tabla No. 31 Flujo de caja proyectado

DESCRIPCION DE CUENTAS	0	1	2	3	4	5
INGRESOS		186.611,04	201.545,52	217.675,21	235.095,76	253.910,47
VENTA DE MANJAR		68.544,00	74.029,58	79.954,16	86.352,90	93.263,72
VENTA DE ROMPOPE		38.384,64	41.456,56	44.774,33	48.357,62	52.227,68
VENTA DE NATILLA		41.983,20	45.343,12	48.971,93	52.891,15	57.124,03
VENTA DE MERMELADA		37.699,20	40.716,27	43.974,79	47.494,09	51.295,04
EGRESOS OPERACIONALES		-118.591,36	-121.983,08	-125.471,79	-129.060,29	-132.751,41
FLUJO OPERACIONAL		68.019,68	79.562,44	92.203,42	106.035,47	121.159,06
EGRESOS NO OPERACIONALES						
GASTOS ADMINISTRATIVOS		-13.443,03	-13.827,50	-14.222,97	-14.629,74	-15.048,15
INTERESES		-3.463,44	-2.883,92	-2.232,78	-1.501,15	-679,10
DEPRECIACION		-5.154,23	-4.818,15	-4.700,25	-4.637,25	-3.827,25
AMORTIZACION GASTOS PREPAGADOS		-127,22	-127,22	-127,22	-127,22	-127,22
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES		-22.187,91	-21.656,79	-21.283,22	-20.895,37	-19.681,72
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION DE TRABAJADORES		45.831,76	57.905,65	70.920,20	85.140,10	101.477,34
PARTICIPACION DE TRABAJADORES 15%		-6.874,76	-8.685,85	-10.638,03	-12.771,02	-15.221,60
UTILIDAD GRAVABLE		38.957,00	49.219,80	60.282,17	72.369,09	86.255,73
IMPUESTOS 22%		-8.570,54	-10.828,36	-13.262,08	-15.921,20	-18.976,26
UTILIDAD NETA		30.386,46	38.391,45	47.020,09	56.447,89	67.279,47
DEPRECIACION						
AMORTIZACION		127,22	127,22	127,22	127,22	127,22
INVERSION	-60.243,55	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CAPITAL DE TRABAJO	-33.874,46	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PAGO DE PRESTAMO		-4.688,64	-5.268,16	-5.919,30	-6.650,93	-7.472,98
FLUJO DE FONDOS NETOS	-94.118,00	25.825,04	33.250,51	41.228,02	49.924,19	59.933,72

Fuente: Tabla No. 24; 25

Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy. Año: 2016

5.6.2. Valor Actual Neto (VAN).

Para el presente estudio la TMAR que se va a utilizar es (7,23%), misma que es producto del costo promedio proyectado del capital que proviene del porcentaje de participación del saldo inicial de los activos multiplicado por el costo nominal, tal como se muestra en el siguiente cuadro:

Tabla No. 32 TMAR del proyecto

FUENTE DE FINANCIAMIENTO	VALOR US\$	% (1)	TASA NOMINAL % (2)	COSTO PONDERADO DE C/FUENTE
APORTE DE LA ASOCIACIÓN	64.118,00	68,13%	5,00%	3,41%
CREDITO A LARGO PLAZO	30.000,00	31,87%	12,00%	3,82%
INVERSION TOTAL	94.118,00	100,00%		7,23%

Fuente: Tabla No. 18

Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy. Año: 2016

Con el valor de la TMAR, se procede a calcular los flujos de caja actualizados para cada periodo del proyecto:

Tabla No. 33 Flujos de caja actualizados

AÑO	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE DESCUENTO AL 7,23%	VALOR PRESENTE
0			
1	25.825,04	0,933	24.083,51
2	33.250,51	0,870	28.917,16
3	41.228,02	0,811	33.437,09
4	49.924,19	0,756	37.759,45
5	59.933,72	0,705	42.273,14
			166.470,35

Fuente: Tabla No. 31; 32

Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy Año: 2016

Se procede a calcular la VAN del proyecto mediante el reemplazo de los valores en la fórmula propuesta

$$VAN = \text{Suma de los Flujos de caja actualizados} - \text{inversión}$$

$$VAN = \$166.470,35 - \$94.118,00$$

$$VAN = \$72.352,35$$

El resultado de la VAN es positivo, con un valor de \$ 72.352,35; lo que significa que los flujos de caja actualizados son superiores al monto de la inversión realizada, bajo este criterio se acepta el proyecto.

5.6.3.Tasa Interna de retorno (TIR).

Tabla No. 34 Cálculo de la TIR.

CALCULO DE TASA INTERNA DE RETORNO		
TDi =	TASA DE DESCUENTO INFERIOR	0,0723124
TDs =	TASA DE DESCUENTO SUPERIOR	0,2894978
VANi =	VALOR ACTUAL NETO A LA TASA DE DESCUENTO INFERIOR	72.352,35
VANi - VANs =	DIFERENCIA ENTRE LOS VALORES ACTUALES NETOS (VAN) OBTENIDOS A LAS TASAS DE DESCUENTO INFERIOR Y SUPERIOR	72.352,35
TIR		28,95%

Fuente: Tabla No. 33

Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy. Año: 2016

La tasa interna de retorno que se refleja en el resultado anterior, nos permite observar que la TIR es superior a la tasa de descuento que es de 7.23%, por lo que resulta muy beneficioso la ejecución del plan de negocios para la microempresa.

Para verificar el resultado de la TIR se realiza el siguiente proceso:

Tabla No. 35 Verificación de la TIR en el proyecto

AÑO	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE DESCUENTO AL 7,23%	VALOR PRESENTE	FACTOR DE DESCUENTO AL 28,95%	VALOR PRESENTE
1	25.825,04	0,933	24.083,51	0,775	20.027,21
2	33.250,51	0,870	28.917,16	0,601	19.996,64
3	41.228,02	0,811	33.437,09	0,466	19.227,84
4	49.924,19	0,756	37.759,45	0,362	18.056,29
5	59.933,72	0,705	42.273,14	0,280	16.810,02
		VALOR PRESENTE	166.470,35		94.118,00
		INVERSION	94.118,00	INVERSION	94.118,00
		VAN	72.352,35	VAN	0,00

Fuente: Tabla No. 33; 34
 Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy. Año: 2016

5.6.4. Periodo de recuperación.

Tabla No. 36 Periodo de recuperación del proyecto.

AÑO	0	1	2	3	4	5
FLUJO DE CAJA	-94.118,00	25.825,04	33.250,51	41.228,02	49.924,19	59.933,72
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	-94.118,00	- 68.292,96	- 35.042,45	6.185,57	56.109,76	116.043,47

Fuente: Tabla No. 33
 Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy. Año: 2016

$$PR = (\text{periodo ultimo con flujo acumulado negativo}) + ([\text{valor absoluto del último flujo acumulado negativo}] / [\text{Valor del flujo de caja del siguiente periodo}])$$

$$PR = (2) + ([35.042,45] / [41.228,02])$$

$$PR = 2,85$$

Lo que significa que la inversión será recuperada en:

- 2,85 = segundo año.
- $0,85 * 12 = 10,2$; es decir en el décimo mes
- $0,2 * 30 = 6$; en el día sexto.

5.6.5. Análisis de sensibilidad.

El análisis de sensibilidad, es el procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta la TIR ante cambios en determinadas variables del proyecto (BACA URBINA, 2010).

El análisis de sensibilidad que se va a utilizar con la finalidad de que nos aporte información para determinar si es viable o no el proyecto es la herramienta de análisis de escenarios, esta técnica ayuda a los analistas a explorar la sensibilidad del valor de una inversión bajo diferentes situaciones o escenarios que podrían surgir en el futuro (Titman-Martin, 2009)

Tabla No. 37 Escenarios para el análisis de sensibilidad.

FLUJOS	ESCENARIO A	ESCENARIO B	ESCENARIO C
FLUJO AÑO 1	25.825,04	44.574,85	-15.477,49
FLUJO AÑO 2	33.250,51	63.206,78	-11.381,88
FLUJO AÑO 3	41.231,02	85.296,07	-6.466,03
FLUJO AÑO 4	49.928,19	110.937,22	-1.084,08
FLUJO AÑO 5	59.938,72	141.208,88	5.338,25
INVERSIÓN	-94.118,00	-94.118,00	-94.118,00
VAN	72.358,65	285.116,52	-90.749,53
TIR	28,95%	94,40%	-53,02%

Fuente: Tabla No. 33; 34

Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy. Año: 2016

El escenario A corresponde a los flujos netos que arroja la propuesta para el proyecto, con una VAN de \$72.358,65 y una TIR de 28,95% en donde se estimó que las ventas aumentaban en un 5% hasta llegar al 100% de su capacidad instalada y un incremento en los costos de 2,86% de inflación considerándolo el escenario más probable.

El escenario B muestra un escenario optimista para el proyecto, incrementando sus ventas en un 15% gracias al acrecentamiento del turismo en la provincia, lo que permite aumentar los

precios de cada producto, arrojando una VAN de \$285.116,52 y una TIR de 94,40% muy superiores al escenario A.

En el escenario C se observa el escenario pesimista para el proyecto como consecuencia de una posible crisis económica en el país que puede generar disminución en las ventas, por lo que se construye el escenario reduciendo sus ingresos en un 30%, lo que nos arrojó un valor actual neto negativo de - \$90.749,53 y una TIR de -53,02% valores que llevan a la microempresa a presentar su propuesta como no rentable.

5.6.6. Relación beneficio costo.

La relación beneficio/ costo representa la generación de excedentes gracias a la actividad del plan de negocios, en el resultado alcanzado se observa que el coeficiente es superior a uno, por lo que por cada dólar que la microempresa invierta recibirá un beneficio de \$ 0.53, lo que resulta conveniente para la ejecución del proyecto.

Tabla No. 38 Relación costo / beneficio.

Año de operación	Costos totales (US\$)	Ingresos totales (US\$)	Factor de actualización 7,23%	Costos actualizados (US\$)	Beneficios actualizados (US\$)
0	-94.118,00	0,00	1,00	0,00	0,00
1	135.497,83	186.611,04	0,93	126.361,87	174.028,76
2	138.694,50	201.545,52	0,87	120.622,03	175.283,30
3	141.927,54	217.675,21	0,81	115.111,24	176.546,88
4	145.191,18	235.095,76	0,76	109.818,37	177.819,57
5	148.478,66	253.910,47	0,71	104.732,75	179.101,44
Total	709.789,70	1.094.838,00		576.646,26	882.779,96

Fuente: Tabla No. 24; 25; 32

Elaboración: Mendoza Solórzano, Wendy. Año: 2016

Beneficio Costo = (Suma de beneficios actualizados / Suma de costos actualizados)

$$B / C = 882.779,96 / 576.646,26$$

$$B / C = 1,53$$

CONCLUSIONES

Habiendo finalizado el análisis económico y evaluación financiera del plan de negocios propuesto para la microempresa Sabores de mi Tierra y demostrando la factibilidad del mismo, se exponen las siguientes conclusiones:

- ✓ Los productos típicos, en especial los dulces tradicionales tienen excelente acogida en la provincia como se pudo apreciar en las respuestas de las encuestas realizadas a los clientes.
- ✓ En el cantón de Santa Ana en donde se encuentra asentada la microempresa no existe otro tipo de empresa comunitaria que realice los dulces tradicionales que aquí se ofrecen.
- ✓ Las bondades de la naturaleza en el Cantón de Santa Ana, la gran variedad de frutas y por ser una zona netamente agrícola y ganadera son motivos importantes que impulsan el plan de negocio, puesto que permite obtener una materia prima de calidad, además sus cantones vecinos podrían proveer de materia prima si se llegase a querer incrementar la producción.
- ✓ El análisis financiero justifica de forma concreta que el plan de negocios propuesto es factible, utilizando el 80 % de su capacidad de producción logra alcanzar las metas propuestas, si se llegase a utilizar el 100% de su capacidad de producción me atrevería a decir que podría incluso incursionar en otras provincias puesto que los dulces tradicionales son muy valorados en el país.
- ✓ La aplicación de la tasa interna de retorno TIR (28,95%) nos refleja que el plan de negocios para la microempresa es factible, tomando los datos obtenidos en el análisis de sensibilidad se puede observar que el escenario "A" propuesto para la microempresa es el más adecuado, el valor actual neto VAN es de \$72.358,65; lo que nos indica que al ser un valor superior a cero el plan de negocios debe ser aceptado; el coeficiente de relación beneficio / costo registra \$1,53 lo que significa que la microempresa obtiene \$0.53 por cada dólar invertido, el tiempo de recuperación del plan de negocios es de dos años diez meses y seis días.

- ✓ En conclusión, analizando los diferentes indicadores financieros podemos indicar que el plan de negocios es viable.

RECOMENDACIONES

De acuerdo con las conclusiones registradas en el presente plan de negocios para la microempresa Sabores de mi Tierra a las cuales se llegó con el estudio realizado, es conveniente realizar las siguientes recomendaciones:

- ✓ Al ser una microempresa comunitaria es indispensable que exista un líder que motive y fomente la unión entre los comuneros con el fin de alcanzar las metas propuestas y que no abandonen el emprendimiento que con mucho sacrificio han conseguido.
- ✓ Que los socios motiven a más personas de la comunidad a formar parte de la microempresa Sabores de mi Tierra, que según los resultados obtenidos demuestra que es viable y conveniente.
- ✓ Que los diferentes Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales de Manabí impulsen los emprendimientos comunitarios para mejorar la calidad de vida de los habitantes de las zonas rurales de la provincia.
- ✓ Que la sociedad manabita tome plena conciencia de que la provincia tiene una fuente inagotable de riqueza natural, mano de obra y que existen fuentes de financiamiento para conformar empresas que puede contribuir significativamente al desarrollo de Manabí.

BIBLIOGRAFÍA

- Titman Martin.(2009). Valoración. El arte y las ciencias de las decisiones de inversión corporativa. Madrid España: Editorial Pearson.
- Baca Urbina. (2010). Evaluación de proyectos. D. F. México: Editoral Mc Graw Hill. Sexta edición.
- Hernández. (2008). Técnicas y procedimientos del factor humano en el desarrollo empresarial. México D.F: Editorial Trillas hermanos Asociados.
- Larouse. (2007). Diccionario Larousse. Madrid, España.: Ediciones Larousse.
- Malhostra. (2007). Investigación de mercados. Un enfoque práctico. México D.F: Ediciones Prentice.
- Hilton (2009). El plan de negocios por mercado objetivo. Madrid, España: Editorial Prentice Hall.
- Scott. (2009). Fundamentos de la administración microempresarial. México D.F: Editorial Learning Cengage
- Malhotra. (2010). Investigación de mercados y objetivos en negocios microempresariales. México D.F:Editorial Pearson.
- Koontz. (2008). Administración desde una perspectiva global. Madrid, España: Editorial Mc Graw Hill.
- Reinoso. (2007). Las microempresas por actividad. Barcelona, España: Editorial Aedos.
- Chain, S. (2008). "Preparación y Evaluación de Proyectos" Definición demanda insatisfecha. Bogotá, Colombia: McGraw-Hill Quinta Edición.
- Baterman. (2010). *La microempresa*. México D.F: Editorial Faro.
- Herrera. (13 de marzo de 2015). Recuperado <http://www.uaeh.edu.mx>
- Hayes. (2009). Como medir la satisfacción del cliente. En Hayes., *Como medir la satisfacción del cliente*. (pág. 371). México: Editorial Trillas.
- Espinosa, R. (29 de 07 de 2013). *Roberto Espinosa*. Recuperado el 07 de 07 de 2016, de <http://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>
- OIT (2008). Recuperado <http://www.ilo.org/declaration/lang--es/index.htm>
- MIPRO. (2011). *Anuarios del Ministerio de Industrias y Productividad*. Quito, Ecuador: Ministerio de Industrias y Productividad.
- INEC (2010). Población Económicamente Activa Manabí. Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos. Recuperado <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos>.
- Loor. (2015). *Microempresa Los sabores de mi Tierra*. Santa Ana, Manabi: Presidente de la Microempresa Los sabores de mi Tierra.

- GADM Santa Ana, M. (05 de 05 de 2016). Turismo en Santa Ana. (W. Mendoza, Entrevistador)
- Hidalgo, L. (05 de 05 de 2016). Director del Departamento de Turismo del Gobierno Provincial de Manabí. (W. Mendoza, Entrevistador)
- SRI PORTOVIEJO (2015) Base de datos del registro único de contribuyentes. Servicio de Rentas Internas Sucursal Portoviejo. Portoviejo Manabí. Ecuador

ANEXOS

Anexo No. 1. Actividades de la estructura organizacional del Directorio.

Del Directorio.

El Directorio, es el segundo organismo directo y está integrado por las siguientes dignidades:

- a) Presidente
- (b) Vicepresidente
- c) Secretario
- d) Tesorero(a)
- e) Tres vocales principales

Presidente.

Tiene como funciones principales las siguientes atribuciones, convocar y presidir las asambleas, coordinar las actividades cada miembro de la microempresa manteniendo una vinculación estrecha, monitorear el desarrollo de los negocios con proveedores y clientes, así como funciones y atribuciones:

- Representar legal, judicial y extrajudicialmente al Comité.
- Cumplir y hacer cumplir el Estatuto y reglamento, como las resoluciones del Directorio, Asamblea General y Vigilar que se cumplan todas las resoluciones de los demás miembros del directorio
- Presidir las sesiones de Asamblea General y del Directorio y suscribir la correspondencia, actas y demás documentos conjuntamente con el Secretario, y disponer de las convocatorias a sesiones.
- Autorizar gastos equivalentes al 50% de un salario mínimo vital en vigilancia y ejercer las demás atribuciones que señale el presente Estatuto
- Poner visto bueno en los cheques que hayan sido previamente aprobados por el Directorio y abrir, cerrar y controlar el manejo de las cuentas junto con el tesorero.
- Justificar inasistencias a las reuniones según lo creyeren conveniente o ejecutar multas por el Comité en casos probados, todo lo cual se efectuará por escrito y con el sustento legal pertinente
- Suscribir convenios, contratos, acuerdos que le sean autorizados
- Presentar informes periódicos sobre sus actividades.

Vicepresidente.

Tiene la atribución de suplir a la presidenta en las reuniones en caso de ausencia, llevar el orden en las reuniones, y tomar las debidas decisiones en casos convenientes junto con la directiva y los demás socios.

- Le corresponde al Vicepresidente remplazar al Presidente en caso de renuncia o en faltas temporales.
- Cuando remplace al Presidente tendrá las mismas atribuciones del titular.

Secretaria.

Debe cumplir con aquellas certificaciones de documentos de la microempresa, llevar las actas de las reuniones y conservar ordenadamente los archivos que asigne la directiva y tiene las siguientes funciones y atribuciones:

- Elaborar y conservar en orden las actas de las sesiones de Asamblea General y del Directorio, así como también organizar, custodiar y responderá por el archivo del Comité.
- Redactar la correspondencia, y llevar al día el registro de los socios en cuanto a ingresos, salidas, acuerdos, multas etc.
- Convocar oportunamente a sesiones por orden de la presidencia y cumplir con las demás funciones que le señalen el Estatuto y Reglamento.

Tesorero.

Lleva las funciones de cumplir y hacer cumplir los reglamentos conformados por la junta directiva, registrar movimientos económicos, administrar el dinero de la microempresa, llevar la contabilidad del negocio y otros registros de forma clara y actualizada y sus funciones y atribuciones son:

- Administrar y responder por los fondos del Comité, para lo cual presentará las garantías que determine el Directorio y la Asamblea.
- Recaudar todos los valores que por cualquier concepto ingresen al Comité.
- Efectuar los pagos, gastos e inversiones con autorización del Presidente; Directivo en Pleno y/o Asamblea General.
- Presentar los balances semestrales al Directorio y a la Asamblea General y los, informes mensuales al directorio.

- Abrir cuentas corrientes, de ahorro u otros a nombre de la Asociación junto con el Presidente y depositar los fondos recaudados en un tiempo máximo de cuarenta y ocho horas de haber recibidos los valores.
- Administrar bajo un sistema contable de recursos económicos y responder legal y económicamente por ellos.
- Otros que del Directorio y la Asamblea General le asignen.
- Elaborar y presentar ante el Directorio propuestas financieras operativas y de procedimientos para su análisis y resolución.

Vocales.

Que se conforman tres personas pertenecientes a la comunidad del sector donde opera esta microempresa y tienen como funciones y atribuciones:

- Asistir y participar en las reuniones del Directorio
- Integrar y dirigir las comisiones establecidas
- Elaborar los programas de trabajo que a su comisión
- administrarlos, presentar informes y responder por ellos,
- Otros que el directorio, y la Asamblea General le encomienden

Anexo No. 2. Reglamento Interno Agroindustrial Sabores de mi Tierra.

REGLAMENTO INTERNO PARA EL USO Y MANEJO DE LA PLANTA AGROINDUSTRIAL DEL COMITÉ DE DESARROLLO COMUNITARIO "6 DE MARZO"

A continuación se describen algunas recomendaciones básicas para tener en cuenta cuando se desarrollen tareas cotidianas en la microempresa

SEGURIDAD INDUSTRIAL:

1. El orden y la limpieza son imprescindibles para mantener los estándares de seguridad, se debe colaborar para conseguirlo.
2. Corregir o dar aviso de las condiciones peligrosas e inseguras.
3. No usar las máquinas o equipos sin estar autorizado para ello.
4. Usar las herramientas apropiadas y cuidarlas; al terminar la jornada de trabajo, dejarlas en el sitio adecuado.
5. Utilizar los elementos de Protección Personal en cada tarea y mantenerlos en buen estado.
6. No improvisar, seguir las instrucciones y cumplir las normas.
7. Prestar atención al trabajo que se está realizando.

ORDEN Y LIMPIEZA:

1. Mantener limpio y ordenado el puesto de trabajo.
2. No dejar materiales alrededor de las máquinas; colocarlos en lugar seguro y donde no estorben el paso.
3. Recoger todo material que se encuentre "tirado" en el piso que pueda causar un accidente.
4. Guardar ordenadamente los materiales y herramientas y no dejarlos en lugares inseguros.

EQUIPOS DE PROTECCIÓN INDIVIDUAL:

1. Utilizar el equipo de protección personal tanto en los trabajos en la empresa como en la casa.
2. Mantener el equipo de seguridad en perfecto estado de conservación y cuando esté deteriorado pedir que sea cambiado por otro.

3. Llevar ajustadas las ropas de trabajo; es peligroso llevar partes desgarradas, sueltas o que cuelguen.

4. Si se ejecuta o presencia trabajos con proyecciones, salpicaduras, deslumbramientos, etc. utilizar gafas de seguridad.

5. Ante la posibilidad de inhalar productos químicos, nieblas, humos gases debemos Proteger las vías respiratorias.

HERRAMIENTAS MANUALES:

1. Utilizar las herramientas manuales sólo para sus fines específicos.

2. Inspeccionar las herramientas periódicamente repare las anomalías presentadas.

3. Retirar de uso las herramientas defectuosas.

4. No llevar herramientas en los bolsillos, salvo que estén adaptadas para ello.

5. Dejar las herramientas en lugares que no puedan producir accidentes cuando no se utilicen.

FUNCIONES DEL PERSONAL:

1. Los trabajos en la microempresa se realizarán en grupos de 3 personas; de las cuales, 1 será responsable directa de la actividad y las otras 2 realizarán al papel de ayudantes; pudiendo trabajar los grupos cada 2 días, a partir de las aprobación de este reglamento

2. Las jornadas de trabajo son de lunes a viernes, con una duración de 8 horas; pudiendo trabajar hasta 3 personas por día.

3. Se llevará un registro de las personas sobre días trabajados para contabilizar la producción y el pago a los socios; lo que servirá para llevar un informe de ingresos, egresos y ganancias

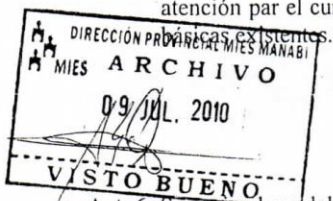
4. Se realizan reuniones el segundo sábado de cada mes para mantener informados a los socios; las mismas tienen carácter de obligatorias, debiendo pagar una multa en caso de ausencia injustificada.

REMUNERACION DEL TRABAJO:

1. La remuneración es en base a la cantidad producida en el día de trabajo; teniendo valores establecidos por producto; en base a la siguiente tabla de valores:

Anexo No. 3. Estatutos del Comité de Desarrollo Comunitario 6 de Marzo. Capítulo III. De los Socios

- g. Robustecer el espíritu de solidaridad y armonía con otras organizaciones fraternas, cuyos fines sean idénticos o parecidos, dentro de la Provincia y país
- h. Corregir los errores en todas las prácticas agropecuarias, tendientes a preservar el ecosistema y la biodiversidad.
- i. Aplicar tecnología orgánica y ecológica en las prácticas agropecuarias, para asegurar productos limpios y ecológicamente sanos.
- j. Asegurar la alimentación suficiente y adecuada a las familias campesinas, cuyos excedentes se comercializarán en los mercados locales, provinciales y nacionales.
- k. Incorporar a más campesinos al Comité y procurar desarrollo armónico y aprovechamiento ordenado y respetuoso de las habilidades y destrezas innatas o adquiridas en bien de la Asociación y de los proyectos.
- l. Incrementar el nivel de capacidad de auto gestión a través de un adecuado sistema de capacitación integral en valores morales, principios éticos, ciencia, técnica, arte y cultura.
- m. Procurar que los servicios existentes en la comunidad cumplan con las funciones para las que fueron creados, mejorar los existentes y crear otros.
- n. Preparar a sus miembros para que participen en la dirección de la organización como dirigentes, líderes, administradores, compañeros y socios.
- o. Activar las relaciones entre el sector rural y las diversas instituciones públicas de desarrollo, así como semi-públicas y privadas para lograr de estas una mayor atención por el cumplimiento de aspiraciones y satisfacciones de las necesidades prácticas existentes.

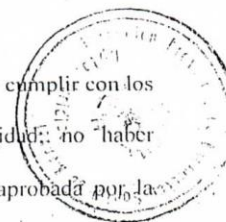


CAPITULO III DE LOS SOCIOS

Art. 6. Son miembros del Comité, los campesinos que suscribieron el acta constitutiva y serán considerados fundadores, así mismo los campesinos que se asocien después de su constitución previa solicitud por escrito y ser aceptadas por el directorio.

Art. 7. PARA SER MIEMBRO DELCOMITÉ SE REQUIERE

- a) Ser mayor de edad.
- b) Estar en goce de los derechos de ciudadanía, ser miembro activo, y cumplir con los deberes y derechos de la Asociación.
- c) No ser disociador, no haber tenido problema en la comunidad, no haber desfalcado recursos de grupos o programas.
- d) Presentar una solicitud de ingreso dirigida al Presidente, y ser aprobada por la Directiva.
- e) Presentar los documentos personales y una Certificación de respaldo, buena conducta y honorabilidad entregada por la Comunidad donde reside; en el caso de las personas que desean ingresar con posterioridad a la constitución, deberán presentar todos los documentos que le sean exigidos y disfrutarán de los mismos beneficios de los socios fundadores.



Art. 8. SON DEBERES DE LOS SOCIOS



- a) Cumplir y hacer cumplir el Estatuto, resoluciones y acuerdos determinados por los órganos directivos y Reglamento interno.
- b) Asistir puntualmente a las asambleas ordinarias y extraordinarias, a las sesiones del directorio y comisiones especiales si fuera parte de él o de ellas.
- c) Acatar las decisiones de la Asamblea General, del Directorio y de las Comisiones;
- d) Guardar respeto y consideración entre los socios, con los dirigentes, miembros de los núcleos familiares de los socios y con la población en general.
- e) Participar en todas las actividades organizadas por el directorio y la Asamblea General que beneficie a la comunidad y a sus moradores.
- f) Aportar con ideas y trabajo que permitan el cumplimiento de los objetivos del Comité.
- g) Cumplir con el pago de las cuotas establecidas por la Asamblea General.
- h) Participar en actividades de carácter social, cultural, productivas y comerciales encaminadas a financiar los programas y proyectos de la Comité.
- i) Preocuparse por mejorar y ampliar la cobertura y beneficios que ofrece el Comité.
- j) Presentar propuestas que permitan el cumplimiento de objetivos.
- k) Controlar el buen manejo y administración de los recursos y bienes.

Art. 9. SON DERECHOS DE LOS SOCIOS

- a) Disfrutar de todos los beneficios que ofrece la Asociación en proporción equitativa a su trabajo, colaboración y responsabilidad.
- b) Participar en la Asamblea General con voz y voto, elegir y ser elegido para las diferentes dignidades contempladas en el presente estatuto, aceptando las normas establecidas.
- c) Participar en los eventos que el Comité promueva.
- d) Solicitar información de la gestión económica y social de la Asociación.
- e) Someter a consideración de la Asamblea General y Directorio, proyectos, sugerencias y reclamos.
- f) Ser respetado, tomado en cuenta y valorado en su capacidad, virtudes y responsabilidad.
- g) Gozar de un ambiente libre de contaminación, de seguridad, de apoyo, de bienestar y de oportunidades reales para un desarrollo integral y digno como personas.
- h) Tener oportunidad para comercializar los productos en forma planificada y organizada.
- i) A recibir información, cuentas claras, orientación correcta y a no ser utilizados en contra de dirigentes honestos ni del Comité.

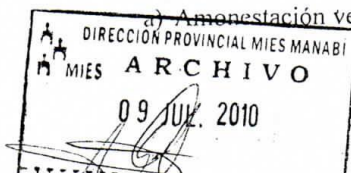
Art. 10. LA CALIDAD DEL SOCIO SE PIERDE POR:

- a) Retiro voluntario formalmente aceptado por el Directorio;
- b) Por dejar de ser beneficiario de los proyectos
- c) Por fallecimiento, y;
- d) Por expulsión.

Art. 11. SANCIONES

Los socios que incurren en faltas que atenten contra la integridad del Comité, infrinjan el Estatuto y leyes correspondientes se someterán a las siguientes acciones:

- a) Amonestación verbal por escrito del Directorio



Anexo No 4. Depreciaciones al 2015 de activos la microempresa Sabores de mi Tierra

ACTIVOS FIJOS	AÑO 1 2012	AÑO 2 2013	AÑO 3 2014	AÑO 4 2015	TOTAL DEPRECIADO AL 31 DIC.2015	VALOR EN LIBROS AL 31 DIC. 2015
Terreno						5.000,00
Edificación	1.687,50	1.687,50	1.687,50	1.687,50	6.750,00	30.750,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS						35.750,00
ACTIVOS CORRIENTES	AÑO 1 2012	AÑO 2 2013	AÑO 3 2014	AÑO 4 2015	TOTAL DEPRECIADO AL 31 DIC.2015	VALOR EN LIBROS AL 31 DIC. 2015
EQUIPOS DE ÁREA DE PRODUCCIÓN						
Marmita eléctrica 100 litros				423,00	423,00	4.277,00
Procesadora de banano				243,00	243,00	2.457,00
Tina de acero inoxidable				36,00	36,00	364,00
Cortadora de platano				180,00	180,00	1.820,00
Secadora de platano				180,00	180,00	1.820,00
Molino para harina				135,00	135,00	1.365,00
Tamiz de harina				360,00	360,00	1.640,00
Selladora de funda con pedestal				27,00	27,00	123,00
etiquetadora industrial				423,00	423,00	1.927,00
Mesa de acero inoxidable				37,80	37,80	382,20
Despulpadora de fruta	198,00	198,00	198,00	198,00	792,00	1.408,00
Marmitas de 50 litros	360,00	360,00	360,00	360,00	1.440,00	2.560,00
Cocina industrial de 4 hornillas	81,00	81,00	81,00	81,00	324,00	126,00
Licuada oster pro	22,50	22,50	22,50	22,50	90,00	35,00
Batidora pedestal.	11,70	11,70	11,70	11,70	46,80	18,20
Nevera indurama avant		72,00	72,00	72,00	216,00	584,00
Congelador indurama ci 400		81,00	81,00	81,00	243,00	657,00
pailas			45,00	45,00	90,00	160,00
Balanza de precisión 50 kg.		9,00	9,00	9,00	27,00	23,00
Balanza gramera	5,40	5,40	5,40	5,40	21,60	8,40
Accesorios y utensilios			37,50	37,50	75,00	50,00
Recipientes			16,20	16,20	32,40	21,60
envases lecheros 20 litros	43,20	43,20	43,20	43,20	172,80	67,20
Bombonas de gas	23,40	23,40	23,40	23,40	93,60	36,40
SUBTOTAL	745,20	907,20	1.005,90	3.050,70	5.709,00	21.930,00
EQUIPOS PARA LOCAL DE VENTAS						
vitriñas verticales refrigeradas	99,90	99,90	99,90	99,90	399,60	710,40
vitriña horizontal refrigerada		85,05	85,05	85,05	255,15	689,85
vitriña mostrador de vidrio	9,00	9,00	9,00	9,00	36,00	64,00
calculadora casio		3,38	3,38	3,38	10,13	4,88
SUBTOTAL	108,90	197,33	197,33	197,33	700,88	1.469,13
EQUIPOS DE OFICINAS						
computador		135,00	135,00	135,00	405,00	195,00
escritorios		9,90	9,90	9,90	29,70	25,30
sillas plásticas		27,00	27,00	27,00	81,00	39,00
grabadora	10,80	10,80	10,80	10,80	43,20	16,80
ventilador de pedestal		18,00	18,00	18,00	54,00	46,00
celular			18,00	18,00	36,00	64,00
SUBTOTAL	10,80	200,70	218,70	218,70	648,90	386,10
DEPRECIACIÓN TOTAL ACTIVOS	2.552,40	2.992,73	3.109,43	5.154,23	13.808,78	59.535,23

Depreciaciones del 2016 al 2020 de activos la microempresa Sabores de mi Tierra

ACTIVOS FIJOS	AÑO 5 2016	AÑO 6 2017	AÑO 7 2018	AÑO 8 2019	AÑO 9 2020	TOTAL DEPRECIADO AL 31 DIC.2020	VALOR EN LIBROS AL 31 DIC. 2020
Terreno							5.000,00
Edificación	1.687,50	1.687,50	1.687,50	1.687,50	1.687,50	8.437,50	22.312,50
TOTAL ACTIVOS FIJOS							27.312,50
ACTIVOS CORRIENTES	AÑO 5 2016	AÑO 6 2017	AÑO 7 2018	AÑO 8 2019	AÑO 9 2020	TOTAL	VALOR EN LIBROS AL 31 DIC. 2020
EQUIPOS DE ÁREA DE PRODUCCIÓN							
Marmita electrica 100 litros	423,00	423,00	423,00	423,00	423,00	2.115,00	2.162,00
Procesadora de banano	243,00	243,00	243,00	243,00	243,00	1.215,00	1.242,00
Tina de acero inoxidable	36,00	36,00	36,00	36,00	36,00	180,00	184,00
Cortadora de platano	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	900,00	920,00
Secadora de platano	180,00	180,00	180,00	180,00	180,00	900,00	920,00
Molino para harina	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	675,00	690,00
Tamiz de harina	360,00	360,00	360,00	360,00		1.440,00	200,00
Selladora de funda con pedestal	27,00	27,00	27,00	27,00		108,00	15,00
etiquetadora industrial	423,00	423,00	423,00	423,00		1.692,00	235,00
Mesa de acero inoxidable	37,80	37,80	37,80	37,80	37,80	189,00	193,20
Despulpadora de fruta	198,00	198,00	198,00	198,00	198,00	990,00	418,00
Marmitas de 50 litros	360,00	360,00	360,00	360,00	360,00	1.800,00	760,00
Cocina industrial de 4 hornillas	81,00	81,00				162,00	- 36,00
Licuadaora oster pro	22,50					22,50	12,50
Batidora pedestal.	11,70					11,70	6,50
Nevera indurama avant	72,00	72,00	72,00	72,00	72,00	360,00	224,00
Congelador indurama ci 400	81,00	81,00	81,00	81,00	81,00	405,00	252,00
pailas	45,00	45,00	45,00			135,00	25,00
Balanza de precisión 50 kg.	9,00	9,00				18,00	5,00
Balanza gramera	5,40					5,40	3,00
Accesorios y utensilios	37,50					37,50	12,50
Recipientes	16,20					16,20	5,40
envases lecheros 20 litros	43,20					43,20	24,00
Bombonas de gas	23,40					23,40	13,00
SUBTOTAL	3.050,70	2.890,80	2.800,80	2.755,80	1.945,80	13.443,90	8.486,10
EQUIPOS PARA LOCAL DE VENTAS							
vitriñas verticales refrigeradas	99,90	99,90	99,90	99,90	99,90	499,50	2.009,10
vitriña horizontal refrigerada	85,05	85,05	85,05	85,05	85,05	425,25	1.625,40
vitriña mostrador de vidrio	9,00	9,00	9,00	9,00	9,00	45,00	181,00
calculadora casio	3,38					3,38	28,50
SUBTOTAL	197,33	193,95	193,95	193,95	193,95	973,13	3.844,00
EQUIPOS DE OFICINAS							
computador	135,00					135,00	1.140,00
escritorios	9,90	9,90				19,80	104,50
sillas plásticas	27,00					27,00	228,00
grabadora	10,80					10,80	114,00
ventilador de pedestal	18,00	18,00				36,00	190,00
celular	18,00	18,00	18,00			54,00	190,00
SUBTOTAL	218,70	45,90	18,00	-	-	282,60	1.966,50
DEPRECIACIÓN TOTAL ACTIVOS	5.154,23	4.818,15	4.700,25	4.637,25	3.827,25	23.137,13	41.609,10

Anexo No. 5. Capacidad utilizada por la microempresa Sabores de mi Tierra

PROCESO DEL MANJAR				
PRODUCCION				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	GRAMOS		
MATERIA PRIMA	34	34.020	272.160	3.265.920
PRODUCTO FINAL		13.608	108.864	1.306.368
ENVASES DE 200 GRAMOS		68	544	6.532

PROCESO DEL ROMPOPE				
PRODUCCION				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	GRAMOS		
MATERIA PRIMA	17	17.010	68.040	816.480
PRODUCTO FINAL		23.814	95.256	1.143.072
BOTELLAS DE 500 GRAMOS		48	191	2.286

PROCESO DE LA NATILLA				
PRODUCCION				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	GRAMOS		
MATERIA PRIMA	34	34.020	136.080	1.632.960
PRODUCTO FINAL		23.814	95.256	1.143.072
ENVASES DE 200 GRAMOS		119	476	5.715

PROCESO DE LA MERMELADA				
PRODUCCION				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	GRAMOS		
MATERIA PRIMA	34	34.020	136.080	1.632.960
PRODUCTO FINAL		18.711	74.844	898.128
ENVASES DE 200 GRAMOS		94	374	4.491

Anexo No. 6. Capacidad de producción de la planta al 100%

PROCESO DEL MANJAR				
PRODUCCION				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	GRAMOS		
MATERIA PRIMA lts	300	300.000	2.400.000	28.800.000
PRODUCTO FINAL		120.000	960.000	11.520.000
ENVASES DE 200 GRAMOS		600	4.800	57.600

PROCESO DEL ROMPOPE				
PRODUCCION				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	GRAMOS		
MATERIA PRIMA lts	150	150.000	600.000	7.200.000
PRODUCTO FINAL		210.000	840.000	10.080.000
BOTELLAS DE 500 GRAMOS		420	1.680	20.160

PROCESO DE LA NATILLA				
PRODUCCION				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	GRAMOS		
MATERIA PRIMA lts	300	300.000	1.200.000	14.400.000
PRODUCTO FINAL		210.000	840.000	10.080.000
ENVASES DE 200 GRAMOS		1.050	4.200	50.400

PROCESO DE LA MERMELADA				
PRODUCCION				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	GRAMOS		
MATERIA PRIMA lts	300	300.000	1.200.000	14.400.000
PRODUCTO FINAL		165.000	660.000	7.920.000
ENVASES DE 200 GRAMOS		825	3.300	39.600

Anexo No. 7. Materiales e insumos por producto. Propuesta del 80% de capacidad de la planta

MATERIA PRIMA MANJAR DE LECHE					
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	TRIMESTRAL	ANUAL
	CANTIDAD	COSTO			
LECHE	240	\$ 120,00	\$ 960,00	\$ 2.880,00	\$ 11.520,00
AZUCAR	240	\$ 100,80	\$ 806,40	\$ 2.419,20	\$ 9.676,80
CANELA EN RAMA	3	\$ 3,00	\$ 24,00	\$ 72,00	\$ 288,00
ARROZ U OTRO ESPESANTE	1	\$ 1,00	\$ 8,00	\$ 24,00	\$ 96,00
ESPECIAS	1	\$ 0,80	\$ 6,40	\$ 19,20	\$ 76,80
EMBALAJE (ENVASE Y ETIQUETAS)	480	\$ 96,00	\$ 768,00	\$ 2.304,00	\$ 9.216,00
TOTAL		\$ 321,60	\$ 2.572,80	\$ 7.718,40	\$ 30.873,60
MATERIA PRIMA ROMPOPE					
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	TRIMESTRAL	ANUAL
	CANTIDAD	COSTO			
LECHE	120	\$ 60,00	\$ 240,00	\$ 720,00	\$ 2.880,00
AZUCAR	120	\$ 50,40	\$ 201,60	\$ 604,80	\$ 2.419,20
HUEVOS	360	\$ 39,60	\$ 158,40	\$ 475,20	\$ 1.900,80
LICOR	1	\$ 2,50	\$ 10,00	\$ 30,00	\$ 120,00
CANELA EN RAMA	1	\$ 1,50	\$ 6,00	\$ 18,00	\$ 72,00
EMBALAJE (BOTELLAS Y ETIQUETAS)	336	\$ 252,00	\$ 1.008,00	\$ 3.024,00	\$ 12.096,00
TOTAL		\$ 406,00	\$ 1.624,00	\$ 4.872,00	\$ 19.488,00
MATERIA PRIMA NATILLA					
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	TRIMESTRAL	ANUAL
	CANTIDAD	COSTO			
LECHE	240	\$ 120,00	\$ 480,00	\$ 1.440,00	\$ 5.760,00
MAICENA	40	\$ 34,00	\$ 136,00	\$ 408,00	\$ 1.632,00
PANELA	40	\$ 34,00	\$ 136,00	\$ 408,00	\$ 1.632,00
AZUCAR	80	\$ 33,60	\$ 134,40	\$ 403,20	\$ 1.612,80
CANELA	6	\$ 6,00	\$ 24,00	\$ 72,00	\$ 288,00
EMBALAJE (ENVASES Y ETIQUETAS)	840	\$ 168,00	\$ 672,00	\$ 2.016,00	\$ 8.064,00
TOTAL		\$ 395,60	\$ 1.582,40	\$ 4.747,20	\$ 18.988,80
MATERIA PRIMA MERMELADA					
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	TRIMESTRAL	ANUAL
	CANTIDAD	COSTO			
PULPA DE FRUTAS	240	\$ 120,00	\$ 480,00	\$ 1.440,00	\$ 5.760,00
AZUCAR	240	\$ 100,80	\$ 403,20	\$ 1.209,60	\$ 4.838,40
CANELA RAMA	6	\$ 6,00	\$ 24,00	\$ 72,00	\$ 288,00
ESENCIA DE VAINILLA	1	\$ 0,25	\$ 1,00	\$ 3,00	\$ 12,00
BICARBONATO	1	\$ 0,25	\$ 1,00	\$ 3,00	\$ 12,00
EMBALAJE ENVASES Y ETIQUETAS	660	\$ 132,00	\$ 528,00	\$ 1.584,00	\$ 6.336,00
TOTAL		\$ 359,30	\$ 1.437,20	\$ 4.311,60	\$ 17.246,40

Anexo No. 8. Sueldos administrativos y sueldos de mano de obra directa

MANO DE OBRA DIRECTA							
DENOMINACION	SUELDOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	VACACION	APORTE PATRONAL 12.15%	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
OBRERAS	366,00	30,50	30,50	15,25	44,47	486,72	5.840,63
SUPERVISOR	400,00	33,33	33,33	16,67	48,60	531,93	6.383,20
SUELDO PERSONAL ADMINISTRATIVO							
DENOMINACION	SUELDOS	DECIMO CUARTO	DECIMO TERCERO	VACACION	APORTE PATRONAL 12.15%	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
SECRETARIA	366,00	30,50	30,50	15,25	44,47	486,72	5.840,63
ADMINISTRADORA	380,00	31,67	31,67	15,83	46,17	505,34	6.064,04

Anexo No 9. Encuestas dirigidas a los socios de la microempresa Sabores de mi Tierra, Sitio Las Guaijas, Cantón Santa Ana, Manabí.

1) Tiempo de socio en la microempresa

N°	Alternativas	Frecuencia	%
a.	3 años	1	4,00
b.	4 años	2	8,00
c.	5 años	3	12,00
d.	Más años	19	76,00
Total		25	100

Fuente: Información directa de campo
Elaboración: Mendoza Solórzano Wendy

Análisis

Las encuestas dirigidas al personal de esta microempresa, estableció que el 76% de sus integrantes señalaron tener más de 5 años funcionando en esta actividad, en relación a lo expresado por el resto de encuestado que indicaron tener un rango entre tres a cinco años en el 4% al 12%, podemos analizar con los resultados obtenidos que la microempresa que a pesar de no haber cumplido con sus metas, son pocos los socios que han disertado al emprendimiento y se han unido nuevos socios para fortalecer la microempresa.

2) ¿Cuántas personas laboran?

N°	Alternativas	Frecuencia	%
a.	10 personas	1	4,00
b.	15 personas	0	0,00
c.	20 personas	2	8,00
d.	25 personas	22	88,00
Total		25	100

Fuente: Información directa de campo
Elaboración: Mendoza Solórzano Wendy

Análisis

Los resultados sostuvieron que en esta actividad que comprende, recolección, producción, procesamiento y comercialización de los productos artesanales trabajan 25 personas, así opino el 88% de los encuestados, demostrando que existe malestar personal en la distribución de las actividades, lo que se sugirió mejorarlo dentro de la próxima asamblea para que exista un mejor ambiente de trabajo.

3) ¿Cuál producto que ofrece esta microempresa es el de mayor salida?

N°	Alternativas	Frecuencia	%
a.	Dulces elaborados con lácteos	17	68,00
b.	Dulces elaborados con frutas	5	20,00
c.	Conservas y mermeladas	2	8,00
d.	Frutas tropicales	1	4,00
Total		25	100

Fuente: Información directa de campo
Elaboración: Mendoza Solórzano Wendy

Análisis.

Las encuestas al personal de esta microempresa, mostraron que el producto de mayor salida y demanda se encuentra en los dulces elaborados de lácteos, que agrupa a los que rompopé, manjar de leche y natilla con un porcentaje del 68%. Mientras que el 20% atribuyó a los elaborados de frutas, como es guayaba, guineo y vinos. Mientras que las conservas y mermeladas con el 8% se identificaron a las mermeladas y conservas de pechiche y grosella y el 4% a las frutas tropicales, por lo que debe dársele una mejor promoción y comercialización a los productos que tienen menos aceptación en los consumidores, para que todos los socios trabajen equitativamente en la realización de los mismos.

4) ¿A qué se debe el mayor consumo de ese producto?

N°	Alternativas	Frecuencia	%
a.	Sabor agradable	8	32,00
b.	Calidad del producto	4	16,00
c.	Precios accesibles	12	48,00
d.	De mayor tiempo de perecibilidad	1	4,00
Total		25	100

Fuente: Información directa de campo
Elaboración: Mendoza Solórzano Wendy

Análisis

Los resultados de las encuestas, mostraron que en relación a que los dulces elaborados de leche, tienen mayor accesibilidad el 48% indicó por sus precios bajos en relación a la competencia. Mientras que el 32% a su sabor agradable; el 16% a la calidad artesanal del producto y el 4% mayor tiempo de perecibilidad. Sin embargo, en este mercado existe demanda de consumo de productos sustitutos, que podrían significar una amenaza a la hora de elección a optar por uno de los productos, que la empresa productora y comercializadora de dulces ofrece.

5) Procedencia de las personas adquieren los productos

N°	Alternativas	Frecuencia	%
a.	Cantón cercano (Santa Ana)	13	52,00
b.	De otros cantones	7	28,00
c.	De otras provincias	5	20,00
d.	De otros países	0	0,00
Total		25	100

Fuente: Información directa de campo
Elaboración: Mendoza Solórzano Wendy

Análisis

Señalaron tener un mercado cautivo refiriéndose a que las personas del cantón de Santa Ana son de costumbres arraigadas principalmente en sus comidas, por ello, el 52% de sus respuestas indica que son los que más consumen sus productos. Mientras que el 28% atribuye a que vienen personas de otros cantones con el fin de comprar para comercializar a gran escala y de otras provincias con el 20% con la misma finalidad.

6) Frecuencia de compras de los productos

N°	Alternativas	Frecuencia	%
a.	Semanal	4	16,00
b.	Quincenal	16	64,00
c.	Mensual	3	12,00
d.	De vez en cuando	2	8,00
Total		25	100

Fuente: Información directa de campo
Elaboración: Mendoza Solórzano Wendy

Análisis

Los resultados de las encuestas al personal que labora en esta microempresa, estableció que el 64% de sus clientes adquieren los variados productos cada quince días. Mientras que el 16% señalaron que lo realizan en forma semanal. El 12% mensual y el 8% de vez en cuando, por ello la importancia de aplicar un plan de negocios con el propósito de mantener activa sus compras a los potenciales demandantes, y aumentar el ingreso por ventas totales de la empresa.

7) Temporadas con mayor demanda de productos

N°	Alternativas	Frecuencia	%
a.	Días festivos	2	8,00
b.	Puentes vacacionales	6	24,00
c.	Fin de año	8	32,00
d.	Fines de semana	9	36,00
e.	Todos los días	0	0,00
Total		25	100

Fuente: Información directa de campo
Elaboración: Mendoza Solórzano Wendy

Análisis

Las encuestas aplicadas al personal de la microempresa Sabores de mi Tierra, indicaron que las fechas que más se venden y comercializan sus diferentes productos, el 36% atribuyó a los fines de semana. Mientras que el 32% ubicaron a las fiestas de fin de año. Sin embargo el 24% a los puentes vacacionales y el 8% a los días festivos, evidenciando que tiene buenas ventas los fines de semana, donde la afluencia está más bien dada por los convenios existentes con clientes intermediarios.

8) Materias prima que más utilizan

N°	Alternativas	Frecuencia	%
a.	De sector	23	92,00
b.	De otros lugares	2	8,00
Total		25	100

Fuente: Información directa de campo
Elaboración: Mendoza Solórzano Wendy

Análisis

Los resultados de las encuestas, al personal de esta empresa, determinaron que la materia prima que utilizan es del sector, así opinó el 92% en relación al 8% que indicaron que son adquiridas de otros lugares. Esto nos lleva a ratificar el compromiso que tiene esta

microempresa en sacar adelante a la gente de su zona, comprándoles los productos para la elaboración de los distintos productos que se ofrecen.

9) Cual es el canal de comunicación que mantiene la empresa

N°	Alternativas	Frecuencia	%
a.	Ninguno	15	60,00
b.	Publicidad radial	7	28,00
c.	Medios escritos	3	12,00
d.	Internet	0	0,00
Total		25	100

Fuente: Información directa de campo.
Elaboración: Mendoza Solórzano Wendy

Análisis

Las encuestas determinaron que en esta microempresa no se utiliza ningún tipo de promoción, así opino el 60% del personal que labora. Mientras que el 28% señalaron que utilizan la publicidad radial y el 12% a medios escritos. Este resultado es producto de la mentalidad empresarial que tienen los socios, que toman este rubro como un gasto.

10) Manejo de ingresos por ventas

N°	Alternativas	Frecuencia	%
a.	Semanal	1	4,00
b.	Mensual	4	16,00
c.	De vez en cuando	0	0,00
d.	No llevan contabilidad	20	80,00
Total		25	100

Fuente: Información directa de campo
Elaboración: Mendoza Solórzano Wendy

Análisis

Llevar la contabilidad es parte fundamental en la vida de una empresa, sea esta micro, mediana o grande. Las encuestas mostraron que el 80% de las personas que la conforman indicaron que

ellos no llevan contabilidad por sus ventas. En relación al 16% que llevan un cuaderno de venta, esto evidencia el desorden financiero que existe y que puede ser punto de discordia entre los socios por no tener las cuentas claras.

11) ¿Está de acuerdo con la imagen del producto?

N°	Alternativas	Frecuencia	%
a.	Cambiar imagen	15	60,00
b.	Retocar imagen	4	28,00
c.	Mantener imagen	5	12,00
d.	No usar imagen	1	0,00
Total		25	100

Fuente: Información directa de campo.
Elaboración: Mendoza Solórzano Wendy

Análisis

Las encuestas determinaron que el 60% los socios desean cambiar la imagen de su producto por algo más llamativo, el 20% opino que se lo debe de mantener, ya que se encuentra posicionado, el 16% se inclino a retocar el letrero. Este resultado nos permite proponer una nueva imagen para los productos Sabores de mi Tierra.

Anexo No. 10. Fotos de productos Sabores de mi Tierra



Productos artesanales que produce y comercializa



Anexo No.11. Proforma publicidad.

QUITO - GUAYAQUIL - PORTOVIEJO



RUC: 0924531668001

Urb. Metrópolis II. Etapa F Mz 2305 / V 2

Cel: 09 9 7 821 006
Guayaquil - Ecuador
e-mail: ventas.intomac@gmail.com

PROFORMA No. 000563



CLIENTE: Wendy Mendoza

RUC/Ci:

Telf:

Dirección: Santa Ana

Fecha: 1 de Agosto del 2016

Vence: 20 días

Estimada Wendy

Proformamos lo siguiente

2 Lonas Traslúcidas de 4m x 2m instaladas	\$ 180,00	\$ 360,00 + IVA
1000 Tarjetas de presentación full color		\$ 50,00 + IVA
1000 Hojas membretadas full color		\$ 85,00 + IVA
2 Banners con estructura Roll Up de 2m	\$ 60,00	\$ 120,00 + IVA

Saludos Cordiales
Boris Intriago Flor

* Favor considerar el IVA

ventas.intomac@gmail.com

QUANTICORP S.A

R.U.C. # 1391777833001

Portoviejo, 19 de julio del 2016


Señora:
Wendy Mendoza
Ciudad:

Por medio del presente, me dirijo a usted para indicarle el precio de los productos cotizados por Ud.

PROFORMA 20160719-001

CANTIDAD	DESCRIPCION	V. UNITARIO	TOTAL
8	Sillas Rimax color ratan	\$15.00	\$120.00
2	Mesas plásticas	\$25.00	\$50.00
1	Carpa plástica	\$35.00	\$35.00
		TOTAL	\$205.00

Seguros de poder satisfacer sus necesidades, quedo de usted.
Atentamente,


QUANTICORP S.A.
R.U.C. # 1391777833001
VENDEDORA AUTORIZADA
Srta. Johana Belgado
Departamento de Ventas
Quanticorp. S.A



DIRECCIÓN: Sucre y Angel Rafael Alava. Telf: 052-640999
• E-mail: miguelp32@hotmail.com • SANTA ANA - ECUADOR

Anexo no 12. Costos de producción por productos

PROCESO DEL MANJAR				
PRODUCCION				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	GRAMOS		
PRODUCTO UTILIZADO	240	240.000	1.920.000	23.040.000
PRODUCTO FINAL		96.000	768.000	9.216.000
TARRINAS DE 200 GRAMOS		480	3.840	46.080

MATERIA PRIMA				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	COSTO		
MATERIA PRIMA (LITROS DE LECHE)	240	\$ 120,00	\$ 960,00	\$ 11.520,00
AZUCAR (LIBRAS)	240	\$ 100,80	\$ 806,40	\$ 9.676,80
CANELA EN RAMA	3	\$ 3,00	\$ 24,00	\$ 288,00
ARROZ U OTRO ESPESANTE	1	\$ 1,00	\$ 8,00	\$ 96,00
ESPECIAS	1	\$ 0,80	\$ 6,40	\$ 76,80
EMBALAJE (TARRINAS Y ETIQUETA)	480	\$ 96,00	\$ 768,00	\$ 9.216,00
TOTAL		\$ 321,60	\$ 2.572,80	\$ 30.873,60

MANO DE OBRA				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	COSTO		
OBRERAS	3	\$ 73,02	\$ 584,16	\$ 7.009,92
SUPERVISORA	1	\$ 25,27	\$ 202,16	\$ 2.425,92
TOTAL		\$ 98,29	\$ 786,32	\$ 9.435,84

OTROS COSTOS DIRECTOS				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	COSTO		
LUZ (Kw)	25	\$ 2,50	\$ 20,00	\$ 240,00
GAS (und)	1	\$ 2,00	\$ 16,00	\$ 192,00
AGUA (mt3)	8,3	\$ 0,83	\$ 6,64	\$ 79,68
TOTAL		\$ 5,33	\$ 42,64	\$ 511,68

TOTAL COSTOS DIRECTOS	\$ 425,22	\$ 3.401,76	\$ 40.821,12
------------------------------	------------------	--------------------	---------------------

COSTOS INDIRECTOS				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	COSTO		
TRANSPORTE		\$ 24,00	\$ 192,00	\$ 2.304,00
MATERIALES DE LIMPIEZA		\$ 1,00	\$ 8,00	\$ 96,00
DESINFECTANTES DE LIMPIEZA		\$ 0,75	\$ 6,00	\$ 72,00
TOTAL		\$ 25,75	\$ 206,00	\$ 2.472,00

COSTO DIRECTO MAS INDIRECTO	\$ 450,97	\$ 3.607,76	\$ 43.293,12
------------------------------------	------------------	--------------------	---------------------

COSTOS DE CADA TARRINA DE MANJAR	\$ 0,94
---	----------------

PRECIOS	
P.V.P DE LA COMPETENCIA	\$ 2,50
P.V.P SABORES DE MI TIERRA	\$ 2,13
P.V.P EN FABRICA	\$ 1,49
MARGEN DE UTILIDAD BRUTA	\$ 0,55
RELACION ENTRE COSTOS DE PROCESO Y PRECIO VENTA	58,33%

PROCESO DEL ROMPOPE				
PRODUCCION				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	GRAMOS		
PRODUCTO UTILIZADO	120	120.000	480.000	5.760.000
PRODUCTO FINAL		168.000	672.000	8.064.000
BOTELLAS DE 500 GRAMOS		336	1.344	16.128

MATERIA PRIMA				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	COSTO		
MATERIA PRIMA (LITROS DE LECHE)	120	\$ 60,00	\$ 240,00	\$ 2.880,00
AZUCAR (LIBRAS)	120	\$ 50,40	\$ 201,60	\$ 2.419,20
HUEVOS	360	\$ 39,60	\$ 158,40	\$ 1.900,80
LICOR	1	\$ 2,50	\$ 10,00	\$ 120,00
CANELA EN RAMA	1	\$ 1,50	\$ 6,00	\$ 72,00
EMBALAJE (BOTELLAS Y ETIQUETA)	336	\$ 252,00	\$ 1.008,00	\$ 12.096,00
TOTAL		\$ 406,00	\$ 1.624,00	\$ 19.488,00

MANO DE OBRA				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	COSTO		
OBRERAS	3	\$ 73,02	\$ 292,08	\$ 3.504,96
SUPERVISORA	1	\$ 25,27	\$ 101,08	\$ 1.212,96
TOTAL		\$ 98,29	\$ 393,16	\$ 4.717,92

OTROS COSTOS DIRECTOS				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	COSTO		
LUZ (Kw)	25	\$ 2,50	\$ 10,00	\$ 120,00
GAS (und)	1	\$ 2,00	\$ 8,00	\$ 96,00
AGUA (mt3)	8,3	\$ 0,83	\$ 3,32	\$ 39,84
TOTAL		\$ 5,33	\$ 21,32	\$ 255,84

TOTAL COSTOS DIRECTOS	\$ 509,62	\$ 2.038,48	\$ 24.461,76
------------------------------	------------------	--------------------	---------------------

COSTOS INDIRECTOS				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	COSTO		
TRANSPORTE		\$ 16,80	\$ 67,20	\$ 806,40
MATERIALES DE LIMPIEZA		\$ 1,00	\$ 4,00	\$ 48,00
DESINFECTANTES DE LIMPIEZA		\$ 0,75	\$ 3,00	\$ 36,00
TOTAL		\$ 18,55	\$ 74,20	\$ 890,40

COSTO DIRECTO MAS INDIRECTO	\$ 528,17	\$ 2.112,68	\$ 25.352,16
------------------------------------	------------------	--------------------	---------------------

COSTOS DE CADA BOTELLA DE ROMPOPE	\$ 1,57
--	----------------

PRECIOS	
P.V.P DE LA COMPETENCIA	\$ 4,00
P.V.P SABORES DE MI TIERRA	\$ 3,40
P.V.P EN FABRICA	\$ 2,38
MARGEN DE UTILIDAD BRUTA	\$ 0,81
RELACION ENTRE COSTOS DE PROCESO Y PRECIO VENTA	51,41%

PROCESO DE LA NATILLA				
PRODUCCION				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	GRAMOS		
PRODUCTO UTILIZADO	240	240.000	960.000	11.520.000
PRODUCTO FINAL		168.000	672.000	8.064.000
TARRINAS DE 200 GRAMOS		840	3.360	40.320

MATERIA PRIMA				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	COSTO		
MATERIA PRIMA (LITROS DE LECHE)	240	\$ 120,00	\$ 480,00	\$ 5.760,00
MAICENA	40	\$ 34,00	\$ 136,00	\$ 1.632,00
PANELA	40	\$ 34,00	\$ 136,00	\$ 1.632,00
AZUCAR	80	\$ 33,60	\$ 134,40	\$ 1.612,80
CANELA	6	\$ 6,00	\$ 24,00	\$ 288,00
EMBALAJE (TARRINAS Y ETIQUETA)	840	\$ 168,00	\$ 672,00	\$ 8.064,00
TOTAL		\$ 395,60	\$ 1.582,40	\$ 18.988,80

MANO DE OBRA				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	COSTO		
OBRERAS	3	\$ 73,02	\$ 292,08	\$ 3.504,96
SUPERVISORA	1	\$ 25,27	\$ 101,08	\$ 1.212,96
TOTAL		\$ 98,29	\$ 393,16	\$ 4.717,92

OTROS COSTOS DIRECTOS				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	COSTO		
LUZ (Kw)	25	\$ 2,50	\$ 10,00	\$ 120,00
GAS (und)	1	\$ 2,00	\$ 8,00	\$ 96,00
AGUA (mt3)	8,3	\$ 0,83	\$ 3,32	\$ 39,84
TOTAL		\$ 5,33	\$ 21,32	\$ 255,84

TOTAL COSTOS DIRECTOS		\$ 499,22	\$ 1.996,88	\$ 23.962,56
------------------------------	--	------------------	--------------------	---------------------

COSTOS INDIRECTOS				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	COSTO		
TRANSPORTE		\$ 42,00	\$ 168,00	\$ 2.016,00
MATERIALES DE LIMPIEZA		\$ 1,00	\$ 4,00	\$ 48,00
DESINFECTANTES DE LIMPIEZA		\$ 0,75	\$ 3,00	\$ 36,00
TOTAL		\$ 43,75	\$ 175,00	\$ 2.100,00

COSTO DIRECTO MAS INDIRECTO		\$ 542,97	\$ 2.171,88	\$ 26.062,56
------------------------------------	--	------------------	--------------------	---------------------

COSTOS DE CADA TARRINA DE NATILLA	\$ 0,65
--	----------------

PRECIOS	
P.V.P DE LA COMPETENCIA	\$ 1,75
P.V.P SABORES DE MI TIERRA	\$ 1,49
P.V.P EN FABRICA	\$ 1,04
MARGEN DE UTILIDAD BRUTA	\$ 0,39
RELACION ENTRE COSTOS DE PROCESO Y PRECIO VENTA	61,09%

PROCESO DE LA MERMELADA				
PRODUCCION				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	GRAMOS		
PRODUCTO UTILIZADO	240	240.000	960.000	11.520.000
PRODUCTO FINAL		132.000	528.000	6.336.000
TARRINAS DE 200 GRAMOS		660	2.640	31.680

MATERIA PRIMA				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	COSTO		
MATERIA PRIMA (PULPA DE FRUTAS L)	240	\$ 120,00	\$ 480,00	\$ 5.760,00
AZUCAR	240	\$ 100,80	\$ 403,20	\$ 4.838,40
CANELA RAMA	6	\$ 6,00	\$ 24,00	\$ 288,00
ESENCIA DE VAINILLA	1	\$ 0,25	\$ 1,00	\$ 12,00
BICARBONATO	1	\$ 0,25	\$ 1,00	\$ 12,00
EMBALAJE TARRINAS	660	\$ 132,00	\$ 528,00	\$ 6.336,00
TOTAL		\$ 359,30	\$ 1.437,20	\$ 17.246,40

MANO DE OBRA				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	COSTO		
OBRERAS	3	\$ 73,02	\$ 292,08	\$ 3.504,96
SUPERVISORA	1	\$ 25,27	\$ 101,08	\$ 1.212,96
TOTAL		\$ 98,29	\$ 393,16	\$ 4.717,92

OTROS COSTOS DIRECTOS				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	COSTO		
LUZ (Kw)	25	\$ 2,50	\$ 10,00	\$ 120,00
GAS (und)	1	\$ 2,00	\$ 8,00	\$ 96,00
AGUA (mt3)	8,3	\$ 0,83	\$ 3,32	\$ 39,84
TOTAL		\$ 5,33	\$ 21,32	\$ 255,84

TOTAL COSTOS DIRECTOS		\$ 462,92	\$ 1.851,68	\$ 22.220,16
------------------------------	--	------------------	--------------------	---------------------

COSTOS INDIRECTOS				
DESCRIPCION	DIARIA		MENSUAL	ANUAL
	CANTIDAD	COSTO		
TRANSPORTE		\$ 33,00	\$ 132,00	\$ 1.584,00
MATERIALES DE LIMPIEZA		\$ 1,00	\$ 4,00	\$ 48,00
DESINFECTANTES DE LIMPIEZA		\$ 0,75	\$ 3,00	\$ 36,00
TOTAL		\$ 34,75	\$ 139,00	\$ 1.668,00

COSTO DIRECTO MAS INDIRECTO		\$ 497,67	\$ 1.990,68	\$ 23.888,16
------------------------------------	--	------------------	--------------------	---------------------

COSTOS DE CADA TARRINA DE MERMELADA	\$ 0,75
--	----------------

PRECIOS	
P.V.P DE LA COMPETENCIA	\$ 2,00
P.V.P SABORES DE MI TIERRA	\$ 1,70
P.V.P EN FABRICA	\$ 1,19
MARGEN DE UTILIDAD BRUTA	\$ 0,44
RELACION ENTRE COSTOS DE PROCESO Y PRECIO VENTA	57,82%

Anexo No 13. Capital de trabajo de un mes

DETALLE DE COSTOS Y GASTOS	UN MES	UN AÑO
COSTOS DIRECTOS	7.216,40	86.596,80
Materia Prima	2.160,00	25.920,00
Insumos	2.080,40	24.964,80
Embalaje y etiquetas	2.976,00	35.712,00
MANO DE OBRA	1.965,49	23.585,92
Sueldo de 3 obreras	1.460,16	17.521,88
Sueldo de 1 supervisora	505,34	6.064,04
OTROS COSTOS DIRECTOS	106,52	1.278,24
Consumo de luz	50,00	600,00
Consumo de gas	40,00	480,00
Consumo de agua	16,52	198,24
SUMAN COSTOS DIRECTOS	9.288,41	111.460,96
COSTOS INDIRECTOS	594,20	7.130,40
Transporte	559,20	6.710,40
Utiles y materiales de limpieza	20,00	240,00
Desinfectantes de limpieza	15,00	180,00
SUMAN COSTOS DIRECTOS + INDIRECTOS	9.882,61	118.591,36
GASTOS ADMINISTRATIVOS Y FINANCIEROS	1.408,87	16.906,47
Sueldo de secretaria por semana	486,72	5.840,63
Sueldo de administradora por semana	531,93	6.383,20
Material de oficina	10,00	120,00
Gastos de publicidad	91,60	1.099,20
Gastos de Interés crédito	288,62	3.463,44
SUMAN COSTOS TOTALES + ADMINISTRATIVOS	11.291,49	135.497,83