



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de proyecto de emprendimiento previo a la obtención del Título de Ingeniera de Empresas

TEMA: “Modelo de negocio para la producción de pasta de semillas del zapallo en la provincia de Tungurahua”

AUTORA: Narciza de Jesús Miniguano Montachana

TUTOR: Ing. Mg. Geovanny Fabricio Ríos Lara

AMBATO- ECUADOR

Febrero 2020



APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. Geovanny Fabricio Ríos Lara MBA

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutor del trabajo de titulación “**Modelo de negocio para la producción de pasta de semillas del zapallo en la provincia de Tungurahua**” presentado por la señora **Narciza de Jesús Miniguano Montachana** para optar por el título de Ingeniera de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho proyecto ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 28 de febrero del 2020



Ing. Geovanny Fabricio Ríos Lara

C.I. 1803081296

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Narciza de Jesús Miniguano Montachana**, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente proyecto, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Narciza de Jesús Miniguano Montachana

C.I.1805060801

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.



Dr. Kléver Armando Moreno Gavilanes

C.I.1802466370



Dr. Walter Ramiro Jiménez Silva

C.I.501797351

Ambato, 28 de febrero del 2020

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este proyecto dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



Narciza de Jesús Miniguano Montachana

C.I.1805060801

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico con mucho cariño y amor a mis hijas Guiliana y Emilia por ser mi fuente de motivación e inspiración para lograr superarme y ser un ejemplo para cada una de ellas.

A mi esposo Marco quien ha estado a mi lado durante estos años de estudios brindándome su apoyo incondicional para superarme cada día más y así poder luchar para que la vida nos depare un futuro mejor.

A mi madre María Luz quien es mi ejemplo por su lucha constante en alcanzar sus objetivos a mi padre Julio a mi hermana y hermanos por creer en mi capacidad quienes con sus palabras de aliento no me dejaban decaer para que siguiera adelante y cumpla con mis objetivos.

A mis sobrinos que por medio de sus alegrías me motivaron a seguir adelante.

Narciza Miniguano

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la fortaleza y la sabiduría para seguir adelante en los momentos más difíciles en los que pensaba que no podía continuar.

A los docentes de la Universidad Técnica de Ambato de la Facultad de Ciencias Administrativas quienes mediante sus conocimientos fueron parte fundamental en mi formación profesional y personal durante toda mi trayectoria universitaria.

A toda mi familia que durante estos años estuvieron a mi lado apoyándome y que día a día contribuyeron de alguna u otra manera a la conclusión de este proceso.

A mis compañeros y amigos con quienes compartí buenos y malos momentos entre alegrías y tristezas logramos terminar con satisfacción nuestra carrera universitaria e hicimos que nuestros sueños se hagan realidad.

Narciza Miniguano

INDICE GENERAL DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO	iv
DERECHOS DE AUTOR	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
INDICE GENERAL DE CONTENIDOS	viii
INDICE DE TABLAS.....	xiv
INDICE DE ILUSTRACIONES	xvii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xix
ABSTRACT	xx
CAPITULO I	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Definición del problema de investigación.....	1
1.1.1. Árbol de problemas	2
1.2. Análisis del problema	4
1.3. Análisis de involucrados	5
1.4. Análisis de objetivos.....	6
1.5. Alternativas de solución.....	7
CAPITULO II	8
DESCRIPCION DEL EMPRENDIMIENTO.....	8
2.1. Nombre del emprendimiento.....	8
2.2. Localización geográfica	8
2.3. Justificación.....	9

2.4. Objetivos.....	11
2.4.1. Objetivo general	11
2.4.2. Objetivos específicos	11
2.5. Beneficiarios	11
2.6. Resultados alcanzados.....	12
CAPITULO III	13
ESTUDIO DE MERCADO	13
3.1. Descripción del producto características y usos	13
3.2. Segmentación de Mercado	15
Validación de la encuesta a través del alfa de Cron Bach.....	19
3.3 Estudio de la demanda.....	34
3.3.1. Estudio de la demanda en personas	34
3.3.2. Estudio de la demanda en productos	36
3.4 Estudio de la oferta	37
3.4.1 Estudio de la oferta en personas	37
3.4.2. Oferta en productos.....	39
3.5. Demanda Potencial Insatisfecha del proyecto	41
3.6. Precio.....	42
3.7. Canales de comercialización.....	44
3.8. Canales de distribución	45
3.9. Estrategias de comercialización.....	47
CAPITULO IV.....	51
ESTUDIO TÉCNICO	51
4.1. Tamaño del emprendimiento	51
4.1.1. Factores determinantes del tamaño	51

4.1.2. Tamaño óptimo del proyecto cuantitativo	51
4.2. Localización.....	54
4.2.1. Localización optima del proyecto.....	54
4.2.2. Macro Localización.....	56
4.2.3. Micro Localización	57
4.3. Ingeniería del proyecto.....	57
a) Proceso	58
Diagrama de flujo.....	62
Símbolos de las normas ASME	62
Diagrama de flujo elaboración de la pasta de semillas del zapallo	63
Diagrama de flujo del proceso de producción de pasta de semillas del zapallo	64
Diagrama de bloques para la elaboración de la pasta de semillas de zapallo.	65
a) Balance de materiales.....	66
Característica de materiales e insumos.....	66
Materia prima	66
Materiales indirectos de fabricación.....	66
Insumos	67
a) Periodo operacional estimado de la planta	67
b) Capacidad de producción.....	67
Distribución de la planta (Layout)	69
CAPITULO V	71
ESTUDIO ORGANIZACIONAL	71
5.1 Aspectos Generales	71
5.2. Diseño Organizacional	71
5.2.1. Niveles Jerárquicos.....	71

5.2.2. Misión	73
5.2.3. Visión	73
5.2.4. Valores	73
5.2.5. Matriz Axiológica de Valores	73
5.3. Estructura Organizativa	74
5.4 Organigrama funcional	75
5.5 Manual de Funciones	76
CAPITULO VI	80
ESTUDIO FINANCIERO	80
6.1. Inversión en activos tangibles.....	80
Activos fijos	80
6.2. Inversión en Activos intangibles.....	81
Activos diferidos	81
6.3. Inversión en activo circulante o capital de trabajo.....	82
6.3.1 activo corriente o circulante	82
<input type="checkbox"/> Caja bancos	82
<input type="checkbox"/> Inventarios	82
<input type="checkbox"/> Lote económico	83
<input type="checkbox"/> Cuentas por cobrar.....	84
<input type="checkbox"/> Activo circulante.....	84
6.3.2. Pasivo Circulante.....	84
6.3.3. Capital de trabajo.....	85
6.4. Resumen de inversiones	85
(a) Inversión inicial	85
6.5. Financiamiento.....	85

6.6. Plan de inversiones.....	87
6.7. Presupuesto de costos e ingresos	87
Costos de producción	87
Costos Administrativos	90
Costos de ventas.....	91
Costo Financiero	92
6.7.1. Situación Financiera Actual.....	94
6.7.2. Situación financiera proyectada	95
6.7.3 Presupuesto de ingresos.....	96
6.7.4. Estado De Resultados.....	97
6.7.5. Flujo de Caja	98
6.8. Punto de equilibrio	99
6.8.1. Punto de equilibrio en unidades monetarias.....	99
6.8.2. Punto de equilibrio en unidades de producción.....	100
6.9. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación del proyecto	101
6.9.1. Calculo de la Tmar1 sin financiamiento	101
6.9.2. Calculo Tmar1 sin financiamiento	101
6.9.3. Calculo Tmar1 Global Mixto	102
6.9.4. Calculo Tmar2 Global Mixto	102
6.10. Valor Actual Neto 1 (VAN)	103
6.10.2. Calculo del Valor Actual Neto (2).....	103
6.11. Indicadores Financiero	104
6.11.1. Índice de Solvencia.....	104
6.11.2 Índice de liquidez.....	104
6.11.3. Índice de endeudamiento.....	105

6.11.4. Índice de apalancamiento.....	105
6.12. Tasa beneficio costo.....	105
6.13. Periodo de recuperación de la inversión.....	106
6.14. Tasa interna de retorno.....	106
6.15. Análisis de sensibilidad.....	107
6.15.1. Escenario Optimista + 10%.....	107
6.15.1.1. Flujo de Efectivo Escenario Optimista + 10%.....	108
6.15.2. Calculo del Valor Actual Neto 1.....	109
6.15.3. Calculo del Valor Actual Neto 2.....	109
6.15.4. Calculo de la tasa Beneficio Costo.....	110
6.15.5. Calculo del periodo de recuperación de la inversión (Optimista).....	110
6.15.6. Calculo de la Tasa interna de retorno (optimista).....	110
6.16. Escenario Pesimista -10%.....	111
6.16.1. Flujo de Efectivo escenario pesimista -10%.....	112
6.16.1 cálculo del Valor actual neto 1.....	113
6.16.2 cálculo del Valor actual neto 2.....	113
6.15.4. Calculo de la tasa Beneficio Costo.....	114
6.15.5. Calculo del periodo de recuperación de la inversión (pesimista -10%).....	114
6.15.6. Calculo de la Tasa interna de retorno (pesimista -10%).....	114
CAPITULO VII.....	116
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	116
7.1. CONCLUSIONES.....	116
7.2. RECOMENDACIONES.....	117
Bibliografía.....	118
ANEXOS.....	122

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis de Involucrados	5
Tabla 2 Descripción del producto.....	14
Tabla 3 Segmentación de Mercado.....	16
Tabla 4 Proyección Mercado Objetivo	17
Tabla 5 Escala Coeficiente Alfa de Cron Bach.....	19
Tabla 6 Compra productos responsablemente.....	21
Tabla 7 Aceptación de compra del producto.....	22
Tabla 8 Información sobre los beneficios del producto.....	23
Tabla 9 Frecuencia de consumo	24
Tabla 10 Precio del producto.....	25
Tabla 11 Lugares de comercialización del producto	26
Tabla 12 Tipo de presentación del producto	27
Tabla 13 Factores que se consideran importantes al comprar un producto	28
Tabla 14 Que tipo de promoción desea adquirir por la compra de nuestro producto.....	29
Tabla 15 ES buena esta idea de negocio	30
Tabla 16 Medios de comunicación más utilizados	31
Tabla 17 Recomendación del producto.....	32
Tabla 18 Opinión del emprendimiento	33
Tabla 19 proyección de la demanda en personas	35
Tabla 20 Calculo de la Demanda en producto.....	36
Tabla 21 Proyección de la demanda en producto	36
Tabla 22 Oferta en personas proyectado.....	38
Tabla 23 Oferta en productos	39
Tabla 24 Oferta en producto proyectado.....	40
Tabla 25 Calculo de la demanda potencial insatisfecha	41
Tabla 26 Calculo del Precio proyectado	43
Tabla 27 Análisis FODA.....	48
Tabla 28 Estrategias FODA	49

Tabla 29 DPI Proyectado	52
Tabla 30 Demanda potencial insatisfecha.....	53
Tabla 31 Localización por puntos ponderados.....	55
Tabla 32 Proceso estado inicial	60
Tabla 33 Simbología normas ASME	62
Tabla 34 Materia Prima.....	66
Tabla 35 Costos indirectos de fabricación	66
Tabla 36 Insumos.....	67
Tabla 37 Capacidad de producción.....	68
Tabla 38 Maquinaria y equipo.....	68
Tabla 39 Equipo de computo.....	68
Tabla 40 Muebles y Enceres	68
Tabla 41 Suministros de oficina	69
Tabla 42 Suministros de limpieza.....	69
Tabla 43 Niveles Jerárquicos	72
Tabla 44 Matriz Axiológica	73
Tabla 45 Activos Fijos	81
Tabla 46 Activos Diferidos	82
Tabla 47 Activo Circulante	84
Tabla 48 Financiamiento.....	86
Tabla 49 Financiamiento en instituciones financieras.....	86
Tabla 50 Plan de inversiones para la empresa.....	87
Tabla 51 Materia Prima.....	87
Tabla 52 Insumos.....	88
Tabla 53 Costos indirectos de fabricación	88
Tabla 54 Cargos depreciación y amortización	88
Tabla 55 Mantenimiento de maquinaria y equipos.....	89
Tabla 56 Mano de obra directa.....	89
Tabla 57 Costos totales de producción	90
Tabla 58 Servicios básicos	90
Tabla 59 Sueldos.....	90

Tabla 60 Suministros de oficina	90
Tabla 61 Artículos de limpieza.....	91
Tabla 62 Costos administrativos totales.....	91
Tabla 63 Sueldo y salario del vendedor	91
Tabla 64 Transporte	91
Tabla 65 Costo de venta total	92
Tabla 66 Préstamo bancario	92
Tabla 67 Resumen de presupuestos de costos.....	93
Tabla 68 Presupuesto de Ingresos.....	96
Tabla 69 Punto de equilibrio	99
Tabla 70 Tmar1 Global Mixto.....	102
Tabla 71 Tmar2 Global Mixto.....	102

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1	Árbol de problemas	3
Ilustración 2	Análisis de objetivos.....	6
Ilustración 3	Micro localización	8
Ilustración 4	Compra productos responsablemente	21
Ilustración 5	Aceptación de compra del producto	22
Ilustración 6	Información sobre los beneficios del producto	23
Ilustración 7	Frecuencia de consumo.....	24
Ilustración 8	Precio del producto	25
Ilustración 9	Lugares de comercialización del producto	26
Ilustración 10	Tipo de presentación del producto	27
Ilustración 11	Factores que se consideran importantes al comprar un producto.....	28
Ilustración 12	Que tipo de promoción desea adquirir por la compra de nuestro producto	29
Ilustración 13	ES buena esta idea de negocio	30
Ilustración 14	los medios de comunicación más utilizados	31
Ilustración 15	Recomendación del producto	32
Ilustración 16	Opinión del emprendimiento.....	33
Ilustración 17	Demanda en personas	35
Ilustración 18	Demanda en producto	37
Ilustración 19	Oferta en personas proyectado	38
Ilustración 20	oferta en producto proyectado.....	40
Ilustración 21	Calculo de la demanda potencial insatisfecha.....	41
Ilustración 22	Cálculo del precio proyectado.....	43
Ilustración 23	Canal de distribución camino corto	46
Ilustración 24	Canal de distribución camino mediano.....	47
Ilustración 25	Tamaño óptimo del proyecto	53
Ilustración 26	Macro localización	56
Ilustración 27	Microlocalizacion	57
Ilustración 28	Diagrama de flujo	63
Ilustración 29	Diagrama de flujo por procesos.....	64

Ilustración 30 Diagrama de bloques	65
Ilustración 31 Distribución de la planta	70
Ilustración 32 Punto de equilibrio.....	100

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa SEMINNOV es una empresa que se dedica a la producción y comercialización de pasta de semillas del zapallo que se encuentra ubicada en la parroquia Pinlo de la ciudad de Ambato en la provincia de Tungurahua.

El presente proyecto tiene como finalidad aprovechar la materia prima existente en la provincia de Tungurahua para la elaboración de nuestro producto, debido a que los agricultores por su desconocimiento no explotan estos recursos, específicamente las semillas del zapallo que por mucho tiempo se ha considerado como un desecho que no tiene ningún valor monetario, según estudios recientes se dan a conocer los beneficios y los ingresos que se generan al comercializar este tipo de producto por ende se ha tomado como material exclusivo para el desarrollo de este proyecto .

El proyecto de emprendimiento se compone de un estudio de mercado por el cual nos permite identificar gustos y preferencias de las personas especialmente se tomó como una muestra la población económicamente activa de la provincia de Tungurahua, un estudio técnico donde se determinó la localización óptima para iniciar las operaciones de la empresa, mediante un estudio económico financiero se determinó la factibilidad y la rentabilidad que se generara. El proyecto se desarrolló bajo el método descriptivo cuantitativo método que ayudo a obtener datos mediante una encuesta los cuales ayudo a conocer la aceptación del producto, precio, promociones, medios de comercialización estos factores se consideran importantes ya que nos da a conocer las expectativas del consumidor.

Así la propuesta resultante del emprendimiento me llevo a elaborar un modelo de negocio donde se produciría pasta de semillas del zapallo poniendo a disposición de nuestros potenciales clientes un producto de calidad cien por ciento natural.

PALABRAS CLAVES: INDUSTRIA ALIMENTARIA, SEMILLAS DE ZAPALLO, MERCADO, TUNGURAHUA, EMPRENDIMIENTO.

ABSTRACT

The company SEMINNOV is a company dedicated to the production and marketing of pumpkin seed paste that is located in the Pinllo parish of the city of Ambato in the province of Tungurahua.

The purpose of this project is to take advantage of the existing raw material in the province of Tungurahua for the elaboration of our product, because the farmers, due to their ignorance, do not exploit these resources, specifically the pumpkin seeds that have long been considered as a waste that does not have any monetary value, according to recent studies, the benefits and revenues generated by marketing this type of product are disclosed, therefore it has been taken as exclusive material for the development of this project.

The entrepreneurship project is composed of a market study whereby we can identify people's tastes and preferences, especially the economically active population of the province of Tungurahua was taken as a sample, a technical study where the optimal location to start was determined. The company's operations, through a financial economic study, the feasibility and profitability that was generated were determined. The project was developed under the quantitative descriptive method that helped to obtain data through a survey which helped to know the acceptance of the product, price, promotions, marketing means these factors are considered important since it makes us aware of consumer expectations.

Thus, the proposal resulting from the venture led me to develop a business model where pumpkin seed paste would be produced by making available to our potential customers a product of a hundred percent natural quality.

KEY WORDS: FOOD INDUSTRY, PUMPKIN SEEDS, MARKET, TUNGURAHUA, ENTREPRENEURSHIP.

CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Definición del problema de investigación

Limitaciones para incrementar la productividad y rentabilidad de los productores del zapallo.

La línea de investigación que se aplicara en el presente proyecto es el emprendimiento y economía popular y solidaria con el cual se creara un plan de negocio para la producción y comercialización de pasta de semillas del zapallo dicha propuesta será también de ayudar tanto a los agricultores quienes son productores del zapallo y en segundo lugar ayudaría a generar empleo a otras personas quienes formaran parte de la empresa.

La historia del zapallo remonta de los años 2600 antes de la colonización española el zapallo es una planta originaria de América estudios revelan que junto con el maíz el poroto fueron la base de la alimentación de los Incas, Aztecas y Mayas, la palabra zapallo deriva del quechua (sapallu) la lengua de los Incas, después de la conquista española se dispersó por todo el mundo hoy en día es un producto consumido ampliamente (AGRONLINE, 2018).

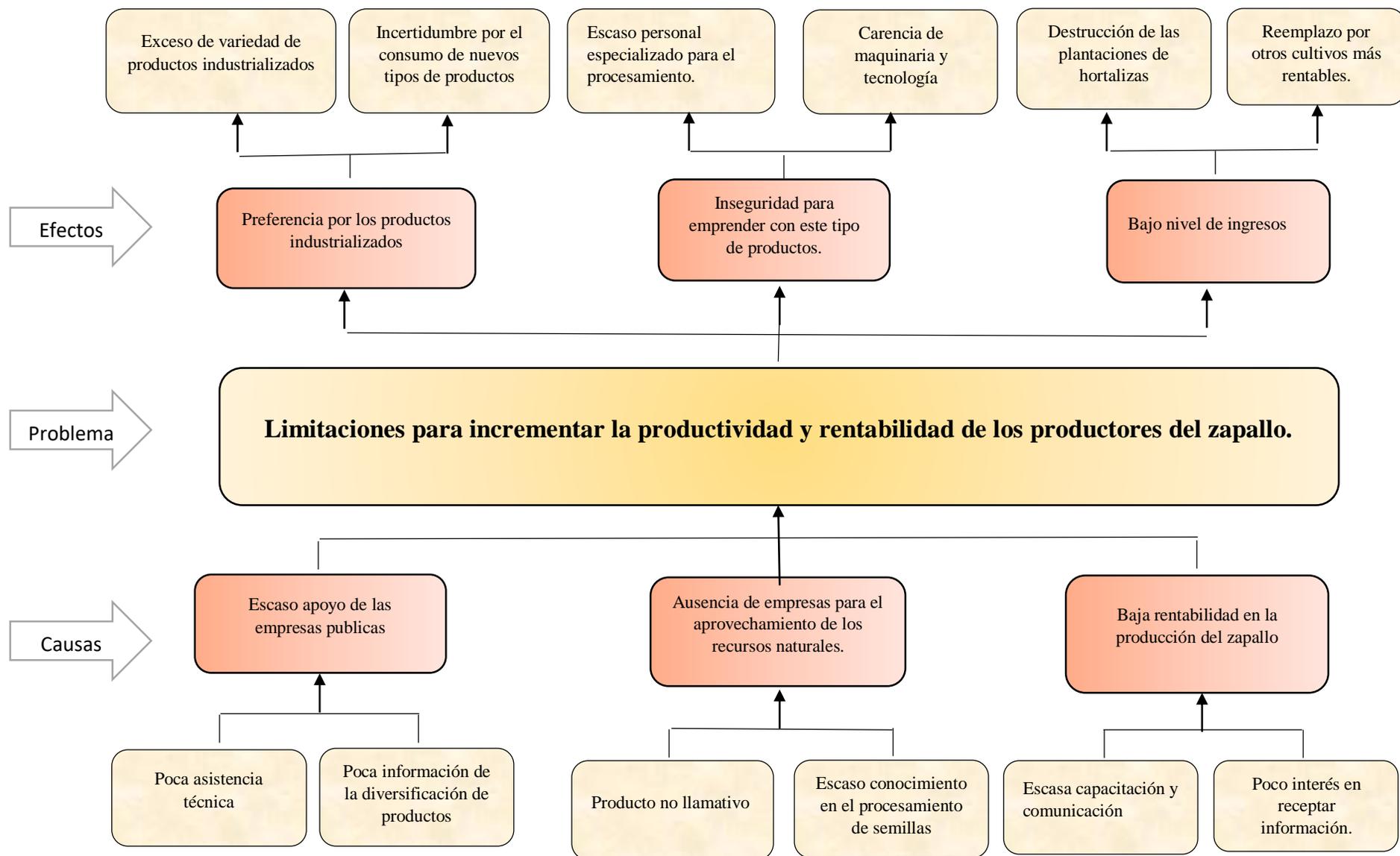
Con la industrialización se da paso a innovar en varios productos con este tipo de hortalizas y sus derivados como las semillas de zapallo que han incursionado en diversos productos, en la revista líderes se menciona múltiples emprendimientos se hace mención uno de ellos en los cuales tres jóvenes emprendedoras residentes de la ciudad de Ibarra ellas elaboran productos con semillas de zapallo algunos de ellos son la granola, barras energéticas los precios oscilan entre 1,50 \$ el kilos hasta 2.00 \$ la producción actual es de 10.000 kilos al mes (Lideres, 2017).

1.1.1. Árbol de problemas

El árbol de problemas es una técnica que se emplea para identificar una situación negativa como problema central la cual se intenta solucionar analizando relaciones de tipo causa y efecto para esto se debe formular un problema central de modo que se genere varias alternativas de solución (UNESCO, 2017).

ARBOL DE PROBLEMAS

Ilustración 1 Árbol de problemas



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Narciza Miniguano

1.2. Análisis del problema

El problema es las limitaciones para incrementar la productividad y rentabilidad de los productores del zapallo.

Este problema se genera por el escaso apoyo de las empresas públicas a los agricultores quienes son los productores del zapallo en los cuales se ve reflejado con la baja rentabilidad por la poca asistencia técnica y la escasa información que imparten estas instituciones para el mejor manejo del cultivo.

Por otro lado, el efecto es la preferencia por los productos sustitutos esto se da al exceso de variedad de productos industrializados en el mercado y la inseguridad en el consumo de nuevos tipos de productos.

Existe ausencia de empresas para el aprovechamiento de estos recursos esto se da porque las personas consideran que el producto no es llamativo y el escaso desconocimiento en el procesamiento de las semillas.

El efecto es la inseguridad que existe para emprender con este tipo de productos esto se da por el escaso personal especializado para el procesamiento de estos productos seguido de la carencia de maquinaria y tecnología.

Baja rentabilidad en la producción de zapallo por la falta de capacitación en el aprovechamiento de todos los recursos.

El efecto que ocasiona es el bajo nivel de ingresos por el cual optan por reemplazar por otros cultivos que realmente generen rentabilidad por lo tanto los cultivos son destruidos.

1.3. Análisis de involucrados

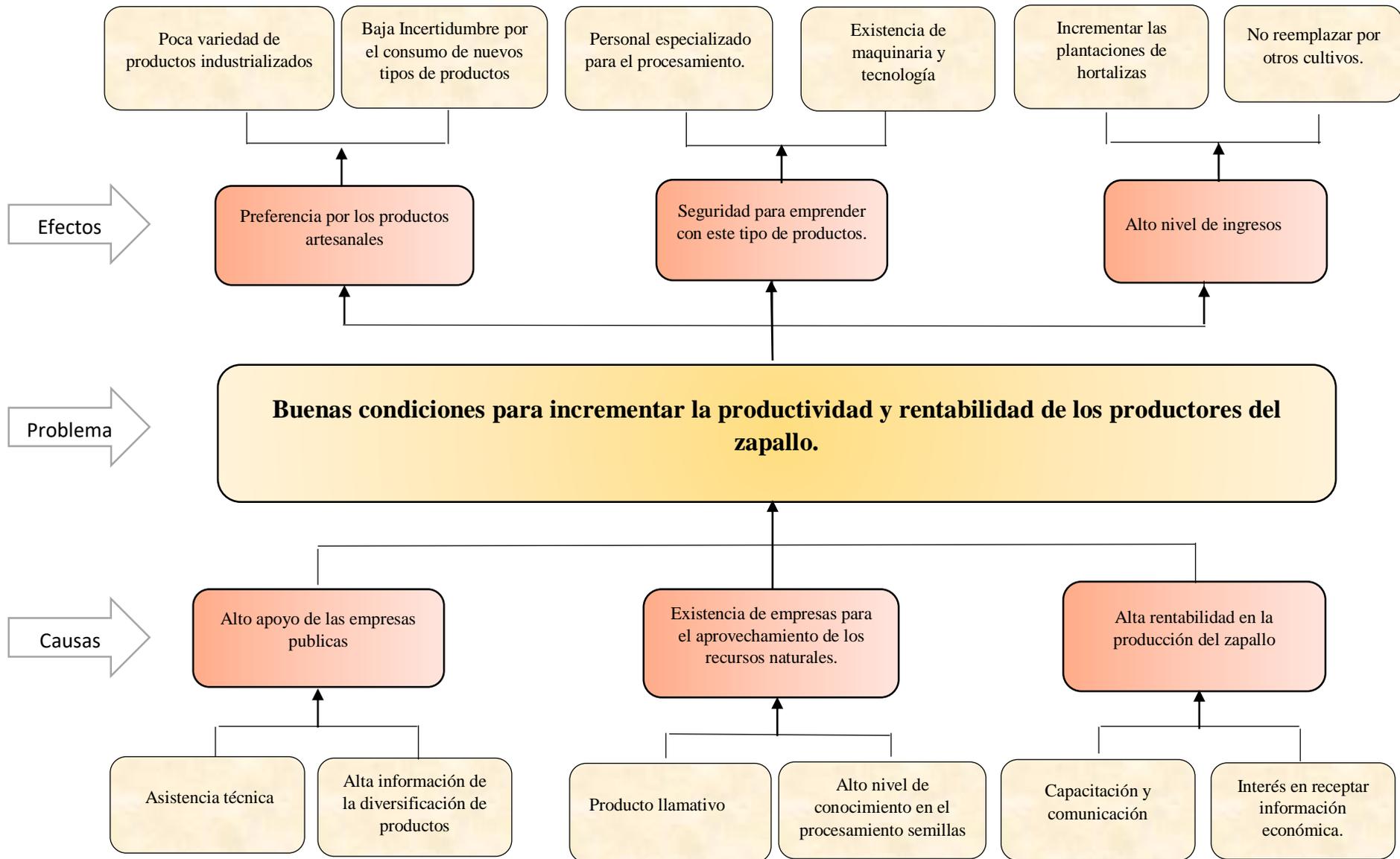
Tabla 1 Análisis de Involucrados

GRUPOS	INTERESES	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS Y MANDATOS
AGRICULTORES	Masificar su producción para obtener mayores ingresos	Los agricultores venden sus productos a bajos precios	Ley de economía popular y solidaria
CLIENTES	Accesibilidad a un producto de buena calidad	Existencia de productos industrializados poco saludables	INEN
MAGAP	Capacitación para mejorar sus cultivos así obtener productos de calidad	Inexistencia de proyectos innovadores	Reglamento interno de la administración pública
GADS	Aplicar ordenanzas y reglamentos para las pequeñas empresas	Dificultad para obtener los permisos a tiempo	Ordenanza Municipal Código orgánico de ordenamiento territorial Art.2 Remisión de intereses multas y recargos
EMPLEADOS	Acceder a un empleo digno y estabilidad laboral	Altos niveles de desempleo en el Ecuador Explotación laboral.	Código de trabajo Seguridad laboral

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Narciza Miniguano

1.4. Análisis de objetivos

Ilustración 2 Análisis de objetivos



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Narciza Miniguano

1.5. Alternativas de solución

- Creación de un plan de negocio para el procesamiento de pasta de semillas del zapallo.
- Aliarse con otra empresa para dar a conocer el producto.
- Expandir a nuevos mercados con productos innovadores
- Socializar los beneficios que presenta este tipo de productos.

CAPITULO II

DESCRIPCION DEL EMPRENDIMIENTO

2.1. Nombre del emprendimiento

“Modelo de negocio para la producción de pasta de semillas del zapallo en la provincia de Tungurahua”

2.2. Localización geográfica

Zona: Tres

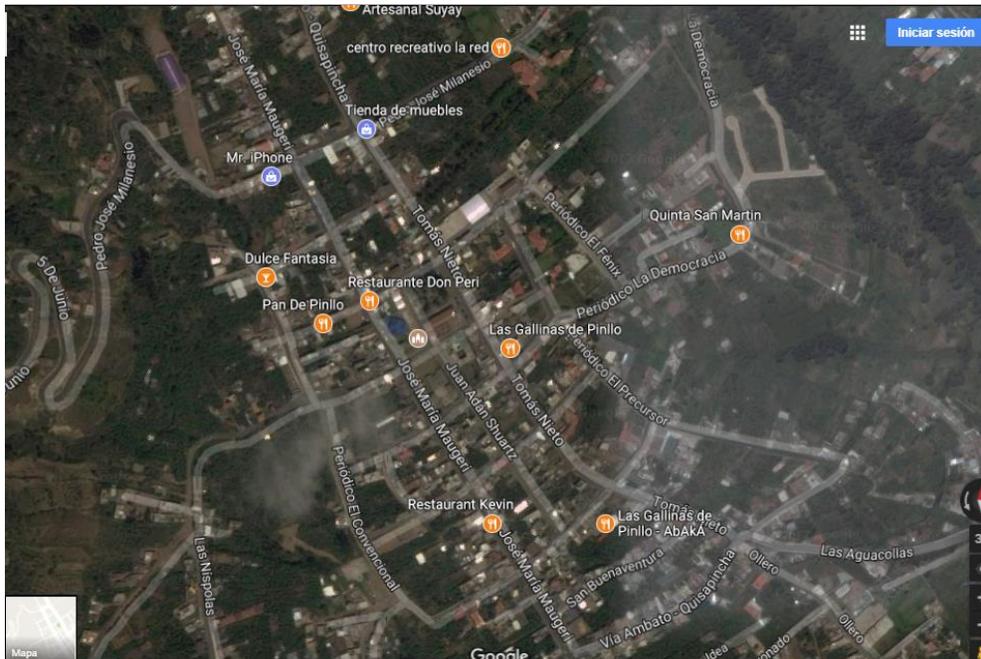
Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: San Bartolomé de Pinllo

Calle: La Nación y Nieto Polo

Ilustración 3 Micro localización



Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/place/Pinllo,+Ambato/@-346968,-78.6429531,1567m/data>

Elaborado por: Narciza Miniguano

2.3. Justificación

El presente proyecto será elaborado como un estudio previo o modelo de negocio para el procesamiento de pasta de semillas de zapallo en la provincia de Tungurahua.

En la provincia de Tungurahua se pretende implementar este tipo de emprendimiento con productos nuevos elaborados a base de semillas de zapallo lo cual beneficiara a las familias productoras de este tipo de hortalizas con un ingreso adicional por la venta de estas, y por ende al desarrollo productivo y comercial de la provincia también se ha visto como una oportunidad para atender los gustos y preferencias de un determinado segmento de mercado que se encuentra desatendido, también el presente proyecto nos permitirá obtener información sobre la rentabilidad económica y el nivel de aceptación el producto en el mercado y sobre todo la puesta en marcha del proyecto.

Las semillas del zapallo se pueden utilizar en algunos sistemas de la agroindustria contienen una serie de propiedades nutritivas que pueden utilizarse como un producto alimenticio ya que el perfil de ácidos grasos del aceite de las semillas presenta el 29% de ácidos oleico y un 51.9% de ácido linoleico que están relacionados también como beneficios para la salud los cuales ayudan a combatir enfermedades en el organismo, son consideradas antiparasitarias por excelencia también se le han empleado para tratar trastornos renales, problemas en el tracto urinario, gastritis (Rossel, Ortiz, Amante, Duran, & Lopez, 2018).

Las semillas del zapallo son planas ovales de color verde claro su aprovechamiento es con fines comestibles y medicinales se lo clasifica como una oleaginosa abundante en proteína, aminoácidos esenciales, grasas poliinsaturadas, fitoesteroles, minerales, vitaminas y aceites los cuales proporcionan grandes beneficios a la salud (Rossel, Ortiz, Amante, Duran, & Lopez, 2018).

Las semillas del zapallo, como las de girasol y otras semillas, son una buena fuente de proteínas, grasas insaturadas, vitaminas, minerales y compuestos bioactivos, que en conjunto brindan diversos beneficios a la salud, por ejemplo, las pepitas son ricas en magnesio y ácidos grasos comúnmente conocidos como omega 3, además de tener fibra,

que benefician la salud cardiovascular, disminuyendo la presión alta, entre otras funciones (Muñoz, 2018).

En la gastronomía nacional también son utilizadas las semillas de zapallo en los grandes hoteles y restaurantes con estas se han permitido innovar la cocina de sal y dulce las recetas más elaboradas son ají, salsa, trufas de chocolate, dulce de semillas, helados, barras energéticas, harina de semillas de galletas y pan de semillas las cuales son apetecidas por los habitantes de la región.

Según el objetivo 10 del Plan Nacional del Buen Vivir: Impulsar la transformación de la matriz productiva, la constitución establece la construcción de un sistema económico justo, democrático, productivo, solidario, sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo (art.276), en el que los elementos de transformación productiva se orienta a incentivar la transformación productiva se orienten a incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento, la inserción estratégica en la economía mundial y la producción complementaria en la integración regional; asegurar la soberanía alimentaria; incorporar valor agregado con eficiencia y dentro de los límites biofísicos de la naturaleza; a lograr un desarrollo equilibrado e integrado de los territorios; a propiciar el intercambio justo de mercado y el acceso a recursos productivos; y a evitar la dependencia de importaciones de alimentos (art.284) (SENPLADES, 2013).

Según la Política 1 del Ministerio de Industrias y Productividad menciona que fomentar sectores, industrias y actividades productivas, de mayor valor agregado establece incentivos para atraer la inversión hacia sectores y actividades productivas para la producción, industrialización, comercialización de productos agrícolas, forestales y pecuarios para la elaboración de bienes de consumo alimenticio y no alimentario (que sirve como materia prima) (MIPRO, 2013).

2.4. Objetivos

2.4.1. Objetivo general

Determinar la factibilidad para la creación de un modelo de negocio para producción y comercialización de pasta de semillas de zapallo en la provincia de Tungurahua

2.4.2. Objetivos específicos

- Desarrollar una investigación de mercado para determinar el nivel de aceptación del producto y diagnosticar la existencia de otras empresas dedicadas al procesamiento de pasta de semillas del zapallo.
- Mediante el estudio técnico analizar la factibilidad de que el producto se puede elaborarse.
- Demostrar la factibilidad económica y financiera para la elaboración de la pasta de las semillas del zapallo.

2.5. Beneficiarios

Directos

Los agricultores mediante la creación de esta empresa se beneficiarán unas 3000 personas quienes son productores de este cucurbitácea, zapallo que será utilizado como la principal materia prima para la elaboración del producto.

La sociedad se beneficiará mediante las fuentes de trabajo que se generará al crearse la empresa y se amparará bajo el código del trabajo generando un empleo digno con responsabilidad y obligaciones con cada uno de ellos.

Los habitantes de la provincia de Tungurahua serán nuestros potenciales clientes adquiriendo nuestros productos elaborados a base de productos orgánicos cien por ciento naturales apto para el consumo humano y sobre todo para cuidar la salud.

Indirectos

El aporte económico que se dará a la sociedad es mediante el pago de impuestos de forma transparente y responsable cumpliendo la ley tributaria que se rige en el país.

La empresa tendrá responsabilidad en cuidar la naturaleza ya que en su proceso no se admitirán productos químicos tóxicos que afecten el medio ambiente.

2.6. Resultados alcanzados

La empresa generara nuevos productos a base de semillas del zapallo que beneficiara y mejorara la salud alimentaria de cada uno de las personas sean que presenten deficiencia en su salud y para en otras ayudara a mantener una buena salud y evitar enfermedades.

Los resultados que se pretende alcanzar son el estudio económico y financiero para poder proyectarse acerca de la inversión en el emprendimiento y saber si es rentable o no dicha inversión además del estudio de mercado para poder establecer la demanda del nuevo producto que se pretende elaborar el cual al ser factible se contribuirá a la generación de empleo y el desarrollo del país.

La empresa tiende a tener un gran impacto social y económico con el aporte al cambio de la matriz productiva y a la generación de empleo de manera directa e indirecta mejorando así la calidad de vida de los involucrados en dicho proyecto.

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Descripción del producto características y usos

Un producto es cualquier bien material, servicio o idea que tiene un valor para el consumidor y es susceptible a satisfacer un gusto o una necesidad que puede ser o no necesaria satisfacerla por completo (Pérez & Pérez, 2016).

Producto, bien tangible o intangible propone que los consumidores prefieren los productos que ofrecen mayor calidad, rendimiento o características innovadoras los cuales llama mucho la atención de los posibles clientes (Kotler & Keller, 2016).

Un producto es cualquier cosa que pueda captar la atención de un mercado para su adquisición consumo y uso que además puede satisfacer una necesidad o deseo. Por lo tanto, se puede decir que un producto es un conjunto tangible de atributos reunidos en forma identificable.

Propiedades

Las semillas contienen cantidades regulares de carbohidratos tienen un apreciable valor proteico. Alimento medianamente energético y reconstituyente.

Contiene energía 600kcal, Grasas totales 56.40g, Fibra 12.5g, Azucares 1.1 g, Proteínas 28.60, Vitamina E 26mg, Natrium18mg, Fosforo 1170mg, Hierro 15mg, agua% 4.6, hidratos de carbono 7.1g los cuales ayudaran a mantener una dieta saludable libre de grasas y previene enfermedades cardiovasculares.

Atributos

Es un producto 100% natural no produce reacciones negativas en la salud producto beneficioso para personas con problemas cardiovasculares y ayuda a prevenir el mismo y también para personas que tengan otro tipo de enfermedad y que no pueden consumir productos que tengan un alto nivel en grasa, el producto estará compuesto por materia prima de calidad y cien por ciento natural.

Usos

El principal uso de la pasta de semillas de zapallo es el uso gastronómico las semillas es apreciada en la cultura local. Para prepararlas se deja primero secar, se pelan y luego se tuestan. Se usan como cucayo acompañad de maíz tostado y chochos. También se preparan en salsa moliéndolas en piedra o licuándolas; esta salsa acompaña platos como el cuy asado o la gallina criolla. (Sharon, 2016)

Producto

Tabla 2 Descripción del producto

PROPIEDADES	ATRIBUTOS	USOS
<p>➤ Homogéneo</p> <p>Se forma de un solo elemento como materia prima</p>  <p>➤ Tangible</p> <p>Producto perceptible a los sentidos y fáciles de identificar.</p> 	<p>El producto es elaborado con materia prima de calidad y con personal altamente calificado para su producción.</p>  	<p>Satisfacer las necesidades alimenticias saludablemente de toda la población.</p>   <p>Mezclamos el dulce con las pepas de ZAMBO</p>  

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Narciza Miniguano

3.2. Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado, las empresas dividen mercados grandes y heterogéneos en segmentos pequeños para intentar llegar a ellos de manera eficiente y efectiva con bienes y servicios que se ajusten a sus necesidades (Kotler & Armstrong, 2017).

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños internamente homogéneos, la esencia de la segmentación es conocer realmente a los consumidores (Farías, 2014).

La segmentación de mercado divide un mercado en partes bien definidas, consiste en un grupo de clientes que comparten similares necesidades y deseos identificando el número adecuado y la naturaleza de los segmentos que conforman el mercado para decidir a qué segmento se dirigirá (Kotler & Keller, Dirección de Marketing, 2016).

La segmentación de mercado es un proceso de división del mercado en subgrupos identificando comportamientos similares entre personas en un determinado mercado tratando de formar un grupo con características análogas.

a) Población

Conjunto de elementos (finito o infinito) definido por una o más características de que gozan todos los elementos que lo componen para un estudio general (Espinoza, 2017).

Una población consta de una colección de individuos u objetos a los que se les observa las características particulares que será uno de los factores de estudio (Dominguez & Dominguez, 2015).

Población conjunta de individuos que poseen características similares mismas que servirán para ser estudiados según las necesidades que poseen.

Tabla 3 Segmentación de Mercado

Variable de segmentación	Variable	Dato	Fuente	Año
Geográfica	Tungurahua	504583	INEC	2010
Demográfica	Población económicamente activa	56372	INEC	2010

Fuente: INEC

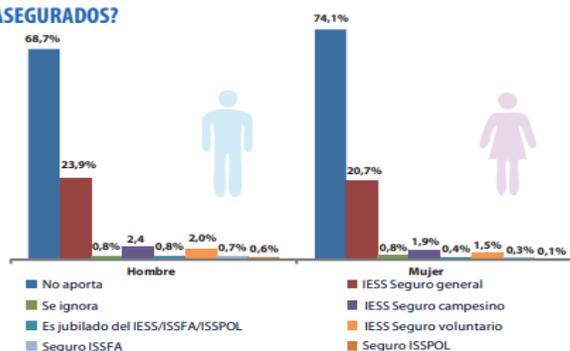
Elaborado por: Narciza Miniguano



¿QUÉ CANTIDAD DE HAB. DE TUNGURAHUA ESTÁN ASEGURADOS?

Aporte o afiliación*	Personas
No aporta	163.419
IESS Seguro general	51.699
Se ignora	1.946
IESS Seguro campesino	4.949
Es jubilado del IESS/ISSFA/ISSPOL	1.477
IESS Seguro voluntario	4.094
Seguro ISSFA	1.241
Seguro ISSPOL	959

*Personas ocupadas de 18 años y más.



Fuente: INEC

Para el proyecto de emprendimiento de pasta de semillas de zapallo se ha considerado a los habitantes de la provincia de Tungurahua, de los cuales los datos se han tomado de la página del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) donde se muestra la población comprendida por 504.583 habitantes, para realizar este proyecto se ha tomado datos de la PEA población económicamente activa que corresponde a 56372 personas según al censo del 2010.

Tasa de crecimiento poblacional

Tabla 4 Proyección Mercado Objetivo

Año	Mercado Objetivo	TCP 1.54%
2014	59926	909
2015	60848	923
2016	61785	937
2017	62737	951
2018	63703	966
2019	64684	981

Fuente: INEC

Elaborado por: Narciza Minigano

El mercado objetivo para el año 2014 fue de 59926 mientras tanto al realizar la proyección con la tasa de crecimiento poblacional del 1.54% al 2019 nos da un valor de 64684 personas quienes serán nuestros potenciales clientes, se ha tomado como un segmento a la población económicamente activa en edades comprendidas entre 25 a 60 años a quienes nos dirigiremos como objeto de estudio.

Muestra

Un segmento o parte de una población seleccionada con el propósito de conocer algunos aspectos o característica de esa población de allí se puede decir que la muestra es parte representativa de la población (wordpress.com, 2016).

La muestra es una parte o porción representativa de un conjunto de una población, universo o social que ha sido obtenida con el fin de investigar ciertos distintivos del mismo (Scott, 2016).

La muestra es una parte de la población que se tomara como objetivo de estudio para conocer las características gustos y preferencias de estas de algo en particular (Dominguez & Dominguez, 2015).

La muestra es una parte de una población que sirve como objeto de estudio por sus características, propiedades similares sometida a estudios análisis y experimentos y obtener un resultado a concretarse según su interés de estudio.

Método

Para realizar el estudio de este emprendimiento se utilizará el método cuantitativo ya que nos vamos a enfocar en un grupo específico de personas para obtener la muestra se utilizará la fórmula de cálculo de la población finita ya que es medible tiene un inicio y un fin y la población es menor a 500000.

Formula: $n = \frac{Z^2PQN}{Z^2PQ + Ne^2}$

Donde

n: Tamaño de la muestra

Z: Nivel de confianza 95%

P: Probabilidad a favor 50%

Q: Probabilidad en contra 50%

N: Población de universo

e: Nivel de error 5%

Aplicación

$$n = \frac{Z^2PQN}{Z^2PQ + Ne^2}$$
$$n = \frac{1.96^2(0.50)(0.50)(64684)}{1.96^2(0.50)(0.50) + (64684)0.05^2}$$

$$n=384$$

Análisis:

Al aplicar la fórmula de la población finita, se estableció una muestra de 384 personas a las cuales se realizará la respectiva encuesta para verificar la viabilidad del producto, con un mercado objetivo de 64684 personas.

Validación de la encuesta a través del alfa de Cron Bach

Tabla 5 Escala Coeficiente Alfa de Cron Bach

Intervalos al que pertenece el coeficiente alfa de Cron Bach	Valoración de la fiabilidad
.09	Excelente
.08	Bueno
.07	Aceptable
.06	Cuestionable
.05	Es pobre
<.05	Inaceptable

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Narciza Miniguano

Escala: TODAS LAS VARIABLES

Resumen del procesamiento de los casos

	N	%
Válidos	384	100.0
Casos Excluidos	0	.0
Total	384	100.0

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cron Bach	N de elementos
.708	13

Dónde:

K= número de ítems (preguntas)

$\sum V_i$ = Sumatoria Varianza independiente

V_t = Varianza Total

Formula: $\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$

$$\alpha = \frac{13}{13 - 1} \left[1 - \frac{4.6}{11.7} \right]$$

$$\alpha = 1.08[0.61]$$

$$\alpha = 0.7$$

Al aplicar la fórmula del Alfa de Cron Bach se logró determinar que la encuesta tiene una confiabilidad de consistencia interna alta con un coeficiente de 0.7 considerada aceptable por lo tanto se concluye que la encuesta es aceptable según la escala de fiabilidad.

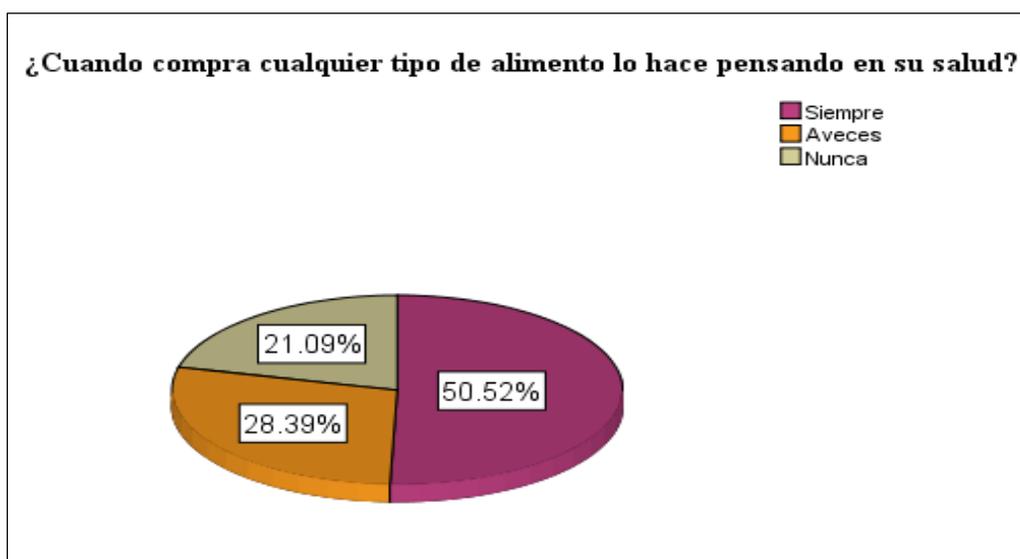
1.- ¿Cuándo compra cualquier tipo de alimento lo hace pensando en su salud?

Tabla 6 Compra productos responsablemente

Respuesta	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje
Siempre	194	32678	51
A veces	109	18360	28
Nunca	81	13644	21
Total	384	64684	100

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Narciza Miniguano

Ilustración 4 Compra productos responsablemente



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Narciza Miniguano

Análisis e interpretación

De las **384** personas encuestadas que corresponde al 100% del mercado objetivo el 51 % que corresponde a 194 personas dicen que compra alimentos pensando siempre en su salud, el 28 % corresponde a 109 personas dicen que a veces piensa en su salud antes de comprar alimentos y un 21% que corresponde a 81 personas dicen que nunca piensan en su salud antes de realizar sus compras, según los datos obtenidos se puede observar que la mayoría de personas encuestadas realizan sus compras pensando en su salud.

2.- ¿Si en esta ciudad se produciría y comercializara pasta de semillas de zapallo, usted estaría dispuesto a comprarlas?

Tabla 7 Aceptación de compra del producto

Respuesta	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje
Si	375	63390	98
No	9	1294	2
Total	384	64684	100.0%

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

Ilustración 5 Aceptación de compra del producto



Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación

De las **384** personas encuestadas que corresponde al 100% del mercado objetivo el 98% que corresponde a 375 personas dicen que están dispuestas a comprar la pasta de semillas de zapallo, el 2% restante que corresponde a 9 personas dicen que no estaría dispuesto a comprar estos productos. Según los datos obtenidos el producto es aceptado ya que la mayoría de personas están dispuestas a comprar el producto.

3.- ¿Usted desearía que nosotros impartamos información sobre los beneficios que poseen las semillas de zapallo?

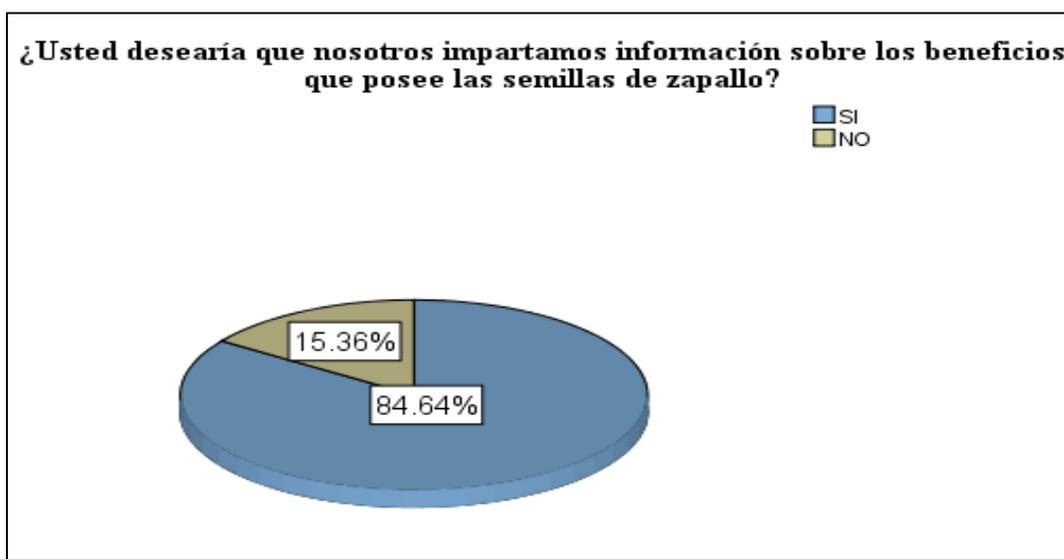
Tabla 8 Información sobre los beneficios del producto

Respuesta	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado	Porcentaje
Si	325	54745	85
No	59	99384	15
total	384	64684	100

Elaborado por: Narciza Miniguano

Fuente: Investigación de campo

Ilustración 6 Información sobre los beneficios del producto



Elaborado por: Narciza Miniguano

Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación

De las **384** personas encuestadas que corresponde al 100% del mercado objetivo el 85% que corresponde a 325 personas si desearían que impartamos información acerca de los beneficios que poseen las semillas de zapallo, el 15% restante que corresponde a 59 personas dicen que no desearían que impartamos información acerca de los beneficios que poseen las semillas de zapallo, de acuerdo a los datos obtenidos la mayoría prefiere que se imparta información sobre los beneficios.

4.- ¿Anualmente cuantas libras de pasta de semilla de zapallo usted consumiría?

Tabla 9 Frecuencia de consumo

Respuesta	frecuencia muestral	frecuencia mercado	porcentaje
de 1 a 3	25	4528	7
de 4 a 6	224	37517	58
de 7 o mas	135	22639	35
total	384	64684	100

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

Ilustración 7 Frecuencia de consumo



Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

De **384** personas que corresponde a 100% del mercado objetivo el 58% que corresponde a 224 dice que anualmente compraría de 4 a 6 libras de pasta de semillas de zapallo, en cuanto al 35% que corresponde a 135 personas dicen que compraría de 7 o más libras anualmente, y el 7 % restante que corresponde 25 personas dicen que comprarían de 1 a 3 libras, lo cual en su mayoría dice compraría de 4 a 6 libras es un porcentaje mayor en relación a los demás.

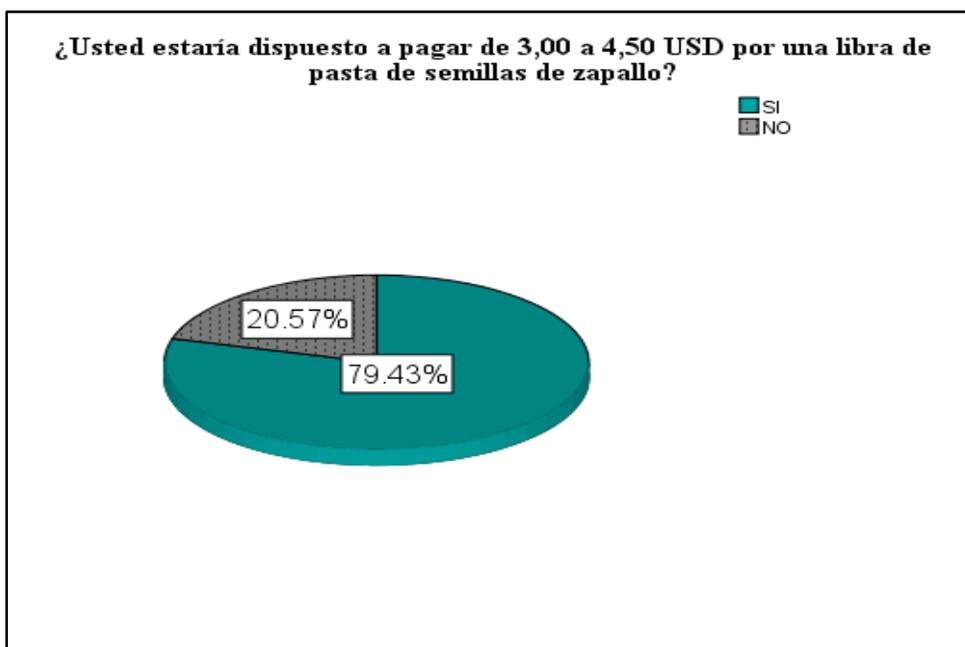
5.- ¿Usted estaría dispuesto a pagar de 3,00 a 4,50 USD por una libra de pasta de semillas de zapallo?

Tabla 10 Precio del producto

Respuesta	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado	Porcentaje
Si	305	51377	79%
No	79	13307	21%
Total	384	64684	100%

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

Ilustración 8 Precio del producto



Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación

De las **384** personas que corresponde al 100% del mercado objetivo el 79% que corresponde a 305 personas dicen que si pagarían de 3.00 a 4.50 usd por nuestro producto y un 21% que corresponde a 79 personas dijeron que no pagarían dicho valor por el producto elaborado a base de semillas de zapallo.

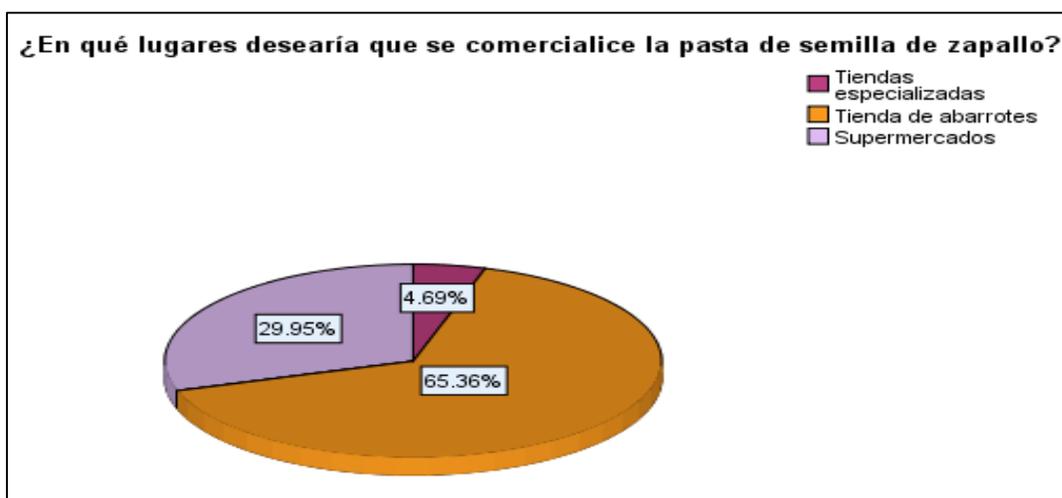
6.- ¿En qué lugares desearía que se comercialice la pasta de semilla de zapallo?

Tabla 11 Lugares de comercialización del producto

Respuesta	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje
Tiendas especializadas	18	3032	5%
Tienda de abarrotes	251	42281	65%
Supermercados	115	19372	30%
Total	384	64684	100%

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

Ilustración 9 Lugares de comercialización del producto



Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación

De **384** personas encuestadas que corresponde a 100% del mercado objetivo el 65% que corresponde a 251 dice que le gustaría que se comercialice el producto en una tienda de abarrotes, en cuanto al 30% que corresponde a 115 personas dice que le gustaría que se comercialice en supermercados, y el 5% restante que corresponde 18 personas dice que le gustaría que se realice la comercialización en tiendas especializadas los datos se puede observar que es un porcentaje muy bajo en relación con el 65% que tienen preferencia por tienda de abarrotes.

7.- ¿En qué tipo de presentación le gustaría que se comercialice la pasta de semillas de zapallo?

Tabla 12 Tipo de presentación del producto

Respuesta	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje
Funda de empaque al vacío	241	40596	63%
Envase plástico desechable	96	16171	25%
Envase de vidrio	47	7917	12%
Total	384	64684	100%

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

Ilustración 10 Tipo de presentación del producto



Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación

De **384** personas encuestadas que corresponde a 100% del mercado objetivo el 63% que corresponde a 241 personas dice que le gustaría que se comercialice el producto en funda de empaque al vacío, en cuanto al 25% que corresponde a 95 personas dice que se comercialice en envases de plástico desechable, y el 12% restante que corresponde 47 personas dice que se comercialice en envases de vidrio.

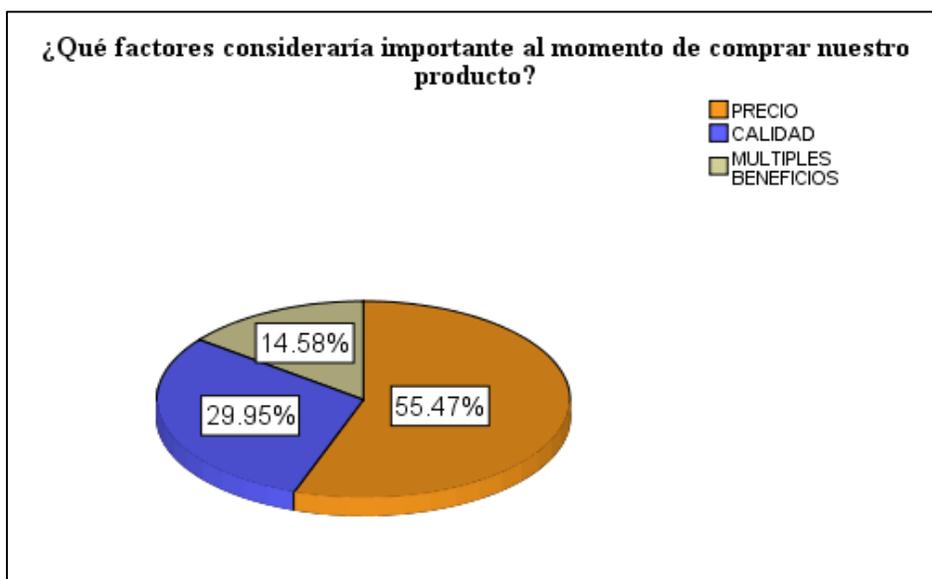
8.- ¿Qué factores consideraría importante al momento de comprar nuestro producto?

Tabla 13 Factores que se consideran importantes al comprar un producto

Respuesta	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje
Precio	213	35879	55%
Calidad	115	19372	30%
Múltiples beneficios	56	9433	15%
Total	384	64684	100%

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

Ilustración 11 Factores que se consideran importantes al comprar un producto



Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación

De **384** personas encuestadas que corresponde a 100% del mercado objetivo el 55% que corresponde a 213 personas dicen que un factor importante para comprar es el precio, en cuanto al 30% que corresponde a 115 personas dice que el factor importante para comprar es la calidad, y el 15% restante que corresponde 56 personas consideran que tener múltiples beneficios es un factor importante al momento de realizar las compras.

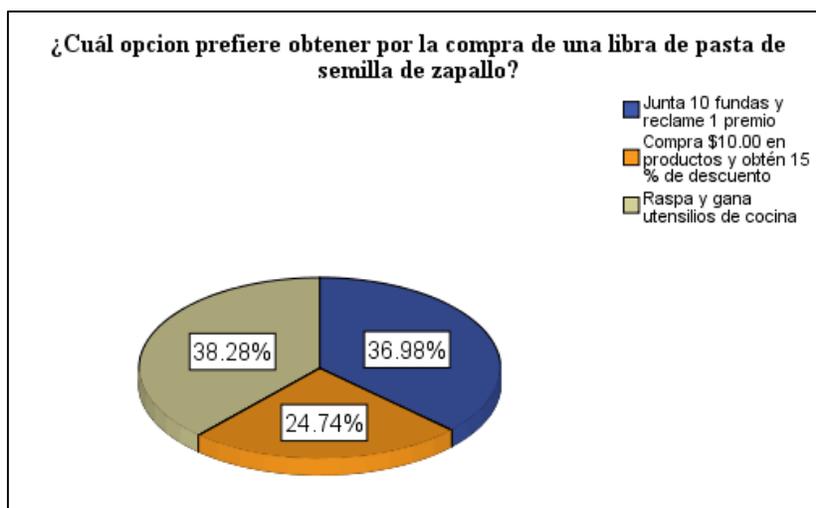
9.- ¿Cuál opción prefiere obtener por la compra de una libra de pasta de semilla de zapallo?

Tabla 14 *Que tipo de promoción desea adquirir por la compra de nuestro producto*

Respuesta	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje
Junta 10 fundas y reclame un premio	142	23920	37%
Compra 10\$ y recibe un descuento del 15%	95	16003	25%
Raspa y gana utensilios de cocina	147	24762	38%
Total	384	64684	100%

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

Ilustración 12 *Que tipo de promoción desea adquirir por la compra de nuestro producto*



Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación

De **384** personas que corresponde a 100% del mercado objetivo el 38% que corresponde a 147 personas les gustaría recibir por la compra de un producto una raspa y gana utensilios de cocina, en cuanto al 37% que corresponde a 142 personas les gustaría recibir un premio juntando 10 fundas del producto, y el 25% restante que corresponde 95 personas les gustaría recibir un descuento del 15% en compras de \$ 10.00 usd.

10.- ¿Usted considera que esta idea de negocio es buena?

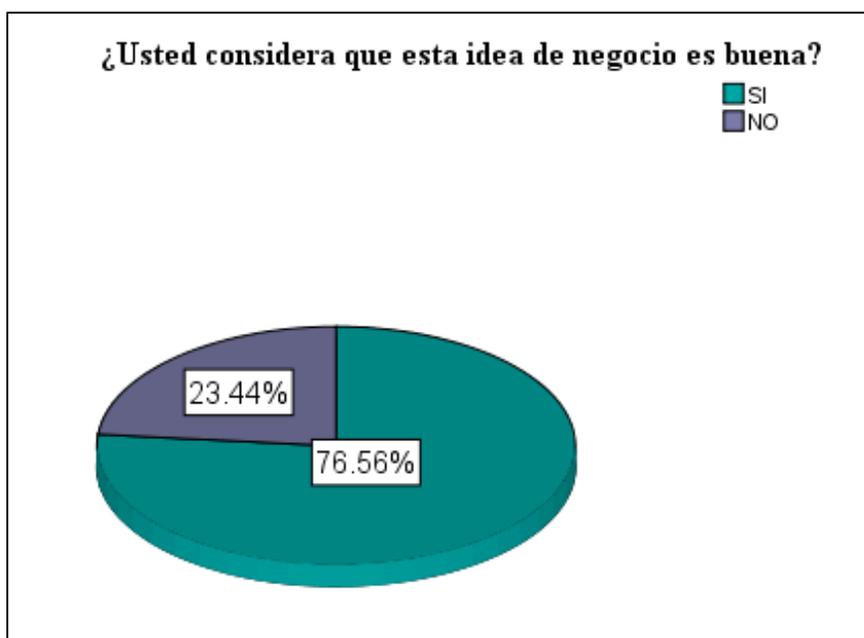
Tabla 15 ES buena esta idea de negocio

Respuesta	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje
Si	294	49524	77%
No	90	15160	23%
Total	384	64684	100%

Elaborado por: Narciza Miniguano

Fuente: Investigación de campo

Ilustración 13 ES buena esta idea de negocio



Elaborado por: Narciza Miniguano

Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación

De las **384** personas encuestadas que corresponde al 100% del mercado objetivo el 77% que corresponde a 294 personas si consideran que esta idea de negocio es buena, el 23% restante que corresponde a 90 personas dice que esta idea de negocio no es buena, en consecuencia, la mayoría de personas encuestadas dicen que esta idea de negocio es buena.

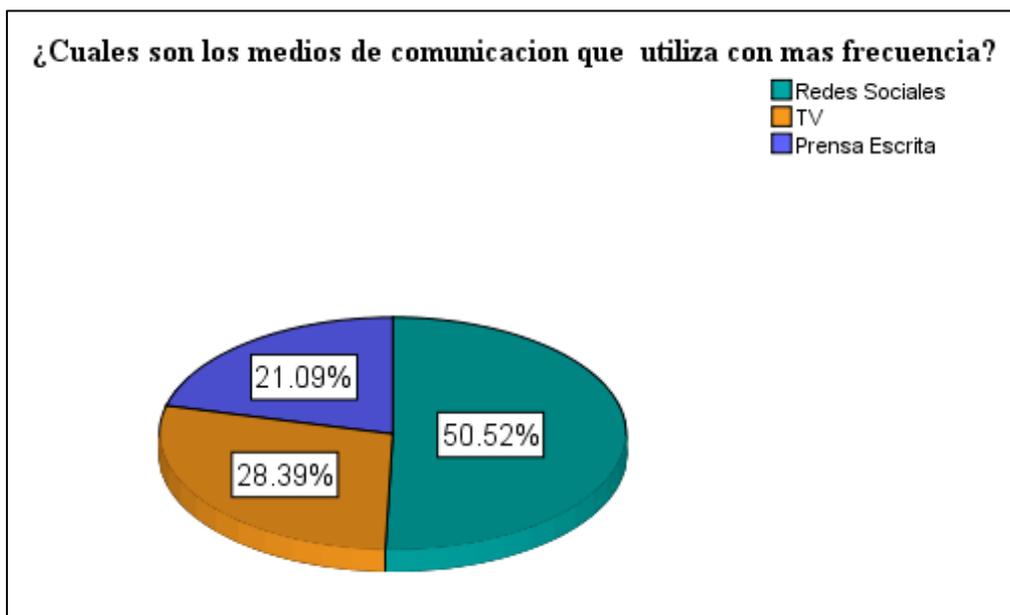
11.- ¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza con más frecuencia?

Tabla 16 Medios de comunicación más utilizados

Respuesta	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje
Redes sociales	194	32679	51%
Tv	109	18361	28%
Prensa escrita	81	13644	21%
Total	384	64684	100%

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

Ilustración 14 los medios de comunicación más utilizados



Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación

De **384** personas encuestadas que corresponde a 100% del mercado objetivo el 51 % que corresponde a 194 personas les gustaría recibir información por medio de las redes sociales las cuales son más visitadas por la mayoría de personas, en cuanto al 28% que corresponde a 109 personas les gustaría recibir información por medio de televisión, el otro 21% que corresponde 81 personas les gustaría recibir información por medio de la prensa escrita.

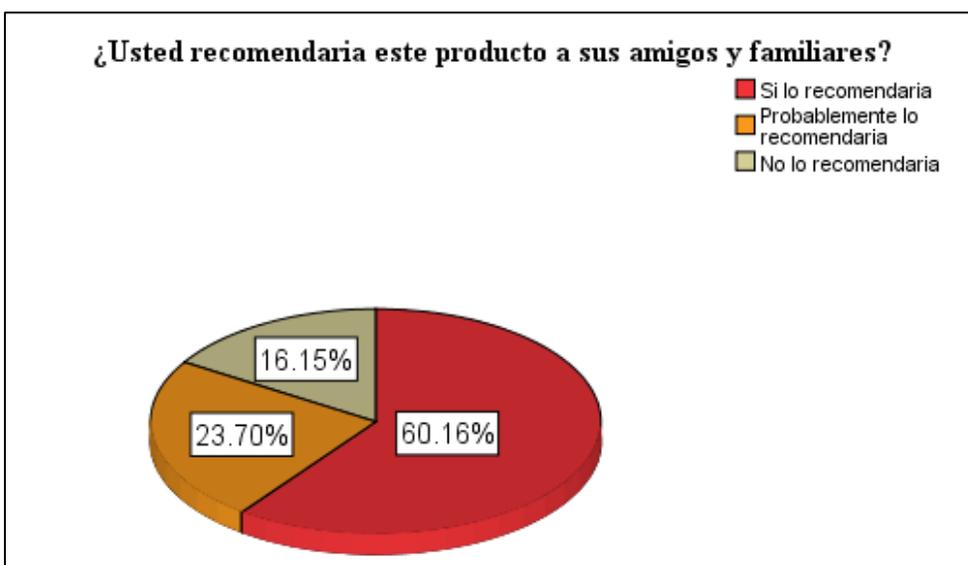
12.- ¿Usted recomendaría este producto a sus amigos y familiares?

Tabla 17 Recomendación del producto

Respuesta	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje
Si lo recomendaría	231	38912	60%
Probablemente lo recomendaría	91	15329	24%
No lo recomendaría	62	10444	16%
Total	384	64684	100%

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

Ilustración 15 Recomendación del producto



Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación

De **384** personas encuestadas que corresponde a 100% del mercado objetivo el 60% que corresponde a 231 personas si recomendaría nuestro producto a sus amigos y familiares, en cuanto al 24% que corresponde a 91 personas probablemente recomendaría nuestro producto, el otro 16 % que corresponde 62 personas dicen que no lo recomendaría nuestro producto, por lo tanto, si analizamos los datos tenemos mayor aceptación en que se recomendaría nuestro producto.

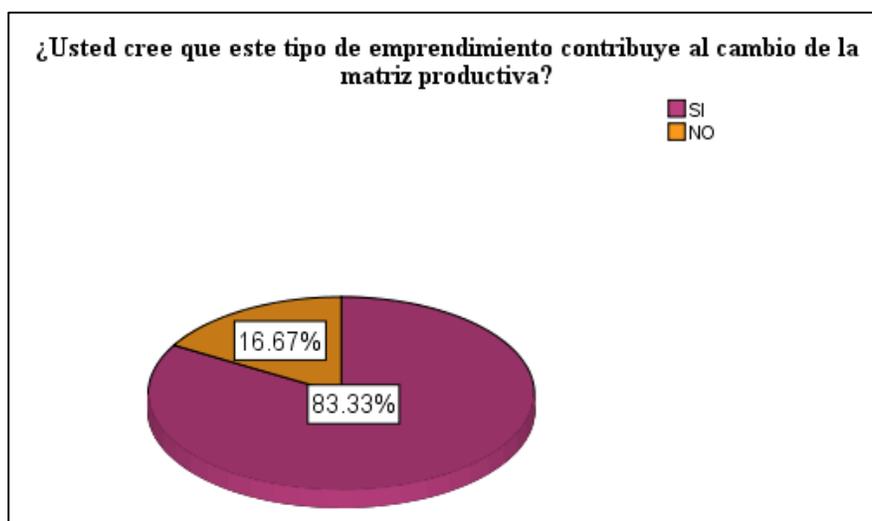
13.- ¿Usted cree que este tipo de emprendimiento contribuye al cambio de la matriz productiva?

Tabla 18 Opinión del emprendimiento

Respuesta	Frecuencia muestral	Frecuencia mercado objetivo	Porcentaje
Si	320	53903	83%
No	64	10781	17%
Total	384	64684	100%

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

Ilustración 16 Opinión del emprendimiento



Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

Análisis e interpretación

De las **384** personas encuestadas que corresponde al 100% del mercado objetivo el 83% que corresponde a 320 personas si están de acuerdo que este tipo de emprendimiento contribuye al cambio de la matriz productiva, el 17% restante que corresponde a 64 personas dicen que este tipo de emprendimiento no contribuye al cambio de la matriz productiva del ecuador.

3.3 Estudio de la demanda

La demanda son las cantidades demandadas de un bien que los consumidores deseen y puedan comprar y se las exponen en un mercado comercial para satisfacer una necesidad de consumo ya sea este de un bien producto o servicios (Mochon, 2017).

La demanda nos muestra la cantidad de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a comprar a diferentes precios (Graue, 2014).

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que los compradores están dispuestos a adquirir en un mercado establecido pagando una cierta cantidad por ello y según las condiciones establecidas.

3.3.1. Estudio de la demanda en personas

a) Explicación

Este resultado se obtiene de la totalidad de la proyección del mercado objetivo para el año 2019 establecido anteriormente.

A	B	C	D
Año	Mercado Meta	% de aceptación	Demanda de personas
2019	64684	98%	63390

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

A. Año de proyección establecido

B. Mercado Meta proyectado año 2019

C. Porcentaje de aceptación del producto

Esta respuesta se obtiene de las encuestas tabuladas específicamente de la pregunta 2 en la que (375) personas es decir un 98% de personas dieron una respuesta positiva a esta pregunta.

D. Esta respuesta se obtiene multiplicando el mercado meta proyectado al año 2019 por el % de aceptación la cual nos da un valor de 63390 personas.

Proyección de la demanda en personas

Tabla 19 proyección de la demanda en personas

Año	Demanda en personas	TCP
2019	63390	1.54%
2020	64366	976
2021	65357	991
2022	66364	1007
2023	67386	1022
2024	68424	1038

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: INEC

Ilustración 17 Demanda en personas



Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

Análisis

De acuerdo a los cálculos se determinó la demanda para el año 2019 se obtuvo 63390 personas los cuales dijeron que, si comprarían la pasta de semillas de zapallo, mientras según los cálculos realizados después de la proyección con la TCP del 1.54% para el año 2024 se tendrá una demanda de 68424 personas.

3.3.2. Estudio de la demanda en productos

a) Explicación

Los cálculos se realizaron de acuerdo a la pregunta 4 de la encuesta que dice ¿Anualmente cuantas libras de pasta de semillas de zapallo usted consumiría?

Se multiplica la demanda por cada uno de los porcentajes el cual nos da como resultado la población luego se multiplica por la cantidad promedio dando como resultado la cantidad el cual multiplicamos por el año el cual nos da la cantidad de compra anual.

b) Aplicación

Tabla 20 Calculo de la Demanda en producto

Demanda	Cantidad	%	Población	Cantidad promedio	Población *c.p	Anual	Cantidad de compra anual
63390	1 a 3	7%	4437	2	8875	1	8875
	4 a 6	58%	36766	5	183831	1	183831
	7 o mas	35%	22187	7	155306	1	155306
Total 2019							348011

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Tabla 21 Proyección de la demanda en producto

<i>Año</i>	<i>Demanda en productos</i>	<i>TCP</i>
<i>2019</i>	348011	1.54%
<i>2020</i>	353370	5359
<i>2021</i>	358812	5442
<i>2022</i>	364338	5526
<i>2023</i>	369949	5611
<i>2024</i>	375646	5697

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia, INEC

Ilustración 18 Demanda en producto



Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Análisis

Dentro de la provincia de Tungurahua según el nivel de aceptación se ha logrado determinar que la demanda de productos para el año 2019 es 348011, según la proyección con la tasa de crecimiento poblacional del 1.54%, para el año 2024 se espera tener una demanda de 375646 en productos.

3.4 Estudio de la oferta

Oferta es tener la intención o estar dispuesto a vender y las proyecciones que las empresas desean producir (Mochon, 2017).

La oferta expresa la cantidad de bienes y servicios que las empresas y personas están dispuestas a ofrecer en el mercado a un determinado precio (Graue, 2014).

La oferta es la cantidad de bienes y servicios disponibles que los productores están dispuestos a ofertar dentro de un mercado establecido y a un determinado precio.

3.4.1 Estudio de la oferta en personas

a) Explicación

La oferta en personas se obtiene de las personas que dijeron que no comprarían nuestro producto se refiere a la pregunta 2 de la encuesta en la que 9 personas es decir un 2%

dieron una respuesta negativa a la pregunta con respecto a si consumirían nuestro producto elaborado a base de semillas del zapallo.

Año	Mercado meta	Porcentaje de no aceptación	Oferta en personas
2019	64684	2%	1294

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

b) Calculo oferta en personas proyectado

Tabla 22 Oferta en personas proyectado

Año	Oferta en personas	TCP
2019	1294	1.54%
2020	1314	20
2021	1334	20
2022	1355	21
2023	1376	21
2024	1397	21

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Ilustración 19 Oferta en personas proyectado



Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Análisis

Se ha determinado que en la provincia de Tungurahua para el año 2019 la oferta en personas es de 1294, mientras realizando la proyección con la TCP del 1.54%, la oferta en personas para el año 2024 será de 1397.

3.4.2. Oferta en productos

a) Explicación

La oferta en producto se obtiene del mercado objetivo quienes dijeron que no compraría la pasta de semillas de zapallo que son alrededor de 1294 personas, también se toma en cuenta la frecuencia de compra y la cantidad de consumo.

b) Calculo de la oferta en productos

Tabla 23 Oferta en productos

Oferta	Cantidad	Porcentaje	Población	Cantidad promedio	Población * c.p	Anual	Cantidad de compra anual
1294	1 a 3	7%	91	2	181	1	181
	4 a 6	58%	751	5	3753	1	3753
	7 o mas	35%	453	7	3170	1	3170
total							7104

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Cálculo de la oferta en productos proyectado

Tabla 24 Oferta en producto proyectado

Año	Oferta en productos	TCP
2019	7104	1.54%
2020	7213	109
2021	7325	111
2022	7437	113
2023	7552	115
2024	7668	116

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Ilustración 20 oferta en producto proyectado



Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Análisis

Se ha determinado que, en la provincia de Tungurahua en el año 2019 la oferta en productos es 7104, mientras realizando el cálculo con la proyección con la TCP del 1.54% la oferta en productos para el año 2024 será de 7668.

3.5. Demanda Potencial Insatisfecha del proyecto

a) Explicación

La demanda potencial insatisfecha se calcula restando la demanda en productos, con la oferta en productos.

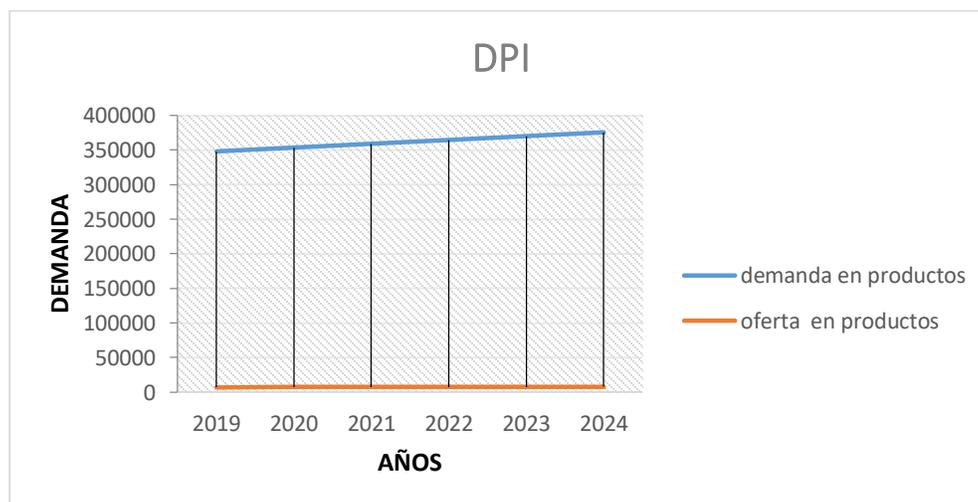
b) Calculo de la DPI

Tabla 25 Calculo de la demanda potencial insatisfecha

Año	Demanda en productos	Oferta en productos	DPI
2019	348011	7104	340907
2020	353370	7213	346157
2021	358812	7325	351488
2022	364338	7437	356901
2023	369949	7552	362397
2024	375646	7668	367978

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Ilustración 21 Calculo de la demanda potencial insatisfecha



Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Análisis

La demanda potencial insatisfecha para el año 2019 es de 340907, realizando la proyección de mercado para el año 2024 la demanda potencial insatisfecha en productos será de 367978 que ninguna otra empresa puede cubrir

3.6. Precio

Precio expresión monetaria de valor, en economía monetaria su magnitud está determinada por la relación oferta y demanda (Fonseca, Valenzuela, Perrand, & Cosme, 2017).

Un precio es la cantidad de dinero que se cobra o se paga por un producto o servicio, es la suma de valores que se paga a cambio de obtener beneficios o usar un producto o servicio este es el factor que más influye en las decisiones a la hora de comprar (Kotler & Armstrong, 2017).

El precio coordina las decisiones de los productores y consumidores en el mercado, los precios actúan como el mecanismo equilibrador en el mercado (Mochon, 2017).

El precio es un valor mercantil expresado en unidades monetarias ofrecida por un bien o servicio a tal forma que cuando aumenten los precios, aumenten también la cantidad ofrecida, por otro lado, si disminuye el precio también disminuye la cantidad ofrecida.

a) Explicación

El cálculo del precio se realiza tomando el valor mayor preferencial de la encuesta donde las personas están dispuestas a pagar un valor mínimo de 3.00 a 4.50 USD este valor será proyectado al año 2024 con la tasa de inflación acumulada de los meses de octubre 2018 de 0.42% y octubre del 2019 con un valor de 0,65% sumados nos da un valor de 1.07% de inflación acumulada.

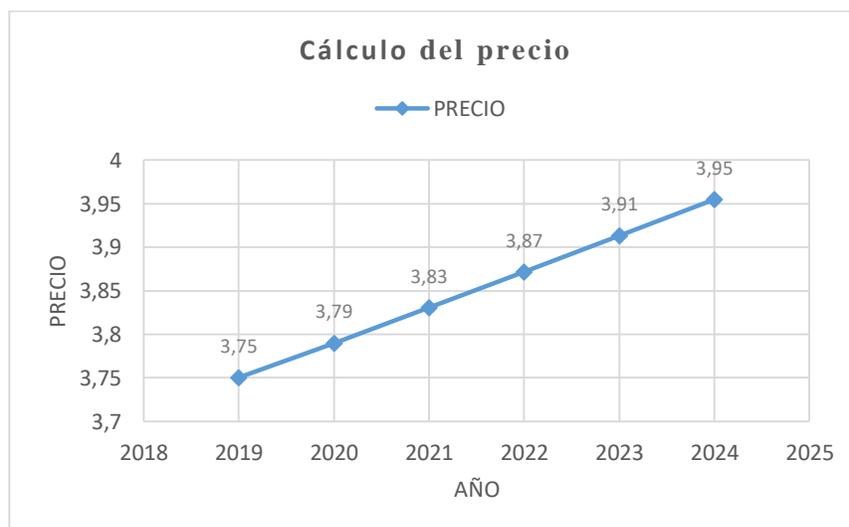
b) Cálculo del precio

Tabla 26 Calculo del Precio proyectado

AÑO	PRECIO	INFLACION
2019	3.75	1.07%
2020	3.79	0.0401
2021	3.83	0.0406
2022	3.87	0.0410
2023	3.91	0.0414
2024	3.95	0.0419

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Banco Central del Ecuador

Ilustración 22 Cálculo del precio proyectado



Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Análisis

El precio inicial de la pasta de las semillas del zapallo para el año 2019 es de \$ 3,75, mientras realizando una proyección con una inflación acumulada de 1,07 % el precio aumentara al año 2024 con un valor de \$ 3,95.

3.7. Canales de comercialización

Es cualquier forma de comunicación que difunde e identifica la empresa el producto o servicios los principales beneficios es comunicar y llegar a un gran número de personas estas pueden ser anuncios clasificados en periódicos, anuncios en redes sociales, información en radio y televisión (Lamb, Hair, & McDaniel, 2017) .

Canal de comercialización es toda aquella que se produce desde la empresa hacia su público y tiene como fin promocionar su imagen y/o productos dentro de estas se puede nombrar a la publicidad como una importante herramienta aunque no es la única también se tiene otro método como material POP (Cruz, y otros, 2016).

Los canales de comercialización es un camino que permite al productor dar a conocer los productos aplicando estrategias de publicidad de sus usos y beneficios.

Aplicación

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta se puede observar que los medios de comunicación más utilizados para dar a conocer la pasta de semillas de zapallo serán la radio y las redes sociales.

Radio

La radio es un medio de comunicación que permite una interacción entre los radiodifusores y la sociedad, de manera que se logren una dinámica información (Dominguez A. , 2013).

Publicitar en radio es una gran ventaja para emprendimientos ya que su costo es bajo y tiene gran afluencia de radioescuchas y por ende la información es al instante.

Ventajas

- Alta audiencia
- Bajos costos
- Información confiable

Desventajas

- La no permanencia de la información en el medio
- No contiene imágenes que refuercen el contenido de la información
- Exceso de anuncios publicitarios

Redes sociales

Las empresas se han visto obligadas a deshacerse de sus estructuras de comunicación rígidas porque ahora cualquier cliente puede abrir un blog o un perfil en una red social y encontrar cualquier clase de información una red social es un sistema abierto y en construcción permanente en forma de interacción social fundamentada en el intercambio dinámico entre grupo de personas, instituciones en diferentes contextos pero siempre comparten necesidades y que se organizan para potenciar sus recursos y competencias (Garcia, 2015).

Las redes sociales son herramientas digitales con fines comunicativos las cuales han sido modificados a medida que va evolucionando la tecnología también en gran medida es impulsada por los propios usuarios (Ayala, 2014).

Ventajas

- Su uso es a bajo costo
- Su difusión no tiene fronteras
- Facilidad de acceso
- Tiene alto grado de afinidad
- Abre nuevas posibilidades de mercado

Desventajas

- Saturación de anuncios publicitarios
- Bajo nivel de atención en la publicidad
- Nos exponen a críticas negativas
- Puede ser víctimas de chantajes y extorsiones
- Requiere de personal calificado

3.8. Canales de distribución

El canal de distribución es el camino que sigue el producto desde el productor al consumidor en él pueden participar diferentes tipos de intermediarios estos pueden ser, los fabricantes o productores, los intermediarios y los consumidores finales, los intermediarios pueden ser mayoristas o minoristas (Cabrerizo, 2015).

Canales de distribución son organizaciones independientes encargadas de llevar el producto hasta el consumidor final estos se han hecho protagónicos de las empresas y tienen la responsabilidad de estar en contacto directo con los consumidores, su importancia consiste

en colocar el producto a disposición del consumidor final en la cantidad que se requiera, en el momento en que lo necesite y en el lugar donde desee comprarlo (Gamarra, 2017).

Los canales de distribución ponen los productos a disposición de los consumidores en el momento y el lugar en donde ellos deseen adquirirlos, estos están constituidos por un grupo de personas quienes dirigen el flujo de productos o servicios desde el productor hacia el consumidor este consumidor puede ser final o intermedio (Hernandez & Malbert, 2017).

Canales de distribución son causas por donde se transfieren los productos pueden ser directos o indirectos como existe un camino corto del productor al consumidor, otros también pueden ser un camino mediano del productor al minorista finalmente al consumidor final entre otros más.

Aplicación

Para llevar a cabo la distribución de productos se va a utilizar los caminos cortos y medianos

a) Camino Corto. - Producto – Consumidor

Ilustración 23 Canal de distribución camino corto



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Narciza Miniguano

Ventaja del Camino Corto

- ✓ Conoce directamente al consumidor
- ✓ Ahorro de costos de transporte
- ✓ Se mantiene el precio no hay variación del mismo.

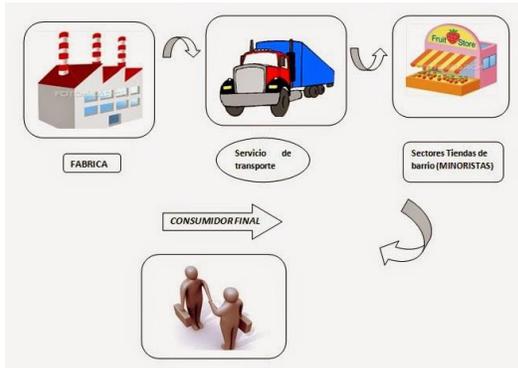
Desventaja del Camino Corto

- ✓ Altos costos de almacenamiento

- ✓ No se da a conocer el producto en otros lugares de país.
- ✓ Alta inversión en activos de la empresa.

b) Camino Mediano. - Productor – Minorista – Consumidor

Ilustración 24 Canal de distribución camino mediano



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Narciza Miniguanó

Ventaja del Camino Mediano

- ✓ El producto se da a conocer en el mercado nacional
- ✓ Rápido posicionamiento en el mercado
- ✓ Aumenta el nivel de producción para la distribución a nivel nacional.

Desventaja del Camino Mediano

- ✓ El producto sube de precio por la comisión que adquieren los detallistas
- ✓ No existe contacto directo con los clientes
- ✓ No existe mayor control de calidad de los productos

3.9. Estrategias de comercialización

Estrategia de comercialización conocida como estrategias de mercadeo son acciones estructuradas, planeadas que sirven para alcanzar objetivos relacionados con la mercadotecnia, tales como aumentar las ventas, dar a conocer un nuevo producto, lograr un mayor posicionamiento en el mercado para esto se utiliza el marketing mix (Arechavaleta, 2015).

Estrategia de comercialización se realiza mediante un análisis interno y externo del medio en el que se encuentra la empresa estas ayudan a realizar estrategias que permita incrementar las ventas y la captación y fidelización de clientes.

a) **Análisis FODA**

Tabla 27 Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Disponibilidad inmediata de la materia prima. 2. Personal altamente calificado 3. Precios competitivos del mercado nacional. 4. Producto nutritivo, natural y saludable 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gastos en arriendo de los diferentes puntos de venta 2. Carencia de publicidad de los productos. 3. Inexistencia de una imagen corporativa de la empresa 4. Carencia de un manual de funciones.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Crear fuentes de empleo 2. Ubicación geográfica accesible 3. Tecnología de punta disponible en el mercado 4. Amplios nichos de mercado 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mercados competitivos 2. Altos precios en materiales e insumos 3. Productos sustitutos en el mercado 4. Tendencias cambiantes de los consumidores.

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Narciza Miniguanó

b) Matriz de estrategias FODA

Tabla 28 Estrategias FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ESTRATEGIAS	<p>F1. Disponibilidad inmediata de la materia prima.</p> <p>F2. Personal altamente calificado</p> <p>F3. Precios competitivos del mercado nacional.</p> <p>F4. Producto nutritivo, natural y saludable</p>	<p>D1. Gastos en arriendo de los diferentes puntos de venta</p> <p>D2. Carencia de publicidad de los productos.</p> <p>D3. Inexistencia de una imagen corporativa de la empresa</p> <p>D4. Carencia de un manual de funciones.</p>
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<p>O1. Crear fuentes de empleo</p> <p>O2. Ubicación geográfica accesible</p> <p>O3. Tecnología de punta disponible en el mercado</p> <p>O4. Amplios nichos de mercado</p>	<p>F2, F3, F4, O3, O4</p> <p>Implementar un sistema de gestión de calidad con tecnología de punta, con personal altamente calificado que genere productos nutritivos saludables a precios competitivos para cubrir los amplios nichos de mercado.</p>	<p>D3, O1, O2,</p> <p>Aprovechar los nichos de mercado y la ubicación geográfica (zona centro) el cual ayudara a crear fuentes de empleo y su rápido posicionamiento.</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<p>A1. Mercados competitivos</p> <p>A2. Altos precios en materiales e insumos</p> <p>A3. Productos sustitutos en el</p>	<p>F2, F3, F4, A1, A3, A4</p> <p>Elaborar un producto sano nutritivo y saludable con personal altamente calificado a</p>	<p>D2, D3, D4, A1</p> <p>Elaborar un manual de funciones para establecer las actividades del personal y contrarrestar la</p>

mercado A4. Tendencias cambiantes de los consumidores.	precios competitivos del mercado y que las nuevas tendencias no sustituyan al producto	carencia de publicidad y la inexistencia de una imagen corporativa esto ayudara a mantener a la empresa en un mercado competitivo.
---	--	--

Elaborado por: Narciza Miniguanó
Fuente: Investigación propia

Estrategias

- a) Implementar un sistema de gestión de calidad con tecnología de punta, con personal altamente calificado que genere productos nutritivos saludables a precios competitivos para cubrir los amplios nichos de mercado.
- b) Aprovechar los nichos de mercado y la ubicación geográfica (zona centro) el cual ayudara a crear fuentes de empleo y su rápido posicionamiento.
- c) Elaborar un producto sano nutritivo y saludable con personal altamente calificado a precios competitivos del mercado y que las nuevas tendencias no sustituyan al producto
- d) Elaborar un manual de funciones para establecer las actividades del personal y contrarrestar la carencia de publicidad y la inexistencia de una imagen corporativa esto ayudara a mantener a la empresa en un mercado competitivo.

CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Tamaño del emprendimiento

4.1.1. Factores determinantes del tamaño

a) Demanda potencial insatisfecha

La demanda potencial insatisfecha es una parte del mercado que no está cubierto o existe un nicho de mercado muy amplio, para realizar la producción se tomara en cuenta la misma capacidad de producción ya calculados uno de los factores que determinen el tamaño es la DPI con la proyección para cada año ya que los clientes se dejaran influenciar por otros productos que les parezca más atractivo o más económicos esto cambiaría la estimación de la demanda Potencial Insatisfecha.

b) Tecnología

Es un factor determinante y fundamental en los sistemas de producción, se debe considerar la elección de la maquinaria y equipo tecnológico adecuadamente sabiendo que el precio puede ser un limitante a la hora de la adquisición por sus altos costos.

c) Capital

Para iniciar un emprendimiento se necesita de un capital y no todos pueden tener lo suficiente para esto se debe realizar un financiamiento en alguna institución financiera, pero se corre el riesgo de no poder acceder a estos beneficios por ser una pequeña empresa que aún no percibe ingresos el cual puede llegar a ser un limitante para crear la empresa.

4.1.2. Tamaño óptimo del proyecto cuantitativo

Se identifica los requerimientos como equipos para realizar la operación normal del negocio y el monto de la inversión a realizar, para esto será necesario identificar las necesidades de espacios físicos para realizar la distribución de la planta. (Flores, 2013)

Para determinar el tamaño óptimo del proyecto se debe cuantificar el volumen de producción, el cual se deberá encontrar dentro de los márgenes de la DPI del mercado, también se debe tener presente los aspectos relacionados con el abastecimiento de la materia prima, materiales, insumos, equipos, personal calificado y no calificado, la existencia de equipos y maquinaria con capacidad productiva facilitara el tamaño del mismo. (Flores, 2013)

El tamaño óptimo del proyecto se basa en dos consideraciones 1. La relación del precio-volumen por la elasticidad de la demanda y 2. Costo volumen, por las economías de escala que pueden alcanzar en el proceso productivo.

Calculo de la demanda potencial insatisfecha real

Al realizar el cálculo de la DPI que es la diferencia entre la oferta y la demanda con los datos se ha proyectado y se puede observar la DPI en el futuro, al determinar la DPI real nos referimos a que no se puede cubrir el 100% del mercado por lo tanto se toma un porcentaje de la DPI.

1. Datos de la demanda potencial insatisfecha proyectado del 2019 al año 2024

Tabla 29 DPI Proyectado

Año	DPI
2019	340907
2020	346157
2021	351488
2022	356901
2023	362397
2024	367978

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Narciza Miniguano

2. Determinar el % de la DPI real este porcentaje se toma en referencia a la capacidad de producción que tendrá la empresa, para esto se tomará en cuenta un 5,5% con una capacidad instalada para cada año.

$$340907 * 5,5\% = 18750 \text{ DPI Real}$$

3. Con estos valores se puede obtener la cantidad producidas diariamente para esto la DPI real se divide para 12 meses que tiene el año, dividir para 4 semanas que tiene el mes y dividir para 5 días que tiene la semana obteniendo la producción diaria $18750/12/4/5=78$ unidades a producir diariamente
4. Para los años posteriores se tomará en cuenta una capacidad instalada del 5,5% para cada año.

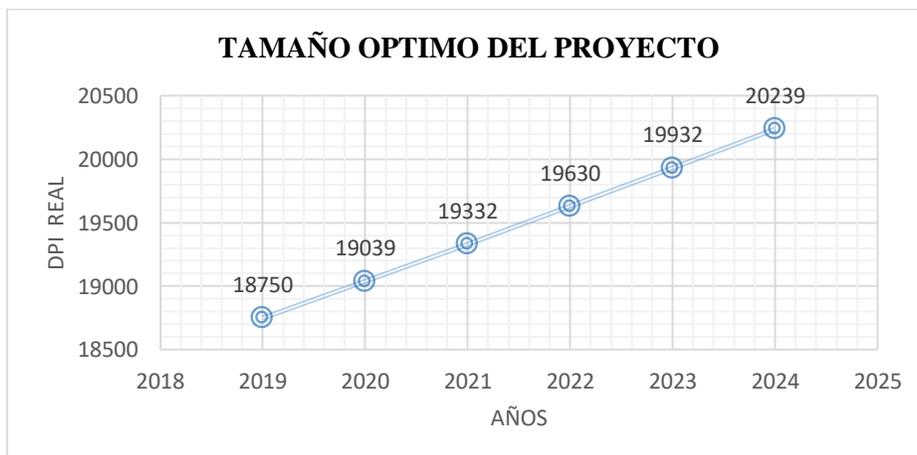
Calculo de la demanda potencial insatisfecha real

Tabla 30 Demanda potencial insatisfecha

AÑO	DPI	%	DPI REAL	Unidades diarias a producir
2019	340907	5.5%	18750	78
2020	346157	5.5%	19039	79
2021	351488	5.5%	19332	81
2022	356901	5.5%	19630	82
2023	362397	5.5%	19932	83
2024	367978	5.5%	20239	84

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Ilustración 25 Tamaño óptimo del proyecto



Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Análisis

Al realizar el cálculo de la DPI real podemos observar los datos reales para realizar nuestro proyecto, para el año 2019 la DPI real es de 18750 con una capacidad instalada de 5,5% cada año realizando la proyección para el año 2024 la DPI real será de 20239, por lo cual la producción diaria para el año 2019 es de 78 unidades con la proyección al año 2024 la producción diaria será de 84 unidades diarias.

4.2. Localización

4.2.1. Localización óptima del proyecto

Es la ubicación de un proyecto este puede llegar a determinar el éxito o el fracaso de una empresa por lo tanto la ubicación dependerá no solo de consideraciones económicas, sino también de los adecuados factores estratégicos, esto ayudara a buscar una localización que maximice la rentabilidad del proyecto. (Flores, 2013)

La localización es una decisión estratégica para la empresa porque puede proporcionarle importantes ventajas competitivas a través de una reducción de costes, acceso a las materias primas o a los canales de distribución o permitir una cercanía a los clientes. (Iborra, Dasí, Dolz, & Ferrer, 2014)

La localización óptima del proyecto se refiere al lugar donde se instale la empresa y tenga accesos disponibles a todos los servicios, materiales, Mano de obras que facilite su funcionamiento a menor costo posible.

Método cuantitativo de puntos ponderados

Valoración de impacto

<i>Impacto</i>	Escala
<i>Alto</i>	3
<i>Medio</i>	2
<i>Bajo</i>	1

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Narciza Miniguano

Posibles ubicaciones

- a) Parque industrial
- b) Parroquia Huachi Grande
- c) Parroquia S.B Pinllo

Tabla 31 Localización por puntos ponderados

Factores relevantes	Peso ponderado	Parque industrial		Huachi Grande		S.B Pinllo	
Permisos legales de funcionamiento	15	3	45	3	45	3	45
Sector industrial	5	2	10	3	15	2	10
Precio del terreno	10	2	20	3	30	2	20
Disponibilidad de mano de obra	10	1	10	1	10	3	30
Servicios básicos	15	3	45	3	45	3	45
Distribución de espacios físicos	5	2	10	2	10	3	15
Proveedores	10	3	30	2	20	3	30
Transporte	10	3	30	3	30	3	30
Disponibilidad de materia prima	10	3	30	2	20	3	30
Seguridad	10	3	30	2	20	3	30
	100	SUMA	260	SUMA	245	SUMA	285

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Narciza Miniguano

Análisis de la localización

Al realizar la localización óptima del proyecto identificamos cual va hacer el sitio ideal donde se va a instalar el proyecto, esto ayudara a disminuir los costos y facilitara el acceso a los recursos, para determinar donde se instalara el proyecto seleccionamos tres sectores

(Parque Industrial, Huachi Grande, Parroquia S.B de Pinllo) analizando los factores relevantes se ha seleccionado a la parroquia de San Bartolomé de Pinllo por contar con los factores necesarios para la instalación del proyecto.

4.2.2. Macro Localización

Consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación de un proyecto, en un país o en el espacio rural y urbano de alguna región. (Corrillo & Gutierrez, 2016)

Es un estudio que tiene por objetivo determinar la región o territorio en la que el proyecto tendrá compatibilidad con el medio.

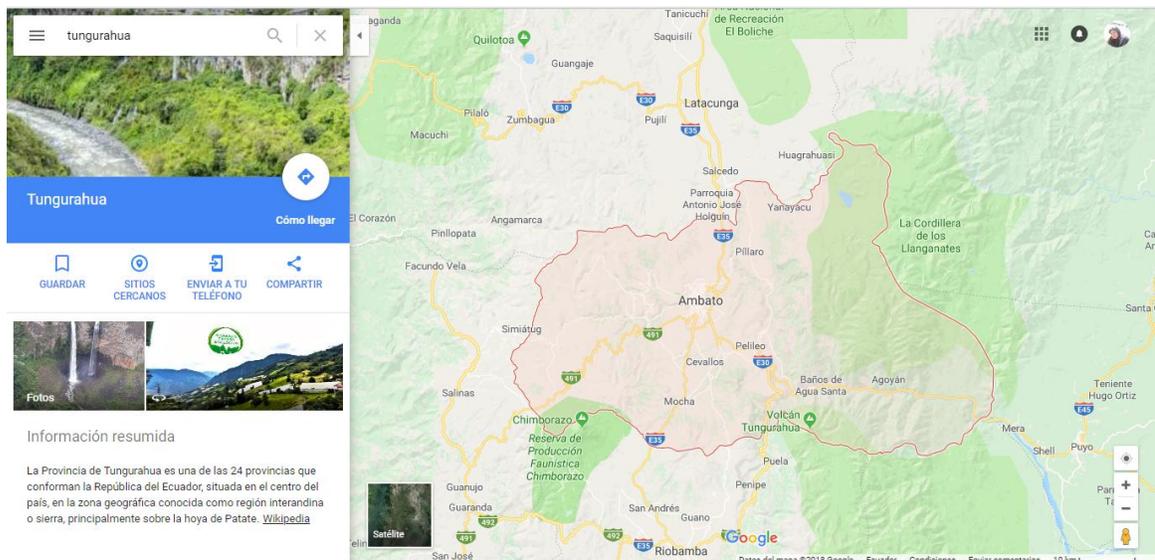
País: Ecuador

Región: Sierra

Provincia: Tungurahua

Zona: 3

Ilustración 26 Macro localización



Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/place/Tungurahua/@-1.2551794,-8.8066967,100302m/data>
Elaborado por: Narciza Miniguano

4.2.3. Micro Localización

Es la determinación del punto preciso donde se instalara la empresa dentro de la región y en esta se hará las diferentes distribuciones de las instalaciones en el terreno elegido. (Carrillo & Gutierrez, 2016)

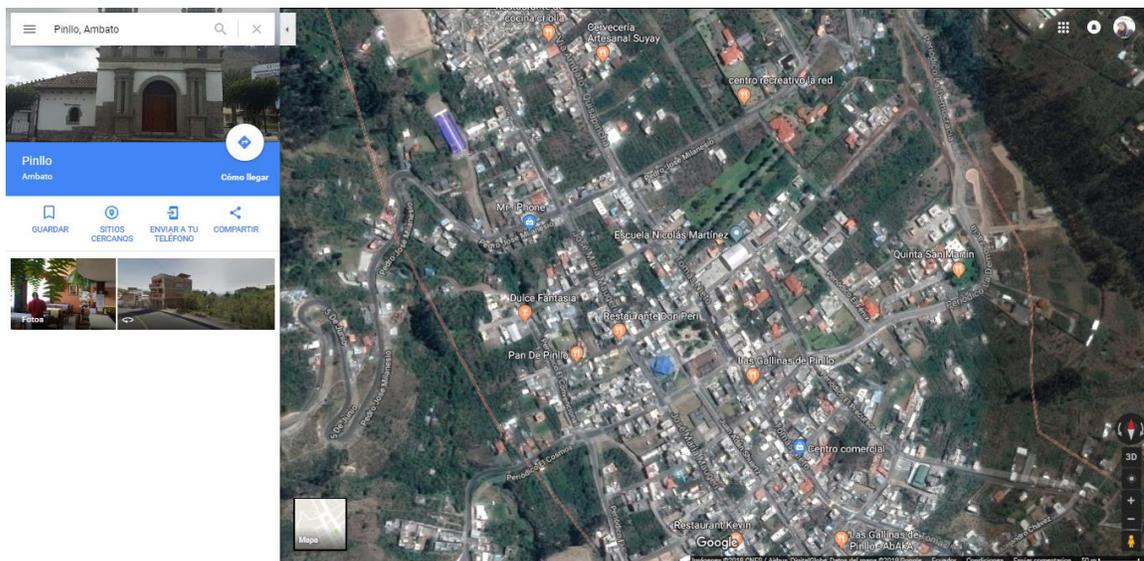
Es un estudio que se hace con el objetivo de seleccionar la comunidad y el lugar exacto para instalar una planta industrial, siendo este el que cumple los requisitos para su funcionamiento logrando una gran rentabilidad o poder producir al mínimo costo.

Cantón: Ambato

Parroquia: San Bartolomé de Pinllo

Calle: La Nación y Nieto Polo

Ilustración 27 Microlocalizacion



Fuente: <https://www.google.com.ec/maps/place/Pinllo,+Ambato/@-346968,-78.6429531,1567m/data>
Elaborado por: Narciza Miniguano

4.3. Ingeniería del proyecto

Ingeniería del proyecto consiste en la integración de todos los elementos que se requieren como personas, maquinaria, materiales, información para la ejecución de las actividades o tareas que conduzcan a la fabricación de un producto (Prieto, 2017).

El estudio de ingeniería de proyectos es la incorporación de conocimientos de naturaleza científica y técnica que permiten determinar el proceso de producción más ajustado a los recursos disponibles escogidos en la fabricación de un producto o servicio (Flores, 2013).

Facilita la identificación de los aspectos técnicos y de la infraestructura que permite el proceso de fabricación del producto entre estas tenemos.

- ✓ Infraestructura
- ✓ Tecnología
- ✓ Recursos humanos
- ✓ Procesos productivos

La ingeniería del proyecto se refiere a describir los procesos que se llevaran a cabo dentro de la empresa para la elaboración del producto, se puede identificar los materiales, los insumos, la materia prima, la mano de obra, durante la ejecución del proyecto.

a) Proceso

Serie de pasos o actividades que están orientados a transformar un insumo en un producto tangible (Prieto, 2017).

Es un conjunto de actividades en los cuales varios factores productivos se transforman en productos (Mayorga, Ruiz, Mantilla, & Moyolema, 2014).

Es un conjunto de actividades sistemáticas relacionadas que interactúan entre varios elementos para la elaboración o producción de un bien o producto.

1. Compra de la materia prima

La compra de las semillas del zapallo se realizará en las bodegas o centros de acopio de semillas o granos secos, verificar que se encuentren en óptimas condiciones como el olor, color, humedad, una vez escogida las mejores semillas realizar la comprar para luego transportar en un vehículo hacia la empresa.

2. Recepción de la materia prima

Ingresa la materia prima a la empresa se procede a registrar en inventarios para luego ser almacenado en una bodega en un lugar fresco y seco.

3. Limpieza

Se realiza la limpieza regando las semillas en bandejas de metal para eliminar impurezas, semillas que se encuentren en malas condiciones, verificar que la materia prima este en óptimas condiciones para no alterar el producto final.

4. Tostado

Se tuestan las semillas en porciones por separado para poder tostar todo el producto y tengan las mismas consistencias para luego poder moler sin ningún problema por humedad.

5. Enfriamiento

Recoger todas las semillas en bandejas de metal y dejar enfriar a temperatura ambiente hasta continuar con el siguiente proceso.

6. Molienda

Las semillas ingresan a un molino eléctrico para el cual se necesita bandejas esterilizadas para que el producto no se contamine y guardar en refrigeración para su posterior proceso.

7. Control de calidad

En este proceso verificamos que toda la pasta tenga la misma consistencia deseada para obtener un producto de calidad.

8. Pesado

Se procede a pesar el producto terminado en una balanza eléctrica

9. Empaque

Una vez obtenido el producto pesado se procede a empacar y sellar en fundas de empaque al vacío

10. Almacenamiento

Se verifica que el empaque no tenga fallas para luego llevar a un cuarto adecuado para su almacenamiento.

Aplicación

Tabla 32 Proceso estado inicial

N°	Estado inicial	Proceso	Tiempo Minutos	Recursos que intervienen
1	Compra de La materia prima	Adquisición de la materia prima.	60	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Obrero ➤ Dinero ➤ Vehículo
2	Recepción de la materia prima	Receptar la materia prima y los insumos necesarios	30	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Obrero ➤ Computador
3	Limpieza	Limpieza se eliminan las semillas defectuosas y las impurezas que se encuentre.	30	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Obrero ➤ Placas metálicas ➤ Desinfectante
4	Tostado	Tostado. - Se tuesta las semillas en porciones divididas hasta que de una coloración verdosa amarillenta esto se realizara en una maquina tostadora a 60 grados.	60	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Maquina Tostadora ➤ Bandejas metálicas ➤ Obrero ➤ Jefe de producción
5	Enfriamiento	Enfriamiento. - se deja enfriar las semillas a temperatura ambiente.	15	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bandejas ➤ Palas ➤ Obrero
6	Molienda	Molienda. - las semillas enfriadas se procede a moler para esta operación se utilizara un molino	60	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Jefe de producción

		eléctrico.		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Molino eléctrico ➤ Obrero ➤ Bandejas
7	Control de calidad	Inspección y control de calidad. - en este proceso verificamos que todas las semillas se hayan molido que tengan la textura y aroma deseado y sobre todo que se haya elaborado bajo las normas de calidad.	20	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ing. En alimentos ➤ Jefe de producción ➤ Obrero
8	Pesado	Dosificado y Pesado del producto. - Se procede a pesar el producto.	60	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Obrero ➤ Maquina dosificadora
9	Empaque	Envasado. - una vez pesado el producto se pasa a introducir en fundas de empaque al vacío.	30	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Obrero ➤ Fundas ➤ Jefe de producción
10	Almacenamiento	Se almacena en un lugar fresco y seco.	15	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Obrero ➤ Estanterías ➤ Bandejas

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Narciza Miniguano

Diagrama de flujo

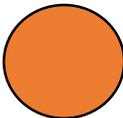
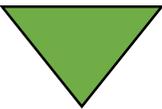
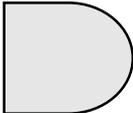
La representación gráfica del proceso de producción que se va a realizar en la empresa, utilizando diferentes convencionalismos para ajustarse a distintas actividades de producción. (Flores, 2013)

Es una representación gráfica de hechos situaciones movimientos de todo tipo por medio de símbolos que clarifican la interrelación entre diferentes factores y/o unidades administrativas así como la relación causa y efecto que existen entre ellos. (Franklin, 2014)

Representación gráfica de los procesos de producción del producto que se va a elaborar, se refiere a la utilización de varios símbolos que representan operaciones específicas e indican las secuencias de las actividades.

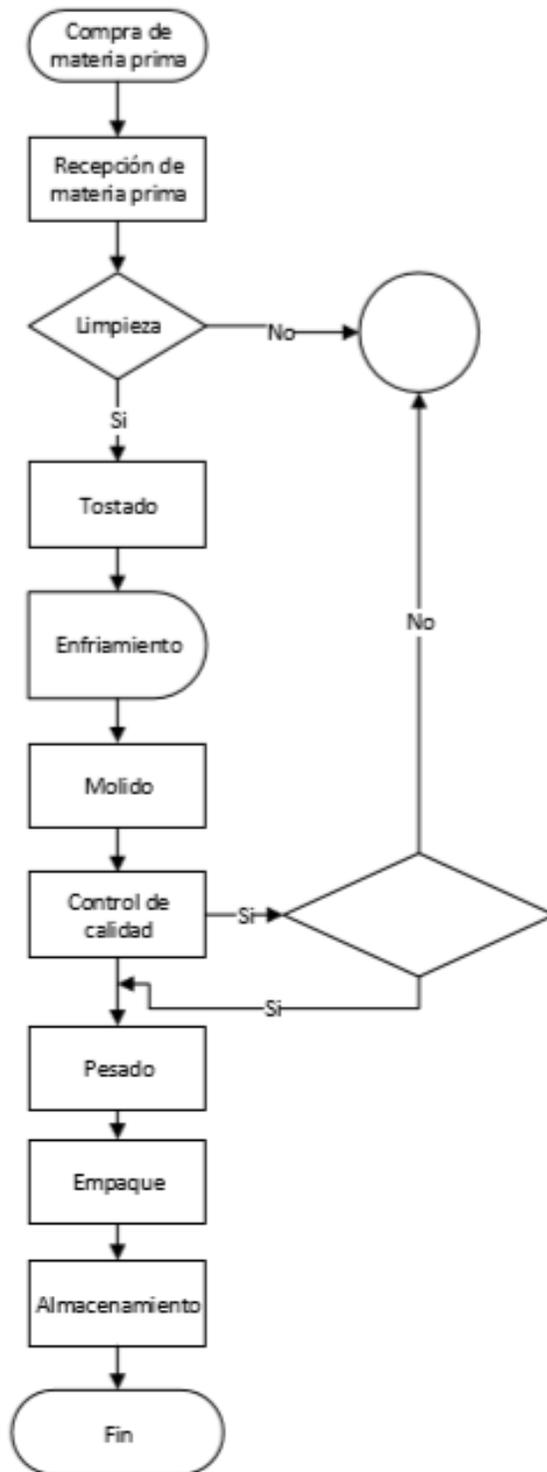
Símbolos de las normas ASME

Tabla 33 Simbología normas ASME

<i>Simbología</i>	<i>Representación</i>	<i>Descripción</i>
	Operación	Operación cada vez que una forma o proceso cambia y se prepara para realizar otra operación.
	Transporte	Transporte cada vez que el proceso se mueve a otra actividad.
	Inspección	Los procesos son examinados en calidad y cantidad.
	Almacenamiento	Cuando el proceso se mueve bajo condiciones.
	Demora	No permite pasar al siguiente paso y no se ejecuta la acción planeada.

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Diagrama de flujo elaboración de la pasta de semillas del zapallo
Ilustración 28 Diagrama de flujo



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Narciza Miniguano

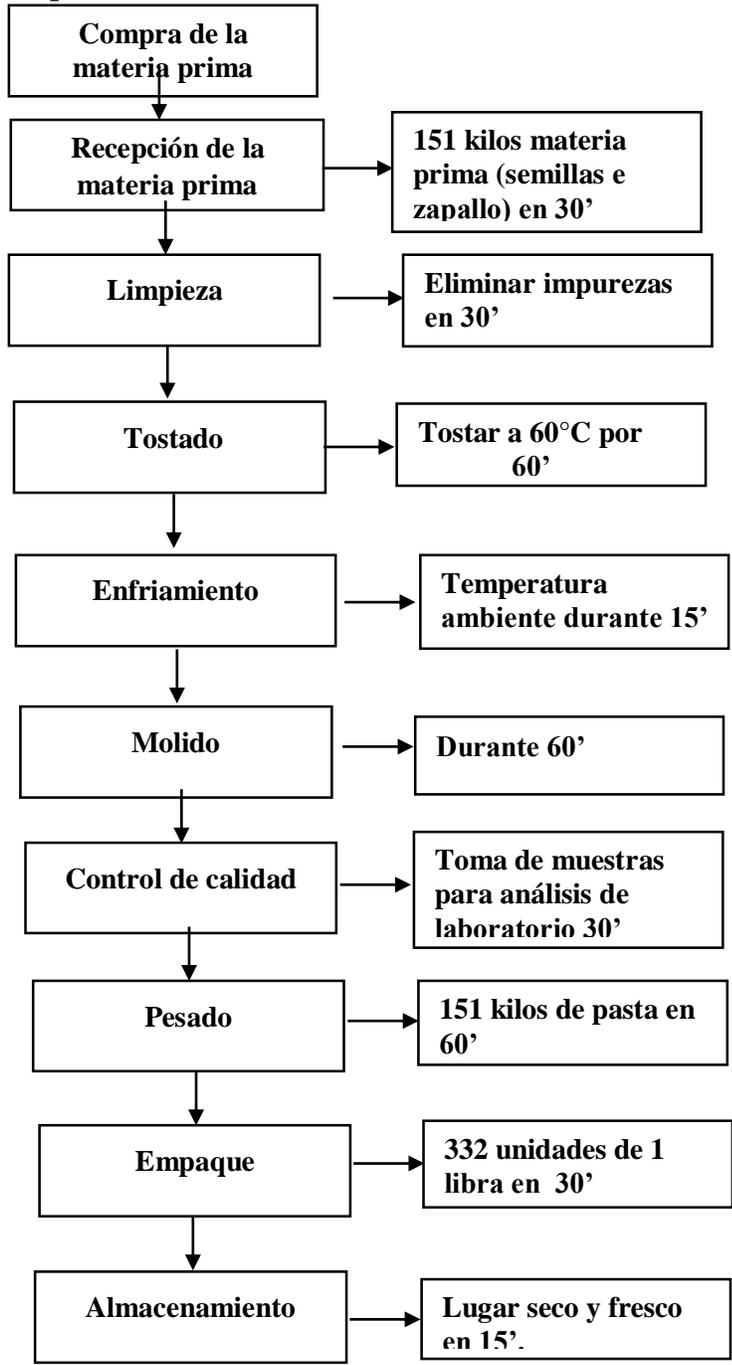
Diagrama de flujo del proceso de producción de pasta de semillas del zapallo
Ilustración 29 Diagrama de flujo por procesos

DIAGRAMA DE FLUJO								
PRODUCTO:PASTA				INICIA EN: Compra de materiales e insumos				
EMPRESA:SEMINNOV				TERMINA EN:Almacenamiento				
METODO:NORMATIVA ASME				ELABORADOR POR:Narciza Miniguano				
FECHA:20/08/2018								
N°	ACTIVIDAD	TIEMPO (minutos)	●	■	➔	▼	◐	OBSERV.
1	COMPRA DE MATERIA PRIMA	60	●					
2	RECEPCION DE MATERIA PRIMA	30	●					
3	LIMPIEZA	30						
4	TOSTADO	60	●					
5	ENFRIAMIENTO	15						
6	MOLIDO	60	●					
7	CONTROL DE CALIDAD	30						
8	PESADO	60	●					
9	EMPAQUE	30	●					
10	ALMACENAMIENTO	15						

Fuente: Investigación de campo
 Elaborado por: Narciza Miniguano

Diagrama de bloques para la elaboración de la pasta de semillas de zapallo.

Ilustración 30 Diagrama de bloques



Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: Narciza Miniguano

a) Balance de materiales

Característica de materiales e insumos

Materia prima

Es todos los materiales directamente utilizados en la fabricación de un producto terminado que se puede identificar fácilmente y representa el principal costo en dicha fabricación (Fonseca, Perrand, Valenzuela, & Cosme, 2017).

Es todo el material que hace parte integral de un producto terminado y se puede identificar de manera muy clara dentro del producto.

Tabla 34 Materia Prima

Descripción	Consumo anual	Unidad de medida
Semillas	188	Costales de 100 libras

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

Materiales indirectos de fabricación

Todos los materiales involucrados en la fabricación de un producto que no se considera materiales directos (Fonseca, Perrand, Valenzuela, & Cosme, 2017).

Es el material que no se identifica directamente dentro del producto a aquel que se identifica, pero no es representativo para el producto terminado.

Tabla 35 Costos indirectos de fabricación

Descripción		U. Medida	Consumo anual
Gas		Unidades	24
Etiquetas		Caja 100 Unidades	188
Fundas de empaque al vacío		Caja 100 Unidades	188
Guantes de manejo		caja de 100 unidades	1
Bandejas		Unidades	2
Librador paleta		Unidades	2

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Insumos

Consumo de materiales requeridos para realizar una producción o un servicio (Fonseca, Perrand, Valenzuela, & Cosme, 2017).

Insumos son ingredientes que intervienen dentro de la producción de un producto esto puede implicar como un costo fijo o variable para la empresa.

Tabla 36 Insumos

Descripción	U. Medida	Consumo anual
Benzoato de sodio	qq de 100 libras	1
Agua	Litros	554.50 lt

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

a) Periodo operacional estimado de la planta

Se conoce como el periodo económico o de vida del proyecto se establece de forma práctica, define todas las proyecciones oferta, demanda, ingresos, egresos de acuerdo con la vida útil estimada de los equipos más costosos de la empresa o de acuerdo con el plazo en el cual se estima conseguir el préstamo, para esto se desea establecer la vida útil de los equipos, maquinaria, y equipos usados (Quinteros, 2014).

El periodo operacional de la planta es conocido también como la vida útil del proyecto o del periodo económico

b) Capacidad de producción

Rendimiento o efectividad de trabajo se mide por la cantidad de unidades producidas en una unidad de tiempo o por una cuantía de tiempo invertida en una unidad de producto (Fonseca, Perrand, Valenzuela, & Cosme, 2017).

La capacidad de producción es el máximo nivel de producción que puede ofrecer una estructura económica bien determinada. También indica si somos capaces de atender la demanda o si las instalaciones y equipos permanecerán inactivos, si las instalaciones son demasiado grandes añadiría costos a la producción existente, si son demasiadas pequeñas estaríamos perdiendo clientes lo ideal es que la estructura permita tener una capacidad

productiva flexible que permita adaptarse a variaciones en los niveles de producción (Fuentes & Cordón, 2017).

La capacidad de producción se debe señalar en la unidad específica de venta o comercialización por tipos de productos, kilos, unidades etc.

Tabla 37 Capacidad de producción

Producción diaria	Producción mensual	Producción anual	Dpi real
78	1563	18750	5,5%

Elaborado por: Narciza Miniguano

Fuente: Investigación de campo

Tabla 38 Maquinaria y equipo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
Balanza cap.10 qq	1	Unidades
Maquina dosificadora y sellador al vacío	1	Unidades
Molino eléctrico	1	Unidades
Tostador	1	Unidades

Elaborado por: Narciza Miniguano

Fuente: Investigación de campo

Tabla 39 Equipo de computo

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
Computador	1	Unidades
Impresora	1	Unidades

Elaborado por: Narciza Miniguano

Fuente: Investigación de campo

Tabla 40 Muebles y Enceres

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
Escritorio	1	Unidades
Sillas de oficina	1	Unidades
Archivadores	1	Unidades

Elaborado por: Narciza Miniguano

Fuente: Investigación de campo

Tabla 41 Suministros de oficina

DESCRIPCIÓN	CONSUMO ANUAL	UNIDAD DE MEDIDA
Papel bond	2	Resmas
Perforadora	1	unidades
Grapadora	1	unidades
Esferos	Caja 24	unidades
Calculadora	1	unidades
Carpetas	5	unidades

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

Tabla 42 Suministros de limpieza

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA
Rollos de papel 100 mtrs	5	Rollos
Jabón liquido	1	Galón
Escobas	2	Unidades
Trapeador	2	Unidades
Detergente	1	Fundas de 10 kg
Basurero	2	Unidades

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

Distribución de la planta (Layout)

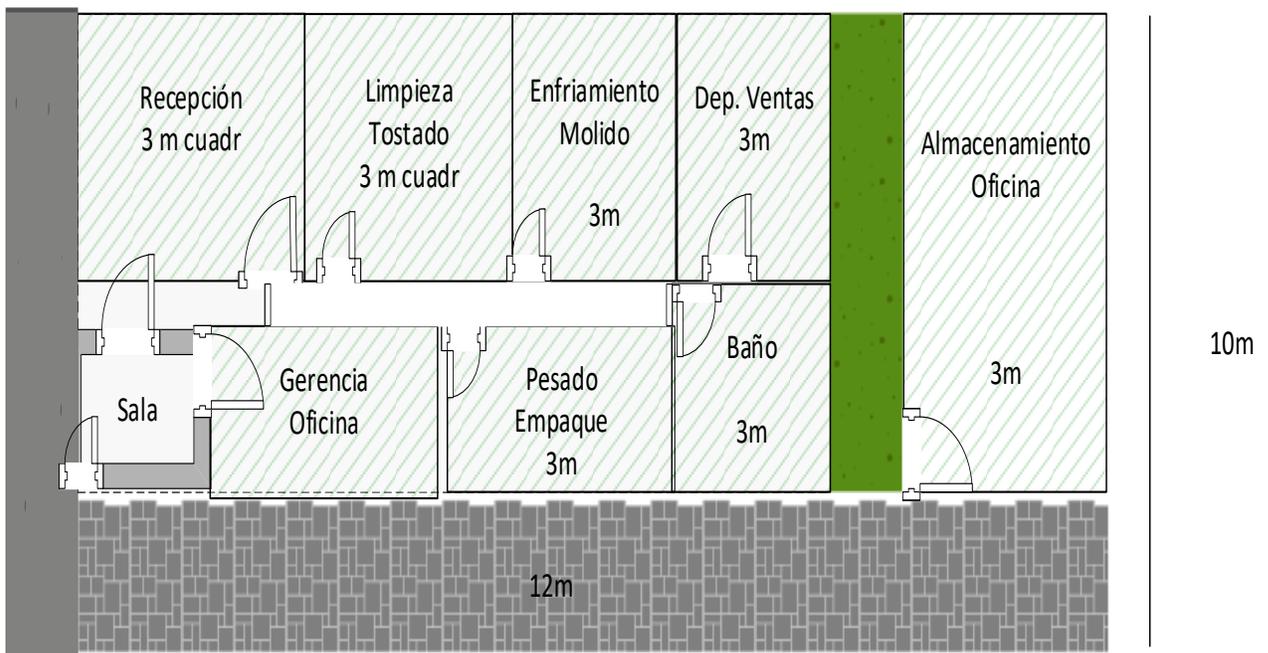
La distribución de la planta determina un alto grado de eficiencia de los procesos de producción de la planta, esto afecta al tiempo y longitud de desplazamientos de materiales y operarios también la inversión en trabajos civiles y equipos de transporte (Quinteros, 2014).

La distribución de la planta pretende determinar un orden de los factores necesarios para la producción de modo que constituya un sistema productivo capaz de alcanzar los objetivos propuestos de forma adecuada y eficiente para esto es posible contar con equipos ligeros flexibles y un personal polivalente (Fuentes & Córdón, 2017).

La distribución de la planta tiene como objetivo optimizar la capacidad de producción de la planta a la vez minimizar el recorrido de las personas y de los materiales y proporcionar el espacio suficiente para que los puestos de trabajo sean cómodos garantizando la seguridad y la salud de cada uno de los trabajadores (Iborra, Dasí, Dolz, & Ferrer, 2014).

La distribución de la planta es una instalación física donde se establecerá el sistema productivo con la finalidad de agilizar los procesos de producción de manera eficiente y eficaz.

Ilustración 31 Distribución de la planta



Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

12m

CAPITULO V

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

5.1 Aspectos Generales

La empresa "SEMINNOV" es una empresa productora y comercializadora de pasta de semillas de zapallo, está ubicada en la parroquia Pinllo del Cantón Ambato, Provincia de Tungurahua esta empresa nace con el fin de potenciar las semillas del zapallo, aprovechar los múltiples beneficios y contribuir con el cuidado de la salud y bienestar de los ciudadanos. Mediante este emprendimiento se generará nuevas fuentes de empleo e ingresos, para los pobladores del sector.

La materia prima es ilimitado ya que su producción se da todos los meses del año especialmente en la región sierra del Ecuador el cual se produce en grandes cantidades y su inversión es mínima, este producto aún no ha sido impulsado por empresas privadas por el desconocimiento, con este proyecto se dará a conocer e impulsar el producto mediante charlas y exposiciones en eventos gastronómicos el cual dará un realce al producto innovador.

Este proyecto nace por las limitaciones para incrementar la productividad y rentabilidad de los productores del zapallo.

Este problema se genera por el escaso apoyo de las empresas públicas a los agricultores quienes son los productores del zapallo en los cuales se ve reflejado en los bajos ingresos por la falta de asistencia técnica y la escasa información que reciben estas para el mejor manejo del cultivo y la diversificación del producto.

, generara ingresos a los agricultores ya que por mucho tiempo no han visto como una fuente de ingresos rentable a este tipo de producto

5.2. Diseño Organizacional

5.2.1. Niveles Jerárquicos

Todo tipo de empresa tendrá un área de mando o de direcciones que oriente la toma de decisiones de la misma. Según el tamaño de la empresa se puede hablar de tres niveles: la alta dirección, la dirección media, y la dirección de primera línea.

Nivel directivo

Está formada por personas con responsabilidad y de las que depende el éxito o fracaso de la empresa sus funciones básicas son fijar las estrategias y objetivos que deberá alcanzar a la empresa a corto o largo plazo, representan el papel de empresario en la búsqueda permanente de nuevas oportunidades y retos a este se denomina CEO, Chief Executive Officer.

Nivel ejecutivo

Está formado por directivos de una escala inferior, intermedios con las de primer nivel y la alta dirección estos son responsables de desarrollar las decisiones en el nivel superior en relación a su área de responsabilidad, establecen objetivos a corto y mediano plazo planifican y controlan las acciones para el logro de objetivos, organizan y dirigen a las personas que tiene que llevar a cabo todo tipo de actividades.

Nivel operativo

También llamada dirección de primera línea este está constituida por los supervisores o directivos de primera línea están encargados del seguimiento diario de los empleados que realizan las actividades propias de la empresa, las actividades principales son garantizar que se cumplan con los objetivos fijados que les vienen designados por el nivel superior entre estos están responsable de un equipo de vendedores, un capataz, jefe de contabilidad, jefe de bodega etc.

Tabla 43 Niveles Jerárquicos

NIVEL	CARGO
Nivel ejecutivo	Gerente
Nivel administrativo	Jefe financiero Jefe de producción Jefe comercial

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

5.2.2. Misión

“SEMINNOV” es una empresa productora y comercializadora de pasta de semillas de zapallo de alto valor nutritivo y saludable que aporta al bienestar y salud de la sociedad.

5.2.3. Visión

Para el año 2022 “SEMINNOV” anhela ser una empresa líder de la provincia de Tungurahua en la producción y comercialización de pasta de semillas de zapallo satisfaciendo necesidades alimenticias de la sociedad, manteniendo una visión de apoyo continuo a los agricultores de la provincia.

5.2.4. Valores

Respeto

Honestidad

Ética

Calidad

Innovación

Puntualidad

5.2.5. Matriz Axiológica de Valores

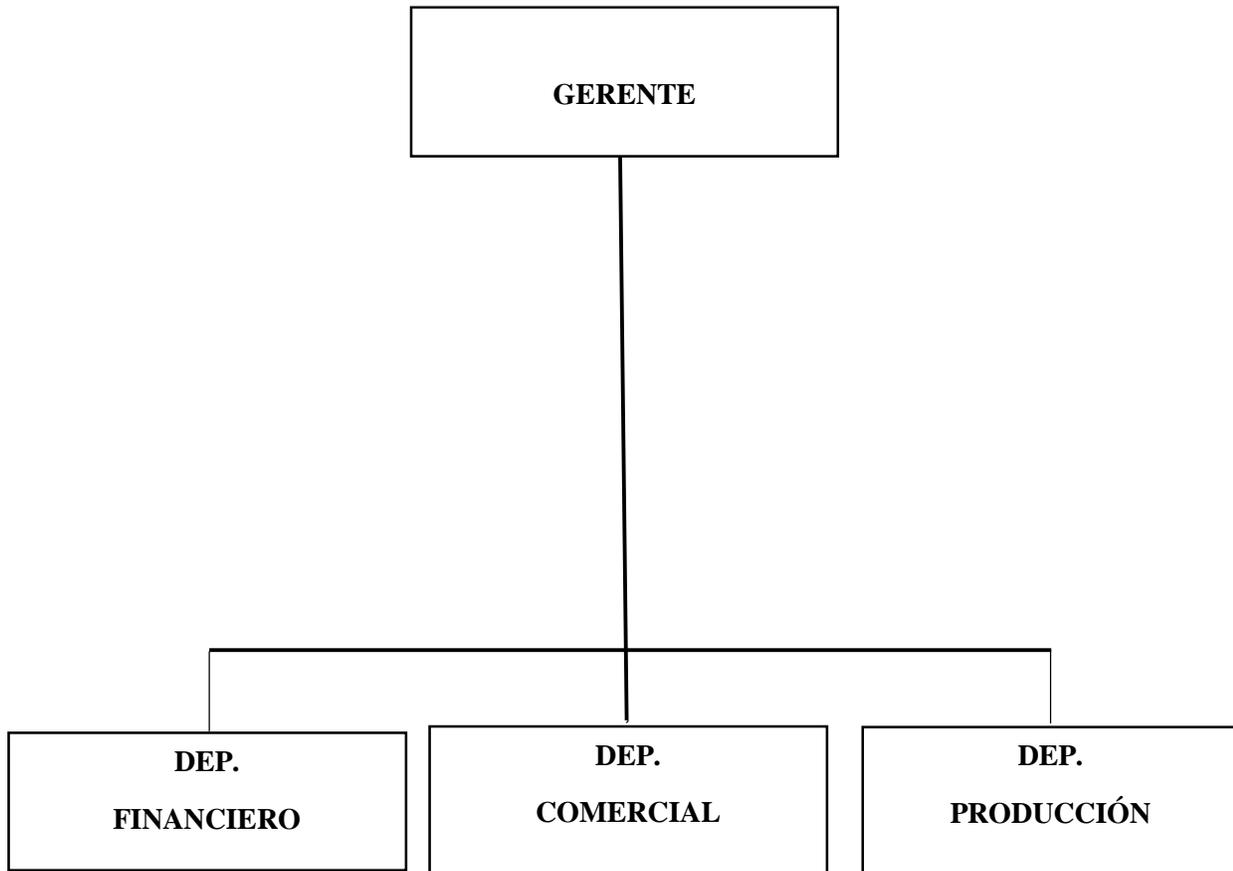
Tabla 44 Matriz Axiológica

Grupo	Administrativo	operativos	proveedores	Clientes
Respeto	X	X	X	X
Honestidad	X	X	X	X
Ética	X	X	X	X
Calidad	X	X	X	X
Innovación	X	X	X	X

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación de campo

5.3. Estructura Organizativa

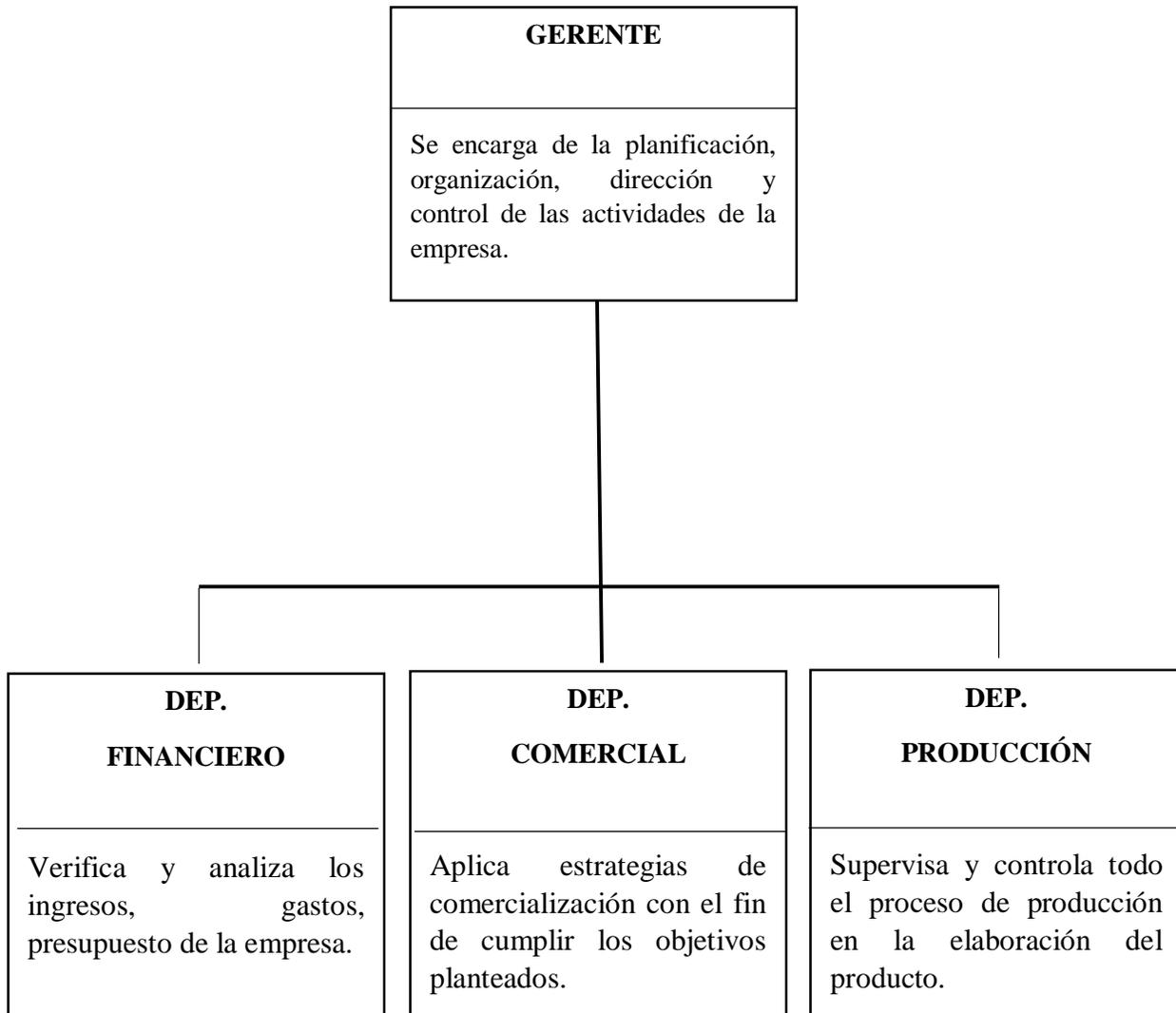
Organigrama estructural



Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Línea	Descripción	Realizado por:	Revisado por:	Fecha de aprobación:
	Autoridad o mando sobre el nivel inferior	Narciza M.	Ing. Fabricio Rios	
	Coordinación			
	Apoyo			

5.4 Organigrama funcional



Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Línea	Descripción	Realizado por:	Revisado por:	Fecha de aprobación:
	Autoridad o mando sobre el nivel inferior	Narciza M.	Ing. Fabricio Ríos	
	Coordinación			
	Apoyo			

5.5 Manual de Funciones

	SEMINNOV	Fecha	30/10/2019		
	MANUAL DE FUNCIONES	Página	1	DE	5
		Sustituye a			
		Página		DE	
		De fecha			
DESCRIPCION DE PUESTOS					
IDENTIFICACION					
<p>Nombre del puesto: Gerente General Ubicación: Nivel Ejecutivo Clave: G.G Ámbito de operaciones: Administrativo</p>					
RELACIÓN					
<p>Jefe inmediato: Ninguno Subordinados directos: Dep. Financiero, Dep. Comercial, Dep. Producción Dependencia funcional: Gerente General Propósito del puesto: Administrar de manera eficaz y eficiente los recursos de la empresa mediante la planeación, organización la dirección y el control fases específicas para un buen desempeño de la empresa. Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Toma de decisiones para el buen funcionamiento de la empresa ✓ Controlar el manejo de los recursos de la empresa ✓ Establecer reglas y políticas para la empresa <p>Comunicación: Descendente Especificaciones: Conocimiento: Administración de empresas, contabilidad y finanzas Experiencia: Experiencia mínima 3 años en administración de empresas. Personalidad: Emprendedor, liderazgo, innovador, responsable.</p>					
Elaboró: Narciza Miniguano		Revisó: Ing. Fabricio Ríos		Autorizó: Ing. Fabricio Ríos	
Clave: G.G					

		Fecha	30/10/2019		
		Página	3	DE	5
	MANUAL DE FUNCIONES	Sustituye a			
		Página		DE	
De fecha					
DESCRIPCION DE PUESTOS					
IDENTIFICACION					
<p>Nombre del puesto: Jefe financiero</p> <p>Ubicación: Nivel Administrativo</p> <p>Clave: J.F</p> <p>Ámbito de operaciones: Administrativo</p>					
RELACIÓN					
<p>Jefe inmediato: Gerente General</p> <p>Subordinados directos: Ninguno</p> <p>Dependencia funcional: Departamento financiero</p> <p>Propósito del puesto: Colaborar en las funciones de gerencia y los demás departamentos</p> <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Análisis de inversiones y riesgos de la empresa ✓ Realizar compras y pagos ✓ Manejar eficientemente las finanzas de la empresa ✓ Manejo de la contabilidad de la empresa ✓ Manejo de una base de datos de los clientes <p>Comunicación: Ascendente</p> <p>Especificaciones:</p> <p>Conocimiento: Paquetes informáticos, contabilidad, finanzas, documentación.</p> <p>Experiencia: 1 año mínimo en el área o afines al cargo</p> <p>Personalidad: Amable, sociable, eficiente.</p>					
Elaboró: Narciza Miniguano		Revisó: Ing. Fabricio Ríos		Autorizó: Ing. Fabricio Ríos	

	SEMINNOV	Fecha	30/10/2019		
	MANUAL DE FUNCIONES		Pagina	4	De
Sustituye a					
Pagina				DE	
De fecha					
DESCRIPCION DE PUESTOS					
IDENTIFICACION					
<p>Nombre del puesto: Jefe comercial</p> <p>ubicación: Nivel Administrativo</p> <p>Clave: V</p> <p>Ámbito de operaciones: Administrativo</p>					
RELACIÓN					
<p>Jefe inmediato: Gerente General</p> <p>Subordinados directos: Ninguno</p> <p>Dependencia funcional: Departamento Comercial</p> <p>Propósito del puesto: Buscar estrategias de ventas, posicionarse en el mercado local, cumplir con las metas y los objetivos propuestos para cada año.</p> <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizar estudios de mercados ✓ Realizar un plan de marketing y ventas ✓ Realizar un presupuesto de ventas ✓ Crear un plan para insertar nuevos productos <p>Comunicación: descendente y horizontal</p> <p>Especificaciones:</p> <p>Conocimiento: En marketing, ventas, publicidad, atención al cliente, contabilidad.</p> <p>Experiencia: 1 Año en cargos similares al puesto</p> <p>Personalidad: Líder, Sociable, proactivo</p>					
Elaboró: Narciza Miniguano			Revisó: Ing. Fabricio Ríos		Autorizó: Ing. Fabricio Ríos
Clave:DC					

	SEMINNOV	Fecha	30/10/2019			
		Página	5	DE	5	
	MANUAL DE FUNCIONES	Sustituye a				
		Página		DE		
De fecha						
DESCRIPCION DE PUESTOS						
IDENTIFICACION						
Nombre del puesto: Jefe Operativo Ubicación: Nivel Administrativo Clave: JP Ámbito de operaciones: Operario- producción						
RELACIÓN						
Jefe inmediato: Gerente General Subordinados directos: Dependencia funcional: Departamento de producción Propósito del puesto: Supervisar cada uno de los procesos de producción para que los productos sean de calidad y cumpla las expectativas de los clientes Funciones: <ul style="list-style-type: none"> ✓ Instruir a los operarios para que realicen sus actividades eficientemente ✓ Manejo de inventarios ✓ Supervisar cada uno de los procesos de producción ✓ Abastecer de materiales e insumos para la producción ✓ Controlar la calidad y el buen estado de los productos ✓ Mantener una buena comunicación con el área de comercialización para controlar los niveles de producción 						
Comunicación: Ascendente, Descendente y horizontal						
Especificaciones:						
Conocimiento: Ing. en alimentos, control de calidad						
Experiencia: Experiencia mínima de 1 año en cargos similares						
Personalidad: Flexibilidad, proactivo, analítico, sociable.						
Elaboró: Narciza Miniguano		Revisó: Ing. Fabricio Ríos		Autorizó: Ing. Fabricio Ríos		
Clave:JP						

CAPITULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

Es la actividad que se realiza en una empresa y que se encarga de planificar organizar dirigir y controlar monitorear y coordinar todo el manejo de los recursos financieros con el fin de generar beneficios y resultados el objetivo principal es que las empresas se desenvuelvan con efectividad apoyar a la toma de decisiones financieras y generar mayores oportunidades de inversión en la empresa. (Terrazas, 2009)

Un estudio o diagnostico financiero constituye la herramienta más efectiva para evaluar el desempeño económico y financiero de una empresa a lo largo de un ejercicio económico y se puede comparar sus resultados con las de otras empresas del mismo sector que estén bien administradas y presenten características similares ya que sus fundamentos y objetivos se centran en la toma de decisiones de acuerdo a los datos aportados por la contabilidad y a su vez son analizados e interpretados. (Nava, 2009)

Se refiere a un estudio que requiere una empresa antes de poner en marcha una actividad económica en el cual nos ayudara a identificar la viabilidad del proyecto partiendo de lo más complejo a lo más simple con la ayuda de algunos instrumentos financieros quienes nos ayudaran a determinar el valor exacto con el que se dará inicio a dicho proyecto.

6.1. Inversión en activos tangibles

Activos fijos

Están conformadas por los equipos, maquinaria, muebles, herramientas que son necesarios en una empresa para fabricar un producto o prestar un servicio, adicionalmente incluye medios de transporte y la construcción de la planta, o la adecuación de un lugar o una vivienda para realizar las operaciones empresariales. (Fonseca, Perrand, Valenzuela, & Cosme, 2017)

Tabla 45 Activos Fijos

Proforma N°	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
	infraestructura			4700
	Terreno	100m2	20	2000
657	Construcción de la planta	90m2	30	2700
	adecuaciones			700
2698	Adecuación de la planta	1	700	700
	maquinaria y equipo			8026.88
2366	Envasador dosificador sellador al vacío	1	5400	5400
7814	Molino eléctrico	1	636.88	636.88
2366	Tostador	1	1990	1990
	Muebles y enseres			314.57
7787	Escritorio	1	141.75	141.75
7787	Sillas de oficina	1	25.82	25.82
7787	archivadores	1	147	147
	Equipo de computo			303.81
14	Computador	1	153.81	153.81
14	Impresora	1	150	150
	Total activo fijo			14045.26

Elaborado por: Narciza Miniguano

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación

La empresa SEMINNOV realizará una inversión en activos tangibles con un valor de 14045.26 USD el cual será invertido en el terreno, construcción de la planta, maquinaria, equipos de cómputo, muebles y enseres, Los cuáles serán elementos importantes para el buen funcionamiento de la empresa, la mayor parte de la inversión será destinada en infraestructura, maquinaria y equipos.

6.2. Inversión en Activos intangibles

Activos diferidos

No es de carácter físico ni financiero para la empresa sino un valor adicional por poseer por ejemplo una marca, una patente de un producto o servicio son muy importantes ya que otorga ventajas muy competitivas sobre otras empresas garantizando su éxito. (Fonseca, Perrand, Valenzuela, & Cosme, 2017)

Tabla 46 Activos Diferidos

ACTIVOS INTANGIBLES	
Gastos de constitución	500
Patente	300
Permiso de funcionamiento	200
Registro de la marca	200
Publicidad	100
Total activos intangibles	1300

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación

La empresa SEMINNOV invertirá un valor de \$1300 usd. este monto será destinado para cubrir gastos de constitución, patentes, permisos de funcionamiento, registro de marca y la de mayor importancia la publicidad ya que es un emprendimiento nuevo y será de mucha importancia para poder sobresalir en el mercado.

6.3. Inversión en activo circulante o capital de trabajo

6.3.1 activo corriente o circulante

- **Caja bancos**

Se destinará un valor de 500 usd para imprevistos de la empresa en casos de emergencia que se pueda generar durante el tiempo de operaciones que tenga la empresa.

- **Inventarios**

Inventario consiste en un listado ordenado y valorado de la empresa, por lo tanto, el inventario ayuda a la empresa al aprovisionamiento de sus productos ayudando al proceso productivo, comercial favoreciendo a sus clientes con la puesta a disposición de sus requerimientos a tiempo. (Cruz A. , 2017)

Inventario = Lote económico *precio de la materia prima

Inventario = 86*100

Inventario = 8600

Análisis

El inventario que tiene la empresa es de 8600 este valor se obtuvo de la multiplicación del resultado del lote económico por el precio de la materia prima.

- **Lote económico**

El lote económico es la cantidad óptima de materia prima que hay que solicitar a nuestros proveedores para que resulte mínimo y rentable los costos de transporte, mantenimiento y adquisición de un pedido esto ayudara a la fabricación fluida evitando contratiempos con nuestros clientes. (Anaya, 2016)

	LE	Cantidad óptima de materia prima a requerir
2	2	Constante
120	F	Transporte y estibaje
188	U	Consumo anual de materia prima
6.05	C	Tasa pasiva referencial Banco Central del Ecuador noviembre 2019
100	P	Precio unitario de materia prima

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

$$LE = \sqrt{\frac{2*F*U}{C*P}}$$

$$LE = \sqrt{\frac{2 * 120 * 188}{0.0605 * 100}}$$

$$LE = \frac{45120}{6.05}$$

$$LE=7458$$

$$LE = 86 \quad \text{quintales}$$

La cantidad óptima de materia prima que requiere la empresa es de 86 quintales de semillas de zapallo para la producción anual.

- **Cuentas por cobrar**

$$\text{Cuentas por Cobrar} = \frac{\text{Ventas anuales}}{\text{Año comercial}} * \text{Periodo Promedio de Recuperacion}$$

$$\text{Cuentas por cobrar} = \frac{70312.50}{360}$$

$$\text{Cuentas por cobrar} = 3906.25$$

Análisis

Las cuentas por cobrar que tiene la empresa es de \$ 3906.25 USD. y el periodo promedio de recuperación se obtiene a través del número de días que la empresa SEMINNOV otorga créditos a sus clientes a 10, 20, 30 días $(10+20+30) / 3=20$ días es el PPR para la empresa.

- **Activo circulante**

Tabla 47 Activo Circulante

ACTIVO CIRCULANTE	
Caja - Bancos	500
Inventario	8600
Cuentas por cobrar	3906.25
Total	13006.25

Elaborado por: Narciza Miniguano

Fuente: Investigación propia

Análisis e interpretación

Los activos circulantes de la empresa SEMINNOV es de \$ 13006.25 USD que está conformada por Caja – Bancos con un valor de 500 \$ para afrontar cualquier imprevisto que tenga la empresa, también cuenta con un inventario de 8600 que corresponde a los quintales de materia prima que la empresa tendrá en su inventario, las cuentas por cobrar son de 3906.25\$ que la empresa tiene como activo circulante.

6.3.2. Pasivo Circulante

$$\text{Tasa circulante} = \frac{\text{Activo circulante}}{\text{Pasivo circulante}}$$

$$2.5 = \frac{13006.25}{\text{Pasivo circulante}}$$

$$\text{Pasivo circulante} = 5202.50$$

Análisis

La empresa SEMINNOV tiene un pasivo circulante de 5202.50 USD este valor se obtiene dividiendo el activo circulante sobre la tasa circulante.

6.3.3. Capital de trabajo

$$\text{Capital de trabajo} = \text{Activo circulante} - \text{Pasivo circulante}$$

$$\text{Capital de trabajo} = 13006.25 - 5202.50$$

$$\text{Capital de trabajo} = 7803.75$$

Análisis

Los recursos económicos con los que cuenta la empresa para operar normalmente es de 7803.75 dólares y no tener imprevistos en la producción este valor es a corto plazo esto quiere decir que se podrá ver los cambios con el pasar del tiempo.

6.4. Resumen de inversiones

(a) Inversión inicial

$$\text{Inversión Inicial} = \text{Activo Fijo} + \text{Activo Diferido} + \text{Capital de trabajo}$$

$$\text{Inversión inicial} = 14045.26 + 1300 + 7803.75$$

$$\text{Inversión inicial} = 23149.01$$

Análisis

La empresa SEMINNOV necesita una inversión inicial de \$ 23149.01 USD para iniciar las operaciones de producción y comercialización del producto a desarrollarse.

6.5. Financiamiento

SEMINNOV será financiado mediante capital propio y el saldo faltante se realizará un préstamo a una institución financiera considerando algunos factores como el interés el

plazo y los requisitos que soliciten. Para esto se compararán algunas variables entre diferentes instituciones financieras.

Tabla 48 Financiamiento

Descripción	Valor \$	Aportación %
Financiamiento propio	8149.01	35
Institución financiera	15000	65
Total financiamiento	23149.01	100

Elaborado por: Narciza Miniguanó

Fuente: Investigación propia

SEMINNOV cuenta con un capital propio de 8149.01 USD que corresponde al 35% de aportación mientras el saldo faltante de 15.000 USD se financiara en una institución financiera con un 65% de aportación completando así el saldo total para la inversión.

Tabla 49 Financiamiento en instituciones financieras

ENTIDAD BANCARIA	CAPITAL A FINANCIAR	PLAZO EN MESES	CUOTAS MENSUALES	ENCAJE	GARANTES	TASA DE INTERÉS
CFN	15,000	48	395.56	NO	1	13.70%
CAC Ambato	15,000	48	620	NO	2	18.50%
CCCA	15,000	48	389.51	NO	2	10.40%
CAC JEP	15,000	48	528.62	NO	2	11.79%
MUSHUC RUNA	15,000	48	404.65	NO	2	17%

Elaborado por: Narciza Miniguanó

Fuente: Investigación propia

Análisis

De acuerdo al análisis realizado en las diferentes entidades financieras se pudo constatar que la Cooperativa de ahorro y crédito Cámara de Comercio Ambato es la mejor opción y es donde se realizara el crédito financiero ya que cuenta con una baja tasa de interés de 10.40% y las cuotas son DE 389.51 las más bajas en comparación con otras entidades financieras, en caso de no ser aprobado la siguiente opción será la CAC JEP que cuenta con una tasa de interés de 11,79 % con cuotas de 528,62 mensuales los cuales ayudaran a la estabilidad de la empresa.

6.6. Plan de inversiones

El siguiente plan de inversiones que la empresa necesita se tomara en cuenta a la cooperativa cámara de comercio de Ambato para ya que cuenta con una tasa de interés más atractiva los cuales la empresa puede ajustarse.

Tabla 50 Plan de inversiones para la empresa

Descripción	Valor \$	Valor %
Activo fijo	14045.26	61
Activo diferido	1300	6
Capital de trabajo	7803.75	34
Total de inversión	23149.01	100
Financiamiento propio	8149.01	35
Institución financiera	15000	65
Total financiamiento	23149.01	100

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

La empresa SEMINNOV presenta el siguiente plan de inversión con un 61% en activos fijos, 6% en activos diferidos, capital de trabajo con 34% en cuanto al financiamiento existe un 35% de financiamiento o capital propio, y un 65% corresponde el financiamiento en una institución financiera datos con las cuales la empresa iniciara sus actividades.

6.7. Presupuesto de costos e ingresos

Costos de producción

Tabla 51 Materia Prima

Proforma N°	Descripción	U. Medida	Consumo anual	Precio unitario	Precio total
888	Semillas de zapallo	Costales de 100 libras	188	100	18800

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Tabla 52 Insumos

Proforma	Descripción	U. Medida	Consumo anual	Precio unitario	Precio total
00023	Benzoato de sodio	Quintal	1	32	32
	Agua	18750 onzas liquidas	554.50 litros	0.055	30.50
Total					62.50

Elaborado por: Narciza Miniguano

Fuente: Investigación propia

Tabla 53 Costos indirectos de fabricación

Proforma	Descripción	U. Medida	Consumo anual	Precio unitario	Precio total
	Gas	Unidades	24	3	72
00054	Etiquetas	Caja 100 Unidades	188	4.00	752
005432	Fundas de empaque al vacío	Paquete de 100 U.	188	12	2256
00731	Guantes de manejo	caja de 100 unidades	1	8.04	8.04
0002	Bandeja reforzada	Unidades	2	2.1	4.2
0002	Librador cucharon	Unidades	2	0.8	1.6
Total					3093.84

Elaborado por: Narciza Miniguano

Fuente: Investigación propia

Tabla 54 Cargos depreciación y amortización

CARGO DEPRECIACION		
Detalle	Valor de depreciación	Valor depreciado
Infraestructura	2700	540
Adecuaciones	700	140
Maquinaria y equipos	8026.88	1605.376
Muebles y enseres	314.57	62.914
Equipo de computo	303.81	60.762
Total	12045.26	2409.05
CARGO AMORTIZACION		

Detalle	Valor amortización	Valor amortizado
Gastos de constitución	500	100
Patente	300	60
permiso de funcionamiento	200	40
registro de la marca	200	40
Publicidad	100	20
Total activos intangibles	1300	260
Total depreciación y amortización		2669.05

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Para realizar la depreciación y amortización se lo realizo el cálculo en línea recta que se realiza dividiendo el valor del bien para los años de duración del proyecto que es de 5 años.

Tabla 55 Mantenimiento de maquinaria y equipos

MANTENIMIENTO MAQUINARIA Y EQUIPO			
Detalle	Consumo anual	Valor unitario	Valor total
Envasador dosificador sellador al vacío	1	5400	270
Molino eléctrico	1	636.88	31.84
Tostador	1	1990	99.5
Computador	1	153.81	7.69
Impresora	1	150	7.5
total mantenimiento maquinaria equipo			416.53

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Tabla 56 Mano de obra directa

Descripción	Consumo anual	Valor unitario	Valor Total
Operario	1	394	4728
Total			4728

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Para el cálculo de la mano de obra se tomó como referencia al salario básico unificado año 2019 que es de 394 incluidos todos los beneficios de ley.

Tabla 57 Costos totales de producción

Descripción	Valor
Materia prima	18800
Mano de obra	4728
Insumos	62.50
Materiales indirectos	3093.84
Cargos de depreciación y amortización	2669.05
Mantenimiento de maquinaria y equipo	416.53
Total	29769.92

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Costos Administrativos

Tabla 58 Servicios básicos

Descripción	Cantidad de consumo	Precio unitario	Precio total
Luz	600kwh	0.022	144
Agua	200m3	10	120
Internet	ilimitado	20	240
Total			504

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Tabla 59 Sueldos

Descripción	Cantidad de consumo	Precio unitario	Precio total
Gerente	1	394	4728
Contador	1	394	4728
Total			9456

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Tabla 60 Suministros de oficina

Proforma N°	Descripción	Cantidad anual	Precio unitario	Precio total
0034	Papel bond	2	Resmas	7
0034	Grapadora	1	Unidades	3
0034	Esferos	1	caja de 24 unidades	14
0034	Calculadora	1	Unidades	6
Total				30

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Tabla 61 Artículos de limpieza

Proforma N°	Descripción	Cantidad anual	Precio unitario	Precio total
00731	Galón de jabón líquido	1	7.14	7.14
00731	Rollo de papel de 100mtrs	5	1.12	5.6
00731	Detergente 5k	1	8.93	8.93
0002	Escoba	2	2.0089	4.02
0002	Trapeador	2	2.36	4.73
0002	Basurero	2	3.75	7.5
	Total			37.92

Elaborado por: Narciza Miniguano

Fuente: Investigación propia

Tabla 62 Costos administrativos totales

DETALLE	TOTAL
Servicios básicos	504
Sueldos	9456
Suministros de oficina	30
Artículos de limpieza	37.92
Costos administrativos totales	10027.92

Elaborado por: Narciza Miniguano

Fuente: Investigación propia

Costos de ventas

Tabla 63 Sueldo y salario del vendedor

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Vendedor	1	394	4728
Total			4728

Elaborado por: Narciza Miniguano

Fuente: Investigación propia

Tabla 64 Transporte

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Transporte del producto	12	20	240
Flete y estibaje	12	10	120
Total			360

Elaborado por: Narciza Miniguano

Fuente: Investigación propia

Tabla 65 Costo de venta total

Descripción	Total
Sueldos y salarios vendedor	4728
Trasporte	360
Total	5088

Elaborado por: Narciza Miniguanó
Fuente: Investigación propia

Costo Financiero

Tabla 66 Préstamo bancario

Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Préstamo bancario al 10.40%	4	390	1560
Total			1560

Elaborado por: Narciza Miniguanó
Fuente: Investigación propia

Tabla 67 Resumen de presupuestos de costos

COSTOS DE PRODUCCIÓN	
Materia prima	18800
Materiales indirectos	3093.84
Insumos	62.50
Cargos de depreciación y amortización	2669.05
Mantenimiento de maquinaria y equipo	416.53
Mano de obra directa	4728
Total costos de producción	29769.92
COSTOS ADMINISTRATIVOS	
Servicios básicos	504
Sueldos	9456
Suministros de oficina	30
Artículos de limpieza	37.92
Total costos administrativos	10027.92
COSTOS DE VENTAS	
Vendedor	4728
Transporte	360
Total costos de ventas	5088
COSTO FINANCIERO	
Interés 10.40%	1560
Total costo financiero	1560
TOTAL COSTO DEL PROYECTO	46445.84

Elaborado por: Narciza Miniguanó
Fuente: Investigación propia

6.7.1. Situación Financiera Actual

SEMINNOV
BALANCE GENERAL
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2019

ACTIVOS

CORRIENTE O CIRCULANTE

Caja- Bancos	500
inventario de materia prima	8600
Cuentas por cobrar	3906.25
Total	13006.25

Activos fijos

Tangibles

Terreno	2000
Maquinaria	8026.88
Infraestructura	2700
Adecuaciones	700
muebles y enceres	314.57
Equipos de computo	303.81
(-)Depreciación	2409.05
Total	11636.21

Activos diferidos

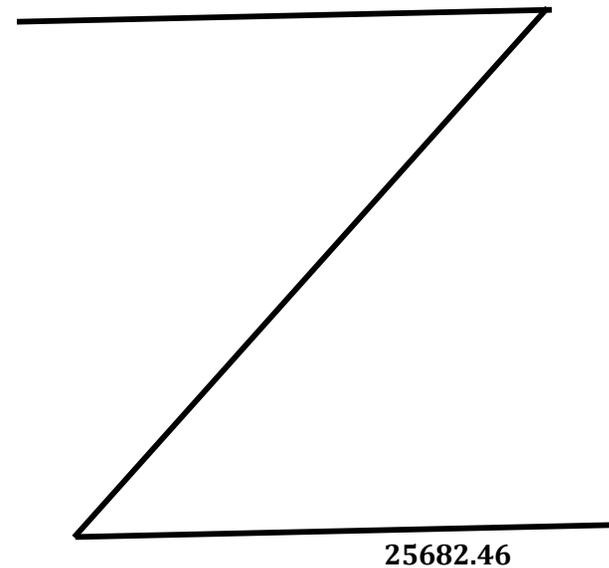
Intangibles

Gastos de constitución	500
Patentes	300
Permisos de funcionamiento	200
registro de marca	200
Publicidad	100
(-)Amortización	260
Total	1040

Total de activos **25682.46**

PASIVO
CORRIENTE O
CIRCULANTE

Corto Plazo	5202.50
Largo plazo	
Préstamo	15000
Total	20202.50
Patrimonio	
Capital	5479.96
Total	5479.96



Elaborado por: Narciza Miniguano
 Fuente: Investigación propia

6.7.2. Situación financiera proyectada

Al realizar la proyección del balance general del año 2020 al 2024 este se realiza en base a la inflación del 1.07 % según el banco central de Ecuador de octubre 2018-octubre 2019

SEMINNOV						
BALANCE GENERAL						
DEL 1 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2019						
	AÑO 1 (2020)	AÑO 2 (2021)	AÑO 3 (2022)	AÑO 4 (2023)	AÑO 5 (2024)	
ACTIVOS						
CIRCULANTE	13006.25	13145.42	13286.07	13428.23	13571.92	
Caja- Bancos	500.00	505.35	510.76	516.22	521.75	
inventario de materia prima	8600.00	8692.02	8785.02	8879.02	8974.03	
Cuentas por cobrar	3906.25	3948.05	3990.29	4032.99	4076.14	
TANGIBLES	11636.21	11610.43	11584.38	11558.05	11531.43	
Terreno	2000.00	2000.00	2000.00	2000.00	2000.00	
Maquinaria	8026.88	8026.88	8026.88	8026.88	8026.88	
infraestructura	2700.00	2700.00	2700.00	2700.00	2700.00	
Adecuaciones	700.00	700.00	700.00	700.00	700.00	
muebles y encerres	314.57	314.57	314.57	314.57	314.57	
equipos de computo	303.81	303.81	303.81	303.81	303.81	
Depreciación	2409.05	2434.83	2460.88	2487.21	2513.83	
INTANGIBLES	1040.00	1037.22	1034.41	1031.56	1028.69	
gastos de constitución	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	
Patentes	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	
permisos de funcionamiento	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	
registro de marca	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	
Publicidad	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	
Amortización	260.00	262.78	265.59	268.44	271.31	
TOTAL ACTIVO	25682.46	25793.07	25904.86	26017.85	26132.04	
PASIVO						
CIRCULANTE	5202.50	5258.17	5314.43	5371.29	5428.77	
Préstamo	15000.00	11250.00	7500.00	3750.00	0.00	
TOTAL PASIVO	20202.50	16508.17	12814.43	9121.29	5428.77	
Patrimonio						
Capital	5479.96	5538.59	5597.86	5657.75	5718.29	
TOTAL PATRIMONIO	5479.96	5538.59	5597.86	5657.75	5718.29	
Pasivo + patrimonio	25682.46	22046.76	18412.29	14779.05	11147.06	

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

6.7.3 Presupuesto de ingresos

Tabla 68 Presupuesto de Ingresos

AÑOS	DPI REAL	PRECIO	INGRESOS MENSUALES	INGRESOS ANUALES
0	18750	3.75	5859.34	70312.1
1	19039	3.79	6013.23	72158.8
2	19332	3.83	6171.17	74054.0
3	19630	3.87	6333.25	75999.1
4	19932	3.91	6499.60	77995.2
5	20239	3.95	6670.31	80043.7

Elaborado por: Narciza Miniguanó

Fuente: Investigación propia

El presupuesto de ingreso de la empresa SEMIINNOV en el año 1 es de \$ 72158.8 y en el año 5 es de \$ 80043.7 para realizar el cálculo se toma la cantidad obtenida de la DPI real y multiplicamos por el precio de esta forma se obtiene el ingreso anual, el precio puede ser flexible por los cambios económicos a los que están expuestos el país.

6.7.4. Estado De Resultados

SEMINNOV					
ESTADO DE RESULTADOS					
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
AÑOS	2020	2021	2022	2023	2024
INGRESOS	72158.81	74054.04	75999.06	77995.16	80043.68
(-)Costo de producción	29769.92	30088.46	30410.41	30735.80	31064.67
(=)utilidad bruta	42388.88	43965.58	45588.65	47259.36	48979.01
(-)costos administrativos	10027.92	10135.22	10243.67	10353.27	10464.05
(-)costos financieros	1560.00	991.26	544.38	202.23	0.00
(-)costos ventas	5088.00	5142.44	5197.47	5253.08	5309.29
(=)utilidad reparto a trabajadores	25712.96	27696.66	29603.14	31450.77	33205.67
(-) reparto utilidad a trabajadores 15%	3856.94	4154.50	4440.47	4717.62	4980.85
(=)utilidad antes de impuestos	21856.02	23542.16	25162.67	26733.16	28224.82
(-)Impuesto a la renta 25%	5464.00	5885.54	6290.67	6683.29	7056.20
(=)utilidad neta	16392.01	17656.62	18872.00	20049.87	21168.61
(+)Cargos depreciación y amortización	2669.05	2669.05	2669.05	2669.05	2669.05
(-)pago a principales	3750.00	3750.00	3750.00	3750.00	0.00
(=)flujos netos	15311.07	16575.67	17791.05	18968.92	23837.67

Gerente general
 Narciza Miniguano

Contador
 Elizabeth Pérez

6.7.5. Flujo de Caja

SEMINNOV						
FLUJO DE CAJA						
DESCRIPCION	Año (0)	Año (1)	Año (2)	Año (3)	Año (4)	Año (5)
Ingresos operacionales	70312.08	72158.81	74054.04	75999.06	77995.16	80043.68
(+)Recursos Propios	8149.01					
(+)Recursos ajenos	15000.00					
(+) ingresos por ventas		72158.81	74054.04	75999.06	77995.16	80043.68
(-) egresos operacionales		44885.84	45366.12	45851.54	46342.15	46838.01
(+) costos operacionales		29769.92	30088.46	30410.41	30735.80	31064.67
(+) costos de ventas		5088.00	5142.44	5197.47	5253.08	5309.29
(+)costos administrativo		10027.92	10135.22	10243.67	10353.27	10464.05
(=) flujo operacional	70312.08	27272.96	28687.92	30147.52	31653.00	33205.67
ingresos no operacionales						
(+)Créditos a contratarse a corto plazo						
(-)Egresos no operacionales		1560.00	991.26	544.38	202.23	0.00
(+) Interés de pago a largo plazo		1560.00	991.26	544.38	202.23	0.00
Otros egresos						
(=) flujo no operacional		1560.00	991.26	544.38	202.23	0.00
(=) Flujo neto de efectivo	70312.08	25712.96	27696.66	29603.14	31450.77	33205.67

Gerente general
Narciza Miniguano

Contador
Elizabeth Pérez

6.8. Punto de equilibrio

Tabla 69 Punto de equilibrio

DETALLE	COSTO FIJO	VALOR	COSTO VARIABLE	VALOR
Costo de producción	Cargos depreciación y amortización	2669.05	Materia prima	18800
	Mantenimiento maquinaria y equipo	416.53	Materiales indirectos	3093.84
	Mano de obra directa	4728	Insumos	62.50
Costo administrativo	Servicios básico	504	Suministros oficina	30
	Sueldos	9456	Artículos de limpieza	37.92
Costo de ventas	Sueldo vendedor	4728	Transporte	360
Costo financiero	Préstamo bancario	1560		
	TOTAL	24061.59	TOTAL	22384.26

Elaborado por: Narciza Miniguanó

Fuente: Investigación propia

6.8.1. Punto de equilibrio en unidades monetarias

$$\text{Formula: } PE = \frac{\text{costos fijos}}{1 - \frac{\text{costos variables}}{\text{ventas}}}$$

En donde:

PE: Punto de equilibrio

CF: Costo fijo

CV: Costo variable

V: Ventas

$$PE = \frac{24061.59}{1 - \frac{22384.26}{72158.81}}$$

$$PE = \frac{24061.59}{0.69}$$

$$PE = 34882.39 \text{ dólares}$$

Análisis

En la empresa SEMINNOV el punto de equilibrio en unidades monetarias es de \$ 34882.39 USD que debe generar la empresa anualmente para no tener pérdidas y permanecer activo en el mercado.

6.8.2. Punto de equilibrio en unidades de producción

Formula

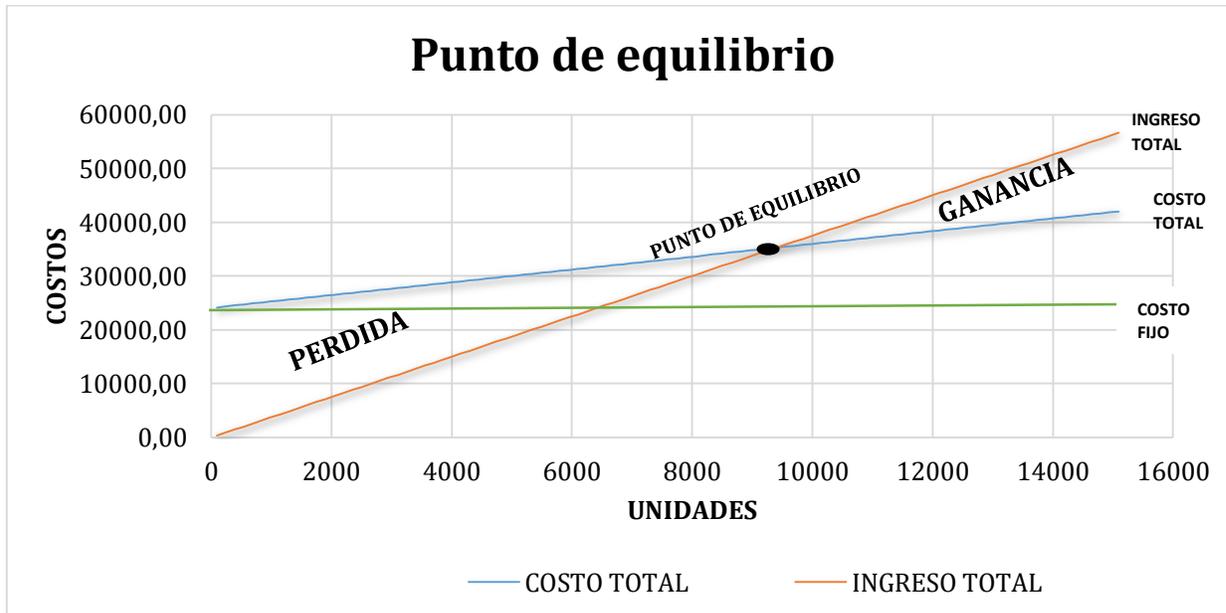
$$PE = \frac{\text{Costos fijos}}{PVU - CVU}$$

$$PE = \frac{24061.59}{3.75 - 1.19}$$

$$PE = \frac{24061.59}{2.56}$$

$$PE = 9413.13 \text{ UNIDADES}$$

Ilustración 32 Punto de equilibrio



Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

6.9. Tasa de descuento y criterios alternativos para la evaluación del proyecto

Es la tasa que ofrecemos a los inversionistas con el objetivo de atraer inversionistas para que inviertan en el proyecto tomando en cuenta el nivel de ganancias que obtiene la empresa.

Tasa del 1 al 10 = Riesgo bajo

Tasa del 11 al 20 = Riesgo medio

Tasa mayor a 20 = Riesgo alto

6.9.1. Calculo de la Tmar1 sin financiamiento

Riesgo país 27 diciembre 2019 (820) datos tomados del Banco Central del Ecuador

$$Tmar1 = i + f$$

Tmar = Tasa mínima aceptable de rendimiento

i = Riesgo país

f = inflación

$$Tmar = 8.20\% + 1.07\%$$

$$Tmar = 9.27\%$$

6.9.2. Calculo Tmar1 sin financiamiento

$$Tmar1 = i + f(2)$$

$$Tmar = 8.20\% + 1.07\%(2)$$

$$Tmar = 10.34\%$$

Análisis

La tasa mínima aceptable de rendimiento de la empresa SEMINNOV es de 9.27% y 10.34% estos porcentajes son aceptables para los accionistas ya que es mayor que la inflación siendo esta de 1.07% esto quiere decir que la empresa tiene una tasa mínima que está debajo y sobre el 10% que significa que el inversor obtendrá una rentabilidad al invertir en la empresa.

6.9.3. Calculo Tmar1 Global Mixto

Tabla 70 Tmar1 Global Mixto

TMAR1 GLOBAL MIXTO				
Proyecto con financiamiento	Monto	% de aportación	Tmar Anual	Ponderación
Recursos propios	8149.01	0.35 %	0.0927	0.032
Recursos financieros	15000	0.65%	0.1040	0.068
Total	23149.01	100%	0.1967	0.100
				10.00%

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Análisis

Tmar global mixto1 con fuentes de financiamiento se obtiene el 10% de aporte para los inversionistas quienes obtendrán sus ingresos por la rentabilidad de la empresa.

6.9.4. Calculo Tmar2 Global Mixto

Tabla 71 Tmar2 Global Mixto

TMAR2 GLOBAL MIXTO				
Proyecto con financiamiento	Monto	% de aportación	Tmar Anual	Ponderación
Recursos propios	8149.01	0.35 %	0.1034	0.036
Recursos financieros	15000	0.65%	0.1040	0.068
Total	23149.01	100%	0.2074	0.1038
				10.38%

Elaborado por: Narciza Miniguano
Fuente: Investigación propia

Análisis

La empresa tiene una tasa mínima aceptable de rendimiento de 10.38% para que los inversionistas inviertan en el proyecto.

6.10. Valor Actual Neto 1 (VAN)

El valor actual neto es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto, midiendo los flujos de efectivo futuros y egresos y descontando la inversión inicial queda alguna ganancia el proyecto es viable caso contrario será un fracaso. (Conexionesan, 2017)

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

$$VAN1 = -23149.01 + \frac{25712.96}{(1+0.100)^1} + \frac{27696.66}{(1+0.100)^2} + \frac{29603.14}{(1+0.100)^3} + \frac{31450.77}{(1+0.100)^4} + \frac{33205.67}{(1+0.100)^5}$$

$$VAN1 = -23149.01 + \frac{25712.96}{1.1} + \frac{27696.66}{1.21} + \frac{29603.14}{1.3310} + \frac{31450.77}{1.4641} + \frac{33205.67}{1.61051}$$

$$VAN1 = -23149.01 + 23375.42 + 22889.80 + 22241.27 + 21481.30 + 20618.11$$

$$VAN1 = 87456.90$$

Análisis

El valor actual neto es mayor a cero lo que quiere decir que el proyecto es rentable por lo cual sumados los flujos netos de efectivo y restado la inversión inicial se obtiene una ganancia de un valor de \$ 87456.90 USD. el cual se obtendrá con una tasa del 10% anual.

6.10.2. Calculo del Valor Actual Neto (2)

Para realizar el cálculo se toma la tasa mínima aceptable de rendimiento con financiamiento2 es decir el 10.38%

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

$$VAN2 = -23149.01 + \frac{25712.96}{(1+0.1038)^1} + \frac{27696.66}{(1+0.1038)^2} + \frac{29603.14}{(1+0.1038)^3} + \frac{31450.77}{(1+0.1038)^4} + \frac{33205.67}{(1+0.1038)^5}$$

$$\begin{aligned} \text{VAN2} &= -23149.01 + \frac{25712.96}{1.1038} + \frac{27696.66}{1.21837444} + \frac{29603.14}{1.34484171} + \frac{31450.77}{1.48443628} + \frac{33205.67}{1.63852076} \\ \text{VAN2} &= -23149.01 + 23294.9486 + 22732.4704 + 22012.3576 + 21187.015 + 20265.6377 \\ \text{VAN2} &= 86343.42 \end{aligned}$$

Análisis

El valor actual neto es mayor a cero lo que quiere decir que el proyecto es rentable por lo cual sumados los flujos netos de efectivo y restado la inversión inicial se obtiene una ganancia de un valor de \$ 86343.42 USD. el cual se obtendrá con una tasa del 10.38% anual.

6.11. Indicadores Financiero

6.11.1. Índice de Solvencia

$$\text{SOLVENCIA} = \frac{\text{ACTIVO TOTAL}}{\text{PASIVO TOTAL}}$$

$$\text{SOLVENCIA} = \frac{25682.46}{20202.59}$$

$$\text{SOLVENCIA} = 1.27$$

La empresa SEMINNOV está en capacidad de recuperar \$ 1.27 USD por cada dólar invertido

6.11.2 Índice de liquidez

$$\text{LIQUIDEZ} = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$$

$$\text{LIQUIDEZ} = \frac{13006.25}{5202.50}$$

$$\text{LIQUIDEZ} = 2.5$$

Análisis

La empresa SEMINNOV tiene una liquidez del 2.5% por cada dólar invertido.

6.11.3. Índice de endeudamiento

$$ENDEUDAMIENTO = \frac{PASIVO\ TOTAL}{ACTIVO\ TOTAL}$$

$$ENDEUDAMIENTO = \frac{20202.50}{25682.46}$$

$$ENDEUDAMIENTO = 0.79$$

Análisis

En la empresa SEMINNOV muestra un porcentaje de los acreedores sobre los activos es de 0.79% es decir que el 0.21% son fondos propios.

6.11.4. Índice de apalancamiento

$$APALANCAMIENTO = \frac{PASIVO\ TOTAL}{PATRIMONIO\ NETO}$$

$$APALANCAMIENTO = \frac{20202.50}{5479.96}$$

$$APALANCAMIENTO = 3.69$$

Análisis

La empresa SEMINNOV muestra un porcentaje de compromiso con los acreedores y es mayor a uno este crecimiento nos muestra que es beneficioso financiar ya que la empresa produce utilidades mayores a lo que se adeuda.

6.12. Tasa beneficio costo

$$BENEFICIO/COSTO = \frac{\Sigma IBRUTOS}{\Sigma CTP}$$

$$BENEFICIO/COSTO = \frac{380250.74}{232581.54}$$

$$BENEFICIO\ COSTO = 1.63$$

Análisis

La empresa SEMINNOV en la relación beneficio costo tiene un valor \$ de 1.63 USD de recuperación por cada dólar invertido en la empresa para el cual se toma los datos del estado de resultados.

6.13. Periodo de recuperación de la inversión

$$PRI = \frac{I_0}{\frac{\sum FNE}{\# \text{ AÑOS}}}$$

$$PRI = \frac{23149.01}{\frac{\sum 147669.20}{5}}$$

$$PRI = 0.78$$

$$78/12 = 6 \text{ Meses}$$

Análisis

El periodo de recuperación de la inversión de la empresa SEMINNOV es de 6 meses.

6.14. Tasa interna de retorno

$$TIR = TMAR1 + (TMAR2 - TMAR1) \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2}$$

$$TIR = 10.00\% + 10.38\% - 10.00\% \frac{87456.90}{87456.90 - 86343.42}$$

$$TIR = 10.00\% + 0.38\% \frac{87456.90}{1113.48}$$

$$TIR = 10.00\% + 0.38\% (78.54384)$$

$$TIR = 10.00\% + 0.29846659$$

$$TIR = 39.85\%$$

Análisis

La empresa SEMINNOV cuenta con un rendimiento de 39.85% se observa que cumple con la regla general que dice la TIR debe ser mayor a la Tmar mostrando la factibilidad económica del emprendimiento.

6.15. Análisis de sensibilidad

6.15.1. Escenario Optimista + 10%

SEMINNOV					
ESTADO DE RESULTADOS					
				+10%	
AÑOS	2020	2021	2022	2023	2024
INGRESOS	79374.69	81459.45	83598.96	85794.67	88048.05
(-)Costo de producción	30410.41	33451.45	36796.59	40476.25	44523.88
(=)utilidad bruta	48964.28	48008.00	46802.37	45318.42	43524.17
(-)costos administrativos	10243.67	11268.03	12394.84	13634.32	14997.75
(-)costos financieros	544.38	991.26	544.38	202.23	0.00
(-)costos ventas	5197.47	5717.21	6288.93	6917.83	7609.61
(=)utilidad reparto a trabajadores	32978.77	30031.49	27574.22	24564.04	20916.81
(-) reparto utilidad a trabajadores 15%	4946.82	4504.72	4136.13	3684.61	3137.52
(=)utilidad antes de impuestos	28031.95	25526.77	23438.09	20879.43	17779.29
(-)Impuesto a la renta 25%	7007.99	6381.69	5859.52	5219.86	4444.82
(=)utilidad neta	21023.97	19145.08	17578.56	15659.58	13334.47
(+)Cargos depreciación y amortización	2669.05	2669.05	2669.05	2669.05	2669.05
(-)pago a principales	3750.00	3750.00	3750.00	3750.00	0.00
(=)flujos netos	19943.02	18064.13	16497.62	14578.63	16003.52

Gerente general
Narciza Miniguano

Contador
Elizabeth Pérez

6.15.1.1. Flujo de Efectivo Escenario Optimista + 10%

SEMINNOV						
FLUJO DE EFECTIVO						
DESCRIPCION	Año (0)	Año (1)	Año (2)	Año (3)	Año (4)	Año (5)
Ingresos operacionales	77343.28	81459.45	83598.96	85794.67	88048.05	418275.82
(+)Recursos Propios	8149.01					
(+)Recursos ajenos	15000.00					
(+) ingresos por ventas		81459.45	83598.96	85794.67	88048.05	418275.82
(-) egresos operacionales		44885.84	49374.43	54311.87	59743.06	65717.36
(+) costos operacionales		29769.92	32746.92	36021.61	39623.77	43586.15
(+) costos de ventas		5088.00	5596.80	6156.48	6772.13	7449.34
(+)costos administrativo		10027.92	11030.71	12133.78	13347.16	14681.88
(=) flujo operacional	77343.28	36573.60	34224.53	31482.80	28304.99	352558.45
ingresos no operacionales						
(+)Créditos a contratarse a corto plazo						
(-)Egresos no operacionales		1560.00	991.26	544.38	202.23	0.00
(+) Interés de pago a largo plazo		1560.00	991.26	544.38	202.23	0.00
Otros egresos						
(=) flujo no operacional		1560.00	991.26	544.38	202.23	0.00
(=) Flujo neto de efectivo	77343.28	35013.60	33233.27	30938.42	28102.76	352558.45

Gerente general
Narciza Miniguano

Contador
Elizabeth Pérez

6.15.2. Cálculo del Valor Actual Neto 1

$$\text{VAN1} = -23149.01 + \frac{35013.60}{(1+0.1000)^1} + \frac{33233.27}{(1+0.1000)^2} + \frac{30938.42}{(1+0.1000)^3} + \frac{28102.76}{(1+0.1000)^4} + \frac{352558.45}{(1+0.1000)^5}$$

$$\text{VAN1} = -23149.01 + \frac{35013.60}{1.1} + \frac{33233.27}{1.21} + \frac{30938.42}{1.331} + \frac{28102.76}{1.4641} + \frac{352558.45}{1.61051}$$

$$\text{VAN1} = -23149.01 + 31830.5489 + 27465.5156 + 23244.4924 + 19194.5635 + 218911.062$$

$$\text{VAN1} = 297497.17$$

Análisis

El valor actual neto es mayor a cero lo que quiere decir que el proyecto es rentable por lo cual sumados los flujos netos de efectivo y restado la inversión inicial se obtiene una ganancia de un valor de \$ 29749.17 USD. el cual se obtendrá con una tasa del 10% anual.

6.15.3. Cálculo del Valor Actual Neto 2

$$\text{VAN2} = -23149.01 + \frac{35013.60}{(1+0.1038)^1} + \frac{33233.27}{(1+0.1038)^2} + \frac{30938.42}{(1+0.1038)^3} + \frac{28102.76}{(1+0.1038)^4} + \frac{352558.45}{(1+0.1038)^5}$$

$$\text{VAN2} = -23149.01 + \frac{35013.60}{1.1038} + \frac{33233.27}{1.21837444} + \frac{30938.42}{1.34484171} + \frac{28102.76}{1.48443628} + \frac{352558.45}{1.63852076}$$

$$\text{VAN2} = -23149.01 + 31720.9674 + 27276.7327 + 23005.2498 + 18931.6045 + 215168.744$$

$$\text{VAN2} = 292954.29$$

Análisis

El valor actual neto es mayor a cero lo que quiere decir que el proyecto es rentable por lo cual sumados los flujos netos de efectivo y restado la inversión inicial se obtiene una ganancia de un valor de \$ 292954.29 USD. el cual se obtendrá con una tasa del 10,38% anual.

6.15.4. Cálculo de la tasa Beneficio Costo

$$\text{BENEFICIO/COSTO} = \frac{\sum \text{IBRUTOS}}{\sum \text{CTP}}$$

$$\text{BENEFICIO/COSTO} = \frac{418275.82}{282210.49}$$

$$\text{BENEFICIO COSTO} = 1.48$$

Análisis

La empresa SEMINNOV en la relación beneficio costo tiene un valor \$ de 1.48 USD de recuperación por cada dólar invertido en la empresa para el cual se toma los datos del estado de resultados.

6.15.5. Cálculo del periodo de recuperación de la inversión (Optimista)

$$PRI = \frac{I_0}{\frac{\sum FNE}{\# \text{ AÑOS}}}$$

$$PRI = \frac{23149.01}{\frac{\sum 479846.51}{5}}$$

$$PRI = 0.24$$

$$24/12=2 \text{ Meses}$$

Análisis

El periodo de recuperación de la inversión de la empresa SEMINNOV es de 2 meses.

6.15.6. Cálculo de la Tasa interna de retorno (optimista)

$$\text{TIR} = \text{TMAR1} + (\text{TMAR2} - \text{TMAR1}) \frac{\text{VAN1}}{\text{VAN1} - \text{VAN2}}$$

$$\text{TIR} = 10.00\% + (10.38\% - 10.00\%) \frac{297497.17}{297497.17 - 292954.29}$$

$$\text{TIR} = 10.00\% + 0.38\% \frac{297497.17}{4542.88}$$

$$\text{TIR} = 10.00\% + 0.38\% 65.48641167$$

$$\text{TIR} = 10.00\% + 0.249$$

$$\text{TIR} = 34.88\%$$

Análisis

La empresa SEMINNOV cuenta con un rendimiento de 34.88% se observa que cumple con la regla general que dice la TIR debe ser mayor a la Tmar mostrando la factibilidad económica del emprendimiento.

6.16. Escenario Pesimista -10%

ESTADO DE RESULTADOS					
AÑOS	2020	2021	2022	2023	2024
INGRESOS	64942.93	66648.64	68399.15	70195.64	72039.31
(-)Costo de producción	29769.92	26792.93	24113.64	21702.27	19532.05
(=)utilidad bruta	35173.00	39855.71	44285.51	48493.37	52507.27
(-)costos administrativos	10027.92	9025.13	8122.62	7310.35	6579.32
(-)costos financieros	1560.00	991.26	544.38	202.23	0.00
(-)costos ventas	5088.00	4579.20	4121.28	3709.15	3338.24
(=)utilidad reparto a trabajadores	18497.08	25260.12	31497.24	37271.63	42589.71
(-) reparto utilidad a trabajadores 15%	2774.56	3789.02	4724.59	5590.74	6388.46
(=)utilidad antes de impuestos	15722.52	21471.10	26772.65	31680.88	36201.25
(-)Impuesto a la renta 25%	3930.63	5367.78	6693.16	7920.22	9050.31
(=)utilidad neta	11791.89	16103.33	20079.49	23760.66	27150.94
(+)Cargos depreciación y amortización	2669.05	2669.05	2669.05	2669.05	2669.05
(-)pago a principales	3750.00	3750.00	3750.00	3750.00	0.00
(=)flujos netos	10710.94	15022.38	18998.54	22679.72	29819.99

Gerente general
Narciza Miniguano

Contador
Elizabeth Pérez

6.16.1. Flujo de Efectivo escenario pesimista -10%

SEMINNOV						
FLUJO DE EFECTIVO						
DESCRIPCION	Año (0)	Año (1)	Año (2)	Año (3)	Año (4)	Año (5)
Ingresos operacionales	77343.28	64942.93	66648.64	68399.15	70195.64	72039.31
(+) Recursos Propios	8149.01					
(+) Recursos ajenos	15000.00					
(+) ingresos por ventas		64942.93	66648.64	68399.15	70195.64	72039.31
(-) egresos operacionales		44885.84	40397.26	36357.53	32721.78	29449.60
(+) costos operacionales		29769.92	26792.93	24113.64	21702.27	19532.05
(+) costos de ventas		5088.00	4579.20	4121.28	3709.15	3338.24
(+) costos administrativo		10027.92	9025.13	8122.62	7310.35	6579.32
(=) flujo operacional	77343.28	20057.08	26251.38	32041.62	37473.86	42589.71
ingresos no operacionales						
(+) Créditos a contratarse a corto plazo						
(-) Egresos no operacionales		1560.00	991.26	544.38	202.23	0.00
(+) Interés de pago a largo plazo		1560.00	991.26	544.38	202.23	0.00
Otros egresos						
(=) flujo no operacional		1560.00	991.26	544.38	202.23	0.00
(=) Flujo neto de caja	77343.28	18497.08	25260.12	31497.24	37271.63	42589.71

Gerente general
Narciza Miniguano

Contador
Elizabeth Pérez

6.16.1 Cálculo del Valor actual neto 1

$$\text{VAN1} = -23149.01 + \frac{18497.08}{(1+0.100)^1} + \frac{25260.12}{(1+0.100)^2} + \frac{31497.24}{(1+0.100)^3} + \frac{37271.63}{(1+0.100)^4} + \frac{42589.71}{(1+0.100)^5}$$

$$\text{VAN1} = -23149.01 + \frac{18497.08}{1.1} + \frac{25260.12}{1.21} + \frac{31497.24}{1.331} + \frac{37271.63}{1.4641} + \frac{42589.71}{1.61051000}$$

$$\text{VAN1} = -23149.01 + 16815.53037 + 20876.1318 + 23664.3406 + 25457.02434 + 26444.8593$$

$$\text{VAN1} = 90108.88$$

Análisis

El valor actual neto es mayor a cero lo que quiere decir que el proyecto es rentable por lo cual sumados los flujos netos de efectivo y restado la inversión inicial se obtiene una ganancia de un valor de \$ 29749.17 USD. el cual se obtendrá con una tasa del 10% anual.

6.16.2 cálculo del Valor actual neto 2

$$\text{VAN2} = -23149.01 + \frac{18497.08}{(1+0.1038)^1} + \frac{25260.12}{(1+0.1038)^2} + \frac{31497.24}{(1+0.1038)^3} + \frac{37271.63}{(1+0.1038)^4} + \frac{42589.71}{(1+0.1038)^5}$$

$$\text{VAN2} = -23149.01 + \frac{18497.08}{1.1038} + \frac{25260.12}{1.21837444} + \frac{31497.24}{1.34484171} + \frac{37271.63}{1.484436276} + \frac{42589.71}{1.63852076}$$

$$\text{VAN2} = -23149.01 + 16757.64034 + 20732.6407 + 23420.7767 + 25108.27169 + 25992.7804$$

$$\text{VAN2} = 88863.10$$

Análisis

El valor actual neto es mayor a cero lo que quiere decir que el proyecto es rentable por lo cual sumados los flujos netos de efectivo y restado la inversión inicial se obtiene una ganancia de un valor de \$ 88863.10 USD. el cual se obtendrá con una tasa del 10.38% anual.

6.15.4. Cálculo de la tasa Beneficio Costo

$$\text{BENEFICIO/COSTO} = \frac{\sum \text{IBRUTOS}}{\sum \text{CTP}}$$
$$\text{BENEFICIO/COSTO} = \frac{342225.67}{187109.89}$$
$$\text{BENEFICIO COSTO} = 1.83$$

Análisis

La empresa SEMINNOV en la relación beneficio costo tiene un valor \$ de 1.83 USD de recuperación por cada dólar invertido en la empresa para el cual se toma los datos del estado de resultados.

6.15.5. Cálculo del periodo de recuperación de la inversión (pesimista -10%)

$$PRI = \frac{I_0}{\frac{\sum FNE}{\# \text{ AÑOS}}}$$
$$PRI = \frac{23149.01}{\frac{\sum 155115.78}{5}}$$

$$PRI = 0.75$$

$$75/12=6 \text{ Meses}$$

Análisis

El periodo de recuperación de la inversión de la empresa SEMINNOV es de 6 meses.

6.15.6. Cálculo de la Tasa interna de retorno (pesimista -10%)

$$\text{TIR} = \text{TMAR1} + (\text{TMAR2} - \text{TMAR1}) \frac{\text{VAN1}}{\text{VAN1} - \text{VAN2}}$$

$$\text{TIR} = 10.00\% + (10.38\% - 10.00\%) \frac{90108.88}{90108.88 - 88863.10}$$

$$\text{TIR} = 10.00\% + 0.38\% \frac{90108.88}{1245.78}$$

TIR= 10.00% + 0.38% 72.33149105

TIR= 10.00% + 0.275

TIR= 37.49%

Análisis

La empresa SEMINNOV cuenta con un rendimiento de 37.49% se observa que cumple con la regla general que dice la TIR debe ser mayor a la Tmar mostrando la factibilidad económica del emprendimiento.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. CONCLUSIONES

Mediante el estudio de mercado se logró determinar que la pasta de semillas de zapallo tiene gran aceptación en el mercado por lo tanto la empresa ha desarrollado una estrategia para atender un nicho de mercado que busca con facilidad la adquisición del producto a un precio competitivo, un producto de gran calidad 100% natural acorde a las exigencias del mercado.

Mediante el estudio técnico se logró determinar la demanda potencial insatisfecha y la capacidad de producción que la empresa debe generar para atender la demanda de un mercado, también se pudo identificar cual será la localización óptima esto se desarrolló mediante un análisis de factores relevante para el cual analizamos diferentes criterios importantes como es la disponibilidad de mano de obra, accesibilidad a los servicios básicos, infraestructura, entre otras, misma que estará ubicada en la Parroquia Pinllo sector elegido por contar con los recursos necesarios para poner en marcha un proyecto .

Mediante el estudio organizacional se estableció la estructura jerárquica que la empresa requiere para el buen funcionamiento, también se definió la misión visión, principios y valores empresariales, se estableció un manual de funciones para el personal para el mejor desempeño e identificación de sus actividades a desarrollarse dentro de la empresa.

Realizando el análisis financiero se determinó la inversión inicial del proyecto, con un valor de \$ 23149.01 los cuales el aporte como capital propio será de \$ 8149.01 y se financiará \$15000 a una tasa de interés del 10.40 % que ofrece la Cooperativa Cámara De Comercio de Ambato, también se determinó los costos totales del proyecto dando un valor de \$ 46445.84.

El punto de equilibrio se estableció en 9413 empaques de una libra de pasta de semillas de zapallo por lo que se determinó que la empresa tiene que vender \$34882.39 para poder cubrir sus costos fijos y variables.

También se determinó la Tmar, VAN, TIR, que establecen que es factible la aplicación del presente modelo de negocio para la producción y comercialización de pasta de semillas de zapallo se tendrá una relación costo beneficio de \$ 1.63 por cada dólar invertido y la inversión se recupera en seis meses

7.2. RECOMENDACIONES

La administración de los recursos económicos de una empresa es muy importante ya que permite un buen funcionamiento el cual permitirá permanecer en el mercado generando fuentes de trabajo, generando rentabilidad para los inversionistas por lo cual se recomienda tener controles mensuales de los recursos económicos, realizar pagos de las obligaciones a tiempo para tener una sana estructura financiera.

Con los resultados obtenidos se puede identificar el gran nivel de aceptación del producto en la provincia de Tungurahua por lo que se recomienda establecer estrategias de expansión hacia otras ciudades para generar mayores ingresos, posicionarse en el mercado, ampliar la gama de productos para tener mayor participación en el mercado nacional.

La sociedad debería apoyar a los proyectos de emprendimiento local comprando sus productos esto ayudaría a incentivar a los emprendedores contribuyendo al cambio de la matriz productiva por ende cambiaría el nivel de vida de muchas personas gracias al comercio justo

En Ecuador se necesita mayor voluntad por parte de la sociedad para participar en actividades de emprendimiento y así poder lograr un cambio al ser un país con cultura empresarial pasar a ser un país con cultura emprendedora, existe la infraestructura necesaria e instituciones que facilitan el proceso, pero la gente es la que no quiere arriesgarse por miedo al fracaso.

El gobierno debe comprometerse a dar una educación emprendedora ya que es necesario educar a la población desde temprana edad, para esto debe contar con profesores calificados en la materia quienes sean quienes motiven a los estudiantes a emprender y competir en un mercado que muchas veces esta desatendido.

Bibliografía

- AGRONLINE. (2018). Obtenido de <http://www.agronline.pe/noticias/agricultura/contando-la-historia-el-zapallo-origen/>
- Anaya, J. (2016). *Organizacion de la produccion industrial* . Madrid: ESIC.
- Arechavaleta, E. (2015). Estrategias de comercializacion. *OmniaScience*, 27.
- Ayala, T. (2014). Redes Sociales Poder y Participacion ciudadana. *Ciencias Sociales*, 27.
- Cabrerizo, M. (2015). *Políticas de Marketing*. Madrid: Marcobo.
- Conexionesan. (24 de enero de 2017). Obtenido de Conexionesan: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2017/01/fundamentos-financieros-el-valor-actual-neto-van/>
- Corrillo, F., & Gutierrez, M. (2016). Estudio de localizacion de un proyecto. *Ventana Científica*, 33.
- Cruz, A. (2017). *Gestion de Invenatrios*. Malaga: IC Editorial.
- Cruz, C., Enciso, G., Forero, S., Garzon, C., Hoyos, R., Leyva, K., . . . Pereira, C. (2016). *Fundamentos de mercadeo*. Bogota: Ecoe.
- D. Rössel, H. O. (2018). Características físicas y químicas de la semilla de calabaza para mecanización y procesamiento. *Revista de investigacion de la Universidad de la Salle Bajío*.
- Dominguez, A. (2013). *Medios de comunicacion masivas*. Mexico.
- Dominguez, J., & Dominguez, A. (2015). *Estadística para administracion y economia* . Mexico: Alfaomega.
- Espinoza, E. (2017). *Sobre la población y muestra en investigaciones empíricas*.
- Farías, E. (2014). *Segmentación & Target*. (CEDEI, Ed.)
- Flores, J. (2013). *Plan de negocio para pequeñas empresas*. Bogota : de la U.

- Fonseca, G., Perrand, M., Valenzuela, C., & Cosme, J. (2017). Terminos economicos mas utilizados en la salud. *MEDISAN*, 27.
- Fonseca, G., Valenzuela, C., Perrand, M., & Cosme, J. (2017). *Terminos economicos mas utilizados en la salud*. Cuba: Medisan.
- Franklin, E. B. (2014). *Organizacion de empresas* . Mexico: McGraw Hill.
- Fuentes, M. d., & Cordón, E. (2017). *Fundamentos de direccion y administracion de empresas*. Madrid: Piramide.
- Gamarra, G. (2017). *Maketing* . Bogota: Alfaomega.
- Garcia, J. (2015). *Desarrollo de las redes sociales como herrameinta de marketing*. Medellin: Universidad de Medellin.
- Graue, A. (2014). *Introduccion a la economia*. Mexico: Pearson.
- Hernandez, C., & Malbert, C. (2017). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Pearson.
- Iborra, M., Dasí, Á., Dolz, C., & Ferrer, C. (2014). *Fundamentos de Direccion de Empresas* . Madrid: Piraninfo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Marketing*. Mexico: Pearson .
- Kotler, P., & Keller, k. (2016). *Direccion de Marketing*. Mexico: Pearson.
- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2017). *Marketing Edicion Latinoamerica*. Mexico: Cengage Learning.
- Lideres. (2017). La produccion del cereal se diversifica en la pyme. *Lideres*, 3.
- Mayorga, C., Ruiz, M., Mantilla, L., & Moyolema, M. (2014). Los procesos de produccion y la productividad en la industria de calzado ecuatoriana coso empresa Mbelyz. 20.
- MIPRO. (2013). *Políticas industriales en el sector de alimentos*. Quito.
- Mochon, F. (2017). *Principios de economia* . Madrid: McGraw-Hill.

- Muñoz, M. (07 de 2018). *El poder del consumidor*. Recuperado el 26 de 09 de 2019, de El poder del consumidor: <https://elpoderdelconsumidor.org/2018/07/el-poder-de-la-pepita-de-calabaza/>
- Nava, M. (2009). Analisis financiero una herramienta clave para uan gestion fienaciera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24.
- Pérez, D., & Pérez, I. (2016). *El producto concepto y desarrollo*. OEI.
- Prieto, C. (2017). *Conceptos y Plan de Negocios*. Mexico: Pearson.
- Quinteros, N. (2014). *Esquema para el estudio de la factibilidad de proyectos industriales en promocion y ampliacion*. Venezuela.
- Ramonet, J. (2013). Analisis y diseño de procesos empresariales. 20.
- Rossel, D., Ortiz, H., Amante, A., Duran, H., & Lopez, L. (2018). Caracteristicas fisicas y quimicas de las semillas de calabazapara mecanizacion y procesamiento. *Nova Scientia*, 17.
- Scott, A. (2016). *Estadística fundamental* .
- SENPLADES. (2013). *Plan nacional del buen vivir*. Obtenido de Plan nacional del buen vivir: <http://www.buenvivir.gob.ec/>
- Serrano, J. (2017). *Sobre la población y muestra en investigaciones empíricas*.
- Sharon. (08 de 06 de 2016). *Ministerio de Cultura y Patrimonio* . Obtenido de Ministerio de Cultura y Patrimonio : <http://patrimonioalimentario.culturaypatrimonio.gob.ec/wiki/index.php/Sambo>
- Terrazas, R. (2009). Modelo de gestion financiera para una organizacion perspectiva. *Perspectivas*, 20.
- UNESCO. (2017). *UNESCO*. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/%20cultural-diversity/diversity-of-cultural%20expressions/tools/policy-guide/planificar/diagnosticar/arbol-de-problemas/>

wordpress.com. (2016). Obtenido de *wordpress.com*:

<https://periferiaactiva.files.wordpress.com/2016/10/clase-4.pdf>

ANEXOS



UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

Tema: “Modelo de negocio para la producción de pasta de semillas del zapallo en la provincia de Tungurahua”

OBJETIVO: Recopilar información acerca de la creación de la empresa procesadora de pasta de semillas de zapallo.

Instructivo. Marque con una x en la opción en la que usted considere adecuado.

1.- ¿Cuándo compra cualquier tipo de alimento lo hace pensando en su salud?

- a) Si
- b) No
- c) Porque.....

2.- ¿Si en esta ciudad se produciría y comercializara pasta de semillas de zapallo, usted estaría dispuesto a comprarlas?

- a) Si
- b) No

Cual.....

3.- ¿Anualmente cuantas libras de pasta de semilla de zapallo usted consumiría?

- a) De 1 a 3
- b) De 4 a 6
- c) De 7 o más

4.- ¿Usted estaría dispuesto a pagar de 3,00 a 4,50 USD por una libra de pasta de semillas de zapallo?

- a) Si
- b) No

5.- ¿En qué lugares desearía que se comercialice la pasta de semilla de zapallo?

- a) Venta a domicilio
- b) Tiendas especializadas
- c) Supermercados

6.- ¿En qué tipo de presentación le gustaría que se comercialice la pasta de semillas de zapallo?

- a) Fundas de empaque al vacío
- b) Envase plástico desechable
- c) Envase de vidrio

7.- ¿Qué factores consideraría importante al momento de comprar nuestro producto?

- a) Precio
- b) Calidad
- c) Múltiples beneficios

8.- ¿Qué le gustaría recibir por la compra de una libra de pasta de semilla de zapallo?

- a) Junta 10 fundas y reclame 1 premio
- b) Compra \$10.00 en productos y obtén 15 % de descuento
- c) Raspa y gana utensilios de cocina

9.- En su decisión de compra ¿Cuánto influye la publicidad?

- a) Bastante
- b) Poco
- c) Nada

10.- ¿A través de qué medios le gustaría recibir información sobre los productos que se ofertan?

- a) Radio
- b) Prensa
- c) Tv
- d) Redes sociales

11.- ¿Qué tan probable es que usted recomiende este producto a sus amigos y familiares?

- a) Muy Probable
-

- b) Algo Probable
- c) Poco Probable
- d) Nada Probable

12.- ¿Usted cree que este tipo de emprendimiento contribuye al cambio de la matriz productiva?

- a) Si
- b) No

13.- ¿Usted desearía que nosotros impartamos información sobre los beneficios que posee las semillas de zapallo?

- a) Si
- b) No

GRACIAS

Num. Cuota	Capital	Interés	Capital + Interés	Saldo Capital	Desgravamen	Cuota
1	312.5	130	442.5	14687.5	6.76	449.26
2	312.5	127.29	439.79	14375	6.61	446.4
3	312.5	124.58	437.08	14062.5	6.47	443.55
4	312.5	121.88	434.38	13750	6.33	440.71
5	312.5	119.17	431.67	13437.5	6.18	437.85
6	312.5	116.46	428.96	13125	6.04	435
7	312.5	113.75	426.25	12812.5	5.89	432.14
8	312.5	111.04	423.54	12500	5.75	429.29
9	312.5	108.33	420.83	12187.5	5.61	426.44
10	312.5	105.63	418.13	11875	5.46	423.59
11	312.5	102.92	415.42	11562.5	5.32	420.74
12	312.5	100.21	412.71	11250	5.18	417.89
13	312.5	97.5	410	10937.5	5.03	415.03
14	312.5	94.79	407.29	10625	4.89	412.18
15	312.5	92.08	404.58	10312.5	4.74	409.32
16	312.5	89.38	401.88	10000	4.6	406.48
17	312.5	86.67	399.17	9687.5	4.46	403.63
18	312.5	83.96	396.46	9375	4.31	400.77
19	312.5	81.25	393.75	9062.5	4.17	397.92
20	312.5	78.54	391.04	8750	4.03	395.07
21	312.5	75.83	388.33	8437.5	3.88	392.21
22	312.5	73.13	385.63	8125	3.74	389.37
23	312.5	70.42	382.92	7812.5	3.59	386.51
24	312.5	67.71	380.21	7500	3.45	383.66
25	312.5	65	377.5	7187.5	3.31	380.81
26	312.5	62.29	374.79	6875	3.16	377.95
27	312.5	59.58	372.08	6562.5	3.02	375.1
28	312.5	56.88	369.38	6250	2.88	372.26
29	312.5	54.17	366.67	5937.5	2.73	369.4
30	312.5	51.46	363.96	5625	2.59	366.55
31	312.5	48.75	361.25	5312.5	2.44	363.69
32	312.5	46.04	358.54	5000	2.3	360.84
33	312.5	43.33	355.83	4687.5	2.16	357.99
34	312.5	40.63	353.13	4375	2.01	355.14
35	312.5	37.92	350.42	4062.5	1.87	352.29
36	312.5	35.21	347.71	3750	1.73	349.44
37	312.5	32.5	345	3437.5	1.58	346.58
38	312.5	29.79	342.29	3125	1.44	343.73
39	312.5	27.08	339.58	2812.5	1.29	340.87
40	312.5	24.38	336.88	2500	1.15	338.03
41	312.5	21.67	334.17	2187.5	1.01	335.18
42	312.5	18.96	331.46	1875	0.86	332.32
43	312.5	16.25	328.75	1562.5	0.72	329.47
44	312.5	13.54	326.04	1250	0.58	326.62
45	312.5	10.83	323.33	937.5	0.43	323.76
46	312.5	8.13	320.63	625	0.29	320.92

DM. DISTRIBUIDORA

Proforma

No. 000000756

Cliete: **DM DISTRIBUIDORA**
 Dirección: **EL PORVENIR CHORLAVI 185 Y FRAY**
 Referencia:
 Ciudad: **IBARRA** Teléfono:

Fecha: **2015/02/18**
 Vendedor: **0001 DM DISTRIBUIDORA**

Observacion:

Código	Descripción	Unidad	Precio Unitario	Cantidad	Subtotal	Impuesto	Total
PO68598	ORGANIZADOR PLASTICO TRANSPARENTE 4 SERVICIOS FQ569	UN	12.00	0	0.0000	0.00	0.00
PE01796	ESTILETE GRANDE BESTER 084	UN	12.00	0	0.0000	0.00	0.0000 *
PE01802	ESTILETE MEDIANO BESTER ✓	UN	12.00	0	0.3200	0.00	0.0000 3.8400 *
PP00401	PAPEL COUCHE A4 150 GR HOJAS	UN	12.00	0	0.0000	0.00	0.0000 *
PP00402	PAPEL COUCHE A4 200 GR.	UN	12.00	0	0.0000	0.00	0.0000 *
PC00244	CARTULINA A4 UNIDADES HILO BLANCA ✓	UN	12.00	0	0.0892	0.00	0.0000 1.0700 *
PP01626	PAPEL CARBON PELIKAN NEGRO (100) ✓	UN	12.00	0	0.0714	0.00	0.0000 0.8500 *
A0050203	BORRADOR PELIKAN PZ-20 (20) ✓	UN	12.00	0	0.1428	0.00	0.0000 1.7100 *
A0050204	BORRADOR PELIKAN PZ-60 ✓	UN	12.00	0	0.0857	0.00	0.0000 1.0200 *
✓C0150401	SACAGRAPAS EAGLE/BESTER 004	UN	12.00	0	0.0000	0.00	0.0000 0.0000 *
PM03158	CINTA MASKING 18 X 40 BESTER ✓	UN	12.00	0	0.5360	0.00	0.0000 6.4300 *
PM05172	CINTA MASKING 48 X 40 BESTER	UN	12.00	0	1.3570	0.00	0.0000 16.2800 *
PB00135	BORRADOR PIZARRON MADERA ZUMAG ✓	UN	12.00	0	0.5714	0.00	0.0000 6.8200 *
A0740503	PLASTILINA X 10 PELIKAN LARGA 180GR (12) ✓	UN	12.00	0	0.6071	0.00	0.0000 7.2800 *
PC01635	CRAYONES TRIANGULARES X 12 BESTER SUPER JUMBO ✓	UN	12.00	0	1.4285	0.00	0.0000 17.1400 *
PT40987	TEMPERA INDIVIDUAL KIDS ARTESCO 30MLV/C	UN	12.00	0	0.0000	0.00	0.0000 0.0000 *
PT21365	TEMPERA x 6 CARIOCA ECONOMICA	UN	12.00	0	0.8928	0.00	0.0000 10.7100 *
PC00096	CINTA IMPRESORA EPSON 8750	UN	1.00	0	1.7857	0.00	0.0000 1.7800 *
PP30101	PORTACLIPS MAGNETICOS SDI	UN	12.00	0	0.0000	0.00	0.0000 0.0000 *
PA07817	ALMOHADILLA GRANDE NEGRA ACME	UN	12.00	0	0.0000	0.00	0.0000 0.0000 *
PR96371	ROLLO REGISTRADORA 75MM X 75D 60GR	UN	12.00	0	0.5690	0.00	0.0000 6.8200 *

EROVER PC

CON MAS DE 30 AÑOS TRAYENDOTE
LA TECNOLOGÍA MAS ACTUAL A TU SERVICIO



CLIENTE	NARCIZA MINIGUANO MONTACHANA		C.I O RUC			
DIRECCION	AMBATO		TELEFONO			
ASESOR	MANUEL ARIAS		FECHA 15/11/2019			
ARMA TU COMPU DE ACUERDO A TU NECESIDAD O CON TUS PROPIAS CARACTERISTICAS						
BENEFICIOS	PROCESADOR		INTEL N1	INTEL 2N	9NA GEN	MD TRAB
PC DESKTOP	PLACA MADRE		SI	ACTUALIZABLE	intel	
	UNID. DE ALMACENAMIENT		HDD	MIN	EXPANDIBLE	
GARANTIA 3AÑOS	MEMORIA RAM		SI	4GB		
	LECT OPTICO		NO (NUEVO MODELO NO VIENE)			
	LECTOR DE MEMORIAS		SI		2019 3.0	
	CASE		SI		MARCA VARIABLE (VIDRIO TEMPLA	
MANTENIM GRAT	MONITOR		SI	20PULG	HP	
	IMPRESORA		SI	tcoriginal	HP	
	TECLADO		SI			
	MOUSE		SI		GENIUS	
FULL PROGRAM	PARLANTES		NO			
	REGULADOR		SI	CDP		
	covertores		no			
	mesa		no	VIDRIO		
WIN 10	CAMARA WEB		NO			
	AURICUL + MICROF		NO			
	PAD		si	CUERINA grande		
	video		SI			
	tarjeta RED/WLAN		LAN RJ45	10/100/1000		
	fuelle		SI	SAVING ENERGY		
	COOLER		SI	AIRE		
BIEN CON CREDITOS						
		REQUISITOS CREDITO DIRECTO				
TODAS LAS TARJETAS		CEDULA ORIGINAL				
		PLANILLA DE SERV BASICOS				
		ROL DE PAGO				
		DOS REFERENCIAS CONVENSIONALES				
FORMA DE PAGO A CREDITO						
CREDITO DIRECTO			TARJET. DE CREDITO			
ENTR EFEC						
MESES						
CUOTA						
DIRRECCION; AV CEVALLOS N0761 Y MANUELA CAÑIZARES_AMBATO ----- TELF 03 2426600 - 0992802463 - VE 0988001675						
VISITA TAMBIEN NUESTRAS AGENCIAS EN ; PICHINCHA-TUNGURAHUA-IMBABURA-CHIMBORAZO-AZUAY						

\$303.81

COMERCIAL YOLANDA SALAZAR CIA LTDA

Ruc: 1890153913001
 LUIS A. MARTINEZ Y JUAN B. VECA
 Tel: 022844780 Fax: 022844780

CONTRIBUYENTE ESPECIAL

Per: 03/01/2020 03:20:30 PM

PROFORMA

VALIDO POR 3 DIAS

Número: 0000000002 Fecha: 03/01/2020 Cliente: CONSUMIDOR FINAL VCONT
 Detalle: PROFORMA Cód. o RUC: 999999999999999999 THO
 Válido Hasta: 06/01/2020 Dirección:

CODIGO	DESCRIPCION	U. MEDIDA	F. ENTREGA	CANTIDAD	P. UNIDAD	DESCTO	IVA	SUB TOTAL
55E -00016	ESCUMA ECONOMICA	UND	03/01/2020	2,00	2,0089	0,00	0,48	4,5178
5TR -00005	TRAPEADOR REDONDO BLANCO 200GR	UND	03/01/2020	2,00	2,3661	0,00	0,56	4,7322
55B -0055B	BASURERO LISO RAIAN 1< CAFE	UND	03/01/2020	2,00	3,7500	0,00	0,90	7,5000
5CH -0003B	CUCHARON PARA CEREALES 173213 REY 2214	UND	03/01/2020	2,00	0,8036	0,00	0,19	1,6072
55G -0017E	BRANDEJA REFORZADA N2 DIS BLANCA 51433CH	UND	03/01/2020	2,00	2,0982	0,00	0,50	4,1964
SUMA:								22,91
DESCUENTO:								0,00
IVA:								2,50
TOTAL:								24,71



MEGA FERRETERO CHING
 PROFORMA

Razón Social: RODRIGUEZ CORREA ROSA AYDE Ruc: 0912756061001
 Teléfono: 593032827469 593032420353 Dirección: AV. RODRIGO PACHANO 15-165 Y LA DELICIA Mail: facturacion@megachimg.com

Cliente: NARCISA DE JESUS MINIGUANO MONTACHANO Proforma Nro: 000007814
 Cédula/Ruc: 1805060801 Tiempo de entrega:
 Dirección: PINLLO Fecha validez: 04/01/2020
 Teléfono: 0939249217
 Vendedor: GONZALEZ GRIJALVA MONICA GRACIELA Forma de pago
 Fecha: 04/01/2020
 Correo: narcizaminiguano@gmail.com

Estimado cliente nos es grato detallar el pedido segun su requerimiento a continuacion.

DETALLE DE LA PROFORMA

Codigo	Producto	Cantidad	Precio Venta	% Desc.	Precio	Total
34.MO.5M OVI02	MOLINO ELECTRICO P/GRANOS VICTORIA	1.0000	636.8750	0.0000	636.8750	636.8800

SubTotal Sin Desc.: \$713.31
 Descuento: \$0.00
 SubTotal: \$636.88
 IVA: \$76.43
Total A Pagar: \$713.31

Son: SETECIENTOS TRECE DOLARES CON TREINTA Y UN CENTAVOS

Observación:

Proforma sujeta a stock, valida por 15 dias.

Vendedor

Cliente



MEGA FERRETERO CHING PROFORMA

Razón Social: RODRIGUEZ CORREA ROSA AYDE **Ruc:** 0912756061001
Teléfono: 593032827469, 593032420353 **Dirección:** AV. RODRIGO PACHANO 15-165 Y LA DELICIA **Mail:** facturacion@megaching.com

Cliente: NARCISA DE JESUS MINIGUANO MONTACHANO **Proforma Nro:** 000007787
Cédula/Ruc: 1805060801 **Tiempo de entrega:**
Dirección: PINLLO **Fecha validez:** 04/01/2020
Teléfono: 0939249217
Vendedor: MERA QUINTANILLA ANGEL GEOVANNI **Forma de pago**
Fecha: 04/01/2020
Correo: narcizaminiguano@gmail.com

Estimado cliente nos es grato detallar el pedido según su requerimiento a continuación.

DETALLE DE LA PROFORMA

Codigo	Producto	Cantidad.	Precio Venta.	% Desc.	Precio.	Total.
34.SI.4ESI L001037	*SILLA DE OFICINA SINTETICO METAL C RUEDAS 80 KL LF-Q2Y018	3.0000	25.8200	0.0000	25.8200	77.4600
34.ES.MM	*ESCRITORIO MADERA METAL 3 GAVETAS	1.0000	141.7500	0.0000	141.7500	141.7500
34.AR.W15 0X40X40	*ARCHIVADOR 4 GAVETAS CAFE 150X40X40	1.0000	147.0000	0.0000	147.0000	147.0000
31.BA/500 K-C	*BALANZA PLATAFO.500KLG CAMRY	1.0000	320.7857	0.0000	320.7857	320.7900

SubTotal Sin Desc.: \$769.44
Descuento: \$0.00
SubTotal: \$687.00
IVA: \$82.44
Total A Pagar: **\$769.44**

Son: SETECIENTOS SESENTA Y NUEVE DOLARES CON CUARENTA Y CUATRO CENTAVOS

Observación:

Proforma sujeta a stock, válida por 15 días.

Vendedor

Cliente