

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de: INGENIERAS
COMERCIALES**

TEMA:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL MEJORAMIENTO DE LA
PRODUCCIÓN ASOCIATIVA DE PRESTIÑOS ELABORADOS EN EL
CANTÓN EL CARMEN Y SU DISTRIBUCIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO**

AUTORAS:

**CATALINA ELENA CÁRDENAS CAÑADAS
MARÍA ALEJANDRA NIETO RIZO**

DIRECTOR:

Manuel Aníbal Bedón Martínez

Quito, Diciembre del 2014

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotros, autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaramos que los conceptos, análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de las autoras.

Quito, Diciembre 2014

Catalina Elena Cárdenas Cañadas
CI: 172566992-1

María Alejandra Nieto Rizo
CI: 1722866231

DEDICATORIA

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la fortaleza de seguir y luchar por mi sueño; a mis angelitos que desde el cielo siempre me cuidan y me alientan para no desvanecer; a mis padres Marco y Marielena, que cada día me brindan su apoyo incondicional para completar todas mis metas a futuro; a mi hermana Carla, que es la fuente primordial de todo mi esfuerzo ya que en mi tiene un ejemplo de lucha y perseverancia; a mi novio David, con su compañía, apoyo y fuerzas he logrado la mayor parte de todo el proyecto y a toda su familia que siempre me han colaborado y me han bendecido en todo este camino y por último pero no menos importante a mi compañera de tesis Mindy gracias por la paciencia y por meterle mucho ñeque para conseguir nuestro propósito.

Catalina Cárdenas

Dedicado primordialmente a mi madre, quien ha sabido ser una madre ejemplar en todo el trayecto de mi vida, me ha enseñado a no darme por vencida y lograr mis metas. A mi padrastro, quien ha sido como un padre en gran parte de mi vida y ha estado presente en mis triunfos como fracasos. A mi novio por su comprensión y sacrificio de su tiempo para que pudiese cumplir con el mío. A mi compañera de tesis, porque a lo largo del tiempo hemos adquirido una amistad fuerte y solo nosotras entendemos el esfuerzo entregado para culminar con este trabajo.

Alejandra Nieto

AGRADECIMIENTO

Agradecemos en mi primer lugar a Dios ya que Él ha hecho que todo esto fuera posible, por iluminarnos en los días que hemos caído y por rodearnos de gente positiva y que nos han dado constante apoyo.

A nuestra Universidad Politécnica Salesiana, por formarnos como mujeres luchadoras que van hacia sus sueños con mente clara y conocimientos firmes, por darnos la oportunidad de formarnos como profesionales y con valores que forjan nuestro espíritu y que servirán en el transcurso de nuestras vidas.

Y gracias a cada una de las personas que de alguna u otra forma nos ayudaron en la realización de este proyecto.

Catalina y Alejandra

INTRODUCCIÓN	1
Antecedentes	2
Marco de desarrollo	3
Objetivos del estudio.....	4
Objetivo general.....	4
Objetivos específicos	4
CAPÍTULO 1	5
ESTUDIO DE MERCADO	5
1.1 Producto.....	5
1.1.1 Los prestiños.....	5
1.1.2 Características del producto.....	6
1.1.3 Usos del producto	6
1.2 Análisis de la demanda.....	7
1.2.1 Factores que afectan la demanda	7
1.2.2 Análisis de la demanda por medio de datos de fuentes primarias	8
1.2.2.1 Segmentación del mercado.....	9
1.2.2.2 Tamaño del universo	10
1.2.2.3 Formato de la encuesta	11
1.2.2.4 Tamaño de la muestra.....	11
1.2.2.5 Tabulación de los resultados de la encuesta	13
1.2.3 Determinación de la demanda del mercado objetivo.....	22
1.2.3.1 Proyección de la demanda	22
1.3 Análisis de la oferta	23
1.3.1 Factores que afectan a la oferta	24
1.3.2 Análisis de la competencia	24

1.3.3	Oferta del producto.....	25
1.3.4	Proyección de la demanda insatisfecha	27
1.4	Precio.....	28
1.4.1	Factores que afectan al precio	28
1.4.2	Comportamiento histórico del precio	29
1.4.3	Precio de los prestiños en la ciudad de Quito.....	30
1.5	Comercialización y distribución del producto.....	31
1.5.1	Canales de comercialización	31
1.5.2	Manejo, almacenamiento y transporte del producto.....	32
1.5.2.1	Manejo del producto.....	32
1.5.2.2	Almacenamiento del producto.....	32
1.5.2.3	Transporte del producto.....	33
1.5.3	Estrategias del marketing mix	33
1.5.3.1	Producto.....	33
1.5.3.2	Precio.....	34
1.5.3.3	Plaza	35
1.5.3.4	Promoción.....	35
	CAPÍTULO 2.....	37
	ESTUDIO TÉCNICO	37
2.1	Determinación del tamaño óptimo de la planta	37
3.1.1	Factores que determinan o condicionan el tamaño de una planta.....	37
3.1.1.1	El tamaño del proyecto y la demanda.....	38
3.1.1.2	El tamaño del proyecto y los suministros e insumos.....	38
3.1.1.3	El tamaño del proyecto, la tecnología y los equipos	42
3.1.1.4	El tamaño del proyecto y financiamiento	42
3.1.1.5	El tamaño del proyecto y la organización	45

3.2	Tamaño óptimo del proyecto.....	45
3.2.1	Capacidad del proyecto	46
3.2.2	Capacidad diseñada	46
3.2.3	Capacidad efectiva.....	47
3.2.4	Capacidad real	48
3.3	Localización del proyecto.....	48
3.3.1	Estudio de la localización.....	49
3.3.1.1	Macrolocalización	49
3.3.1.1.1	Factores que definen a la macrolocalización.....	50
3.3.1.2	Microlocalización	51
3.3.1.2.1	Localización óptima del proyecto.....	53
3.4	Ingeniería del proyecto	54
3.4.1	Proceso de producción.....	54
3.4.2	Ingredientes	55
3.4.2.1	Receta	55
3.4.3	Valor nutricional del producto.....	56
3.4.4	Proceso de distribución.....	57
3.4.4.1	Diagrama de flujo	60
3.5	Diseño del producto.....	61
3.5.1	Marca.....	61
3.5.2	Logotipo	61
3.5.3	Etiqueta.....	62
3.5.4	Envase	62
3.5.5	Página web.....	63
	CAPÍTULO 3.....	65
	ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL	65

3.1	Economía social y solidaria.....	65
3.1.1	Principios de la economía social y solidaria.....	66
3.2	Centro de acopio.....	67
3.2.1	Beneficios del centro de acopio.....	68
3.2.2	Indicadores	68
3.3	Aspectos legales	70
3.3.1	Nombre o razón social.....	70
3.3.2	Titularidad de propiedad de la empresa.....	70
3.3.3	Constitución de la empresa.....	71
3.4	La empresa: centro de acopio PRESTIMAC S.A.....	72
3.4.1	Visión	72
3.4.2	Misión.....	72
3.4.3	Objetivos estratégicos.....	72
3.4.4	Valores.....	72
3.4.5	Organización administrativa.....	73
3.4.5.1	Descripción de funciones	73
3.4.5.2	Organigrama	74
3.4.5.3	Reglamento interno	75
3.4.6	Distribución gráfica del centro de acopio.....	76
	CAPÍTULO 4.....	79
	ESTUDIO FINANCIERO.....	79
4.1	Inversión inicial	79
4.1.1	Inversión fija.....	79
4.2	Capital de trabajo.....	82
4.3	Costos	83
4.3.1	Costos de producción	83

4.3.1.1	Costos materia prima	84
4.3.1.2	Costos de envase y embalaje	85
4.3.1.3	Costo de otros materiales.....	85
4.3.1.4	Costos mano de obra	85
4.3.1.4.1	Costos mano de obra directa.....	87
4.3.1.4.2	Costos mano de obra indirecta.....	87
4.3.2	Costos administrativos.....	87
4.3.3	Costo de ventas.....	88
4.4	Costos totales de operación	89
4.5	Depreciaciones	89
4.6	Financiamiento de la inversión.....	90
4.7	Determinación del punto de equilibrio	91
4.8	Balance de situación inicial	94
4.9	Determinación del estado de resultados	95
4.10	Flujo de fondos.....	97
4.10.1	Flujo de fondos de inversionista.....	97
4.10.2	Flujo de fondos del proyecto	97
	CAPÍTULO 5.....	100
	EVALUACIÓN DEL PROYECTO.....	100
5.1	Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)	100
5.2	Valor actual neto (VAN)	101
5.2.1	Valor actual neto (Con Financiamiento)	102
5.2.2	Valor actual neto (Sin Financiamiento).....	104
5.3	Tasa interna de retorno (TIR)	105
5.4	Relación beneficio – costo (B/C).....	107
5.5	Punto de equilibrio	109

5.6	Período de recuperación de la inversión.....	112
CAPÍTULO 6.....		113
EVALUACIÓN SOCIAL DEL PROYECTO.....		113
6.1	Situación actual	113
6.1.1	Comercio	114
6.1.2	Producción y calidad	114
6.1.3	Salud.....	117
6.1.4	Educación	117
6.1.5	Crédito	118
6.2	Impacto y beneficios de la implementación del centro de acopio PRESTIMAC S.A.118	
6.2.1	Comercio	118
6.2.2	Producción y calidad	119
6.2.3	Salud.....	119
6.2.4	Educación.....	120
6.2.5	Crédito	120
CONCLUSIONES		121
RECOMENDACIONES		122
LISTA DE REFERENCIAS.....		123

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Prestiños de color rosa.....	5
Figura 2. Rango de edad expresado en frecuencias	14
Figura 3. Género de los encuestados expresado en porcentaje	15
Figura 4. Actividad a la que se dedican los encuestados expresado en frecuencia.....	15
Figura 5. Opinión de los encuestados expresada en frecuencia.	17
Figura 6. Aspectos atractivos del producto expresados en porcentaje.....	18
Figura 7. Frecuencia de aceptación de consumo de prestiños.....	18
Figura 8. Porcentaje de preferencia del lugar de compra del producto.....	19
Figura 9. Frecuencia de consumo expresada en porcentaje	20
Figura 10. Cantidad de consumo de prestiños por los encuestados	20
Figura 11. Precio que los encuestados podrían pagar por los prestiños	21
Figura 12. Proyección de la demanda utilizando información de encuestas e INEC.....	23
Figura 13. Proyección de la oferta utilizando información de encuestas e INEC.....	27
Figura 14. Investigación de campo encuestas e INEC	28
Figura 15. Canales de comercialización	32
Figura 16. Proveedores de El Carmen y su capacidad de abastecimiento	39
Figura 17. Porcentaje de los recursos de la empresa.....	43
Figura 18 Porcentaje de la participación de los socios en recursos propios	44
Figura 19. Datos que proporciona el Banco Nacional de Fomento para realizar un préstamo. ...	44
Figura 20. Mapa satelital del cantón El Carmen usando Google Maps	49
Figura 21. Primera opción de terreno en el cantón El Carmen	51
Figura 22. Segunda opción de terreno en el cantón El Carmen	52
Figura 23. Tercera opción de terreno en el cantón El Carmen.....	52
Figura 24. Terreno B elegido para la implementación del proyecto.....	54
Figura 25. Flujograma del proceso de venta vía teléfono	60
Figura 26. Diseño escogido para la marca de los prestiños	61
Figura 27. Diseño escogido para logotipo de prestiños	61
Figura 28. Etiqueta compuesta por toda la información requerida para el consumidor.....	62
Figura 29. Empaque del producto - Lado “A”	63
Figura 30. Empaque del producto - Lado “B”	63

Figura 31. Sitio portal web de la empresa donde se encuentra toda la información referente al producto y la empresa.	64
Figura 32. Distribución de los diferentes cargos de la empresa.....	74
Figura 33. Distribución del espacio físico del centro de acopio en 2D.....	77
Figura 34. Distribución del espacio físico del centro de acopio en 3D.....	78
Figura 35. Punto de Equilibrio del proyecto	94
Figura 36. Punto de Equilibrio del proyecto	112
Figura 37. Producción de prestiños en la fase del segundo horneado.....	115
Figura 38. Prestiños en reposo después del segundo horneado.....	116
Figura 39. Prestiños en reposo después del primer horneado	116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de los prestiños	6
Tabla 2. Criterios de segmentación.....	9
Tabla 3. Población de pichincha	10
Tabla 4. Población de Quito.....	10
Tabla 5. Indicadores de la población de Quito comparados años 2001 y 2010	10
Tabla 6. Crecimiento de la población	11
Tabla 7. Población por rango de edad.....	11
Tabla 8. Población económicamente activa (PEA).....	12
Tabla 9. Edad de los encuestados.....	13
Tabla 10. Género de los encuestados	14
Tabla 11. Actividad de los encuestados	15
Tabla 12. ¿Consume productos dulces elaborados con harina de trigo?.....	16
Tabla 13. ¿Cuál es su opinión acerca del producto "prestiños"?	17
Tabla 14. ¿Cuáles son los aspectos que más le atraen del producto?.....	17
Tabla 15. ¿Consumirías prestiños?	18
Tabla 16. ¿Dónde le gustaría poder adquirir este producto?.....	19
Tabla 17. ¿Con qué frecuencia consumiría el producto?	20
Tabla 18. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada unidad de prestiños?.....	21
Tabla 19. Proyección de la demanda	23
Tabla 20. Proyección de la oferta.....	26
Tabla 21. Proyección de la demanda insatisfecha.....	27
Tabla 22. Precio de los prestiños	29
Tabla 23. Precio	31
Tabla 24. Lista de proveedores	39
Tabla 25. Proveedores de materiales y servicios	41
Tabla 26. Origen de los recursos.....	43
Tabla 27. Porcentaje de participación	43
Tabla 28. Capacidad diseñada.....	47
Tabla 29. Capacidad efectiva	47
Tabla 30. Capacidad real.....	48

Tabla 31. Factores de la macrolocalizacion	51
Tabla 32. Localización del proyecto	53
Tabla 33. Propiedades de la harina de trigo	57
Tabla 34. Indicadores.....	69
Tabla 35. Nombres de los socios	70
Tabla 36. Terreno.....	79
Tabla 37. Construcción	80
Tabla 38. Muebles y enseres del proceso.....	80
Tabla 39. Muebles y enseres área administrativa	81
Tabla 40. Equipos de oficina	81
Tabla 41. Equipos de computación	81
Tabla 42. Vehículo.....	82
Tabla 43. Capital de trabajo	83
Tabla 44. Costos de producción.....	84
Tabla 45. Costos de materia prima.....	84
Tabla 46. Costos de envase y embalaje.....	85
Tabla 47. Costo de otros materiales	85
Tabla 48. Costo MOD.....	87
Tabla 49. Costos MOI.....	87
Tabla 50. Costo empleados administrativos	88
Tabla 51. Costos de administración	88
Tabla 52. Costo empleado ventas	88
Tabla 53. Costo de ventas	89
Tabla 54. Costo total de operación.....	89
Tabla 55. Depreciación de activos	90
Tabla 56. Tabla de amortización.....	91
Tabla 57. Costos fijos y costos variables	92
Tabla 58. Ingresos.....	92
Tabla 59. Punto de equilibrio.....	93
Tabla 60. Balance de situación inicial	94
Tabla 61. Estado de resultados.....	96
Tabla 62. Flujo de fondos del inversionista	98

Tabla 63. Flujo de fondos del proyecto.....	99
Tabla 64. Indicadores.....	101
Tabla 65. Tasa de oportunidad del proyecto.....	102
Tabla 66. Flujo de efectivo neto – FFI.....	103
Tabla 67. Flujo de efectivo neto – FFP.....	104
Tabla 68. Cálculo del TIR.....	106
Tabla 69. Calculo TIR.....	107
Tabla 70. Costos totales.....	110
Tabla 71. Ingresos.....	111
Tabla 72. Punto de equilibrio.....	111
Tabla 73. Recuperación de la inversión.....	112

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1: Formato de la encuesta.....	125
ANEXO 2: Manual de funciones - A.....	128
ANEXO 3: Manual de funciones - B.....	129
ANEXO 4: Manual de funciones - C.....	130
ANEXO 5: Manual de funciones - D.....	131
ANEXO 6: Manual de funciones - E.....	132
ANEXO 7: Manual de funciones - F.....	133
ANEXO 8: Manual de funciones - G.....	134
ANEXO 9: Depreciación activos - Edificio.....	135
ANEXO 10: Depreciación activos – Equipo de computación.....	136
ANEXO 11: Depreciación activos - Vehículo.....	136
ANEXO 12: Depreciación activos – Muebles y enseres.....	137
ANEXO 13: Depreciación Activos – Equipo de Oficina.....	137
ANEXO 14: Sueldos – Gerente general.....	138
ANEXO 15: Sueldos – Secretaria / Contadora.....	138
ANEXO 16: Sueldos – Jefe de empaque.....	139
ANEXO 17: Sueldos - Empaquetador.....	139
ANEXO 18: Sueldos - Almacenista.....	140
ANEXO 19: Sueldos – Jefe de Logística y Ventas.....	140
ANEXO 20: Sueldos – Chofer.....	141
ANEXO 21: Sueldos – Repartidor.....	141
ANEXO 22: Entrada al Cantón.....	142
ANEXO 23: Distribuidor de Agua.....	142
ANEXO 24: CNT - El Carmen.....	143
ANEXO 25: Productor con olla de barro del almíbar.....	143
ANEXO 26: Diseño Flyer.....	144

RESUMEN

En el cantón de El Carmen, específicamente en la zona de La Crespa, existen productores de prestiños y una gran variedad de dulces, lamentablemente no son muy conocidos, ya que están alejados del pueblo y solo son visitados por turistas que pasan por la carretera, lo cual no les permite mejorar la calidad y aumentar su producción para incrementar su nivel de ingresos.

El objetivo principal, para realizar nuestro proyecto es determinar la factibilidad para el mejoramiento asociativo de la producción de prestiños y su distribución en la ciudad de Quito, a través de un centro de acopio que nos permita agrupar los productos de los diferentes ofertantes, mejorando su presentación y distribuirlos hacia la capital.

La información arrojada por las encuestas, observamos que los ciudadanos están dispuestos a consumir los prestiños y su lugar favorito de compra son las panaderías, lo que necesariamente involucra implementar; marketing para que el producto sea atractivo, normas de calidad que aseguren que el producto es apto para el consumo, darle personalidad y reconocimiento

La creación del centro de acopio ayuda principalmente al desarrollo económico del cantón, brindando trabajo a los pobladores de la zona y a los productores, obligándolos a producir en mayores cantidades y mejores condiciones, dándoles la seguridad de tener un cliente fijo. Es importante mencionar que desarrollaremos el centro de acopio, ya que estamos trabajando bajo un concepto de Economía Social y Solidaria, y conociendo que los productores se rehúsan a asociarse, consideramos esta alternativa como la mejor opción.

ABSTRACT

In El Carmen, another canton of Manabí, specifically in La Crespa are producers of prestiños, bagels and other handicraft candies, regrettably they're unknown by citizens because they be located away from the city and they're visited only by tourist that cross the runway, this's the reason because they can't improve the quality of their products and increase their production to have a good style of live and enhance their incomes.

The principal objective to realize our project is determinate the practicability of the associative betterment of the production of prestiños and the distribution to Quito, through a gathering center that permit us group the products of the different producers, amending the presentation to distribute it.

The information yielded by the surveys note that urbanites are willing to consume prestiños and purchase your favorite place are bakeries, which necessarily involves implementation; marketing for the product attractive, quality standards to ensure that the product is fit for consumption, giving personality and recognition

With the creation and implementation of the gathering center, principally we can help the economic development in the canton, providing jobs for residents of the area and obligating the producers to produce better and more, to giving the security of a sell being their loyal customer, It's important to mention that we are going to establish the associative betterment because we're working by the concept of ESS, and knowing the position of the producer that they don't want to form an association we considered it the better option.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de tesis lo realizamos con el fin de obtener el título de Ingeniero Comercial por la Universidad Politécnica Salesiana, como parte de la culminación de nuestra carrera universitaria. Es un estudio en donde se concentran todos los conceptos, ideas, teorías y esfuerzos que fueron aprendidos por las autoras en el transcurso de estos años de estudio; además las valiosas enseñanzas de todos nuestros maestros, que compartieron cada día sus conocimientos y experiencias.

La evaluación de este proyecto analiza la factibilidad para mejorar la producción de un producto en particular de los tantos llamados “Dulces Manabitas”, desde los puntos de vista de mercado técnico y de rentabilidad económica. El producto a ser analizado llamado “prestiños” se produce en la provincia de Manabí en el cantón El Carmen, el cual siendo un producto de producción artesanal y/o doméstica no es reconocido interprovincialmente, por lo que esta actividad no logra cubrir las necesidades de empleo, ni incentiva a los pobladores a tener un espíritu de superación.

Por lo expuesto anteriormente es necesario mejorar esta actividad comercial, que permita a los productores elaborar de manera industrial los prestiños, bajo todas las normas de calidad pertinentes; es decir incorporar a esta actividad ya existente normas, políticas y el liderazgo que necesitan para que se convierta en un comercio rentable, de tal manera que dé lugar a fuentes de trabajo a los mismos pobladores de la comunidad, con la finalidad de que estos puedan tener un mejor estilo de vida.

Esta asociación estará formada por los mismos pobladores y productores originarios de El Carmen, bajo un criterio de Economía Social y Solidaria, ya que al ser un producto único de la provincia no es recomendable que personas ajenas a sus costumbres y/o cultura los produzcan. El producto tendrá como mercado objetivo la ciudad de Quito porque al ser un producto nuevo para los quiteños será atractivo para estos.

Antecedentes

Manabí a lo largo de los años ha sido reconocida por sus hermosas playas, su comida criolla y sus dulces. Aquí encontramos al cantón El Carmen, considerado como la puerta de oro de Manabí, es el motor de ingreso en su economía, su gastronomía es muy variada debido a sus diferentes culturas asentadas durante su iniciación como cantón. En su territorio existen varias cadenas montañosas de las cuales la más importante es La Crespa, que es una derivación de la Cordillera de Jama Coaque, identificada también como “Tripa de Pollo”, la misma que sirve de límite con el Cantón Flavio Alfaro.

El Carmen es albergado por varios productores locales, este cantón se caracteriza por su actividad comercial, debido a que sus vías son el camino y/o la puerta al resto de la provincia. El comercio de El Carmen es dedicado especialmente para los turistas, ya sea comida o bocaditos rápidos pero criollos.

Los dulces manabas también se comercializan, pero no a gran medida como la comida típica de la zona, dentro de estos dulces encontramos a los prestiños los cuales son muy poco reconocidos. Los prestiños son dulces originarios de Manabí, para ser más específicos estos dulces nacieron de una familia localizada en “La Crespa”. Esta zona es un lugar poco apartado de El Carmen, pero cabe resaltar que pertenece al cantón, este lugar se ha vuelto característico por los prestiños, las roscas y dulces manabas, ya que es allí donde se encuentran la mayor cantidad de los productores.

El precursor de esta idea llamada prestiños fue la familia del Sr. Mendoza Gallardo; quien ha trabajado con éste y otros productos característicos por más de 30 años, la receta fue originaria de su madre, ella elaboraba dulces únicamente para el consumo diario de su familia, pero con el transcurso del tiempo estos dulces fueron adquiriendo popularidad entre los vecinos y demás pobladores, por lo que esta receta se convirtió en una actividad lucrativa para la familia y hoy por hoy es su negocio, una parte importante de su fuente de ingresos.

El prestiño junto con las roscas son productos que se venden en gran medida a los pobladores cercanos en El Carmen, Flavio Alfaro ya que según su criterio estos productos son catalogados como el “pan diario”. Los manabas están acostumbrados a consumirlos diariamente como desayuno junto con una taza de café y queso.

Marco de desarrollo

En el cantón El Carmen, la producción de prestiños es local, esto quiere decir que su producción es en bajos volúmenes, ya que no cuenta con clientes fieles, además de instalaciones que les permitan elaborar su producto de forma empresarial, agilizando su proceso productivo.

Al mejorar la producción asociativa de prestiños, beneficiará a los productores y a la población en sí, ya que:

- Crea ventaja competitiva mediante la elaboración de un producto que cumpla todos los estándares de calidad, lo que le permitirá eliminar barreras y ampliar su mercado en las diferentes ciudades del país.
- Criterio empresarial: Se trabajará bajo criterios de una asociación que aporte a su comunidad y ayude a una gestión conjunta en donde se tomen decisiones para beneficio común.
- Mejorar el nivel de vida: a través de la generación de fuentes de empleo y como una fuente de ingresos al hogar ayudando a las familias a desarrollarse y mantener una actividad que los distinga del resto de las comunidades cercanas.

Objetivos del estudio

Objetivo general

Determinar la factibilidad del proyecto asociativo mediante el mejoramiento de la producción de prestiños elaborados en el cantón El Carmen y su distribución en la ciudad de Quito destinada a la población económicamente popular, para fomentar el empleo e incrementar los niveles de ingresos, incentivando a la comunidad al desarrollo y progreso de su economía.

Objetivos específicos

- Demostrar que existe una demanda potencial insatisfecha para el producto.
- Demostrar la viabilidad técnica del centro de acopio, mediante el estudio técnico.
- Demostrar que es económicamente rentable llevar a cabo su instalación.

CAPÍTULO 1

ESTUDIO DE MERCADO

1.1 Producto

1.1.1 Los prestiños

El prestiño es un producto oriundo de la provincia de Manabí, no existe un lugar específico de su fabricación, ya que su producción es ambulante, es decir, en muchos de los cantones de Manabí encontraremos comunidades en donde se comercializa el prestiño de manera informal al cliente o turista pasajero.

El prestiño, llamado así por su comunidad es un producto muy poco conocido a nivel nacional, ya que no ha logrado difundirse, y muchos lo confunden con los “pristiños” que son otro tipo de producto elaborado en base a harina pero oriundo de la sierra, el cual tiene una presentación muy diferente.

Es un producto elaborado a base de harina, que se caracteriza por ser un roscón grande salado y dulce ya que son cubiertos de almíbar con colores variados (rojo, rosado, verde) que los hacen ver llamativos, no hay un tamaño específico porque cada productor tiene su propia receta y los elaboran a su preferencia.



1.1.2 Características del producto

En la siguiente tabla, se resaltan las características básicas con las cuales se puede identificar al producto de los demás:

Tabla 1.
Características de los prestiños

¿Qué forma tienen?	Los prestiños tienen una forma circular semejantes a una dona, constituidos por dos partes, la parte interna es una masa, y la parte externa es un almíbar. Su color depende del colorante que usemos en el almíbar.
¿Qué función cumplen?	Los prestiños, satisfacen la necesidad de alimentación, siendo un producto derivado de la harina, el cual puede ser consumido a diario
¿Cuáles son sus elementos y como se relacionan?	Los prestiños tienen como elementos principales el harina para formar la parte interna y el almíbar con diferentes colorantes para adornarlo y darle un sabor especial.
¿Cómo está elaborado y de que materiales?	Los prestiños se elaboran a base de harina de trigo, sal, azúcar, agua y colorante, dándoles un toque de color y un sabor agridulce.

Notas: Investigación de campo sobre las características principales de los prestiños.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

Por lo tanto el prestiño es un producto natural, el cual no necesita de muchos químicos para obtener su sabor, el único que se utilizaría es el colorante para hacerlos llamativos.

1.1.3 Usos del producto

Los prestiños, son utilizados como complemento diario en la mayoría de los hogares, también como aperitivo, postres y combinaciones alimentarias en distintas ocasiones, lo que quiere decir que se consume en cualquier hora del día. En ocasiones especiales

como fiestas, cenas, y en otro tipo de eventos se los utiliza con mayor frecuencia como bocaditos.

Para los pobladores manabitas, los prestiños se han convertido en su pan diario, ya que son combinados con café en el desayuno y/o merienda de cada hogar, lo cual se podría aplicar de igual manera en la ciudad de Quito, como un reemplazo del pan.

1.2 Análisis de la demanda

El análisis de la demanda pretende cuantificar el volumen de bienes o servicios que el consumidor podría adquirir de la distribución del proyecto. (Meneses, 1999).

El análisis de la demanda permitirá conocer las siguientes variables:

- Mercado potencial.
- Estructura de consumo.
- Estructura del mercado.
- La necesidad del mercado.
- Comportamiento del mercado.

1.2.1 Factores que afectan la demanda

Para los dulces elaborados tradicionalmente de forma artesanal como son los prestiños, se encuentran algunos factores que afectan directamente a la demanda:

- El mercado prefiere el consumo de los productos industrializados o sustitutos.
- Gustos y preferencias de los consumidores.
- Falta de una marca que identifique el producto y lo mantenga en la mente del potencial consumidor.

- Carencia de publicidad por parte de los productores y/o intermediarios encargados de promocionar sus productos.
- El precio y calidad de los productos sustitutos varíen significativamente en relación a los prestiños elaborados artesanalmente.

1.2.2 Análisis de la demanda por medio de datos de fuentes primarias

Para cuantificar la demanda, se utilizan las fuentes primarias, ya que no existe información histórica de este producto en la ciudad de Quito. “Las fuentes primarias son aquellas que contienen información original, que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más. Son producto de una investigación o de una actividad eminentemente creativa” (Ruiz & Vargas, 2008).

Se entiende por demanda, a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

El propósito principal que obtendremos al analizar la demanda es determinar si realmente existe un mercado insatisfecho para este producto en la ciudad de Quito, por tal razón se aplicará como herramienta de recolección de datos la encuesta. Los prestiños al ser productos no familiarizados con los quiteños, los encuestados no van a poder responder la encuesta debido a que tal vez o nunca en su vida han consumido el producto, por lo que en cada una de las encuestas se repartirá un prestiño a cada persona para que primero degusten y prueben el nuevo producto.

Por medio de la degustación directa que se empleará al encuestado, podremos adquirir respuestas verídicas, lo cual será de mucha ayuda para poder tener estadísticas reales de lo que realmente piensan acerca de los prestiños y su introducción en el mercado quiteño; así como sus sugerencias de mejoramiento para que el producto sea aceptado.

1.2.2.1 Segmentación del mercado

Segmentar es el proceso por medio del cual se divide el mercado en porciones menores de acuerdo con una determinada características, que le sea de utilidad a la empresa para cumplir con sus planes. Al segmentar el mercado se pueden maximizar los esfuerzos de marketing en el segmento elegido y se facilita su conocimiento (Bonta & Farber , s.f.).

La segmentación del mercado, se dirigirá exclusivamente a los consumidores que se encuentran ubicados en el Distrito Metropolitano de Quito. Para identificar al consumidor específico del producto nos enfocaremos en los sectores norte, centro y sur de la ciudad de Quito, sin distinción de género ni edad.

A continuación se detallan los criterios que tomamos en cuenta para segmentar el mercado:

Tabla 2.
Criterios de segmentación

Criterios de Segmentación	Segmentos del Mercado
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Ciudad	Quito
Demográfico	
Edad	Entre 15 y 64 años
Género	Masculino y Femenino
Estado Civil	Indistinto
Nivel Socio Económico	
Nivel de Ingresos	Todos

Notas: Segmentación de la ciudad de Quito según edad, género y estado civil.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

1.2.2.2 Tamaño del universo

El tamaño del universo corresponde al número de habitantes en la ciudad de Quito; de acuerdo al censo del 2010 nuestra población actual es:

Tabla 3.
Población de pichincha

Año	Habitantes
Año 2010	2.576.287

Notas: Número de habitantes de Pichincha según el INEC www.inec.gob.ec
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

Tabla 4
Población de Quito

Año	Habitantes
Año 2010	2.239.191

Notas: Número de habitantes de la ciudad de Quito según el INEC www.inec.gob.ec
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

Según estadísticas del censo del año 2010 elaborado por el INEC, en la ciudad de Quito disponemos de los siguientes indicadores.

Tabla 5.
Indicadores de la población de Quito comparados años 2001 y 2010

INDICADOR	TOTAL DISTRITO		QUITO URBANO		QUITO RURAL	
	2001	2010	2001	2010	2001	2010
Censo						
Población	1.842.201	2.239.191	1.411.595	1.619.146	430.606	620.045
• Hombres	893.716	1.088.811	675.576	783.616	218.140	305.195
• Mujeres	948.485	1.150.380	725.128	835.530	223.357	314.850
Población proyectada al año 2011		2.305.475		1.658.809		646.666
Población proyectada al año 2022		2.787.040		1.914.410		872.830
Tasa de crecimiento (%) 2001-2010	2,6	2,2	2,2	1,5	4,8	4,1
Hogares Pobre (%)	22,2	12,8	19,9	11,2	30,1	17,3
Hogares en Extrema Pobreza (%)	8,2	2,3	5,9	1,7	15,3	4,1
Población pobre		360.399		236.698		123.701
Población en extrema pobreza		71.040		39.518		31.522

Notas: Censos de Población y Vivienda, INEC
Adaptado por: STHV-MDMQ

Encontramos una tasa de crecimiento de 2.2 para el total del Distrito Metropolitano de Quito; proyectando para el 2014, obtenemos los siguientes datos:

Tabla 6.
Crecimiento de la población

Año	2010	2011	2012	2013	2014
QUITO	2.239.191	2.288.453	2.338.799	2.390.253	2.442.838

Notas: Crecimiento de la población proyectado al año 2014 de la ciudad de Quito según el INEC www.inec.gob.ec

Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

1.2.2.3 Formato de la encuesta

Por medio de la aplicación de esta encuesta, se busca recaudar los datos necesarios, a través de un cuestionario previamente diseñado. Estos datos los vamos a obtener realizando un conjunto de preguntas dirigidas a la muestra de nuestro estudio, con el fin de conocer sus preferencias de consumo, opciones acerca del producto y si estarían dispuestos a consumir el mismo.

1.2.2.4 Tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra, se han considerado dos variables:

- Considerado la población comprendida entre 15 y 65 años es de 1.482.128

Tabla 7.
Población por rango de edad

POBLACIÓN DE QUITO	GÉNERO		TOTAL
	MASCULINO	FEMENINO	
DE 0 a 14 años	312.274	303.273	615.547
DE 15 a 64 años	713.648	768.480	1.482.128
DE 65 años y más	62.889	78.627	141.516
TOTAL	1.088.811	1.150.380	2.239.191

Notas: Población de Quito por rango de edad y género según el INEC www.inec.gob.ec

Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

- Considerado la población económicamente activa de Quito (PEA) dentro de nuestro rango de edad es de:

Tabla 8.
Población económicamente activa (PEA)

PEA	GÉNERO	
	MASCULINO	FEMENINO
DE 15 a 64 años	56.14%	41.26%
	713.648	768.480
TOTAL	400.642	317.075
POBLACIÓN	717.717	

Notas: PEA de la ciudad de Quito por rango de edad y género según el INEC www.inec.gob.ec
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

Se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{E^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

En donde:

n= tamaño de la muestra

N= tamaño del universo

Z= nivel de confianza deseado, que será el 95%, en donde el valor que representa es de 1,96 en la tabla de la curva normal.

p= probabilidad estimada de éxito

q= probabilidad estimada de fracaso

E= representa el error muestra, el cual se considera el 7% (Debe estar entre un rango de 1% y 9%), es por esto que en nuestra investigación tomamos el 7%, ya que nos mantenemos en los parámetros de error para que esta investigación no se pueda sesgar.

Reemplazando la fórmula se obtiene:

$$n = \frac{(1,96)^2 * 717.717 * (0,50) * (0,50)}{(0,07)^2 * (717.717 - 1) + (1,96)^2 * (0,50) * (0,50)}$$

$$n = \frac{3,842 * 717.717 * 0.250}{0,0049 * (717.716) + 3,842 * 0.250}$$

$$n = \frac{689.367,18}{3.516,8084 + 0,9604}$$

$$n = 195,946$$

El número de encuestas a realizar es 196

1.2.2.5 Tabulación de los resultados de la encuesta

Las encuestas fueron dirigidas hacia una determinada población, las cuales fueron tabuladas con la utilización del programa Excel.

Es necesario aclarar que en la encuesta existieron preguntas sobre las cuales se ofrecieron elecciones múltiples de respuestas, por lo cual para su tabulación se determinó que las diversas alternativas dentro de cada pregunta sean representadas unitariamente sobre la base del 100%.

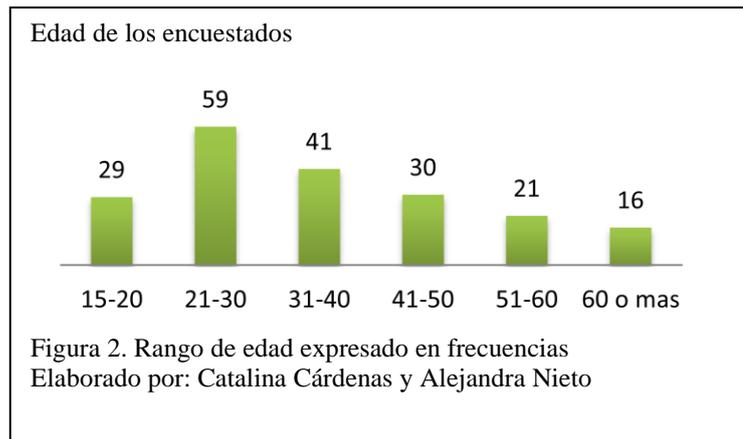
Análisis de los datos:

- Edad de los encuestados

Tabla 9.
Edad de los encuestados

RANGO DE EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15-20	29	15%
21-30	59	30%
31-40	41	21%
41-50	30	15%
51-60	21	11%
60 o más	16	8%
TOTAL	196	100%

Notas: Edad en porcentaje de los encuestados
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto



Interpretación:

Como se puede observar en el gráfico, encontramos que el 30% de los encuestados están en un rango de edad de 21 a 30 años; el 21% de los encuestados están en un rango de edad de 31 a 40 años; el 15% de los encuestados están en un rango de edad de 15 a 20 años y de 41 a 50 años; el 11% de los encuestados están en un rango de edad de 51 a 60 años y el 8% de los encuestados sobrepasan los 60 años.

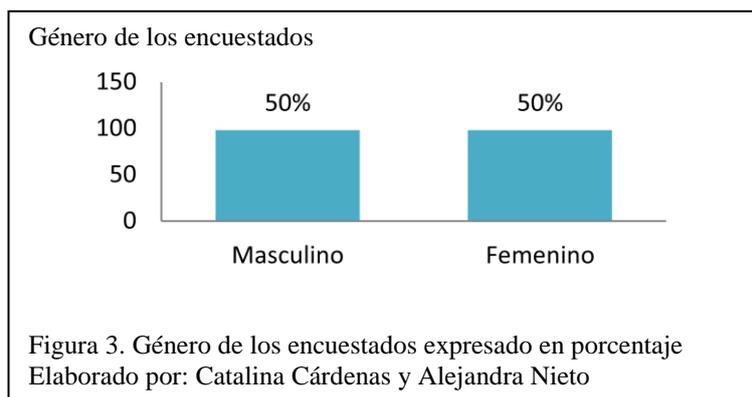
Además es importante conocer que la encuesta se realizó en los distintos parques, universidades y barrios de la ciudad de Quito, de los diferentes sectores (norte, sur, este y oeste) en donde las edades de los encuestados fueron diversas.

- Género de los encuestados

Tabla 10.
Género de los encuestados

GÉNERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	98	50%
Femenino	98	50%
TOTAL	196	100%

Notas: Género de los encuestados en porcentaje
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto



Interpretación:

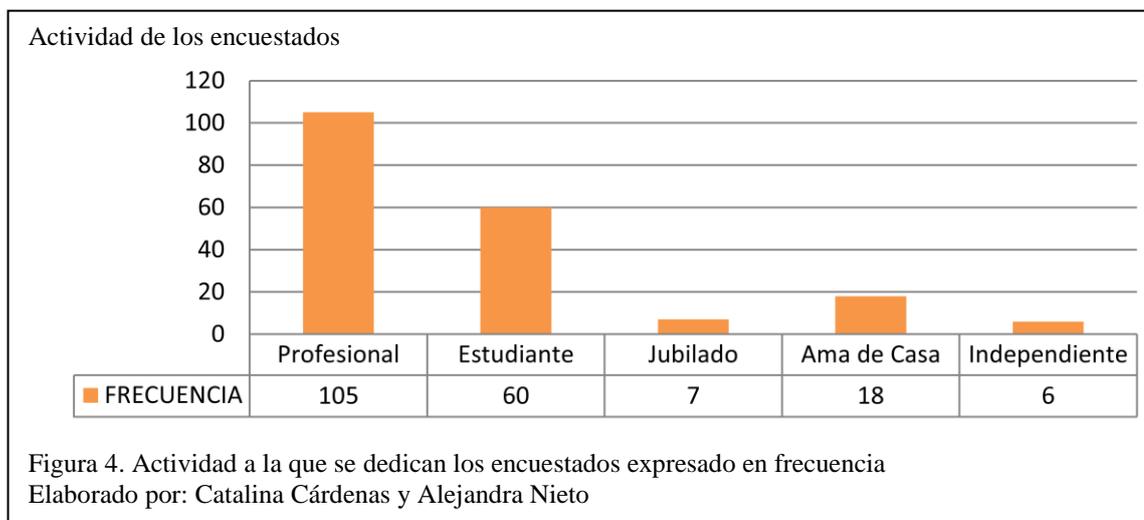
Con los datos arrojados de la encuesta, y al haber elaborado tanto hombres y mujeres un 50% respectivamente, tenemos que los encuestados son 98 hombres y 98 mujeres.

- Actividad a la que se dedican los encuestados

Tabla 11.
Actividad de los encuestados

ACTIVIDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Profesional	105	54%
Estudiante	60	31%
Jubilado	7	4%
Ama de Casa	18	9%
Independiente	6	3%
TOTAL	196	100%

Notas: Actividad a la que se dedican los encuestados expresado en frecuencia y porcentaje.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto



Interpretación:

De esta manera en la tabulación de nuestra encuesta pudimos obtener los siguientes resultados: 54% profesionales; 31% estudiantes; 9% ama de casa; 4% jubilado y 3% independientes.

De esta manera en la tabulación de nuestra encuesta pudimos obtener los siguientes resultados:

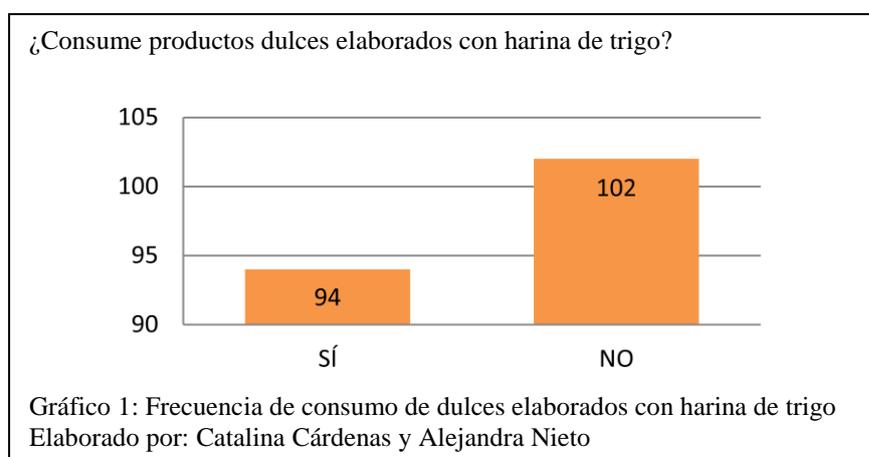
Tabla 12.

¿Consumes productos dulces elaborados con harina de trigo?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SÍ	94	48%
NO	102	52%
TOTAL	196	100%

Nota: Pregunta N°1 de la encuesta

Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto



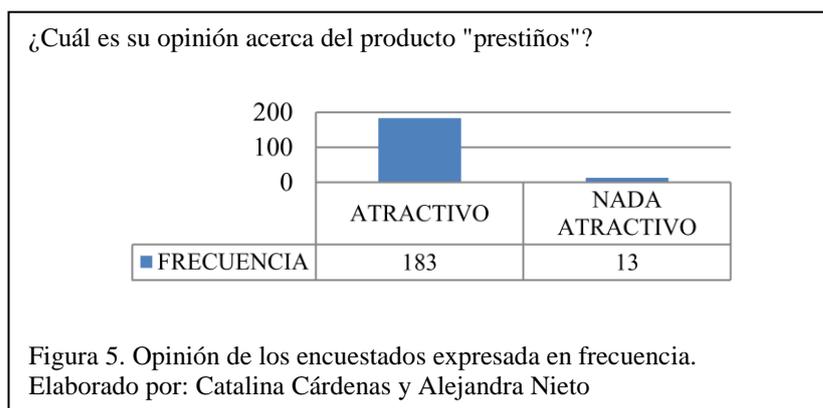
Interpretación:

Analizando los datos arrojados por la encuesta, encontramos que 94 personas, representando el 48%, consumen dulces elaborados en base de harina.

Tabla 13.
¿Cuál es su opinión acerca del producto "prestifios"?

RESPUESTA	FRECUENCIA	% VÁLIDO
ATRACTIVO	183	93%
NADA ATRACTIVO	13	7%
TOTAL	196	100%

Nota: Pregunta N°2 de la encuesta
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto



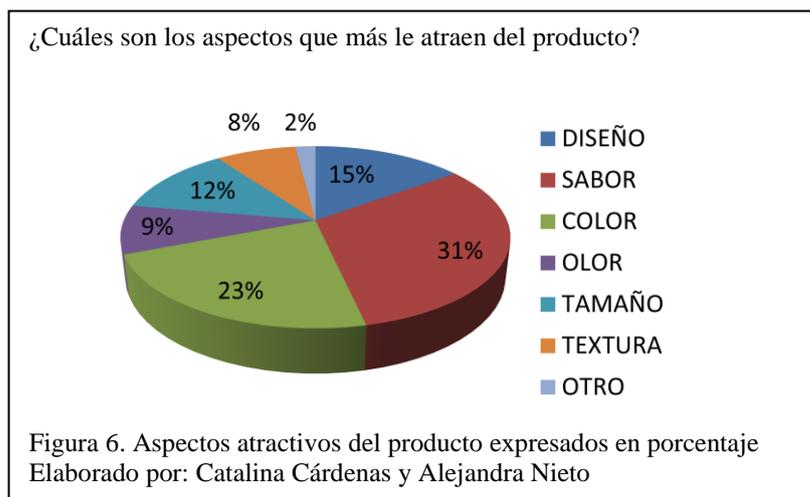
Interpretación:

Existe un amplio sector de la población encuestada a la cual le pareció atractivo el producto con un 93% y nada atractivo un 7%.

Tabla 14.
¿Cuáles son los aspectos que más le atraen del producto?

RESPUESTA	FRECUENCIA	% VÁLIDO
DISEÑO	45	15%
SABOR	95	32%
COLOR	68	23%
OLOR	26	9%
TAMAÑO	37	12%
TEXTURA	24	8%
OTRO	6	2%
TOTAL	301	100%

Notas: Pregunta N°3 de la encuesta
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto



Interpretación:

Las características más importantes que debe poseer el producto para que sea atractivo hacia el consumidor con porcentajes aproximados son: el sabor con 31%; el color con 23%; diseño con 15%; tamaño con 12%; olor con 9%; textura con 8% y adicionalmente otros que representan un 2%, entre los cuales tenemos calidad, novedoso, dulce, más grande.

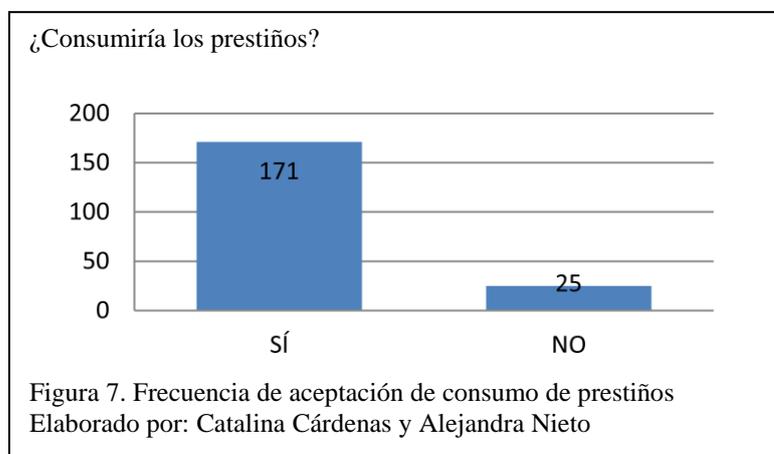
Tabla 15.

¿Consumirías prestiños?

RESPUESTA	FRECUENCIA	% VÁLIDO
SÍ	171	87,24%
NO	25	12,76%
TOTAL	196	100

Notas: Pregunta N°4 de la encuesta

Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto



Interpretación:

Después de haber hecho la degustación del producto, tenemos que un 87.24% de la población encuestada consumiría el producto y un 12.76% de rechazo al consumo del mismo.

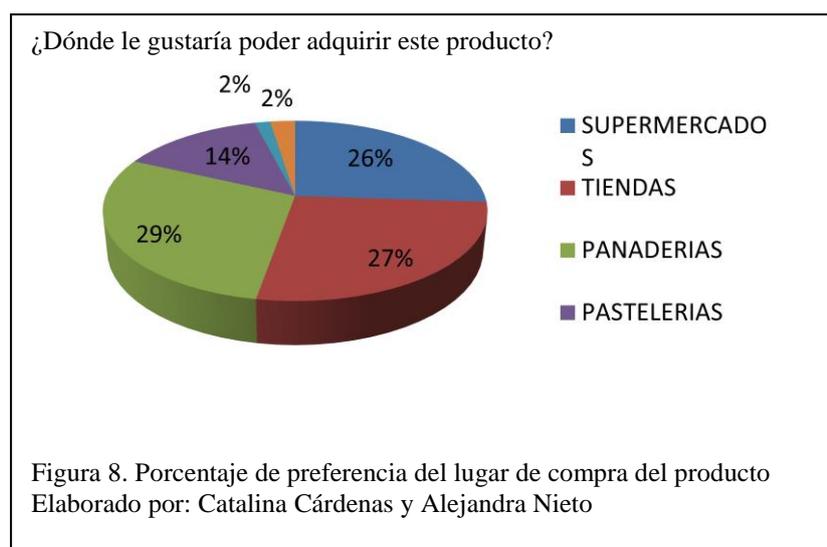
Tabla 16.

¿Dónde le gustaría poder adquirir este producto?

RESPUESTA	FRECUENCIA	% VÁLIDO
SUPERMERCADOS	85	26%
TIENDAS	87	27%
PANADERÍAS	95	29%
PASTELERÍAS	46	14%
INTERNET	5	2%
OTRO	8	2%
TOTAL	326	100%

Notas: Pregunta N°5 de la encuesta

Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto



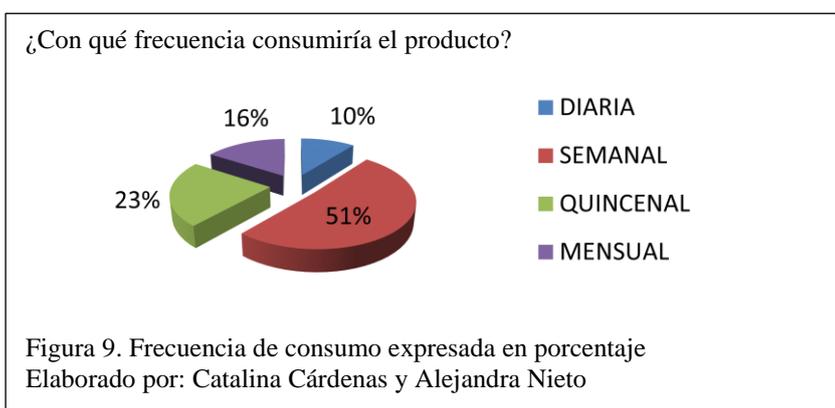
Interpretación:

De acuerdo a las encuestas podemos concluir que a las personas les gustaría poder adquirir este producto en panaderías con 29%; tiendas con 27% y supermercados con 26%, siendo estos los de mayor preferencia seguidos de pastelerías 14%; otro 3% dentro de los cuales están vendedor ambulante, de casa a casa, en el trabajo, universidades y servicios a empresas y por último venta por internet 1%.

Tabla 17.
¿Con qué frecuencia consumiría el producto?

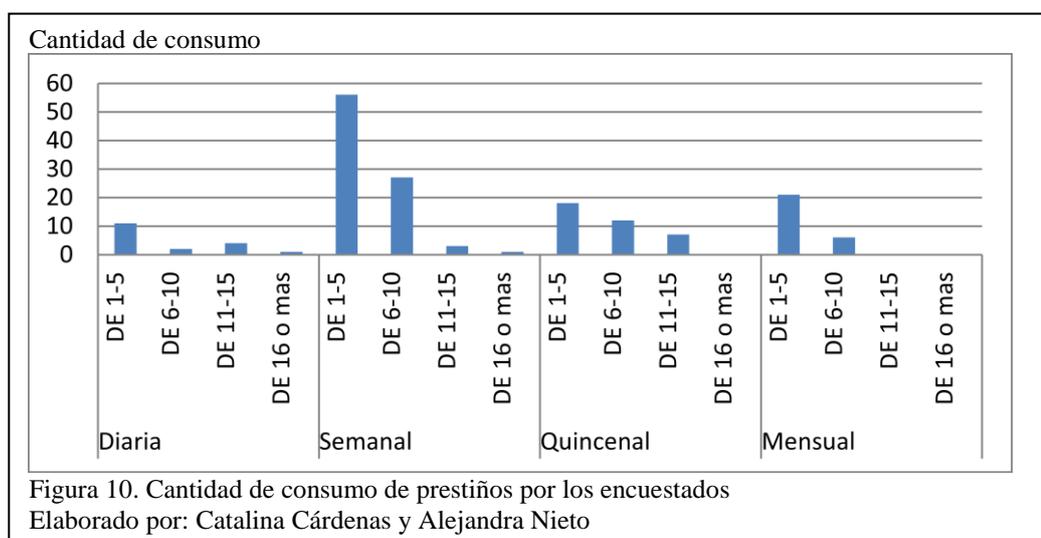
RESPUESTA	FRECUENCIA	% VÁLIDO
DIARIA	18	11%
SEMANTAL	87	51%
QUINCENAL	39	23%
MENSUAL	27	16%
TOTAL	171	100%

Notas: Pregunta N°6 de la encuesta
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto



Interpretación:

De las 171 personas las cuales quisieran consumir el producto, obtenemos su frecuencia de consumo en donde la mayoría le gustaría adquirirlo de forma semanal con 51%; quincenal 23%; mensual 16% y diaria con un 10%. Tomado como referencia estos datos obtenemos la cantidad de producto que desearían obtener en cada una de las frecuencias anteriormente mencionadas en el siguiente gráfico:



Interpretación:

Tomando en cuenta los gráficos anteriormente mencionados, vemos claramente que la población encuestada consumiría en la gran mayoría de forma quincenal una cantidad de 1 a 5 unidades del producto.

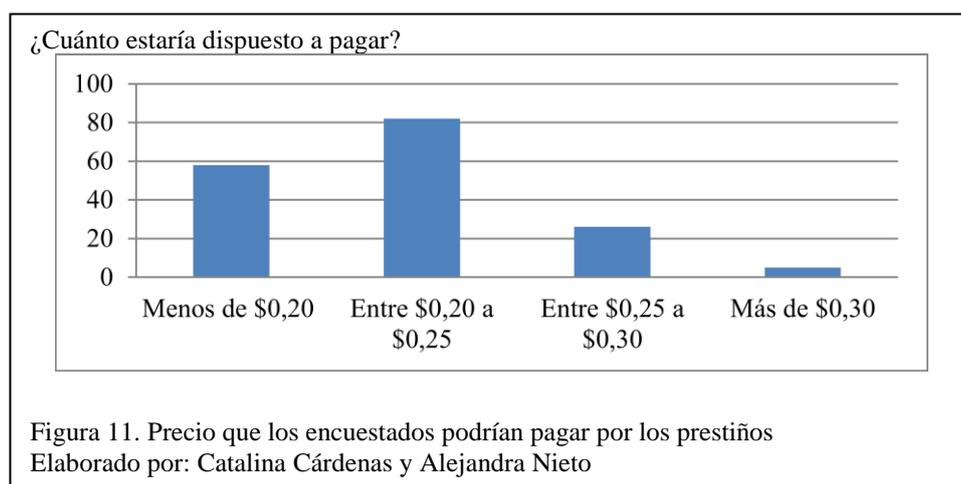
Tabla 18.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada unidad de prestiños?

RESPUESTA	FRECUENCIA	% VÁLIDO
Menos de \$0,20	58	34%
Entre \$0,20 a \$0,25	82	48%
Entre \$0,25 a \$0,30	26	15%
Más de \$0,30	5	3%
TOTAL	171	100%

Notas: Pregunta N°7 de la encuesta

Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto



Interpretación:

La población estaría dispuesta a pagar entre 0.20 ctvs. y 0.25 ctvs. de dólar por cada unidad del producto con un porcentaje del 47.95%.

En cuanto a la pregunta 7, pudimos recolectar ciertas opiniones las cuales son importantes y las personas consideran deberíamos mejorar como son:

- Mejorar el color y la textura.
- Variedad de colores.
- Hacer algún diseño característico.
- Menos anís.
- Mejorar aspecto.

- Variedad de tamaños.
- Muy duro.

1.2.3 Determinación de la demanda del mercado objetivo

Para la determinación de la demanda del proyecto se sustentó en la información obtenida de la encuesta, tomando en cuenta dos preguntas, una de ellas son los resultados de la aceptación que tienen los prestiños (pregunta 3 de la encuesta); en donde el 87% están dispuestos a consumir este producto; de igual manera se tomó el número de prestiños que estarían dispuestos a consumir que es de 1 a 5 cantidades.

La proyección de la demanda y la oferta se harán para 10 años, por motivo de conocer cuál será la demanda y la cantidad que se podrá ofrecer al mercado. Es necesario proyectar la demanda insatisfecha, ya que por medio de esta se permitirá determinar cuál será el tiempo de permanencia del proyecto en el mercado. Sabemos que el 87% de los encuestados están dispuestos a consumir el producto, por lo que 624.414 personas serán nuestros potenciales consumidores.

El intervalo de la cantidad de prestiños que están dispuestos a consumir es de 1 a 5, pero la cantidad que se utilizará en nuestra proyección de demanda será de 5 prestiños escogiendo un escenario optimista. Observamos en la pregunta 5 de la encuesta que la población está dispuesta a consumir con una frecuencia semanal esta cantidad de prestiños.

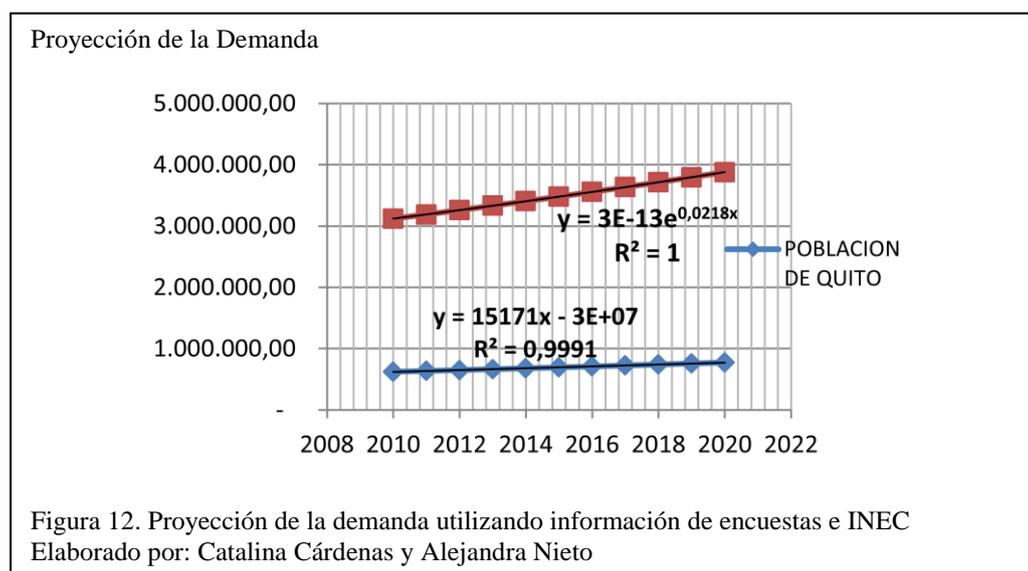
1.2.3.1 Proyección de la demanda

Se manifestó que la demanda se calculó de acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas, en donde el 87% de la población está dispuesta a consumir el producto “prestiños”. Para realizar la proyección de la demanda a 10 años, es necesario conocer la tasa de crecimiento de la población de la ciudad de Quito, y obtenemos que según datos del INEC, la tasa de incremento anual de la población quiteña es del 2.2%.

Tabla 19.
Proyección de la demanda

AÑOS	CONSUMO PROMEDIO POR PERSONA (Unidades)	POBLACIÓN DE QUITO	CONSUMO PROYECTADO (Unidades)
2014	5,00	624.414,00	3.122.070,00
2015	5,00	638.151,11	3.190.755,54
2016	5,00	652.190,43	3.260.952,16
2017	5,00	666.538,62	3.332.693,11
2018	5,00	681.202,47	3.406.012,36
2019	5,00	696.188,93	3.480.944,63
2020	5,00	711.505,08	3.557.525,41
2021	5,00	727.158,19	3.635.790,97
2022	5,00	743.155,67	3.715.778,37
2023	5,00	759.505,10	3.797.525,50
2024	5,00	776.214,21	3.881.071,06

Notas: Consumo proyectado de la demanda en unidades de la población de Quito.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto



1.3 Análisis de la oferta

Según Baca Urbina (2001), se denomina oferta a la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

El análisis de la oferta permitirá conocer las siguientes variables:

- Cantidad de ofertantes en el mercado.
- Localización de los oferentes.

- Calidad y precio de los productos.
- Cantidades producidas y distribuidas en la ciudad por los competidores.

1.3.1 Factores que afectan a la oferta

Existen factores que afectan directamente a los productos artesanales prestiños, que son:

- Cantidad de competidores existentes.
- Diversificación de productos de los competidores.
- Escases de la materia prima.
- Aparición de la tecnología.
- Productos sustitutos.
- Los costos de los insumos de la materia prima.

1.3.2 Análisis de la competencia

Competencia directa

Para poder identificar a la competencia de los prestiños en la ciudad de Quito, es necesario tomar en cuenta que este producto es elaborado a mano, por lo que rápidamente determinamos se encuentran dentro de los dulces artesanales específicamente de Manabí.

De acuerdo a la investigación de campo, encontramos que los prestiños son vendidos en dos mercados de la ciudad, las cuales son Mercado San Roque y Mercado de la Ofelia, en donde estos prestiños son puestos a la venta por personas manabitas, quienes traen sus costumbres y cultura a la ciudad, pero los quiteños por falta de conocimiento de este producto y por falta de medios necesarios para que el producto se vea llamativo hacia el consumidor, no existe compra por parte de los ciudadanos; a consecuencia de esto no se consigue que el producto sea esparcido hacia los demás.

En los mercados ya mencionados, las personas atraídas por los prestiños son personas oriundas de la costa residentes en la ciudad, estas conocen al producto y lo consumen ya sea por gusto o por nostalgia a sus costumbres.

Productos sustitutos

Los productos sustitutos son los bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad. Los sectores que ofrecen los productos sustitutos, no están considerados como competencia directa, pero bajo ciertas circunstancias puede provocar que el cliente deje de consumir el producto ofrecido por consumir aquellos productos sustitutos.

Los productos sustitutos en el mercado de la producción de prestiños pueden ser:

- Pristiños navideños.
- Roscas rellenas.
- Donas.
- Rosca.

1.3.3 Oferta del producto

A través del análisis de la oferta se busca un propósito en común, el cual es definir la cantidad y las condiciones que se necesitan para poder lanzar un producto relativamente nuevo a un mercado, en este caso a un mercado exigente respecto a la calidad, presentación, sabor y entre otras características del producto. Si bien sabemos la oferta es afectada o está en función de ciertos factores como son: el precio del producto del mercado, la calidad, entre otros; es necesario que estos factores sean estudiados junto con el entorno económico del mercado para ser competitivos.

Según la investigación de mercado contamos con una competencia directa, pero al ser personas y/o comerciantes ambulantes, no cuentan con un posicionamiento fuerte dentro del mercado, sino al contrario son extremadamente débiles, por tal razón la población desconoce de la existencia de los prestiños como producto artesanal manaba.

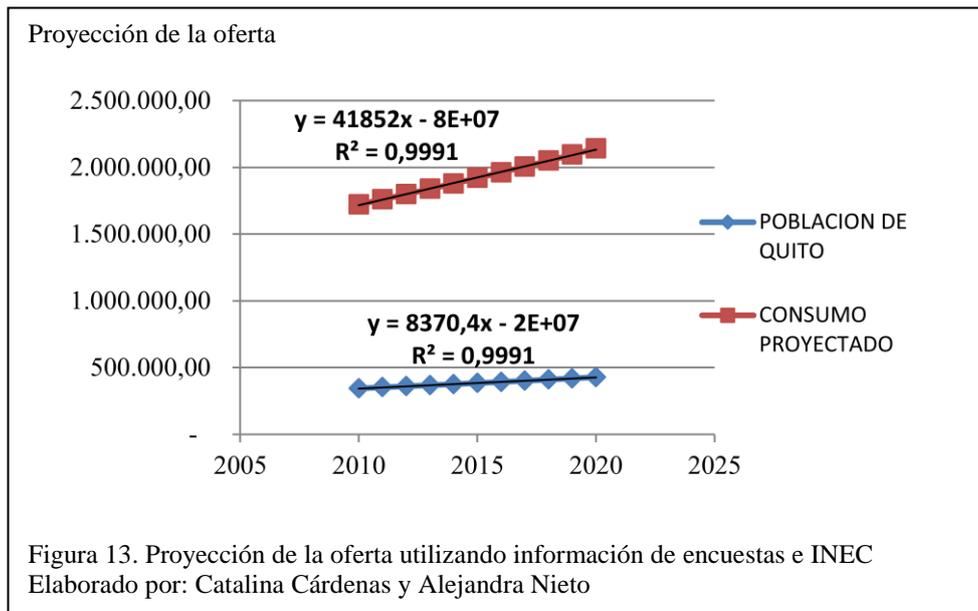
La introducción de nuestro producto al mercado quiteño será innovador, es importante hacer al producto accesible al consumidor por lo que el mismo podrá adquirir los prestiños en las localidades favoritas de acuerdo a la información arrojada de la encuesta (¿En dónde le gustaría adquirir este producto?), los cuales son; panaderías, tiendas y supermercados.

Para determinar la oferta de los prestiños se ha utilizado los datos arrojados de la encuesta, ya que no existe información exacta del consumo histórico de prestiños elaborados de forma artesanal oriundos de Manabí en la ciudad de Quito. Se ha tomado en cuenta el porcentaje de personas que indican consumir productos dulces elaborados en base a la harina trigo, ya que los prestiños son hechos a base de este tipo de harina y tenemos que el 48% de la población encuestada consume. Se procede a realizar la proyección de la oferta teniendo como crecimiento anual el mismo de la demanda.

Tabla 20.
Proyección de la oferta

AÑOS	CONSUMO PROMEDIO POR PERSONA (Unidades)	POBLACIÓN DE QUITO	CONSUMO PROYECTADO (Unidades)
2014	5,00	344.504,16	1.722.520,80
2015	5,00	352.083,25	1.760.416,26
2016	5,00	359.829,08	1.799.145,42
2017	5,00	367.745,32	1.838.726,61
2018	5,00	375.835,72	1.879.178,60
2019	5,00	384.104,11	1.920.520,53
2020	5,00	392.554,40	1.962.771,98
2021	5,00	401.190,59	2.005.952,96
2022	5,00	410.016,79	2.050.083,93
2023	5,00	419.037,16	2.095.185,78
2024	5,00	428.255,97	2.141.279,86

Notas: Consumo proyectado de la demanda en unidades de la población de Quito.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto



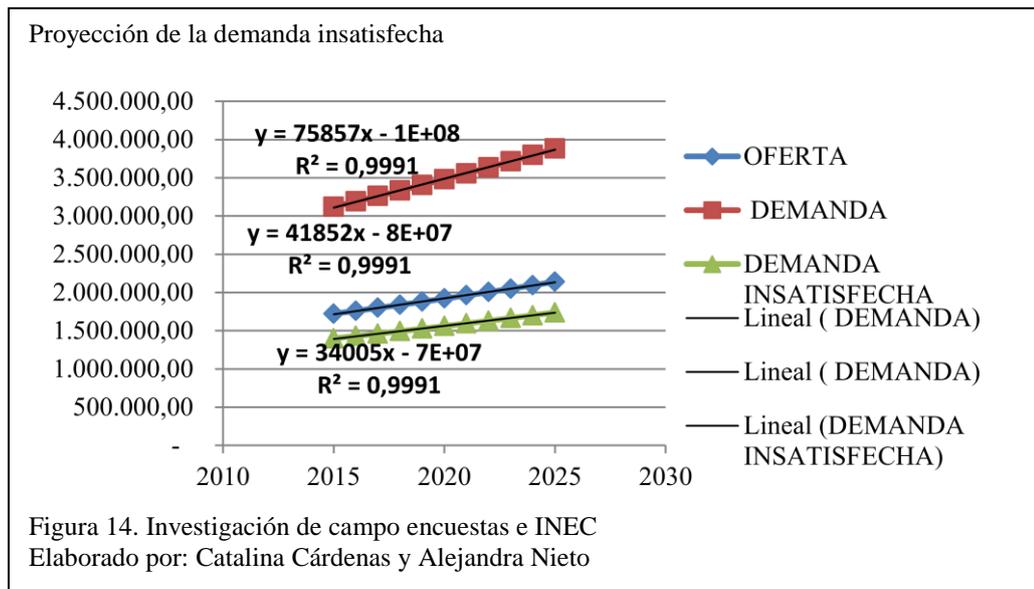
1.3.4 Proyección de la demanda insatisfecha

Se entiende por Demanda Insatisfecha a la diferencia entre la demanda y la oferta. A continuación en la siguiente tabla podemos ver la proyección de la demanda insatisfecha desde el año 2015 hasta el año 2025, lo que nos da una demanda positiva. Podemos ver que la demanda insatisfecha es alta por lo que nos permitirá introducir los prestiños al mercado quiteño.

Tabla 21.
Proyección de la demanda insatisfecha

AÑOS	CONSUMO PROYECTADO OFERTA (Unidades)	CONSUMO PROYECTADO DEMANDA (Unidades)	DEMANDA INSATISFECHA (Unidades)
2015	1.722.520,80	3.122.070,00	1.399.549,20
2016	1.760.416,26	3.190.755,54	1.430.339,28
2017	1.799.145,42	3.260.952,16	1.461.806,75
2018	1.838.726,61	3.332.693,11	1.493.966,50
2019	1.879.178,60	3.406.012,36	1.526.833,76
2020	1.920.520,53	3.480.944,63	1.560.424,10
2021	1.962.771,98	3.557.525,41	1.594.753,43
2022	2.005.952,96	3.635.790,97	1.629.838,01
2023	2.050.083,93	3.715.778,37	1.665.694,44
2024	2.095.185,78	3.797.525,50	1.702.339,72
2025	2.141.279,86	3.881.071,06	1.739.791,19

Notas: Consumo proyectado de la demanda insatisfecha en unidades de la población de Quito.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto



1.4 Precio

El precio es la cantidad monetaria al que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar, ya sea un bien o un servicio; siempre y cuando la oferta y la demanda se encuentren en equilibrio.

$$P = \text{COSTOS TOTALES} + \text{MARGEN DE UTILIDAD O BENEFICIO}$$

$$\text{Costos Totales} = \text{Costos Fijos} + \text{Costos Variables}$$

1.4.1 Factores que afectan al precio

Encontramos factores que afectan el comportamiento de los precios de un producto y/o servicio, que son:

- En la distribución del producto, mientras más agentes intervengan en el proceso de distribución, el costo incrementará y por ende el precio se encarecerá significativamente.

- La cantidad de competidores existentes en el mercado, por lo que mientras más competidores existan, menor margen de utilidad obtendrán.
- El costo de adquisición de los prestiños artesanales en el cantón El Carmen no sea elevado.
- La inflación.

1.4.2 Comportamiento histórico del precio

La determinación del precio comercial de un producto es un factor clave, ya que servirá de base para el cálculo de los ingresos probables del proyecto en un futuro, también servirá como base para la comparación entre el precio comercial y el precio probable al que se pudiera vender en el mercado el producto objeto de estudio.

Los prestiños ya cuentan con precio de venta al público (P.V.P) en los distintos lugares de la provincia de Manabí. Como sabemos los prestiños tienen su historia hace más de 30 años, empezando como dulces tradicionales hogareños en general, pero que a lo largo del tiempo han ido adquiriendo fama por su sabor, y hoy en día ya no solo se los conoce como un dulce más de los tradicionales, sino que se lo individualiza. Por tal razón su precio conforme pasa el tiempo ha ido cambiando paulatinamente por factores externos como: subida de la materia prima, la inflación y factores internos como: la mano de obra que afectan a la economía de los productores, y por ende el precio se encarece.

Tabla 22.
Precio de los prestiños

Año	Ítem	Unidades	Precio
2012	Prestiños	22	0,50
2013	Prestiños	22	0,70
2014	Prestiños	22	1.00

Notas: Precio de los prestiños elaborados en El Carmen, provincia de Manabí
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

Los prestiños no son vendidos de manera unitaria, debido a que su necesidad, tamaño y costo de producción no es tan alto para venderlo de esta forma. Los productores manabitas han decidido venderlos empaquetados de manera simple en una funda; cada funda contiene de 22 prestiños y se los vende al consumidor por \$1,00 dólar americano.

El objeto de nuestro proyecto es introducir al mercado quiteño los prestiños elaborados en El Carmen, Manabí. Se investigó el precio de este producto en su lugar de origen es de \$0,70 ctvs. A los intermediarios, quienes compran la funda a ese valor, pero la venden al mismo precio de \$1,00 dólar.

1.4.3 Precio de los prestiños en la ciudad de Quito.

Para determinar el precio de los prestiños en la ciudad de Quito, compraremos a los productores la materia prima (prestiños) en unidades, cuyo valor será de \$0.03 cada uno.

Al ser los prestiños la única materia prima que se necesitará para desarrollar nuestro proyecto, no nos concierne conocer los costos de producción del productor ni involucrarnos directamente en su producción, ya que el objetivo del centro de acopio es adquirir un producto totalmente terminado y proporcionar un valor agregado al mismo; por lo tanto el precio de venta al público tomará en cuenta los materiales, la mano de obra, servicios y otros rubros que se incluyan dentro del proceso como se indica en la siguiente tabla:

Tabla 23.
Precio

CÁLCULO DEL PRECIO					
PRESTIMAC S.A					
5 Unidades / Caja					
			caja/mes	17350	
COSTOS		UNIDAD	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Mano Obra		unidad/caja	0,05	17350	935,13
Materiales	CAJA		0,17	17350	2.949,50
	FUNDAS		0,02	17350	347,00
	ETIQUETAS ADHESIVAS		0,05	17350	867,50
	CARTONES		0,29	578	167,62
Materia Prima					
	Prestifios	Unidad	0,03	86750	2.602,50
Mano de Obra Indirecta			0,09	17350	1.642,64
Servicios Básicos					148,00
Combustible					150,00
Otros Materiales					23,00
Costo de producción					9.832,89
Precio de venta unitario					0,57
Beneficio		50%			0,28
P.V.P					0,85

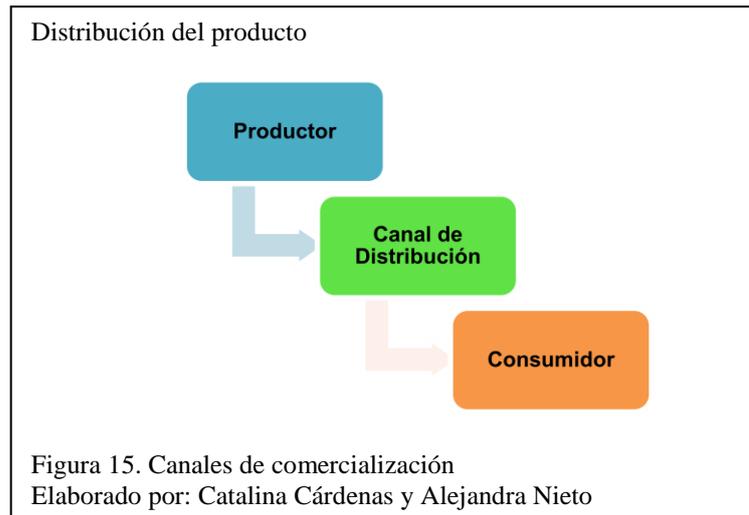
Notas: Precio de los prestifios en unidades (caja 5 unidades).
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

1.5 Comercialización y distribución del producto

La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o un servicio al consumidor con los beneficios de lugar y tiempo. La comercialización es la parte fundamental para el funcionamiento de una empresa, ya que se puede estar produciendo con la mejor calidad y con un buen precio, pero si no tiene los medios necesarios para hacerlos llegar al consumidor de forma eficiente, este no puede adquirir el producto fácilmente y la empresa podría ir a la quiebra.

1.5.1 Canales de comercialización

Un canal de distribución o comercialización, es la ruta que toma un producto para pasar del productor hacia el consumidor final, pasando este por un lugar en donde se encarga que el producto llegue al consumidor en su presentación final.



1.5.2 Manejo, almacenamiento y transporte del producto

1.5.2.1 Manejo del producto

Cuando el proceso de producción haya concluido, es importante dejar un tiempo de reposo para que el producto conserve la presentación y la textura deseada. Posteriormente se comienza a empacar conservando las normas de higiene necesaria, con guantes y gorras para el cabello y así evitar el contacto directo con el producto para que este no sea contaminado.

1.5.2.2 Almacenamiento del producto

Una vez empacado el producto, se procede a llenar en cartones las cajas contenedoras del producto para facilitar el transporte y el producto se conserve intacto. El tiempo de caducidad de los dulces es de dos meses, conservándolos en un lugar fresco y seco.

1.5.2.3 Transporte del producto

El transporte de los prestiños será desde La Crespa - El Carmen hasta la ciudad de Quito, en donde se deberá cuidar que el producto no sufra daño alguno hasta distribuirlo a su destino final.

1.5.3 Estrategias del marketing mix

La mezcla de mercadotecnia, se define como:

El conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadotecnia que la empresa combina para producir una respuesta deseada en el mercado meta. La mezcla de mercadotecnia incluye todo lo que la empresa pueda hacer para influir en la demanda de su producto. (Kotler & Armstrong, 2003, pág. 75)

1.5.3.1 Producto

Las características que debe tener el producto para atraer la demanda de sus clientes potenciales incluyen el diseño, calidad, marca, envase, entre otros.

- El diseño de los prestiños es en forma circular con una abertura en medio, semejándose a una dona, esto atrae al consumidor por su apariencia pequeña y de fácil consumo. Al ser de un color rosa / fucsia llamativo ayuda a que sea distinguido rápidamente por los consumidores.
- El envase en el que se distribuirá el producto será dentro de una caja blanca, lo que incrementará la incertidumbre del consumidor de conocer que hay dentro de la misma y brinda elegancia y delicadeza al producto.
- La marca será diseñada acorde a los prestiños, tomando en cuenta su principal color (rosa) y plasmando su sabor único y especial en una imagen atractiva.

- Ya que se trabajará bajo estándares de calidad, la empresa dará capacitaciones a los productores de prestiños. La capacitación consistirá en enseñar el uso adecuado y/o manejo de los utensilios y materia prima que se utilizan en la fabricación de los prestiños, así como el adecuado almacenamiento y limpieza del lugar de trabajo.

1.5.3.2 Precio

El precio de venta es el elemento más importante de la estrategia comercial, ya que con él serán definidos los futuros ingresos del proyecto lo que conlleva variaciones en el flujo de ingresos y por ende en el flujo de caja. (Murcia, y otros, 2009).

El precio representa lo que el consumidor está dispuesto a pagar por el producto y su valor en la satisfacción de una necesidad, es decir, que en el precio se debe abarcar no solo el beneficio sino también los servicios, calidad, marca, imagen y otros que lo conviertan atractivo.

- La empresa fijará su precio de venta, tomando en cuenta a la competencia indirecta, es decir los sustitutos, el precio de adquisición del producto de los diferentes productores de prestiños, los costos de producción y un porcentaje de utilidad del 50%, teniendo como resultado un producto de calidad y accesible al mercado.
- La entrega desde el Centro de acopio PRESTIMAC S.A. a los diferentes locales de distribución del producto, será sin ningún costo adicional al precio de venta, lo que será un atributo adicional con buen trato al cliente.
- Si la cantidad sobrepasa el límite de compra de 500 cajas semanales, es decir si se supera un rango habitual se otorgará un descuento del 13% al total de la compra.

1.5.3.3 Plaza

Son las actividades que se realizan para el acercamiento de producto al consumidor. Son a quienes queremos llegar por medio de cadenas de distribución como: pandearías, tiendas, supermercados y pastelerías.

Nuestro producto nace directamente por la necesidad de las personas por adquirir un producto natural, considerando el grado de aceptación que estas tienen frente a los dulces artesanalmente elaborados en la provincia de Manabí, por cuanto nuestro mercado meta es la ciudad de Quito, por cual se optó por un canal de distribución productor – canal de distribución – consumidor. Al tener una distribución indirecta, ya que nuestro producto es distribuido a diferentes canales comerciales tenemos que prevenir lo siguiente:

- Promocionar a nuestro producto como artesanal, fabricado sin componentes químicos, garantizando así un producto sano y saludable para el consumo familiar.
- Mantener el lugar de empaque y almacenamiento limpio bajo regímenes de calidad para otorgar al cliente plena seguridad de un buen producto.
- Conservar el lugar de almacenamiento libre de humedad y plagas que pueden afectar directamente al sabor, imagen y textura de los prestiños.

1.5.3.4 Promoción

La promoción es indispensable, ya que al no ser un producto conocido en el mercado quiteño, se necesita realizar una estricta campaña publicitaria en donde los prestiños se posesionen en la mente del consumidor, basándonos en los siguientes aspectos:

- Degustaciones de nuestro producto en distintos eventos sociales donde exista la acumulación de gente.

- Publicidad escrita como son los flyers que serán otorgados a cada canal comercial en donde se encuentre la información necesaria como lo es el beneficio nutricional del producto.
- En la campaña publicitaria otorgaremos muestras gratis a cada distribuidor para que así las personas conozcan y adquieran los prestiños.
- Diseñar una página web del centro de acopio, en donde nos publicitemos a nivel nacional y de esta manera poder adquirir mayor demanda y dar a conocer el origen del prestiño.

CAPÍTULO 2

ESTUDIO TÉCNICO

2.1 Determinación del tamaño óptimo de la planta

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un período de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y de la operación en conjunto (Rojas, 2007).

El tamaño del proyecto se refiere básicamente a la capacidad de producción que el proyecto va a tener durante cada uno de los años del horizonte de vida que el proyectista le ha definido. Y esta capacidad se expresa en el número de unidades del bien o en el número de usuarios del servicio que él va a producir, comercializar o atender anualmente durante este período. En otras palabras, esta capacidad se expresa en cantidad producida o atendida por unidad de tiempo. (Díaz, Medellín, Sanrana, Ortega, González, Oñate & Baca, 2009)

3.1.1 Factores que determinan o condicionan el tamaño de una planta

Para poder determinar el tamaño de una nueva planta de producción, debemos tomar en cuenta ciertos factores, los cuales nos ayudan a simplificar el proceso, entre ellos están:

- El tamaño del proyecto y la demanda.
- El tamaño del proyecto y los suministros e insumos.
- El tamaño del proyecto, la tecnología y los equipos.
- El tamaño del proyecto y financiamiento.
- El tamaño del proyecto y la organización.

3.1.1.1 El tamaño del proyecto y la demanda

La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto, para poder desarrollar el proyecto debe existir una demanda que absorba el producto que pretendemos ofrecer.

- Si la demanda es muy pequeña, el proyecto posiblemente sea rechazado.
- Si la demanda es muy grande, el proyecto puede perder significado, es decir, solo se cubriría un bajo porcentaje de la demanda, normalmente no más del 10%, siempre y cuando exista mercado libre.

La magnitud de la demanda debería ser compatible con lo que pretendemos ofertar, al ser un producto nuevo el consumidor lo preferirá pero siempre y cuando este producto ofrezca un excelente control de calidad ya que al ser introducido como producto sustituto de las roscas, roscones, pan, los prestiños deben estar en iguales o mejores condiciones que estos.

Al ser un producto nuevo debemos tener una ventaja competitiva por lo que buscamos los errores o falencias de nuestros competidores y entre los principales podemos decir que algunas organizaciones no cuentan con empaque y/o marca para su producto, ni efectúan campañas publicitarias que den a conocer.

3.1.1.2 El tamaño del proyecto y los suministros e insumos

El poder abastecerse en cantidad y calidad de insumos es un aspecto clave en el proyecto, por lo que debe verificarse la disponibilidad de los mismos, para ello se debe considerar lo siguiente:

- Tener una lista de todos los proveedores de materias primas e insumos.
- Conocer el alcance o capacidad de cada proveedor para suministrar al productor.

La materia prima que se utilizará para la elaboración de los prestiños, son los que se emplean directamente en el proceso productivo como son: harina, anís, huevos, azúcar, entre otros auxiliares para el desarrollo del proceso, pero al ser un Centro de acopio, nuestra materia prima serían los proveedores de prestiños.

El estudio de nuestro proyecto se basa en el mejoramiento de la producción de los prestiños y su distribución hacia la ciudad de Quito, por lo tanto es necesario conocer a los proveedores ya existentes de insumos en la el cantón El Carmen, para de esta manera buscar o identificar los proveedores con mayor cumplimiento en responsabilidad y calidad del insumo.

Tabla 24.
Lista de proveedores

N	PROVEEDOR	NOMBRE NEGOCIO	DIRECCIÓN	CAPACIDAD MENSUAL (UNIDADES)
1	Jorge Daniel Arteaga Moreira	Dulcería "JOR-ALI"	El Carmen	28.192
2	Flavio Mendoza	Dulcería "Mi Juanito"	El Carmen	46.288
3	Leonel Zambrano Herreira	Dulcería "Kathy"	El Carmen	12.270
TOTAL				86.750

Notas: Capacidad de abasto mensual de los productores de prestiños.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

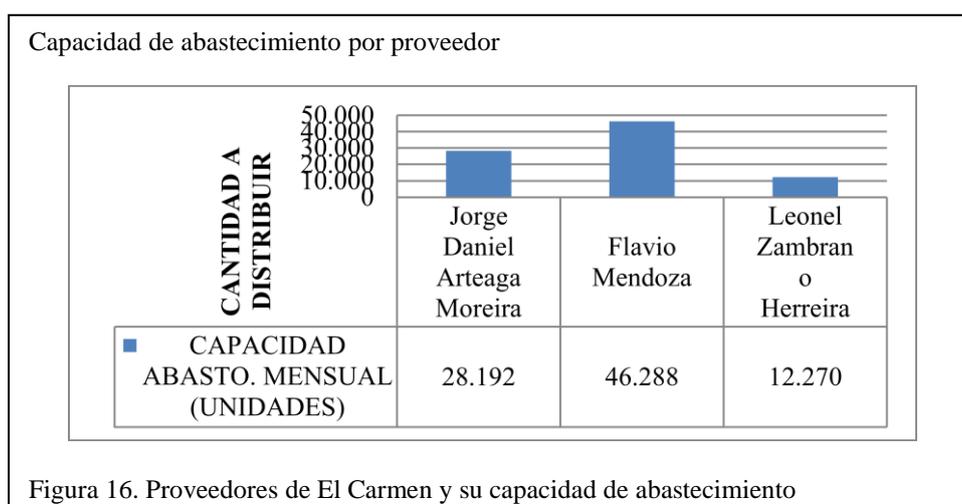


Figura 16. Proveedores de El Carmen y su capacidad de abastecimiento

En cuanto a la materia prima indirecta, podemos nombrar a todos los empaques que van a estar relacionados directamente con el producto, los cuales deben ser

elaborados bajo las normas del reglamento de alimentos ya que van a ser distribuidos en la ciudad de Quito.

Los prestiños no serán vendidos ambulante sino que tendrán su propia marca y empaque, por lo que es necesario buscar proveedores de estos materiales en el cantón El Carmen, ya que es allí donde serán empacados para posteriormente la distribución en la ciudad de Quito.

En la siguiente tabla, se muestran los proveedores de materiales y de servicios que afectan de forma indirecta en el proyecto, en el cual constan las direcciones y nombres de los mismos.

Tabla 15.
Proveedores de materiales y servicios

MATERIAL	PROVEEDOR	DIRECCION	CIUDAD
Cajitas para empacar los prestiños	Incasa S.A	Iñaquito y Juan Pablo Sanz	QUITO
Cartones para la distribución			
Masking, papel de despacho			
Publicidad	Publiseri	Av. Chone y Abdón Calderón	EL CARMEN
Útiles de oficina	Librería El Carmen	Av. Chone	EL CARMEN
	Multipapelería	Av. Chone	
Energía Eléctrica	CENEL	Vicente Rocafuerte y Eloy Alfaro	EL CARMEN
Agua	Departamento de Agua	Libertad y Pasaje "SN"	EL CARMEN
Teléfono	CNT	Salutio Giler y 4 de Diciembre	EL CARMEN
Internet	CNT	Salutio Giler y 4 de Diciembre	EL CARMEN
Combustible	Gasolinera PRIMAX	Av. Chone - Km 20	EL CARMEN
	Petroecuador	Av. Chone - Km 35	
Equipos y muebles de oficina	LAVORO FLEX	Checoslovaquia y 6 de Diciembre	QUITO
Despensa (Consumo interno PRESTIMAC S.A)	Super despensa AKI	Av. Chone	EL CARMEN
Bancos	Banco del Pichincha	Av La Paz y Santa Rosa	SANTO DOMINGO
Camión	JAC	Av. 10 de Agosto 68-17 y F. Dalmau (Esq.)	QUITO
Repuestos para camión	JAC	Av. 10 de Agosto 68-17 y F. Dalmau (Esq.)	
Equipo de calidad (guantes, mascarillas, gorros)	BIO - IN	Av. América 5226 y Villalengua, 2do piso	

Notas: Materiales y servicios por proveedor y ciudad
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

3.1.1.3 El tamaño del proyecto, la tecnología y los equipos

La tecnología y los equipos, tienden a limitar el tamaño del proyecto a un mínimo de producción necesaria para ser aplicables; es decir, se necesita saber el equipo y la maquinaria que se requiere para determinar cuál será el tamaño de las inversiones y del costo de producción.

Se necesitara 5 computadoras, tres de ellas que cuenten con software informático de contabilidad e inventarios, para tener control sobre el inventario como tal y mantener una contabilidad actualizada.

Las computadoras estarán a cargo de cinco personas, los cuales son:

- Gerente general
- Jefe de logística y ventas
- Jefe de empaque
- Secretaria / contadora
- Almacenista

3.1.1.4 El tamaño del proyecto y financiamiento

Se debe considerar un tamaño de proyecto para el cual sea posible obtener financiamiento, ya sea con recursos propios o ajenos, los cuales nos ayudaran a escoger el tamaño de la planta que tenga la mayor comodidad y seguridad para el desarrollo del proyecto, y que a la vez ofrezca los menores costos y un alto rendimiento del capital, para lo cual son obtenidos de las siguientes fuentes de financiamiento:

- Capital común aportado y pagado de los cuatro socios o accionistas para este proyecto (40,61%).

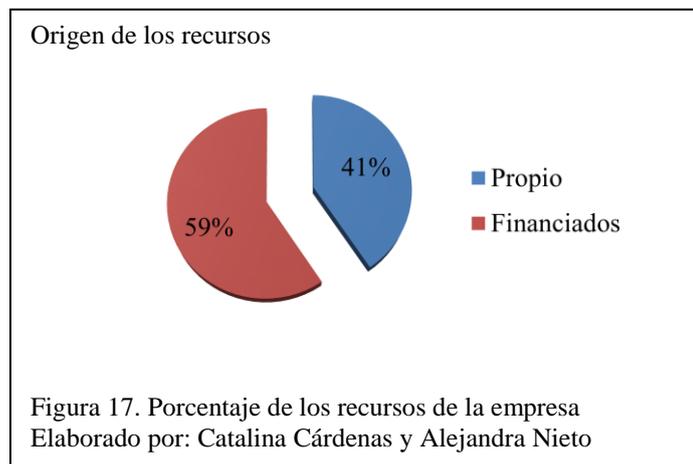
- Crédito concedido por instituciones financieras, que presten las mejores condiciones con respecto al plazo y costo (59,39%).

A continuación se refleja la estimación de los costos de inversión que se requerirán para el proyecto.

Tabla 25.
Origen de los recursos

RECURSOS	TOTAL	PORCENTAJE
Propio	32.818,46	40,61%
Financiados	48.000,00	59,39%
TOTAL	80.818,46	100,00%

Notas: Porcentaje de recursos propios y financiados.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

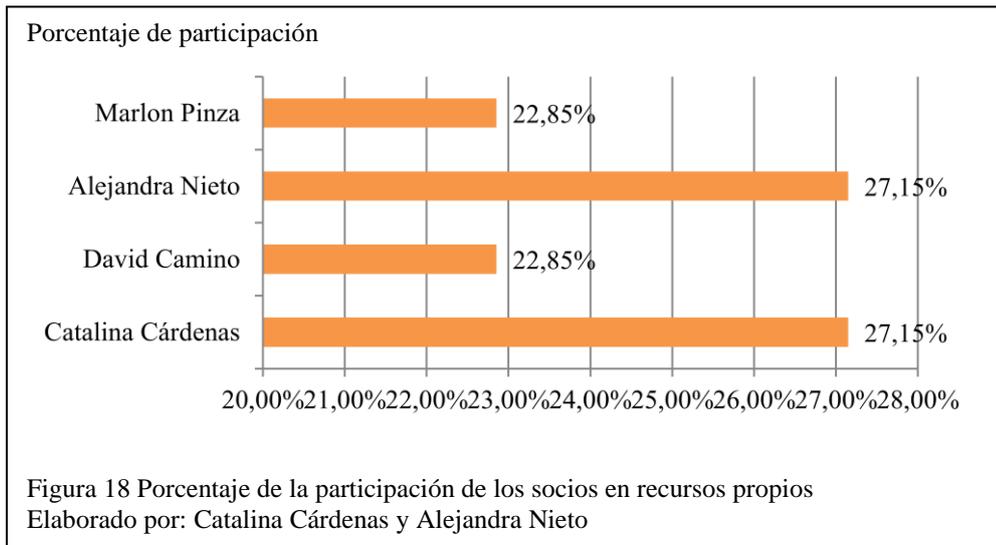


Recursos Propios: para el proyecto tenemos la participación de cuatro socios y/o accionistas que aportaran de la siguiente manera:

Tabla 26.
Porcentaje de participación

SOCIOS	NOMBRES	APORTE EFECTIVO	% PARTICIPACION
1	Catalina Cárdenas	8.909,23	27,15%
2	David Camino	7.500,00	22,85%
3	Alejandra Nieto	8.909,23	27,15%
4	Marlon Pinza	7.500,00	22,85%
TOTAL		32.818,46	100%

Notas: Porcentaje de participación de cada uno de los socios.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto



Recursos Financiados: serán receptados a través del Banco de Fomento, quien es la entidad financiera que actualmente ofrece mayores facilidades para obtener créditos, conociendo que esta entidad financiera se ha dedicado a potenciar y desarrollar aquellos proyectos que darán al Ecuador un presente más sólido y un mejor futuro.

Recursos financiados BNF

Crédito dirigido a PYMES, y Empresas.

Monto
Mínimo \$500 Máximo: \$300.000

Tasa de interés
10% reajutable,



Beneficios
Plazo en función del destino de la inversión hasta 15 años.
Forma de pago: mensual, bimestral, trimestral, semestral, anual.
Periodo de gracia: en función del destino de la inversión.

Garantía
Quirografaria, Prendaria ó Hipotecaria.

Destino
Capital de trabajo, Activos fijos: Lotes de terrenos en el sector urbano, locales comerciales, maquinaria nueva y usada.

Figura 19. Datos que proporciona el Banco Nacional de Fomento para realizar un préstamo.
Fuente: www.bnf.fin.ec

3.1.1.5 El tamaño del proyecto y la organización

Es necesario conocer la cantidad del personal que se necesita contratar para atender y llevar a cabo el proyecto, bajo un esquema de organización, además del personal encargado del transporte del producto hacia la ciudad de Quito.

El proyecto a desarrollar será en el cantón El Carmen por lo que el personal con el que contaremos serán provenientes de ahí; para el proceso de empaque de los prestiños no es necesario que los empleados tengan estudios superiores, por lo que la fabricación de este producto no se exige en lo absoluto; lo que realmente favorece es que obtendremos directamente los prestiños de diferentes productores, por lo que el producto conservara su esencia y cultura.

Refiriéndonos a la distribución del producto hacia la ciudad de Quito, se buscará personal calificado, de preferencia aquellos que estén situados en el cantón El Carmen, y así contribuir con el desarrollo del mismo que sean aptos y tengan los requisitos para el transporte hacia la capital.

3.2 Tamaño óptimo del proyecto

El tamaño se refiere básicamente a la capacidad de producción que el proyecto va a tener durante cada uno de los años, esta capacidad se expresa en el número de unidades del producto que nuestro proyecto va a distribuir, en otras palabras la capacidad se expresa en la capacidad producida por unidad de tiempo. (Díaz, Flor Nancy; Medellín, Victor; Sanrana, Leonardo; Alirio Ortega, Jorge; Gonzales, Magda Rocío; Oñate, Gonzalo Andres; Baca, Carlos Alberto, 2009).

El tamaño óptimo que se requerirá en el centro de acopio PRESTIMAC S.A. deberá tomar en cuenta una capacidad real tanto del poder de adquisición de la materia prima, como el desempeño de los trabajadores en el proceso de empaque.

Para que el proceso de empaque de los prestiños sea efectivo y que el inventario se mantenga bajo un promedio de pedidos, se deberá conocer la capacidad real que nos beneficie para no contar con residuos ni faltantes del producto.

3.2.1 Capacidad del proyecto

El tamaño de la planta estará determinado por la capacidad instalada o de producción que esta disponga, en este caso para llevar a cabo el proceso de empaque de prestiños estará medido por el rendimiento de cada uno de los trabajadores que operan en el proceso.

El centro de acopio va a trabajar 6 días a la semana por ocho horas diarias, de las cuales se utilizará una hora para la limpieza del área. Los empleados tendrán una capacidad máxima de empaque de 100 cajas por hora y al tener dos empleados que se encargan de este proceso, entendemos que cada uno empacará 50 cajas por hora.

3.2.2 Capacidad diseñada

Corresponde al máximo nivel posible de producción. Generalmente una empresa no debe trabajar al máximo de su capacidad diseñada. (Hernandez, s.f.).

Nuestra capacidad diseñada en condiciones ideales contando con dos trabajadores es:

$$\frac{800}{8} = \frac{100 \text{ cajas}}{\text{hora}}$$

Entonces la capacidad diseñada es:

$$CD = \left(\frac{6 \text{ dia}}{\text{semana}} * \frac{8 \text{ horas}}{\text{dia}} * \frac{52 \text{ semanas}}{\text{año}} \right) * \frac{100 \text{ cajas}}{\text{horas}}$$

$$CD = \left(\frac{2.496 \text{ horas}}{\text{año}} \right) * \frac{100 \text{ cajas}}{\text{horas}}$$

$$CD = \frac{249.600 \text{ cajas}}{\text{año}}$$

Tabla 27.
Capacidad diseñada

Anual	249.600
Mensual	20.800
Semanal	4.800
Diaria	800

Notas: Capacidad diseñada del centro de acopio.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

3.2.3 Capacidad efectiva

Corresponde a la capacidad máxima disponible de producción permanente de la empresa. Para la capacidad efectiva hay que tomar en cuenta ciertos aspectos que puedan afectar la capacidad óptima de los empleados, tales como: ineficiencias, bajo desempeño entre otros. Por este motivo se darán capacitaciones de calidad para un mejor desempeño del trabajo en un tiempo de siete horas a la semana.

$$CE = \left[\frac{2.496 \text{ cajas}}{\text{horas}} - \left(\frac{7 \text{ horas}}{\text{semana}} * \frac{52 \text{ semanas}}{\text{año}} \right) \right] * \frac{100 \text{ cajas}}{\text{horas}}$$

$$CE = \left(\frac{2.496 \text{ horas}}{\text{año}} - \frac{364 \text{ horas}}{\text{año}} \right) * \frac{100 \text{ cajas}}{\text{horas}}$$

$$CE = \frac{2.132 \text{ horas}}{\text{año}} * \frac{100 \text{ cajas}}{\text{horas}}$$

$$CE = \frac{213.200 \text{ cajas}}{\text{año}}$$

Tabla 28.
Capacidad efectiva

Anual	213.200
Mensual	17.767
Semanal	4.100
Diaria	586

Notas: Capacidad efectiva del centro de acopio.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

3.2.4 Capacidad real

Para la capacidad Real se disminuye de la capacidad efectiva, debido a ciertos factores como: demoras en la existencia de cajas, atrasos del personal y eventualidades en el trabajo, o cualquier otro motivo que ocasione pérdida de tiempo en el proceso de empaque de la empresa.

$$CD = \left(\frac{2.132 \text{ horas}}{\text{año}} - \frac{50 \text{ horas}}{\text{año}} \right) * \frac{100 \text{ cajas}}{\text{horas}}$$

$$CD = \left(\frac{2.082 \text{ horas}}{\text{año}} \right) * \frac{100 \text{ cajas}}{\text{horas}}$$

$$CD = \frac{208.200 \text{ cajas}}{\text{año}}$$

Tabla 29.
Capacidad real

Anual	208.200
Mensual	17.350
Semanal	4.004
Diaria	572

Notas: Capacidad real del Centro de acopio.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

La capacidad para la cual está diseñado el centro de acopio es de 208.200 cajas anuales.

3.3 Localización del proyecto

La localización óptima de un proyecto es la que contribuye a lograr una mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social) (Baca Urbina, 2001).

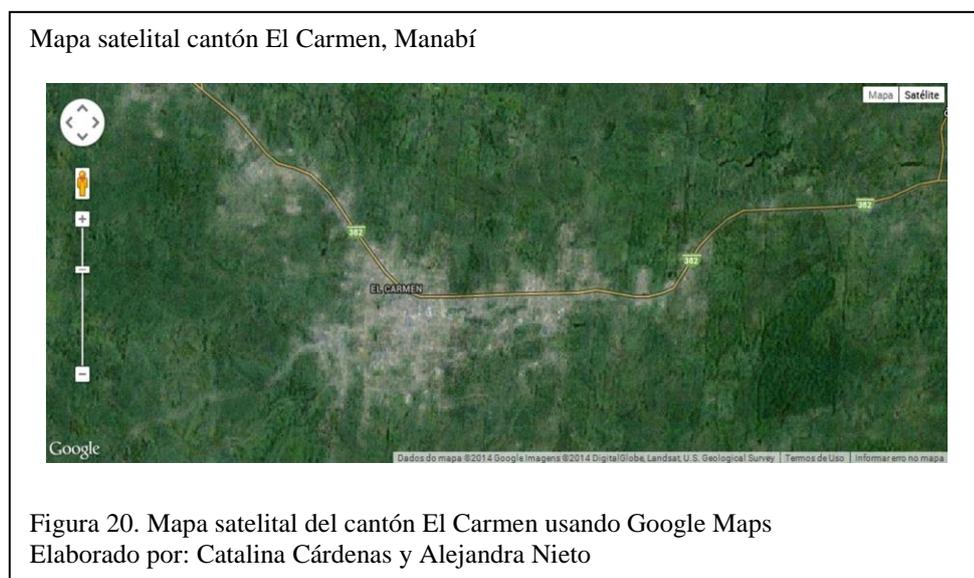
3.3.1 Estudio de la localización

Implica que el proyecto debe considerar el análisis de dos etapas respecto a su ubicación, este estudio o análisis puede ser muy útil para determinar el éxito o fracaso de un negocio, ya que la decisión acerca de dónde ubicarlo no solo considera criterios económicos, sino también criterios estratégicos, sociales, técnicos, entre otros. De tal manera que para la determinación de la mejor ubicación del proyecto, el estudio de localización se ha dividido en dos partes: macrolocalización y microlocalización.

3.3.1.1 Macrolocalización

Debido a que la producción artesanal de los prestiños es netamente en la provincia de Manabí, cantón El Carmen, no podemos establecernos en la ciudad de Quito, ya que no contamos con el personal que mantenga la tradición en la elaboración de este dulce y por lo tanto estaríamos cambiando la naturaleza y el sabor innato del producto.

Nuestro proyecto al tener como objetivo el mejoramiento de la producción, se enfoca en mantener ciertos estándares de calidad y buscar un sitio propicio o adecuado para la fabricación del mismo, aportando al crecimiento de este cantón, tomando en cuenta que es un proyecto de ayuda social.



Datos generales del cantón El Carmen:

Localización

- País: Ecuador
- Provincia: Manabí
- Cantón: El Carmen

Ubicación

- Ubicación: Noreste – Provincia de Manabí – Ecuador
- Latitud: 0° 16'11'' Sur
- Longitud: 79° 25'26'' Oeste
- Superficie: 2.200 km²

Distancias

- 517 km a Cuenca
- 303 km a Guayaquil
- 168 km a Quito
- 187 km a Portoviejo
- 29 km a Santo Domingo

3.3.1.1.1 Factores que definen a la macrolocalización

Son aquellos factores que existen para que el proyecto funcione normal y adecuadamente, al tener como lugar al cantón de El Carmen este cuenta con todos los servicios básicos y las vías de acceso necesarias para que las personas puedan adquirir y conocer este producto con la mayor facilidad posible, entre ellos tenemos:

Tabla 30.
Factores de la macrolocalización

Factor	Existe	Cantón El Carmen
Transporte	X	Buses interprovinciales y locales
		Transporte privado
Mano de Obra	X	Sexo indistinto
Materia Prima	X	Tiendas
		Mercados
Energía Eléctrica	X	CENEL
Combustible	X	Gasolineras
Agua	X	Tanques de Agua
Mercado	X	
Terreno	X	
Condiciones de vida	X	

Notas: Matriz de validación de los factores de macrolocalización del cantón El Carmen.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

3.3.1.2 Microlocalización

El cantón El Carmen, alberga a cientos de familias con sus negocios propios, lo cual nos quiere decir que es una fuente de empleo, por lo tanto hemos buscado tres terrenos, uno de ellos será la mejor opción para construir el centro de acopio. A continuación se presenta las tres alternativas de terrenos para construir el Centro de acopio.

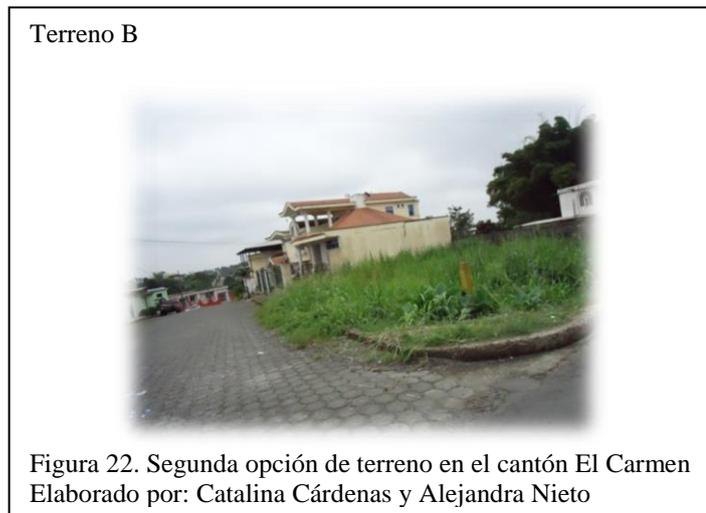
Alternativa 1: Terreno A

Un terreno con 200m² de extensión está ubicado en la avenida principal de El Carmen llamada Av. Chone. Terreno fácil de construir ya que el suelo no tiene desniveles pronunciados, este terreno está ubicado a las afueras de El Carmen.



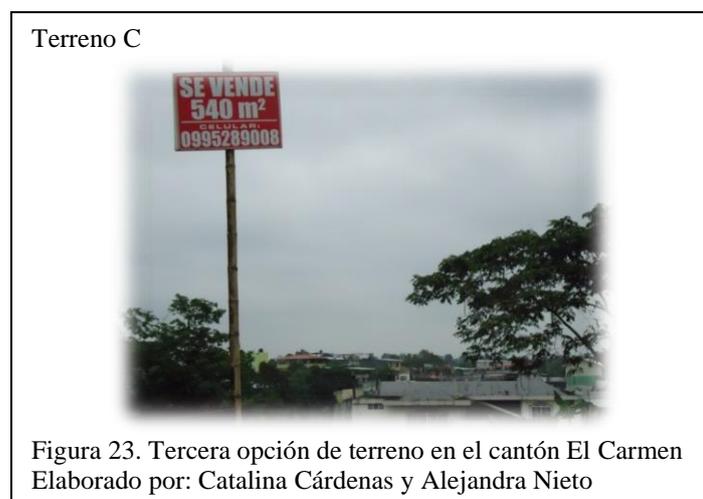
Alternativa 2: Terreno B

Un terreno con 300m² de extensión está ubicado en la avenida principal de El Carmen llamada Av. Chone. Terreno con espacio suficiente para posicionar a nuestra empresa, ya que ésta necesita de parqueadero y un lugar para guardar el vehículo de la empresa, de igual manera es fácil de construir porque el suelo no tiene desniveles pronunciados. Está ubicado en el centro de El Carmen junto a empresas públicas que facilita el realizar los trámites.



Alternativa 3: Terreno C

Un terreno con 540m² de extensión está ubicado en una zona no muy transitable, ni transcurrida. Terreno con espacio muy grande y a un costo relativamente económico para su tamaño.



3.3.1.2.1 Localización óptima del proyecto

Para determinar la localización óptima del proyecto se utilizó “el método cualitativo por puntos”, el cual consiste en asignar factores que se consideren relevantes para la localización del proyecto. Este método permite ponderar factores de preferencia para así tomar la decisión.

Entre los factores considerados para realizar la evaluación, se tomó como principales los siguientes:

- Vías de acceso
- Costo del terreno
- Mano de obra disponible
- Materia prima disponible
- Servicios básicos
- Terreno apto para construir

Tabla 31.
Localización del proyecto

	Factor	Peso	Calificación			Ponderado		
			A	B	C	A	B	C
1	Vías de acceso	0,25	10	10	7	2,50	2,50	1,75
2	Costo del terreno	0,16	8	9	10	1,28	1,44	1,60
3	Mano de obra disponible	0,20	9	10	8	1,80	2,00	1,60
4	Materia prima disponible	0,22	9	9	10	1,98	1,98	2,20
5	Servicios Básicos	0,12	8	9	8	0,96	1,08	0,96
6	Terreno apto para construir	0,05	8	9	7	0,40	0,45	0,35
TOTAL		1,00				8,92	9,45	8,46

Notas: Matriz de ponderación para la localización óptima del proyecto.

Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

De acuerdo a la matriz locacional antes citada, obtenemos que el lugar más idóneo para poder realizar el proyecto es la opción B, por sumar mayor puntaje en factores relevantes para nuestra localización, el cual estará situado en el Km 59, con una extensión de 300m², la cual será suficiente para la implantación del centro de acopio contando con la seguridad necesaria.

Terreno óptimo para la implementación del proyecto



Figura 24. Terreno B elegido para la implementación del proyecto
Elaborado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

Este terreno al estar ubicado dentro de la carretera que conecta hacia la provincia de Manabí, es decir, que existe disponibilidad de transportes, por lo tanto estará visitado y será conocido por todos los pobladores del sector y los visitantes, el precio del terreno es asequible. Al estar cerca de la zona poblada de El Carmen, contamos con mano de obra suficiente para poder desarrollar el proyecto, y por ende estamos cerca de todos los insumos y materia prima, es decir cercanía de los proveedores para realizar la producción.

3.4 Ingeniería del proyecto

3.4.1 Proceso de producción

El proceso de producción es el procedimiento técnico que se utiliza en el proyecto para obtener los bienes y servicios a partir de insumos y se identifica como la transformación de una serie de materias primas para convertirla en artículos mediante una determinada función de manufactura.

Los prestiños serán elaborados en el cantón El Carmen, La Cresenta, únicamente por los productores que hacía ya varios años han venido realizando esta actividad, es decir nosotros seremos recolectores de prestiños de los diferentes proveedores, para así por medio del empaque volveremos atractivo para el consumo. La receta que a

continuación presentamos es un modelo estándar de producción de prestiños, ya que no todos los proveedores trabajan bajo el mismo modelo de receta.

3.4.2 Ingredientes

Se detalla los ingredientes para la producción de 10 litros (50 libras de harina) de prestiños.

Ingredientes de la Masa:

- 50 libras de harina de trigo
- 1 barra de levadura de 500g
- 11 libras de azúcar
- 1 puñada de sal
- onzas de anís
- libras de manteca
- 10 litros de agua

Ingredientes para el almíbar:

- 6 libras de azúcar
- litros de agua
- 1 yemo rojo (colorante)

3.4.2.1 Receta

La preparación de los prestiños está elaborada para 50 libras de harina de trigo, dándonos un estimado de 3.024 prestiños para esta receta.

Preparación de la Masa:

- Se mezcla todos los ingredientes juntos, se amasa de forma continua y a mano por 30 minutos hasta lograr una masa blanda, suave y sin grumos, si es necesario se

espolvorea la mesa de trabajo con un poco de harina y se vuelca la masa, se trabaja ligeramente hasta que todo esté bien unido.

- Se deja reposar la masa por 15 minutos y se cubre con un plástico.
- Posteriormente se aplana con el rodillo, se corta en tiras y se hacen las roscas. Se colocan en una placa untada con mantequilla y se meten al horno previamente calentado. Se hornean a una temperatura de 200°C por 10 minutos.
- Se sacan cuando tengan un color dorado y se procede a despegar cada prestiño para luego hornearlos en un segundo horno que hará que se tuesten. Se hornean a una temperatura de 100°C de 20 a 30 minutos.

Preparación del almíbar:

- Colocar los ingredientes en una cacerola, disolver el azúcar en el agua y llevar a fuego mediano por unos 20 minutos. Lo importante es no dejar de remover, porque de lo contrario se puede caramelizar y no servirá.
- Incorporar el yemo color rojo a la mezcla. Cocinar hasta que espese.

Unión de los procesos:

Para terminar se procede a caramelizar los prestiños, para ello se utiliza una olla de barro donde se colocan los prestiños y se incorpora el almíbar, se los revuelve hasta que absorban todo el almíbar. Una vez que los prestiños se hayan secado se empacan en fundas.

3.4.3 Valor nutricional del producto

La harina de trigo al ser necesario en mayor proporción y cantidad para la preparación de los prestiños, se lo considera el principal insumo, por ende es preciso conocer los beneficios y propiedades que este posee.

La harina de trigo posee constituyentes aptos para la formación de masas (proteína – gluten), pues la harina y agua mezclados en determinadas proporciones, producen una masa consistente. Esta es una masa tenaz, con ligazón entre sí, que en nuestra mano ofrece una determinada resistencia, a la que puede darse la forma deseada, y que resiste la presión de los gases producidos por la fermentación (levado con levadura, leudado químico) para obtener el levantamiento de la masa y un adecuado desarrollo de volumen. El gluten se forma por hidratación e hinchamiento de proteínas de la harina: gliadina y glutenina. (Petryk, Norberto, 2011).

A continuación, se muestran las vitaminas de la harina de trigo, uno de los alimentos pertenecientes a la categoría de los granos y harinas:

Tabla 32.
Propiedades de la harina de trigo

Nutriente	Cantidad	Nutriente	Cantidad
Ácido fólico añadido	0 ug.	Vitamina A	0 ug.
Alfa caroteno	0 ug.	Vitamina B1	0,11 mg.
Alfatocoferol	0,20 mg.	Vitamina B12	0 ug.
Beta caroteno	0 ug.	Vitamina B2	0,03 mg.
Beta criptoxantina	0 ug.	Vitamina B3	2,33 mg.
Betacaroteno	0 ug.	Vitamina B5	0,40 ug.
Betatocoferol	0,10 mg.	Vitamina B6	0,10 mg.
Caroteno	0 ug.	Vitamina B7	1,10 ug.
Deltatocoferol	0 mg.	Vitamina B9	16 ug.
Folatos alimentarios	16 ug.	Vitamina C	0 mg.
Gammatocoferol	0 mg.	Vitamina D	0 ug.
Niacina preformada	0,60 mg.	Vitamina E	0,34 mg.
Retinol	0 ug.	Vitamina K	32,70 ug.
Tocoferoles totales	1,80 mg.		

Notas: Propiedades de la harina de trigo.

Adaptado por: Los Alimentos. <http://alimentos.org.es/>

3.4.4 Proceso de distribución

La distribución de los prestiños será únicamente bajo pedido, ya que al localizarnos en el cantón El Carmen, no es posible que se haga una venta personal directa. El encargado de realizar la distribución y contacto con los clientes en la ciudad de Quito será el Jefe de Logística y Ventas.

El cliente podrá realizar su pedido bajo dos modalidades:

- Vía telefónica
- Vía página web

Distribución por vía telefónica

1. Si en el centro de acopio, no se encuentran: secretaria/contadora, jefe de logística y ventas, cualquier otro empleado de PRESTIMAC S.A, estará obligado a dar la información necesaria, tomar los datos del cliente y su dirección, para conocer con quien debe contactarse el jefe de logística y ventas. Es necesario conocer que el cliente debe residir en la ciudad de Quito.
2. El jefe de logística y ventas, al visitar al nuevo cliente, deberá entregar un tríptico dándole a conocer el producto y una muestra gratis que le permita degustarlo, le dará a conocer los precios, las diferentes características de los prestiños, además el tiempo previo al despacho del producto, el cual será de 48 horas y la forma de pago con la que se realizan los contratos, que será contra-entrega. Al ser un cliente antiguo, se obviarán los pasos mencionados anteriormente.
3. Una vez que se concrete la negociación, el jefe de logística y ventas emitirá la orden de compra original con dos copias, el original se lo quedará el cliente, la primera copia se la entrega a la secretaria/contadora para archivo y la segunda copia al almacenista, el cual digitará un número de orden de compra en su software de inventario para controlar el mismo, una vez entregada la mercadería 48 horas posterior al pedido, el cliente recibe la factura y la facturación será contra-entrega.
4. Una vez que el jefe de logística y ventas, haya entregado las copias, se encargará de coordinar el empaquetado del producto en conjunto con el almacenista.
5. En el caso de que la empresa no cuente con un inventario que pueda cubrir la orden de compra, la secretaria/contadora, se encargará de contactarse con los diferentes proveedores del producto A, B o C, los cuales entregan el producto en un tiempo estimado de 8 horas.

6. Una vez empaquetado el producto en cartones, se coordina con el chofer para que realice el viaje a Quito, y distribuya a los diferentes clientes, él se encarga de llevar la factura y de recibir el pago total.

7. Al terminar la distribución, el chofer, remitirá copias de los documentos comerciales a la Secretaria/Contadora para que realice el cierre de caja.

Distribución por página web

1. El encargado de revisar los emails, pedidos, comentarios y sugerencias de la página web del centro de acopio será el jefe de logística y ventas. Deberá ponerse en contacto con la persona que requiera comprar el producto y formalizar la venta.

2. El jefe de logística y ventas, al visitar al nuevo cliente, deberá entregar un tríptico dándole a conocer el producto y una muestra gratis que le permita degustarlo, le dará a conocer los precios, las diferentes características de los prestiños, además el tiempo previo al despacho del producto, el cual será de 48 horas y la forma de pago con la que se realizan los contratos, que será contra-entrega. Al ser un cliente antiguo, se obviarán los pasos mencionados anteriormente.

3. Una vez que se concrete la negociación, el jefe de logística y ventas emitirá la orden de compra original con dos copias, el original se lo quedará el cliente, la primera copia se la entrega a la secretaria/contadora para archivo y la segunda copia al almacenista, el cual digitará un número de orden de compra en su software de inventario para controlar el mismo, una vez entregada la mercadería 48 horas posterior al pedido, el cliente recibe la factura y la facturación será contra-entrega.

4. Una vez que el jefe de logística y ventas, haya entregado las copias, se encargará de coordinar el empaquetado del producto en conjunto con el almacenista.

5. En el caso de que la empresa no cuente con un inventario que pueda cubrir la orden de compra, la secretaria/contadora, se encargará de contactarse con los diferentes proveedores del producto A, B o C, los cuales entregan el producto en un tiempo estimado de 8 horas.

6. Una vez empaquetado el producto en cartones, se coordina con el chofer para que realice el viaje a Quito, y distribuya a los diferentes clientes, él se encarga de llevar la factura y de recibir el pago total.

7. Al terminar la distribución, el chofer, remitirá copias de los documentos comerciales a la secretaria/contadora para que realice el cierre de caja.

3.4.4.1 Diagrama de flujo

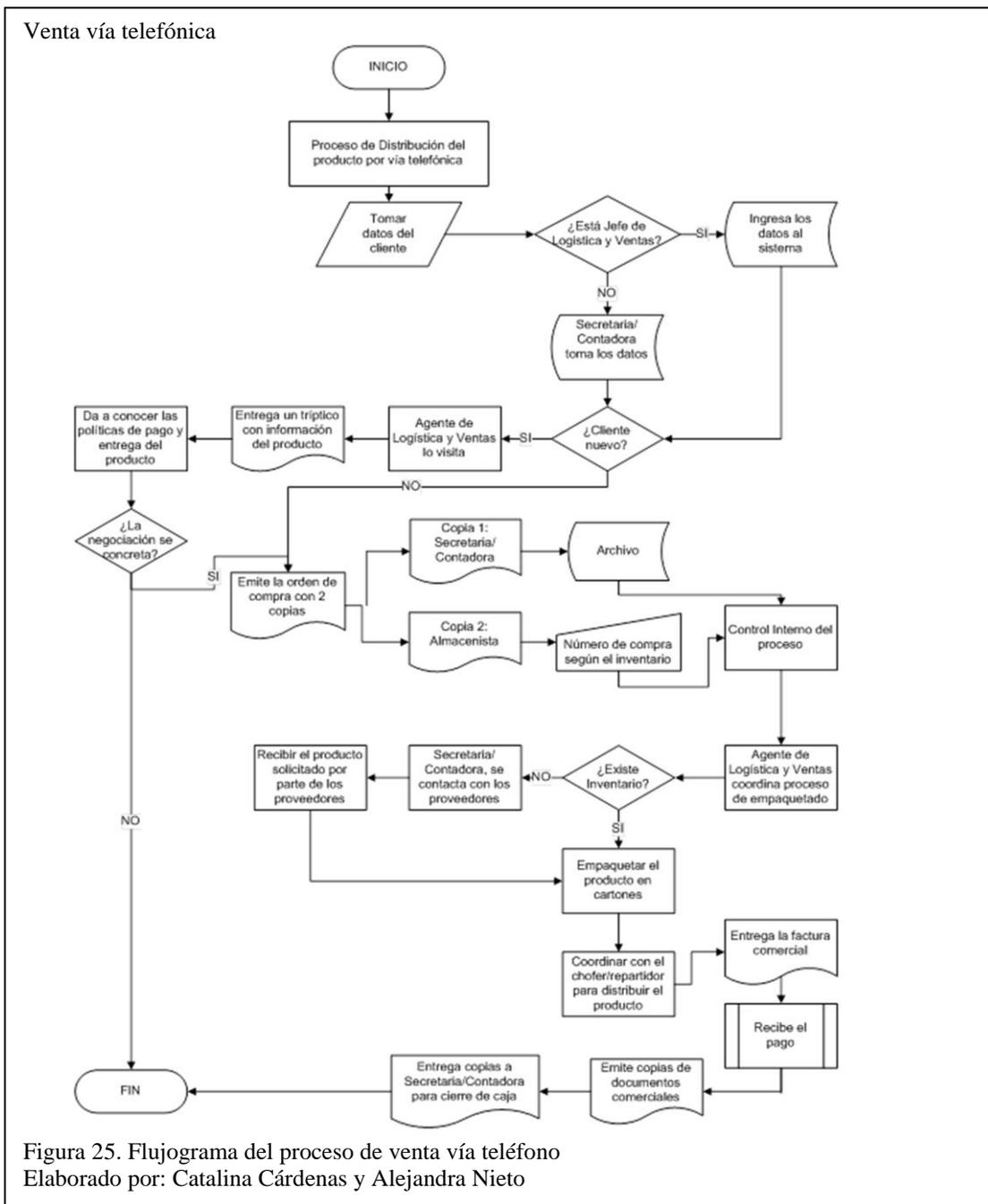


Figura 25. Flujograma del proceso de venta vía teléfono
Elaborado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

3.5 Diseño del producto

La imagen del producto es muy importante, ya que de ello dependerá que el producto sea atractivo hacia los posibles consumidores, es necesario que el producto tenga un diseño llamativo, original y de fácil reconocimiento y así este podrá introducirse en el mercado con mayor facilidad.

3.5.1 Marca

Con el objetivo de posesionarse y crear una ventaja competitiva dentro del mercado, se crea una marca en la cual se pueda comunicar los atributos de nuestro producto. El slogan escogido es “La ruedita del sabor”, este slogan que identifica la forma del prestiño y dejando el sabor como incógnita en el consumidor.



3.5.2 Logotipo

El producto fue escogido como el logotipo para identificarlo rápidamente. Se lo adorno con unas ramificaciones de color rosa para darle creatividad.



3.5.3 Etiqueta

Sabemos que los prestiños son productos elaborados de forma artesanal, por lo que no necesitan de productos químicos para obtener su sabor, por tal razón se realiza la etiqueta en donde se muestra todas las propiedades con las que el prestiño cuenta. A continuación se presenta la etiqueta que llevará el empaque del producto.

Etiqueta del producto



La imagen muestra una etiqueta de producto para PRESTIMAC S.A. con el lema 'La ruedita del sabor'. Incluye un sello 'Mejor mezcla 100%' y una tabla de valores nutricionales. La tabla muestra información por porción (10g) y por empaque (6 porciones). Los nutrientes listados son: Grasa Total (7g, 11%), Grasa Saturada (3g, 15%), Grasa Trans (0g), Colesterol (15mg, 5%), Sodio (220mg, 9%), Carbohidratos (29g, 10%), Fibra (1g, 4%), Azúcar (11g) y Proteína (2g). También se indican los niveles de Vitamina A (0%), Vitamina C (0%), Calcio (2%) y Hierro (2%). Una nota indica que los valores diarios se basan en una dieta de 2.000 calorías. Al final, se menciona que es elaborado por el Centro de Acopio PRESTIMAC S.A. y se proporciona el contacto: <http://CentrodAcopioPRESTIMAC.com>.

VALOR NUTRICIONAL		
Tamaño por porción: 1 prestiño (10g)		
Porciones por empaque: 6		
Cantidad por porción:		
Calorías		90
Calorías de grasa		40
% Valor Diario		
Grasa Total	7g	11%
Grasa Saturada	3g	15%
Grasa Tras	0g	
Colesterol	15mg	5%
Sodio	220mg	9%
Carbohidratos	29g	10%
Fibra	1g	4%
Azúcar	11g	
Proteína	2g	
Vitamina A 0%		Vitamina C 0%
Calcio 2%		Hierro 2%
Porcentaje de valores diarios basados en una dieta de 2.000 calorías. Sus valores diarios pueden ser más altos o más bajos dependiendo de sus necesidades calóricas.		
Elaborado por: Centro de Acopio PRESTIMAC S.A		
Contactos: http://CentrodAcopioPRESTIMAC.com		

Figura 28. Etiqueta compuesta por toda la información requerida para el consumidor
Elaborado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

3.5.4 Envase

El envase de los prestiños comprenderá una caja de cartón blanca con las siguientes dimensiones: 25 x 18 x 7cm, la cual contendrá 5 unidades del producto. En la cara

principal constara la marca como lo muestra el dibujo, mientras en la cara posterior se encontrará la etiqueta

Diseño del empaque "A"



Figura 29. Empaque del producto - Lado "A"
Elaborado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

Diseño del empaque "B"



Figura 30. Empaque del producto - Lado "B"
Elaborado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

3.5.5 Página web

Para promocionar nuestro producto se contará con una página web, ya que ahora el internet está globalizado, una herramienta publicitaria fuerte es este medio. Contaremos con un dominio propio en el internet como es: www.prestimac.com



Figura 31. Sitio portal web de la empresa donde se encuentra toda la información referente al producto y la empresa.

Elaborado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

CAPÍTULO 3

ESTUDIO LEGAL Y ORGANIZACIONAL

Al tratarse del mejoramiento de la producción asociativa de prestiños en el cantón El Carmen, el marco legal se centrará principalmente en la Economía Social y Solidaria, ya que se busca la ayuda entre comunidades para obtener beneficios dando un trato justo a los trabajadores, en este caso particularmente en nuestro país.

3.1 Economía social y solidaria

Nuestro país es uno de los pocos países de América Latina que ha logrado institucionalizar el Sistema de Economía Popular y Solidaria en la Constitución. La Constitución Política promulgada en el año 2008 estableció que el sistema económico ecuatoriano es, social y solidario:

El sistema económico (Art. 283) es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir. El sistema económico se integra por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria... La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios (Asamblea Constituyente, 2008).

El artículo indica, además, que el sistema económico se integra por “las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios”.

3.1.1 Principios de la economía social y solidaria

En la Economía Social se reconocen todas aquellas iniciativas asociativas, empresariales, económicas y financieras comprometidas con los siguientes principios a mencionar:

- **Igualdad:** promover la igualdad entre las relaciones y satisfacer de manera equilibrada los intereses de todas las personas protagonistas en las actividades de la empresa o de la organización.
- **Empleo:** crear empleo estable, favoreciendo especialmente el acceso de personas en situación o riesgo de exclusión social, asegurando a cada persona condiciones de trabajo y una remuneración digna, estimulando su desarrollo personal y asunción de responsabilidades.
- **Medio ambiente:** favorecer acciones, productos y métodos de producción respetuosos con el medio ambiente.
- **Cooperación:** favorecer la cooperación en lugar de la competencia dentro y fuera de la organización.
- **Sin carácter lucrativo:** las iniciativas solidarias tienen como fin principal la promoción humana y social, por lo que son de carácter esencialmente no lucrativas. Los beneficios revertirán a la sociedad mediante el apoyo o proyectos sociales, a nuevas iniciativas solidarias o a programas de cooperación al desarrollo, entre otros.
- **Compromiso con el entorno:** las iniciativas solidarias estarán comprometidas con el entorno social en el que se desarrollan, lo que exige la cooperación con otras organizaciones así como la participación en redes, como camino para experiencias solidarias concretas puedan generar un modelo socioeconómico alternativo.
- **Participación organizada y solidaria de las y los asociados:** La participación en la ESS debe ser democrática para construir una sociedad justa, dinámica y auto

determinante. Tal participación debe ser activa, libre y voluntaria, consistente y deliberada, intensa y productiva

- Formación integral para el desarrollo autónomo: Una tarea es la educación integral de las personas. Esto servirá para tener pensamiento crítico en la sociedad. La educación debe ser útil para nuestra realidad y la construcción de una sociedad solidaria

3.2 Centro de acopio

Centro de acopio se define como “la instalación física permanente o temporal, destinada a la recepción de bienes o insumos adquiridos para la venta en donde se selecciona, empaca y prepara para su venta” (Mendez, 2010).

En el cantón El Carmen, existen ciertos productores de prestiños, los cuales trabajan independientemente uno del otro, es decir, tienen su propia receta y su propia manera tradicional de producir los prestiños, por lo que están totalmente comprometidos con su trabajo y/o negocio.

Al tratarse un proyecto de Economía social y solidaria es necesario que estos productores se unan para tener un solo proceso de producción, en donde el prestiño se identifique por una sola receta; pero realmente los productores no están interesados en asociarse entre ellos, porque no quieren compartir su receta que tiene generaciones tras generaciones y que realmente beneficia a los nuevos productores.

El centro de acopio se crea para incrementar la producción de los prestiños de todos los productores asociados a este proyecto, de tal forma que si no existe una asociación directa, se cuenta con un centro de acopio en donde se puede recolectar todos y cada uno de los diferentes tipos de prestiños del cantón El Carmen y distribuirlos a la ciudad de Quito, brindando así productos de mejor calidad y a precios justos.

3.2.1 Beneficios del centro de acopio

Al tener varios proveedores de prestiños, el producto a distribuir será innovador, ya que no contará con un único sabor de prestiños, sino que en cada caja se encontrará prestiños de cada proveedor diferente y por ende mucha más variedad en el producto.

El centro de acopio beneficiará principalmente a los productores de prestiños, ya que al comprar su producto de forma permanente, en forma mensual, aumentaremos su producción y por lo tanto sus ventas, lo que les genera mayores ingresos.

3.2.2 Indicadores

Por medio de las investigaciones de campo realizadas para conocer sobre la cultura, forma de vida, y diferentes características sobre los pobladores de El Carmen, especialmente de La Crespa, podemos decir que:

Tabla 33.
Indicadores

Factor para evaluar	Factor Real	Factor Esperado
Salud	Al poseer su propio negocio no están obligados a afiliarse al IESS, y mucho menos cuentan con un seguro privado de salud que los pueda respaldar en algún momento crítico de salud.	Con la implementación del Centro de acopio PRESTIMAC S.A. beneficiaremos directamente a los empleados afiliándonos al IESS, para que gocen de un servicio común no solo para ellos sino también beneficiando a su familia.
Calidad de vida	La calidad de vida de los productores es baja ya que no cuenta con un ingreso estable que les permita desarrollarse económicamente y académicamente. Las viviendas son muy pequeñas relacionadas al número de personas que habitan dentro, tampoco tienen divisiones de espacios por lo que no tienen un estilo de vida favorable.	Con la implementación del Centro de acopio PRESTIMAC S.A., los productores al ser nuestros proveedores directos tienen asegurado un ingreso fijo mensual, lo que ayudara a que su nivel de vida mejore para ellos y su familia.
Nivel de escolaridad	Los productores al no tener ingresos fijos que les permita ahorrar para un futuro, sus hijos no adquieren una educación plena en su adolescencia y no están al alcance de asistir a una universidad, por tal razón se dedican a la misma actividad de sus padres.	Con la implementación del Centro de acopio PRESTIMAC S.A., los productores al ser nuestros proveedores directos tienen asegurado un ingreso fijo mensual más los beneficios de ley
Crédito	Los productores no cumplen un perfil para obtener un crédito en una Institución Financiera ya que sus ingresos son esporádicos, y por ende se consideran personas de alto riesgo para las instituciones. Son discriminados al momento de acceder a un crédito.	Con la implementación del Centro de acopio PRESTIMAC S.A., tanto los productores como los empleados del Centro, se verán beneficiados para acceder a un crédito por que contarán con ingresos fijos que les permita pagar su deuda y además estarán respaldados por nuestra sociedad.

Notas: Tabla comparativa de factores sobre estilo de vida de los pobladores de El Carmen.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

3.3 Aspectos legales

3.3.1 Nombre o razón social

Nuestro centro de acopio deberá llevar un nombre alusivo a lo que se dedica, por lo que se ha escogido tres posibles nombres:

- PEECAN S.A.
- PRESTIMAC S.A.
- PRESTILONA S.A

Por unanimidad de los socios se ha determinado que el nombre para el centro de acopio será PRESTIMAC S.A.

3.3.2 Titularidad de propiedad de la empresa

La empresa contará con cuatro socios fundadores:

Tabla 34.
Nombres de los socios

SOCIOS	NOMBRES	Cédula de Identidad
1	Catalina Cárdenas	172566992-1
2	David Camino	178266330-9
3	Alejandra Nieto	172286623-1
4	Marlon Pinza	172556688-8

Notas: Nombres y CI de los socios.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

Los socios fundadores recibirán sus dividendos cada año, cuando finalice el cierre contable de la empresa.

3.3.3 Constitución de la empresa

Se ha establecido que el centro de acopio PRESTIMAC, sea una Sociedad Anónima, para lo cual requerimos de los siguientes pasos:

1. Reserva de la denominación o nombre de la compañía.
2. Creación de la cuenta de integración
3. Elaboración de la minuta
4. Celebración de la escritura: acompañar habilitantes:
 - a. Cédula de identidad y papeleta de votación
 - b. Reserva de nombre
 - c. Cuenta de integración
 - d. En base a la minuta
5. Ingresar 4 copias de la escritura a la Superintendencia de Compañías
6. Resolución de la aprobación de la constitución de la compañía
7. Publicación del extracto en diario de mayor circulación de la ciudad.
8. Marginación en la Notaría y sentar razón de la misma
9. Obtención del certificado de afiliación a la cámara respectiva
10. Obtención de la patente y pago de impuestos
11. Inscripción de la escritura en el registro mercantil:
 - a. 4 copias de la escritura
 - b. Afiliación a la cámara
 - c. Patente
 - d. Publicaciones
 - e. Resoluciones
12. Devolución de 3 copias de la escritura con la razón respectiva
13. Obtención del RUC
14. Inscribir nombramientos
15. Remitir a la dirección de registro de sociedades:
 - a. Publicación
 - b. Afiliación a la cámara
 - c. Escritura inscrita
 - d. RUC
 - e. Nombramientos inscritos

3.4 La empresa: centro de acopio PRESTIMAC S.A.

3.4.1 Visión

Centro de acopio PRESTIMAC, en el año 2017 será la empresa líder en el mejoramiento de la producción, almacenamiento, distribución y transporte de los prestiños elaborados artesanalmente en el cantón El Carmen, provincia de Manabí, para posteriormente entrega en los distintos locales en la ciudad de Quito.

3.4.2 Misión

Satisfacer las necesidades de los clientes quiteños a través de estrategias de organización y operación comercial y logística implantados en la empresa, con el objetivo de beneficiar a todos los productores de prestiños del cantón El Carmen que se encuentren asociados al centro de acopio PRESTIMAC.

3.4.3 Objetivos estratégicos

- Brindar un servicio de distribución de calidad a los diferentes clientes de la ciudad de Quito.
- Generar recursos financieros propios.
- Incorporar procesos de mejoramiento para el empaquetado del producto.
- Incorporar procesos de mejoramiento para la distribución del producto.

3.4.4 Valores

- Trabajo en equipo.
- Fomentar la honradez en la empresa.

- Trabajo con responsabilidad.
- Liderar con el ejemplo.
- Brindar respeto al cliente y al trabajador.
- Ser conscientes con el uso de los recursos.
- Puntualidad.
- Trabajar con ética.

3.4.5 Organización administrativa

El objetivo principal de nuestro proyecto es la distribución de los prestiños desde el cantón El Carmen hacia la ciudad de Quito, por lo que es necesario tener el personal que apoye en el desempeño. Algunos puestos del organigrama son multifuncionales, es decir que una sola persona puede ejercer una o más actividades.

El personal administrativo está constituido por:

- Gerencia general
- Secretaria / contadora

Por otro lado el personal técnico y de apoyo administrativo, para lo que se contará con:

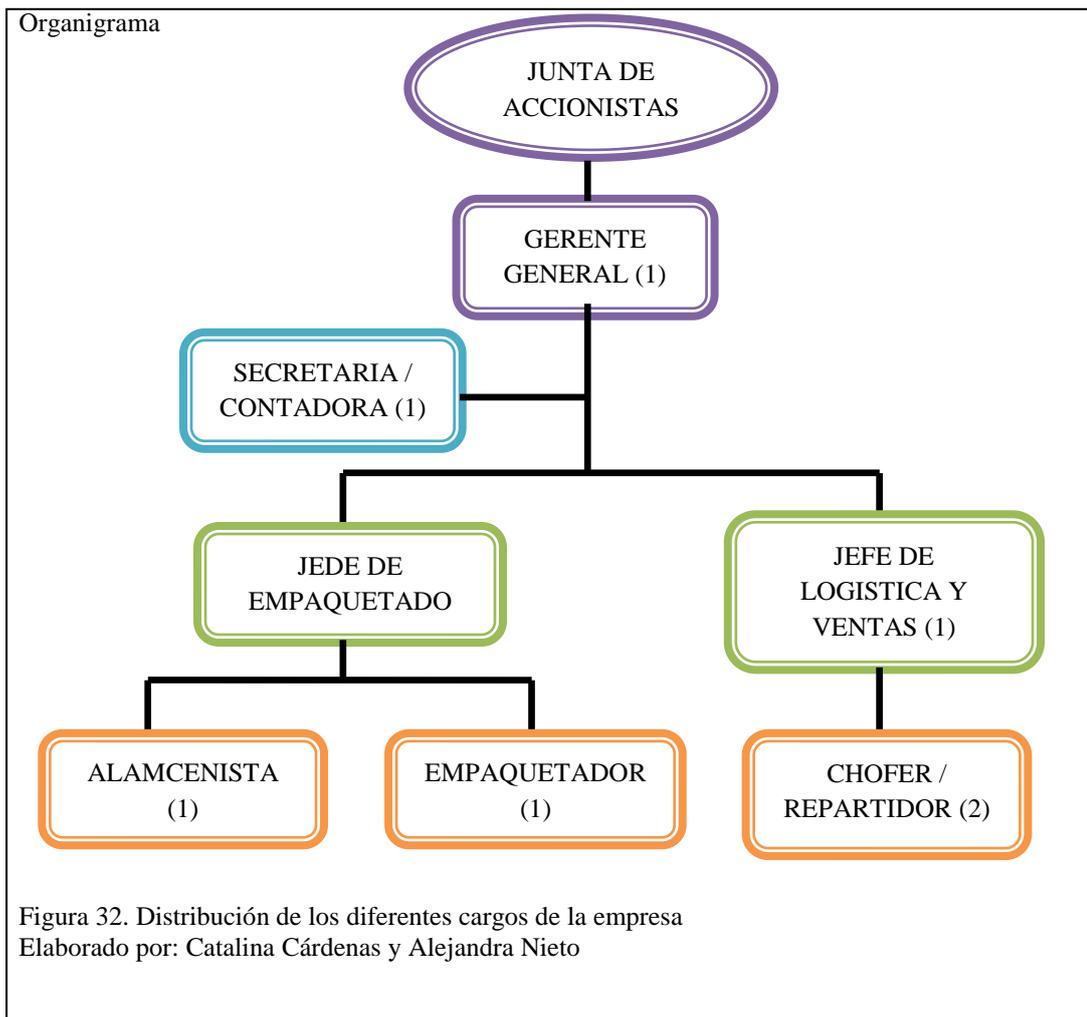
- Jefe de empaque
- Jefe de logística y ventas
- 1 almacenista
- 1 empacador
- 1 chofer
- 1 repartidor

3.4.5.1 Descripción de funciones

Una vez establecidos los diversos departamentos y niveles jerárquicos con los que contará el centro de acopio para un buen funcionamiento, detallaremos de forma precisa las funciones que cada trabajador deberá desempeñar en su lugar de trabajo por medio del manual de funciones. (Ver Anexo 1 - 7)

3.4.5.2 Organigrama

La estructura organizativa de la empresa está bajo un esquema de jerarquización y división de las funciones. Se ha jerarquizado para establecer líneas de autoridad y delimitar la responsabilidad de cada empleado ante solo un supervisor inmediato. Esto permite dividir, agrupar y coordinar formalmente las tareas en los diferentes cargos



Además del personal antes mencionado, contaremos con un técnico el cual se encargará del mantenimiento de los equipos y con una persona encargada de la limpieza del centro, los cuales asistirán esporádicamente de acuerdo a las necesidades.

3.4.5.3 Reglamento interno

PRESTIMAC S.A.

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO DEL PERSONAL

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO DEL PERSONAL QUE REGIRÁ LA EMPRESA
PRESTIMAC S.A. CON DOMICILIO EN EL CANTÓN EL CARMEN, PROVINCIA DE
MANABÍ.

CAPÍTULO PRIMERO

JORNADA Y HORARIOS LABORALES

JORNADAS DE TRABAJO: La jornada de trabajo será de 8 horas diarias durante los 6 días de la semana.

HORARIO LABORAL: La jornada de trabajo comprenderá desde las 8:00 hasta las 17:00 considerando una hora de almuerzo de 12:00 a 13:00 horas.

CONTROL DE ASISTENCIA: El personal deberá acudir puntualmente al lugar de trabajo y controlar su entrada en un registro de asistencia con su firma diariamente.

Se consideran 15 minutos de atraso para el horario de ingreso considerando la lejanía y dificultad que requiere salir de sus hogares y llegar al centro de acopio. En caso de ausencia, notificar antes que el horario de trabajo empiece.

HORAS EXTRAORDINARIAS Y SUPLEMENTARIAS: serán pagadas las horas extraordinarias y suplementarias debidamente justificadas.

CAPÍTULO SEGUNDO

PERMISOS Y VACACIONES

PERMISOS OCASIONALES: Serán concedidos por un día, autorizados por el jefe inmediato superior solicitando con una anticipación de 24 horas, a excepción de

aquellos por calamidad doméstica y/o enfermedad, caso contrario se considera falta injustificada.

PERMISOS PROVISIONALES: serán concedidos por horas o fracción de horas, autorizados por el jefe inmediato superior, a excepción de los permisos por atención médica.

VACACIONES ANUALES: las vacaciones serán de 15 días anuales totalmente pagadas. Este derecho no será compensado en dinero. Las vacaciones serán determinadas de acuerdo a un calendario, y únicamente autorizado por el jefe inmediato superior.

CAPÍTULO TERCERO REMUNERACIÓN

REMUNERACIÓN.- los sueldos y salarios se fijaran de acuerdo a la naturaleza del trabajo, experiencia, conocimiento, especialización y preparación profesional. Las remuneraciones serán pagadas directamente en el lugar de trabajo mediante cheque, dejando constancia de recibo y roles de pagos individuales.

APORTE AL IESS.- Cada trabajador será asegurado al IESS sin excepción alguna, dicho valor será descontado automáticamente cada mes de su remuneración.

DESCUENTO DE PRÉSTAMOS.- Si el trabajador realiza un préstamo a la empresa, la empresa descontará el valor de préstamo de la remuneración o salario en cuotas o la manera pertinente como se haya acordado el pago.

3.4.6 Distribución gráfica del centro de acopio

El Centro de acopio trabajará en un terreno con una superficie de 630m², sus instalaciones estarán abiertas para el libre acceso de los productores de prestiños, esta tiene que estar directamente relacionada con la disponibilidad de materia prima durante un tiempo determinado, el tamaño de la maquinaria y equipos, el mercado

meta que se perfila para diseñar el espacio del almacenaje y empaqueo, así como los baños, oficinas, parqueaderos, comedor, entre otros.

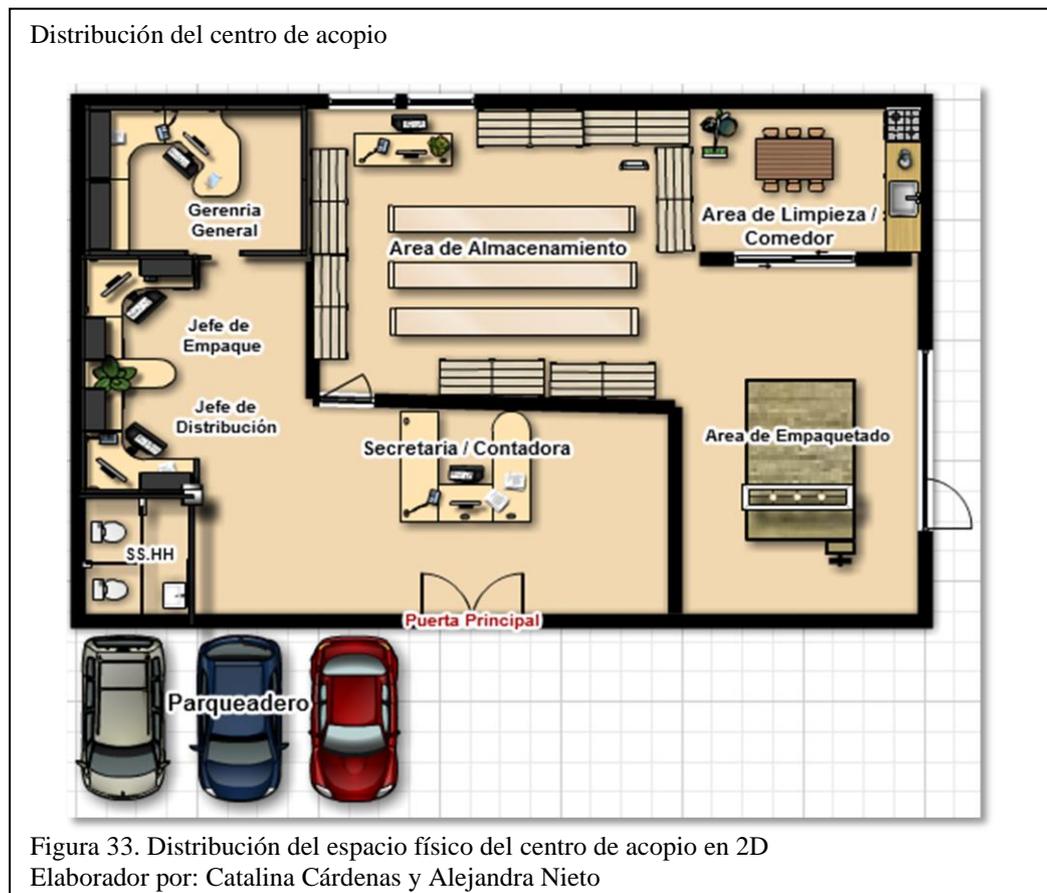
Existen dos áreas dentro del centro el área administrativa y el área de operaciones las cuales comprenden diferentes espacios.

Área administrativa:

- Gerencia general.
- Oficina de empaque.
- Oficina de distribución.
- Contabilidad y secretaria.

Área de operaciones

- Área de almacenaje.
- Área de empaquetado.



Distribución Física del centro de acopio 3D



Figura 334. Distribución del espacio físico del centro de acopio en 3D
Elaborador por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

CAPÍTULO 4

ESTUDIO FINANCIERO

4.1 Inversión inicial

La inversión inicial comprenda la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo. (Baca Urbina, 2001).

La inversión inicial requerida para la puesta en marcha del Centro de acopio PRESTIMAC S.A. serán los desglosados así:

4.1.1 Inversión fija

Se refiere a todo activo cuya vida útil es mayor a un año y cuya finalidad es proveer las condiciones necesarias para que el Centro de acopio PRESTIMAC S.A lleve a cabo sus actividades, los cuales tienen un precio inicial (Precio de compra), y un precio final (Precio de recuperación).

A continuación se detallan los activos fijos del centro de acopio PRESTIMAC S.A:

Terreno: El terreno es un activo fijo con la característica de que no está sujeto a depreciación, es decir que su valor no se devalúa, para el desarrollo del proyecto, se necesitará un terreno con un área de 300m².

Tabla 35.
Terreno

CONCEPTO	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	TOTAL USD
Terreno	m ²	300,00	60,00	18.000,00
TOTAL				18.000,00

Notas: Precio del terreno en el cantón de El Carmen.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

Construcción: Tomando en cuenta la distribución de la planta anteriormente mencionada, y además de conocer que el costo del metro de construcción en la zona oscila entre \$40 y \$60 dólares, por fines de estudio y para obtener datos más reales usaremos el promedio siendo \$50 por m2, a continuación conoceremos las dimensiones de cada área y el costo total.

Tabla 36.
Construcción

Área	Unidad	Dimensiones	Costo Unitario	Costo Total
Área Administrativa	m2	150	50,00	7.500,00
Área de Almacenamiento	m2	40	50,00	2.000,00
Área de Empaquetado	m2	35	50,00	1.750,00
Área Limpieza / Comedor	m2	9	50,00	450,00
Área de servicios	m2	6	50,00	300,00
Parqueadero	m2	60	50,00	3.000,00
TOTAL		300		15.000,00

Notas: Costos de construcción por área
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

Muebles y enseres: Dentro de este grupo vamos a distinguir aquellos que se usan directamente para el proceso y aquellos que se usarían en el área administrativa.

- Muebles y enseres del proceso

Tabla 37.
Muebles y enseres del proceso

Descripción	Cantidad	Precio Unidad	TOTAL USD
Escritorios	1	165,00	165,00
Silla oficinas	1	70,00	70,00
Estantes	7	140,00	980,00
Papeleras	1	17,00	17,00
Mesón	1	60,00	60,00
TOTAL			1.292,00

Notas: Costos de muebles y enseres del proyecto.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

- Muebles y enseres área administrativa

Tabla 38.
Muebles y enseres área administrativa

Descripción	Cantidad	Precio Unidad	TOTAL USD
Escritorios	4	180,00	720,00
Silla Gerencia	1	120,00	120,00
Silla oficinas	3	70,00	210,00
Sillas de espera doble	2	70,00	140,00
Anaquele Librero	2	150,00	300,00
Papeleras	4	17,00	68,00
Comedor	1	495,00	495,00
TOTAL			2.053,00

Notas: Costos de muebles y enseres administrativos del proyecto.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

Equipos de oficina

Tabla 39.
Equipos de oficina

Descripción	Cantidad	Precio Unidad	TOTAL USD
Teléfonos	4	43,95	175,80
Calculadoras	5	4,90	24,50
Cafetera Electrolux	1	34,99	34,99
Refrigerador Challenger Compacto	1	294,00	294,00
Instrumentos de limpieza	1	100,00	100,00
TOTAL			629,29

Notas: Costos de los equipos de oficina del proyecto.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

Equipos de computación

Tabla 40.
Equipos de computación

Descripción	Cantidad	Precio Unidad	TOTAL USD
Computadora Core I3 3 (Desktop)	5	452,00	2.260,00
Impresora HP Multifuncional	2	59,00	118,00
TOTAL			2.378,00

Notas: Costos de los equipos de computación del proyecto.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

Vehículo: Es necesario invertir en un camión, el cual debe estar diseñado para poder entregar nuestro producto a los diferentes distribuidores en la ciudad de Quito.

Tabla 41.
Vehículo

Descripción	Capacidad	Cantidad	Precio Unidad	TOTAL USD
Camión JAC HFC-1035	0 a 3 ton	1	14.900,00	14.900,00
TOTAL				14.900,00

Notas: Costo del vehículo del proyecto.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

4.2 Capital de trabajo

El capital de trabajo corresponde a las inversiones que la organización o proyecto debe hacer para atender aquellos elementos necesarios en la operación. Representa diferentes rubros estancados por determinados períodos en el desarrollo de la producción y venta de los productos o servicios. (Molina, 1999)

El capital de trabajo, es el elemento más importante para la implantación de la empresa, por lo tanto es necesario contar con un porcentaje de recursos, para poner en marcha el proyecto, es decir, es necesario contar con recursos para poder cubrir los gastos que genere el proyecto antes de percibir ingresos.

El capital inicial de trabajo constituye una parte de las inversiones a largo plazo, ya que forman parte de los activos corrientes que aseguran la operación del proyecto, es necesario que la empresa lo recupere en el décimo año.

Tabla 42.
Capital de trabajo

Concepto	Valor Mensual	Total
Costo Adquisición MPD		
• Prestiños	2.177,28	4.354,56
Costo MPI		
• Caja	4.354,50	8.709,00
• Fundas	290,30	580,60
• Etiquetas	725,75	1.451,50
• Cartones	282,10	564,20
Gastos Administrativos		
• Sueldos	4.799,16	9.598,31
• Servicios Básicos	148,00	296,00
• Mantenimiento de Equipos	55,00	110,00
• Mantenimiento de Vehículo	50,00	100,00
• Suministros de Oficina	50,00	100,00
• Materiales de Limpieza	16,00	32,00
Gastos de Ventas		
• Publicidad	60,00	120,00
• Lanzamiento	250,00	250,00
Materiales Indirectos Fabric.		
• Combustible	150,00	300,00
TOTAL		26.566,17

Notas: Capital del trabajo necesario para el desarrollo del proyecto.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

4.3 Costos

4.3.1 Costos de producción

El costo de producción está conformado por todos aquellos rubros que intervienen directamente en la producción u operación del Centro de acopio para darle un valor agregado a los prestiños.

Tabla 43.
Costos de producción

COSTO DE PRODUCCIÓN	
Concepto	Costo Total Anual
Materia Prima	31.230,00
Envase y Embalaje	51.980,60
Otros Materiales	276,00
Servicios Básicos	1.776,00
Combustible	1.800,00
Mano de Obra Directa	11.221,54
Mano de Obra Indirecta	19.711,62
TOTAL	117.995,76

Notas: Costos de producción del proyecto.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

4.3.1.1 Costos materia prima

En este punto, tomamos en cuenta como materia prima principal a los prestiños, ya que al ser un centro de acopio, se lo va a empaquetar y dar un valor agregado para su futura distribución en la ciudad de Quito.

Tabla 44.
Costos de materia prima

COSTOS DE MATERIA PRIMA				
Materia Prima	Cantidad Mensual	Costo (unidad)	Cantidad Anual	Costo Total
Prestiños	86.750	0,03	1.041.000	31.230,00
TOTAL				31.230,00

Notas: Costos de la materia prima (prestiños)
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

4.3.1.2 Costos de envase y embalaje

Tabla 45.
Costos de envase y embalaje

COSTO ENVASE Y EMBALAJE				
Concepto	Cantidad Mensual	Costo Unitario	Cantidad Anual	Costo Total
Cajas	17.350	0,17	208.200	35.394,00
Fundas	17.350	0,02	208.200	4.164,00
Etiquetas	17.350	0,05	208.200	10.410,00
Cartones	578	0,29	6.940	2.012,60
TOTAL				51.980,60

Notas: Costos de envase y embalaje de los prestiños.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

4.3.1.3 Costo de otros materiales

Tabla 46.
Costo de otros materiales

COSTO OTROS MATERIALES				
Concepto	Cantidad Mensual	Costo Unitario	Cantidad Anual	Costo Total
Guantes	20	0,30	240	72,00
Franelas	5	0,50	60	30,00
Escobas	1	2,50	12	30,00
Detergentes	2	5,00	24	120,00
Gorras	10	0,20	120	24,00
TOTAL				276,00

Notas: Costos de materiales indirectos indispensables para el desarrollo del proyecto.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

4.3.1.4 Costos mano de obra

El salario mínimo vital establecido en el Ecuador es de \$340,00, el cual será tomado en este proyecto para el cálculo de los beneficios sociales.

- Las aportaciones al IESS, se calcularán en base a lo que establece la Ley, es decir el empleador deberá pagar el 12.15% del sueldo al trabajador, mientras que el aporte personal es de 9,35%.
- El décimo tercero (bono navideño), es un beneficio que reciben los trabajadores bajo relación de dependencia y corresponde al total los ingresos en los cuales pueden estar: sueldos, comisiones, horas extras, bonos, entre otros divididos por doce. Este período de cálculo va desde 1 de diciembre del año anterior al 30 de noviembre del año o en curso.
- Es importante mencionar que los trabajadores que han laborado por un tiempo inferior al período de cálculo o que se desvinculan del empleador antes de la fecha de pago, tienen derecho a una parte proporcional del mismo.
- El décimo cuarto (bono escolar), es un beneficio que reciben todos los trabajadores bajo relación de dependencia, indistintamente de su cargo o remuneración, el cual consiste en un sueldo básico unificado vigente.

El período de cálculo del décimo cuarto sueldo en el año 2014:

- a. Trabajadores de la región costa y región insular: Marzo 1 del año anterior a Febrero 28 (29) del año de pago.
- b. Trabajadores de la sierra y oriente: Agosto 1 del año anterior a Julio 31 del año de pago.

Es importante mencionar que los trabajadores que han laborado por un tiempo inferior al período de cálculo o que se desvinculan del empleador antes de la fecha de pago, tienen derecho a una parte proporcional del mismo.

- Las vacaciones se calcularán en base al total de los ingresos recibidos durante el año laborado divididos por 24, es importante mencionar que el empleado tienen derecho a gozar de 15 días de vacaciones pagadas.

- El trabajador tiene derecho al fondo de reserva a partir del primer año de trabajo, el cual corresponde al 8,33% de la remuneración aportada al IESS.

4.3.1.4.1 Costos mano de obra directa

Tabla 47.
Costo MOD

COSTO MANO DE OBRA DIRECTA		
Cargo	Salario Mensual	Salario Anual
Empaquetador	350,00	5.413,90
Almacenista	380,00	5.807,64
TOTAL		11.221,54

Notas: Costos de la Mano de Obra Directa.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

4.3.1.4.2 Costos mano de obra indirecta

Tabla 48.
Costos MOI

COSTO MANO DE OBRA INDIRECTA		
Cargo	Salario Mensual	Salario Anual
Jefe de Empaque	550,00	8.305,50
Chofer	400,00	6.136,80
Repartidor	340,00	5.269,32
TOTAL		19.711,62

Notas: Costos de la mano de obra indirecta
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

4.3.2 Costos administrativos

De acuerdo al organigrama del centro de acopio, se contará con un gerente general y una secretaria / contadora. El sueldo del personal administrativo es el siguiente:

Tabla 49.
Costo empleados administrativos

COSTO EMPLEADOS ADMINISTRATIVOS		
Cargo	Salario Mensual	Salario Anual
Gerente General	650,00	9.751,30
Secretaria/Contadora	390,00	5.992,22
TOTAL		15.743,52

Notas: Sueldos mensuales y anuales
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

Además, la administración tienen otros gastos como gasto suministros de oficina, los cuales incluyen: papelería, esferos, factura, lápices, entre otros; los cuales hacen un total de \$50,00 mensuales, mantenimiento de los equipos con un costo mensual de \$55,00 y los materiales de limpieza con un costo mensual de \$16,00.

Tabla 50.
Costos de administración

COSTOS DE ADMINISTRACIÓN		
Concepto	Costo Mensual	Costo Anual
Sueldo Personal	1.040,00	15.743,52
Mantenimiento Equipos	55,00	660,00
Gasto Suministros	50,00	600,00
Material de Limpieza	16,00	192,00
TOTAL		17.195,52

Notas: Sueldos mensuales y anuales
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

4.3.3 Costo de ventas

Tabla 51.
Costo empleado ventas

COSTO EMPLEADOS VENTAS		
Cargo	Salario Mensual	Salario Anual
Jefe de Ventas y Logística	550,00	8.440,69
TOTAL		8.440,69

Notas: Sueldos mensuales y anuales
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

Además el departamento de ventas, tienen otros gastos como son la publicidad con un costo mensual de \$60,00, el cual incluye el dominio de la página web.

Tabla 52.
Costo de ventas

COSTOS DE VENTAS		
Concepto	Costo Mensual	Costo Anual
Sueldo Personal	550,00	8.440,69
Comisiones	55,00	660,00
Publicidad	60,00	720,00
TOTAL		9.820,69

Notas: Costo de ventas mensual y anual.

Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

4.4 Costos totales de operación

Representa el costo total que tendría el Centro de acopio, involucra los costos administrativos, costo de ventas y costos de producción.

El costo total de producir 145.011,97 cajas de prestiños anuales es:

Tabla 53.
Costo total de operación

COSTO TOTAL DE OPERACIÓN		
Concepto	Costo Total Anual	Porcentaje
Costos de Producción	117.995,76	81,37%
Costo de Administración	17.195,52	11,86%
Costo de Ventas	9.820,69	6,77%
TOTAL	145.011,97	100%

Notas: Costo total de operación en porcentajes.

Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

4.5 Depreciaciones

La depreciación es la pérdida de valor contable que sufren los activos fijos a lo largo del tiempo por el uso al que están sometidos.

Para el desarrollo de nuestro proyecto, utilizaremos los porcentajes dispuestos en el Reglamento a la Ley de Régimen Tributario Interno, los cuales son los siguientes:

- Edificios: 5%, 20 años
- Maquinaria y equipo: 10%, 10 años
- Vehículos: 20%, 5 años
- Muebles y enseres: 10%, 10 años
- Equipos de computación: 33.33%, 3 años

Para el cálculo de las depreciaciones, utilizaremos el método de línea recta, el cual deprecia los activos según sus años de vida útil, a continuación podemos observar la depreciación de nuestros activos fijos:

Tabla 54.
Depreciación de activos

Activos	Valor Inicial	% Dep	AÑOS									
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Terreno	18,000.00		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Edificio	24,900.00	5%	1,245.00	1,245.00	1,245.00	1,245.00	1,245.00	1,245.00	1,245.00	1,245.00	1,245.00	1,245.00
Muebles y enseres	3,345.00	10%	334.50	334.50	334.50	334.50	334.50	334.50	334.50	334.50	334.50	334.50
Equipos de computación	2,652.00	33.33%	883.91	883.91	883.91							
Equipos de oficina	629.29	10%	62.93	62.93	62.93	62.93	62.93	62.93	62.93	62.93	62.93	62.93
Vehículo	18,700.00	20%	3,740.00	3,740.00	3,740.00	3,740.00	3,740.00	3,740.00	3,740.00	3,740.00	3,740.00	3,740.00
TOTAL	68,226.29		6267.341	6268.34	6269.34	5386.43	5387.43	5388.43	5389.43	5390.43	5391.43	5392.43

Notas: Depreciación de los activos en un período de diez años.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

4.6 Financiamiento de la inversión

Para cubrir la inversión de nuestro proyecto, utilizaremos dos fuentes de financiamiento, la primaria que es el aporte en efectivo de los socios y la secundaria que es el financiamiento con una entidad financiera, en este caso el BNF, un monto de \$48.000 con una tasa del 10% y a 10 años, los pagos se harán de forma anual.

A continuación podemos observar la tabla de amortización, en la cual se visualiza cuáles fueron los intereses generados en el transcurso del tiempo.

Tabla 55.
Tabla de amortización

Monto:	48.000,00		Cuota:	7.811,78
Interés:	10,00%			
Tiempo:	10 años			
TABLA AMORTIZACIÓN				
Año	Saldo Inicial	Interés	Amortización	Saldo Final
1	48.000,00	4.800,00	3.011,78	44.988,22
2	44.988,22	4.498,82	3.312,96	41.675,27
3	41.675,27	4.167,53	3.644,25	38.031,01
4	38.031,01	3.803,10	4.008,68	34.022,34
5	34.022,34	3.402,23	4.409,54	29.612,79
6	29.612,79	2.961,28	4.850,50	24.762,30
7	24.762,30	2.476,23	5.335,55	19.426,75
8	19.426,75	1.942,67	5.869,10	13.557,64
9	13.557,64	1.355,76	6.456,01	7.101,63
10	7.101,63	710,16	7.101,61	0,02

Notas: Tabla de amortización del capital financiado.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

4.7 Determinación del punto de equilibrio

El punto de equilibrio es:

El análisis del punto de equilibrio operativo (PEO), lo realizaremos tomando en cuenta:

- Se determinó que cada caja con 5 unidades de prestiños se venderá a un precio de \$0,85 ctvs.

Tabla 56.
Costos fijos y costos variables

Concepto	Costo Fijo	Costo Variable
Mantenimiento	600,00	
Sueldos	57.589,87	
Amortización crédito	3.011,78	
Publicidad	720,00	
Servicios Básicos	1.776,00	
Depreciación	4.920,02	
Materiales Indirectos	276,00	
Suministros de oficina	629,29	
Materia Prima Directa		31.230,00
Materia Prima Indirecta		51.980,60
Combustible		1.800,00
TOTAL	69.522,95	85.010,60

Notas: Clasificación de los costos variables y costos fijos.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

$$\text{Punto de Equilibrio (cantidad)} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable (U)}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio (cantidad)} = \frac{69.522,95}{0,85 - 0,41}$$

$$\text{Punto de Equilibrio (cantidad)} = 158.006,70$$

Por lo tanto, nuestro punto de equilibrio es de 158.007 cajas de prestiños anuales, es decir, 13.167 cajas de prestiños mensuales para mantener el centro de acopio en funcionamiento y cubrir todos los gastos.

Tabla 57.
Ingresos

INGRESOS			
Concepto	Producción	Precio Unitario	Precio Total
Cajas de Prestiños	208.200	0,85	176.970,00

Notas: Ingreso total por cada 5 unidades de prestiños.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

$$\text{Punto de Equilibrio (dólares)} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ingresos}}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio (dólares)} = \frac{69.522,95}{1 - \frac{85.010,60}{176.970}}$$

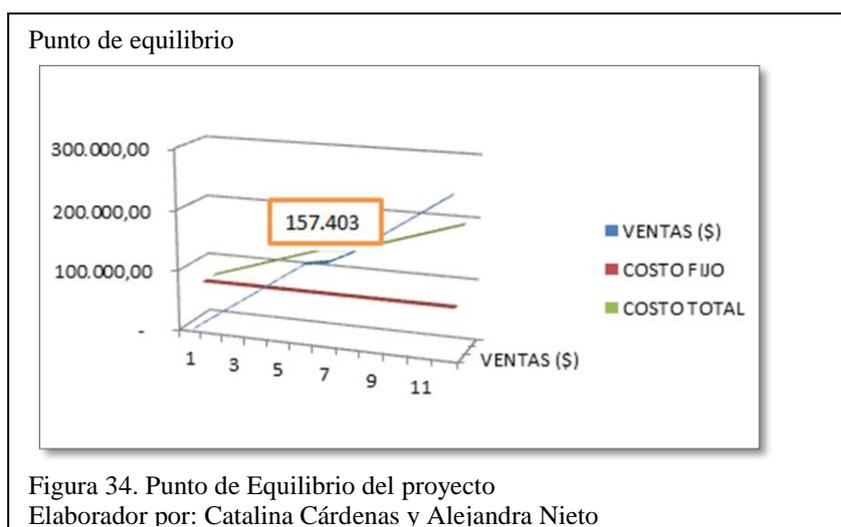
$$\text{Punto de Equilibrio (dólares)} = 133.792,48$$

Por lo tanto nuestras ventas anuales deben ser de \$ 133.792,48 dólares, es decir, \$11.149,37 dólares mensuales, para cubrir todos los gastos que incurran en el mes.

Tabla 58.
Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO					
PRODUCCIÓN UNIDADES	VENTAS (\$)	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	UTILIDAD / PÉRDIDA
-	-	69.522,95	-	69.522,95	(69.522,95)
30.000	25.500,00	69.522,95	12.249,37	81.772,32	(56.272,32)
60.000	51.000,00	69.522,95	24.498,73	94.021,68	(43.021,68)
90.000	76.500,00	69.522,95	36.748,10	106.271,05	(29.771,05)
120.000	102.000,00	69.522,95	48.997,46	118.520,41	(16.520,41)
150.000	127.500,00	69.522,95	61.246,83	130.769,78	(3.269,78)
157.403	133.792,48	69.522,95	64.269,53	133.792,48	0,00
180.000	153.000,00	69.522,95	73.496,20	143.019,15	9.980,85
210.000	178.500,00	69.522,95	85.745,56	155.268,51	23.231,49
240.000	204.000,00	69.522,95	97.994,93	167.517,88	36.482,12
270.000	229.500,00	69.522,95	110.244,29	179.767,24	49.732,76
300.000	255.000,00	69.522,95	122.493,66	192.016,61	62.983,39

Notas: Determinación del punto de equilibrio operativo.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto



4.8 Balance de situación inicial

El balance general, es una especie de fotografía que retrata la situación contable de la empresa en una cierta fecha. Para poder reflejar dicho estado, el balance muestra contablemente los activos (lo que la organización posee), los pasivos (sus deudas) y la diferencia entre estos dos (el patrimonio neto).

Tabla 59.
Balance de situación inicial

BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL CON FINANCIAMIENTO			
ACTIVO		PASIVO	48000
CAPITAL DE TRABAJO	26.566,17	CUENTAS POR PAGAR	48.000,00
ACTIVO FIJO	54.252,29		
		PATRIMONIO	32818,4617
		APORTE SOCIAL	32.818,46
TOTAL	<u>80.818,46</u>	TOTAL	<u>80.818,46</u>

Notas: Balance de Situación Inicial con financiamiento

4.9 Determinación del estado de resultados

El Estado de Resultados, frecuentemente denominado Estado de Pérdidas y Ganancias, presenta los resultados de las operaciones de negocios realizadas durante un período específico (un trimestre o un año). Este documento resume los ingresos generados y los gastos en los que haya incurrido la empresa durante el período contable en cuestión. (Zapata, 2002)

Nuestra propuesta mediante este proyecto, es incrementar el volumen de producción de los prestiños, para ello la producción de este dulce será bajo una gestión empresarial, de tal manera que los prestiños puedan darse a conocer interprovincialmente por medio de una marca que los diferencie, con esto conseguiremos incrementar las ventas para que los pobladores de El Carmen tengan un negocio del que puedan subsistir.

Esperamos que nuestra producción incremente un 2% anualmente, ya que deseamos que el producto sea aceptado y demandado en mayores cantidades. El incremento del precio del producto y del costo de ventas va relacionado con la inflación de nuestro país, que es del 4.15%.

Tabla 60.
Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS										
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS										
UNIDADES	208.200	212.364	216.611	220.944	225.362	229.870	234.467	239.156	243.939	248.818
Precio Unitario	0,85	0,89	0,92	0,96	1,00	1,04	1,08	1,13	1,18	1,23
(+) Ingreso Ventas Netas	176.970,00	188.000,54	199.718,61	212.167,07	225.391,45	239.440,10	254.364,40	270.218,93	287.061,68	304.954,23
(-) Costo de Ventas	117.995,76	122.892,58	127.992,63	133.304,32	138.836,45	144.598,16	150.598,99	156.848,84	163.358,07	170.137,43
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	58.974,24	65.107,96	71.725,99	78.862,75	86.555,00	94.841,94	103.765,41	113.370,09	123.703,61	134.816,80
GASTOS DE ADMINISTRACION	23.798,59	24.496,41	25.191,93	25.122,69	25.874,97	26.657,34	27.471,01	28.584,09	29.197,29	30.112,55
Sueldos	17.426,57	18.095,35	18.790,87	19.514,22	20.266,50	21.048,87	21.862,54	22.975,62	23.588,82	24.504,08
Depreciacion	4.920,02	4.920,02	4.920,02	4.127,43	4.127,43	4.127,43	4.127,43	4.127,43	4.127,43	4.127,43
Otros Gastos	1.452,00	1.481,04	1.481,04	1.481,04	1.481,04	1.481,04	1.481,04	1.481,04	1.481,04	1.481,04
GASTOS DE VENTA	10.799,77	11.218,70	11.654,43	12.107,63	12.579,02	13.069,30	13.579,25	14.109,66	14.661,34	15.235,14
Sueldos	9.393,37	9.754,96	10.131,02	10.522,12	10.928,86	11.351,87	11.791,80	12.249,33	12.725,15	13.220,02
Comisiones	686,40	713,86	742,41	772,11	802,99	835,11	868,51	903,26	939,39	976,96
Publicidad	720,00	749,88	781,00	813,41	847,17	882,33	918,94	957,08	996,80	1.038,16
GASTOS FINANCIEROS	4.800,00	4.498,82	4.167,53	3.803,10	3.402,23	2.961,28	2.476,23	1.942,67	1.355,76	710,16
Interes	4.800,00	4.498,82	4.167,53	3.803,10	3.402,23	2.961,28	2.476,23	1.942,67	1.355,76	710,16
OTROS GASTOS	4.000,00	4.080,00	4.161,60	4.244,83	4.329,73	4.416,32	4.504,65	4.594,74	4.686,64	4.780,37
Gastos Varios	4.000,00	4.080,00	4.161,60	4.244,83	4.329,73	4.416,32	4.504,65	4.594,74	4.686,64	4.780,37
TOTAL GASTO	43.398,36	44.293,93	45.175,49	45.278,26	46.185,95	47.104,25	48.031,14	49.231,17	49.901,03	50.838,23
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	15.575,88	20.814,03	26.550,50	33.584,50	40.369,05	47.737,69	55.734,27	64.138,92	73.802,58	83.978,58
(-) 15% Part. Trabajadores	2.336,38	3.122,10	3.982,57	5.037,67	6.055,36	7.160,65	8.360,14	9.620,84	11.070,39	12.596,79
(=) UTILIDAD ANTES DEL IMP.A LA RENTA	13.239,50	17.691,92	22.567,92	28.546,82	34.313,69	40.577,03	47.374,13	54.518,08	62.732,19	71.381,79
(-) 22% Impuesto a la Renta	2.912,69	3.892,22	4.964,94	6.280,30	7.549,01	8.926,95	10.422,31	11.993,98	13.801,08	15.703,99
(=) UTILIDAD NETA	10.326,81	13.799,70	17.602,98	22.266,52	26.764,68	31.650,09	36.951,82	42.524,10	48.931,11	55.677,80

Notas: Estado de Resultados proyectado.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

4.10 Flujo de fondos

Se conoce como flujo de fondos o cash flow (en inglés), al estado de cuenta que refleja cuanto efectivo se conserva después de los gastos, los intereses y el pago del capital, por lo tanto, podemos decir que es el parámetro contable que ofrece información en relación a los movimientos que se han realizado en un determinado período de dinero o cualquiera de sus equivalentes.

4.10.1 Flujo de fondos de inversionista

Evalúa el proyecto bajo el supuesto de que se financie con recursos del inversionista y del crédito nacional o extranjero, es llamado también apalancamiento financiero, con el fin de mejorar la rentabilidad de los dueños, siempre y cuando, el costo del dinero sea inferior a la rentabilidad del proyecto, caso contrario la desmejora y puede consumirla, dejando sin rendimientos.

4.10.2 Flujo de fondos del proyecto

Evalúa el proyecto bajo el supuesto de que se financie con recursos del inversionista, es decir con los recursos propios.

Tabla 61.
Flujo de fondos del inversionista

FLUJO DE FONDOS DEL INVERSIONISTA											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos		176.970,00	188.000,54	199.718,61	212.167,07	225.391,45	239.440,10	254.364,40	270.218,93	287.061,68	304.954,23
(-) Costos de Operación		145.011,97	147.912,21	150.870,45	153.887,86	156.965,62	160.104,93	163.307,03	166.573,17	169.904,64	173.302,73
(-) Costo Producción		117.995,76	120.355,68	122.762,79	125.218,04	127.722,41	130.276,85	132.882,39	135.540,04	138.250,84	141.015,86
(-) Costo Ventas		9.820,69	10.017,10	10.217,45	10.421,79	10.630,23	10.842,84	11.059,69	11.280,89	11.506,50	11.736,63
(-) Costo Administración		17.195,52	17.539,43	17.890,22	18.248,02	18.612,98	18.985,24	19.364,95	19.752,25	20.147,29	20.550,24
(-) Otros Gastos		4.000,00	4.080,00	4.161,60	4.244,83	4.329,73	4.416,32	4.504,65	4.594,74	4.686,64	4.780,37
(-) Interés		4.800,00	4.498,82	4.167,53	3.803,10	3.402,23	2.961,28	2.476,23	1.942,67	1.355,76	710,16
(-) Depreciación		4.920,02	4.920,02	4.920,02	4.127,43	4.127,43	4.127,43	4.127,43	4.127,43	4.127,43	4.127,43
Utilidad antes de participación e impuestos		18.238,01	26.589,49	35.599,01	46.103,85	56.566,44	67.830,13	79.949,06	92.980,91	106.987,21	122.033,54
(-) 15% participación trabajador		2.735,70	3.988,42	5.339,85	6.915,58	8.484,97	10.174,52	11.992,36	13.947,14	16.048,08	18.305,03
Utilidad antes de impuestos		15.502,31	22.601,07	30.259,16	39.188,27	48.081,47	57.655,61	67.956,70	79.033,78	90.939,13	103.728,51
(-) 22% Impuesto a la renta		3.410,51	4.972,23	6.657,02	8.621,42	10.577,92	12.684,23	14.950,47	17.387,43	20.006,61	22.820,27
Utilidad Neta		12.091,80	17.628,83	23.602,15	30.566,85	37.503,55	44.971,38	53.006,23	61.646,35	70.932,52	80.908,24
(+) Depreciación		4.920,02	4.920,02	4.920,02	4.127,43	4.127,43	4.127,43	4.127,43	4.127,43	4.127,43	4.127,43
(-) Activo Fijo	(54.252,29)										
(-) Capital de Trabajo	(26.566,17)										
(+) Recuperación Capital Trabajo											26.566,17
(+) Préstamo	48.000,00										
(-) Recuperación Préstamo (Amortización)		-3.011,78	-3.312,96	-3.644,25	-4.008,68	-4.409,54	-4.850,50	-5.335,55	-5.869,10	-6.456,01	-7.101,61
FLUJO DE FONDOS DEL INVERSIONISTA	(32.818,46)	14.000,04	19.235,90	24.877,91	30.685,61	37.221,43	44.248,31	51.798,11	59.904,67	68.603,94	104.500,22

Notas: Flujo de fondos del inversionista proyectado.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

Tabla 62.
Flujo de fondos del proyecto

FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos		176.970,00	188.000,54	199.718,61	212.167,07	225.391,45	239.440,10	254.364,40	270.218,93	287.061,68	304.954,23
(-) Costos de Operación		145.011,97									
(-) Costo Operaciones		117.995,76	117.995,76	117.995,76	117.995,76	117.995,76	117.995,76	117.995,76	117.995,76	117.995,76	117.995,76
(-) Costo Ventas		9.820,69	9.820,69	9.820,69	9.820,69	9.820,69	9.820,69	9.820,69	9.820,69	9.820,69	9.820,69
(-) Costo Administración		17.195,52	17.195,52	17.195,52	17.195,52	17.195,52	17.195,52	17.195,52	17.195,52	17.195,52	17.195,52
(-) Depreciación		17.426,57	18.095,35	18.790,87	19.514,22	20.266,50	21.048,87	21.862,54	22.975,62	23.588,82	24.504,08
Utilidad antes de participación e impuestos		14.531,46	24.893,22	35.915,77	47.640,88	60.112,98	73.379,25	87.489,89	102.231,34	118.460,89	135.438,18
(-) 15% participación trabajador		2.179,72	3.733,98	5.387,37	7.146,13	9.016,95	11.006,89	13.123,48	15.334,70	17.769,13	20.315,73
Utilidad antes de impuestos		12.351,74	21.159,24	30.528,40	40.494,75	51.096,03	62.372,37	74.366,41	86.896,64	100.691,76	115.122,45
(-) 22% Impuesto a la renta		2.717,38	4.655,03	6.716,25	8.908,85	11.241,13	13.721,92	16.360,61	19.117,26	22.152,19	25.326,94
Utilidad Neta		9.634,36	16.504,21	23.812,16	31.585,91	39.854,90	48.650,45	58.005,80	67.779,38	78.539,57	89.795,51
(+) Depreciación		720,00	749,88	781,00	813,41	847,17	882,33	918,94	957,08	996,80	1.038,16
(-) Activo Fijo	(54.252,29)										
(-) Capital de Trabajo	(26.566,17)										
(+) Recuperación Capital Trabajo											26.566,17
FLUJO DE FONDOS DEL PROYECTO	(80.818,46)	10.354,36	17.254,09	24.593,16	32.399,32	40.702,07	49.532,77	58.924,74	68.736,45	79.536,37	117.399,85

Notas: Flujo de fondos del proyecto proyectado.
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

CAPÍTULO 5

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

Con la evaluación del proyecto, podremos determinar si conviene o no realizar nuestro proyecto, es decir, sabremos si es o no rentable. Para realizar esta evaluación, es necesario analizar indicadores como el VAN, TIR, Relación B/C.

5.1 Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)

Para hacer una inversión se debe tener en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta. A esto se le llama Tasa Mínima aceptable de Rendimiento (TMAR). Cuando el inversionista arriesga dinero, piensa no solo mantener el poder adquisitivo de su inversión, sino que esta tenga un incremento real. En otras palabras a un inversionista le interesa un rendimiento que haga crecer su dinero más allá de haber compensado los efectos de la inflación. (Urbina, 2007)

Para calcular la TMAR se utiliza la siguiente fórmula:

$$TMAR = i + t + rp$$

En donde:

i = tasa de interés pasiva

t = inflación anual

Rp = riesgo país

Según la información del Banco Central, podemos definir los siguientes indicadores:

Tabla 63.
Indicadores

INDICADORES	%
Tasa Pasiva	5,08%
Tasa de Inflación	4,15%
Riesgo País	3,16%
TMAR	12,39%

Notas: Indicadores
Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

5.2 Valor actual neto (VAN)

Es el valor actual neto de un proyecto de inversión, no es otra cosa que su valor medido en dinero de hoy, y el equivalente en valores actuales de todos los ingresos y egresos, presentes y futuros que constituyen el proyecto. (Díaz, Medellín, Sanrana, Ortega, González, Oñate & Baca, 2009)

Es un indicador que no se permite conocer si un proyecto es viable, su fórmula es la siguiente:

$$VAN = -IO + \frac{FF1}{(1+i)^1} + \frac{FF2}{(1+i)^2} + \frac{FFn}{(1+i)^n}$$

En donde:

VAN= Valor actual Neto

IO= Inversión Inicial

FFn= Flujos de Efectivo

i= iop (tasa de oportunidad del proyecto)

Condicionantes:

- ❖ VAN > 0 Proyecto Viable
- ❖ VAN < 0 Proyecto No Viable
- ❖ VAN = 0 Proyecto Indiferente

5.2.1 Valor actual neto (Con Financiamiento)

Para el cálculo del VAN es necesario conocer la tasa de oportunidad del Proyecto (*iop*) para cual se ha tomado los valores y porcentajes tanto del financiamiento externo como el propio.

Tabla 64.
Tasa de oportunidad del proyecto

FUENTE	VALOR	PORCENTAJE		Iop
Cuentas por Pagar	48.000,00	59,39%	10%	5,94%
Aporte Socios	32.818,46	40,61%	50%	20,30%
Total	80.818,46	100%		26,24%

Notas: Tasa de oportunidad del proyecto expresada en porcentaje.

Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

$$iop = \left(\frac{\text{Pasivo}}{\text{Activo}} * iop \text{ pasivo} \right) + \left(\frac{\text{Patrimonio}}{\text{Activo}} * iop \text{ patrimonio} \right)$$

$$iop = \left(\frac{48.000}{80.818,46} * 0,10 \right) + \left(\frac{32.818,46}{80.818,46} * 0,50 \right)$$

$$iop = 0,2624$$

$$iop = 26.24\%$$

En la siguiente tabla mostramos el flujo de efectivo neto del inversionista, que servirán para nuestro cálculo.

Tabla 65.
Flujo de efectivo neto – FFI

FLUJO DE EFECTIVO NETO	
Año	VALOR
0	(32.818,46)
1	14.000,04
2	19.235,90
3	24.877,91
4	30.685,61
5	37.221,43
6	44.248,31
7	51.798,11
8	59.904,67
9	68.603,94
10	104.500,22

Notas: Flujo de efectivo neto al décimo año

Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

Datos:

n= 10 años

i= 26.24%

$$\begin{aligned}
 VAN = & -32.818,46 + \frac{14.000,04}{(1 + 0.2624)^1} + \frac{19.235,90}{(1 + 0.2624)^2} + \frac{24.877,91}{(1 + 0.2624)^3} + \frac{30.685,61}{(1 + 0.2624)^4} \\
 & + \frac{37.221,43}{(1 + 0.2624)^5} + \frac{44.248,31}{(1 + 0.2624)^6} + \frac{51.798,11}{(1 + 0.2624)^7} + \frac{59.904,67}{(1 + 0.2624)^8} \\
 & + \frac{68.603,94}{(1 + 0.2624)^9} + \frac{104.500,22}{(1 + 0.2624)^{10}}
 \end{aligned}$$

El cálculo se lo realizó por medio de la herramienta excel, dándonos como resultado:

$$VAN = \$ 75.347,51$$

5.2.2 Valor actual neto (Sin Financiamiento)

Para el cálculo del VAN es necesario conocer la tasa de oportunidad del proyecto (iop) para cual se ha tomado el porcentaje de rentabilidad del negocio.

$$iop = 50\%$$

En la siguiente tabla mostramos el flujo de efectivo neto del proyecto, que servirán para nuestro cálculo.

Tabla 66.
Flujo de efectivo neto – FFP

FLUJO DE EFECTIVO NETO	
Año	VALOR
0	(80.818,46)
1	10.354,36
2	17.254,09
3	24.593,16
4	32.399,32
5	40.702,07
6	49.532,77
7	58.924,74
8	68.736,45
9	79.536,37
10	117.399,85

Notas: Flujo de efectivo neto al décimo año

Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

Datos:

$n = 10$ años

$i = 50\%$

$$\begin{aligned}
 VAN = & -80.818,46 + \frac{10.354,36}{(1 + 0.50)^1} + \frac{17.254,09}{(1 + 0.50)^2} + \frac{24.593,16}{(1 + 0.50)^3} + \frac{32.399,32}{(1 + 0.50)^4} \\
 & + \frac{40.702,07}{(1 + 0.50)^5} + \frac{49.532,77}{(1 + 0.50)^6} + \frac{58.924,74}{(1 + 0.50)^7} + \frac{68.736,45}{(1 + 0.50)^8} + \frac{79.536,37}{(1 + 0.50)^9} \\
 & + \frac{117.399,85}{(1 + 0.50)^{10}}
 \end{aligned}$$

El cálculo se lo realizó por medio de la herramienta Excel, dándonos como resultado:

$$VAN = \$ -32.616,31$$

Según los cálculos, podemos señalar que el VAN sin financiamiento nos muestra un valor negativo de \$ 32.616,31, mientras que el VAN con financiamiento nos muestra un valor positivo de \$ 75.347,51; basándonos en los condicionantes mencionados anteriormente concluimos que la mejor opción para realizar nuestro proyecto es con financiamiento. Es importante mencionar que esto se confirmará una vez calculado el TIR.

5.3 Tasa interna de retorno (TIR)

Es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto del capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones, también se conoce como la tasa de flujo de efectivo descontado de retorno. La tasa interna de retorno de una inversión o proyecto es la tasa efectiva anual compuesta de retorno o tasa de descuento que hace que el valor actual neto de todos los flujos de efectivo (tanto positivos como negativos) de una determinada inversión igual a cero. (Díaz, Flor Nancy; Medellín, Victor; Sanrana, Leonardo; Alirio Ortega, Jorge; Gonzales, Magda Rocio; Oñate, Gonzalo Andres; Baca, Carlos Alberto, 2009)

Es un indicador que nos ayuda a evaluar cuan rentable será el proyecto, la TIR es el resultado que al aplicar una tasa el VAN se hace cero.

Condicionantes:

- ❖ TIR > Costo del capital: Se debe ejecutar el proyecto
- ❖ TIR = Costo del capital: Es indiferente ejecutar el proyecto
- ❖ TIR < Costo de capital: No debe ejecutarse el proyecto

Para el cálculo del TIR con financiamiento y sin financiamiento, se usará excel, ya que este es un programa que calcula este indicador directamente:

TIR con financiamiento:

Tabla 67.
Cálculo del TIR

CÁLCULO TIR – FFI				
Año	Valor	0,2624	0,25	0,32737
0	(32.818,46)	(32.818,46)	(32.818,46)	(32.818,46)
1	14.000,04	\$ 11.090,02	\$ 8.872,02	\$ 8.354,87
2	19.235,90	\$ 12.070,31	\$ 7.725,00	\$ 6.850,67
3	24.877,91	\$ 12.365,82	\$ 6.331,30	\$ 5.287,43
4	30.685,61	\$ 12.082,22	\$ 4.948,88	\$ 3.892,02
5	37.221,43	\$ 11.609,36	\$ 3.804,15	\$ 2.817,37
6	44.248,31	\$ 10.932,38	\$ 2.865,86	\$ 1.998,75
7	51.798,11	\$ 10.137,60	\$ 2.126,01	\$ 1.396,32
8	59.904,67	\$ 9.287,20	\$ 1.558,13	\$ 963,70
9	68.603,94	\$ 8.425,12	\$ 1.130,80	\$ 658,63
10	104.500,22	\$ 10.165,94	\$ 1.091,56	\$ 598,71

Notas: Cálculo del TIR con financiamiento

Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

El TIR con financiamiento con el cual nuestro VAN se hace cero, es de 32.73% lo cual según nuestras condicionantes concluimos que nuestro proyecto es rentable. El proyecto con financiamiento además de ser viable por el VAN es rentable con el TIR.

TIR sin financiamiento:

Tabla 68.
Cálculo TIR

CALCULO TIR – FFP				
Año	Valor	0,50	0,05	-0,10
0	(80.818,46)	(80.818,46)	(80.818,46)	(80.818,46)
1	10.354,36	\$ 6.902,91	\$ 6.574,20	\$ 7.708,99
2	17.254,09	\$ 7.668,48	\$ 6.955,54	\$ 9.564,02
3	24.593,16	\$ 7.286,86	\$ 6.294,67	\$ 10.149,33
4	32.399,32	\$ 6.399,87	\$ 5.265,19	\$ 9.954,81
5	40.702,07	\$ 5.359,94	\$ 4.199,66	\$ 9.310,82
6	49.532,77	\$ 4.348,56	\$ 3.244,96	\$ 8.436,04
7	58.924,74	\$ 3.448,73	\$ 2.450,95	\$ 7.471,67
8	68.736,45	\$ 2.681,99	\$ 1.815,28	\$ 6.489,06
9	79.536,37	\$ 2.068,92	\$ 1.333,65	\$ 5.590,29
10	117.399,85	\$ 2.035,89	\$ 1.249,86	\$ 6.143,43
	418.614,72	(32.616,31)	(41.434,53)	(0,00)

Notas: Cálculo del TIR sin financiamiento

Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

El TIR sin financiamiento con el cual nuestro VAN se hace cero, es de -10.00%, lo cual según nuestras condicionantes concluimos que nuestro proyecto no es rentable si lo llevamos a cabo sin el préstamo de \$48.000.

5.4 Relación beneficio – costo (B/C)

Este indicador consiste en la separación de los ingresos y los egresos del proyecto y la relación existente entre ellos. En este caso se suman todos los ingresos y egresos para cada período.

Condicionantes:

❖ $B/C > 1$ implica que los ingresos son mayores que los egresos, entonces el proyecto es aconsejable.

❖ $B/C = 1$ implica que los ingresos son iguales que los egresos, entonces el proyecto es indiferente.

❖ $B/C < 1$ implica que los ingresos son menores que los egresos, entonces el proyecto no es aconsejable. (Díaz, Medellín, Sanrana, Ortega, González, Oñate & Baca, 2009)

La fórmula para calcular el Beneficio Costo es la siguiente:

$$BC = \frac{\sum Fo(VP)}{Io}$$

En donde:

$\sum Fo(VP)$ = Sumatoria de los VAN de todos los años, desde el período uno

Io = Inversión Inicial

Relación B/C con Financiamiento:

$$BC = \frac{\sum Fo(VP)}{Io}$$

$$BC = \frac{108.165,97}{32.818,46}$$

$$BC = 3.30$$

Según los condicionantes mencionados anteriormente, el resultado obtenido significa que el presente de los ingresos es mayor que el valor presente de los egresos y por lo tanto se recomienda realizar el proyecto.

Relación B/C sin financiamiento:

$$BC = \frac{\sum Fo(VP)}{Io}$$

$$BC = \frac{48.202,15}{80.818,46}$$

$$BC = 0.60$$

Según los condicionantes mencionados anteriormente, el resultado obtenido significa que los ingresos son menores que los egresos, por lo tanto no se recomienda realizar el proyecto.

5.5 Punto de equilibrio

El análisis del punto de equilibrio es una técnica útil para estudiar las relaciones entre los costos fijos, costos variables y los beneficios. Si los costos de una empresa solo fueran variables, no existiría problema para calcular el punto de equilibrio. (Baca Urbina, 2001)

Se denomina punto de equilibrio al nivel en el cual los ingresos son iguales a los costos y gastos, es decir, es igual al costo total y por ende no hay utilidad ni pérdida, al cual se lo puede expresar en porcentajes, valores y/o unidades, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas incrementen o decrementen por debajo de este punto.

Para el cálculo del punto de equilibrio, debemos considerar los costos fijos y los costos variables de la empresa; sabiendo que los costos variables son aquellos que cambian en proporción directa con los volúmenes de producción y ventas y los costos fijos son aquellos que no cambian en proporción directa a las ventas.

En la siguiente tabla se presentan los costos fijos y costos variables en los que incurre anualmente el centro de acopio PRESTIMAC S.A:

Tabla 69.
Costos totales

Concepto	Costo Fijo	Costo Variable
Mantenimiento	600,00	
Sueldos	57.589,87	
Amortización crédito	3.011,78	
Publicidad	720,00	
Servicios Básicos	1.776,00	
Depreciación	4.920,02	
Materiales Indirectos	276,00	
Suministros de oficina	629,29	
Materia Prima Directa		31.230,00
Materia Prima Indirecta		51.980,60
Combustible		1.800,00
TOTAL	69.522,95	85.010,60

Notas: Determinación de los costos fijos y costos variables del proyecto.

Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

El punto de equilibrio es:

El análisis del punto de equilibrio operativo (PEO), lo realizaremos tomando en cuenta:

- Se determinó que cada caja con 5 unidades de prestiños se venderá a un precio de \$0,85 ctvs.

$$\text{Punto de Equilibrio (cantidad)} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio} - \text{Costo Variable (U)}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio (cantidad)} = \frac{69.522,95}{0,85 - 0,41}$$

$$\text{Punto de Equilibrio (cantidad)} = 158.006,70$$

Por lo tanto, nuestro punto de equilibrio es de 158.007 cajas de prestiños anuales, es decir, 13.167 cajas de prestiños mensuales para mantener el Centro de acopio en funcionamiento y cubrir todos los gastos.

Tabla 70.
Ingresos

INGRESOS			
Concepto	Producción	Precio Unitario	Precio Total
Cajas de Prestiños	208.200	0,85	176.970,00

Notas: Ingresos por cada 5 unidades del producto.

Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

$$\text{Punto de Equilibrio (dólares)} = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costo Variable}}{\text{Ingresos}}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio (dólares)} = \frac{69.522,95}{1 - \frac{85.010,60}{176.970}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio (dólares)} = 133.792,48$$

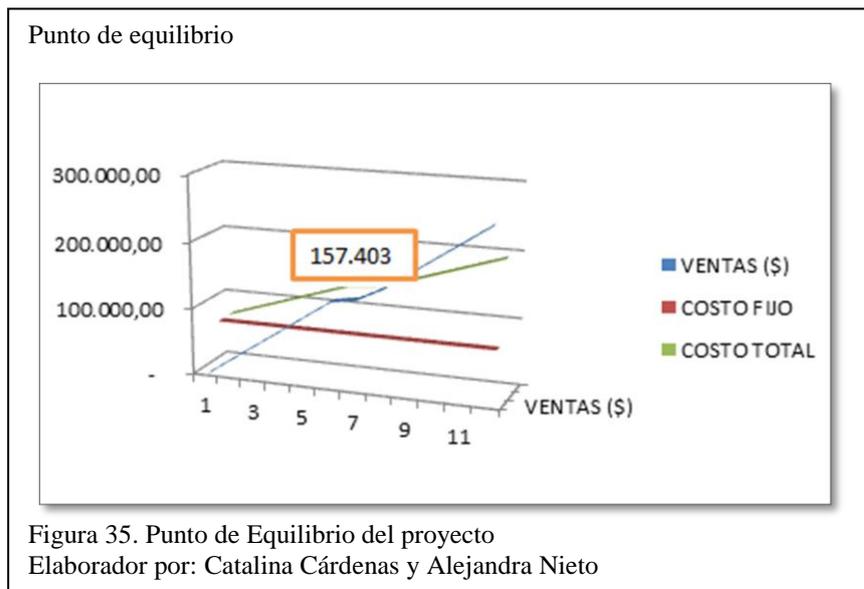
Por lo tanto nuestras ventas anuales deben ser de \$ 133.792,48 dólares, es decir, \$11.149,37 dólares mensuales, para cubrir todos los gastos que incurran en el mes.

Tabla 71.
Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO OPERATIVO					
PRODUCCION UNIDADES	VENTAS (\$)	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL	UTILIDAD / PÉRDIDA
-	-	69.522,95	-	69.522,95	(69.522,95)
30.000	25.500,00	69.522,95	12.249,37	81.772,32	(56.272,32)
60.000	51.000,00	69.522,95	24.498,73	94.021,68	(43.021,68)
90.000	76.500,00	69.522,95	36.748,10	106.271,05	(29.771,05)
120.000	102.000,00	69.522,95	48.997,46	118.520,41	(16.520,41)
150.000	127.500,00	69.522,95	61.246,83	130.769,78	(3.269,78)
157.403	133.792,48	69.522,95	64.269,53	133.792,48	0,00
180.000	153.000,00	69.522,95	73.496,20	143.019,15	9.980,85
210.000	178.500,00	69.522,95	85.745,56	155.268,51	23.231,49
240.000	204.000,00	69.522,95	97.994,93	167.517,88	36.482,12
270.000	229.500,00	69.522,95	110.244,29	179.767,24	49.732,76
300.000	255.000,00	69.522,95	122.493,66	192.016,61	62.983,39

Notas: Punto de equilibrio

Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto



5.6 Período de recuperación de la inversión

Este índice proporciona información sobre el tiempo en que se va a recuperar una determinada inversión. El período de recuperación para este proyecto, se calculó por medio de los flujos nominales.

Tabla 72.
Recuperación de la inversión

	Inversión Inicial	(32.818,46)
Años	Flujo	Recuperación
1	14.000,04	(18.818,42)
2	19.235,90	417,48
3	24.877,91	25.295,39
4	30.685,61	55.981,00
5	37.221,43	93.202,43
6	44.248,31	137.450,74
7	51.798,11	189.248,85
8	59.904,67	249.153,52
9	68.603,94	317.757,46
10	104.500,22	422.257,68

Notas: Cálculo del período de recuperación de la inversión.

Adaptado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

La recuperación de la inversión como se puede observar en el tabla anterior, se ejecutará en: 1 año, 11 meses y 22 días.

CAPÍTULO 6

EVALUACIÓN SOCIAL DEL PROYECTO

Evaluación Social es el proceso de identificación, medición, y valorización de los beneficios y costos de un proyecto, desde el punto de vista del Bienestar Social (desde el punto de vista de todo el país).

En este capítulo analizaremos el impacto social que tiene la aplicación del proyecto, tomando en cuenta los beneficios que brindará a los productores y en si a la población del cantón El Carmen. La implementación del centro de acopio PRESTIMAC S.A, dedicada a la distribución de prestiños elaborados en el cantón El Carmen hacia la ciudad de Quito, basándonos en el hecho de que estamos desarrollando este proyecto bajo un concepto de Economía Social y Solidaria en donde tendremos ciertos factores que nos permitan evaluar la parte social y cuáles son sus impactos.

Las condiciones socioeconómicas de las personas se dan por múltiples causas relacionadas al comercio, a la libre oferta de productos de consumo alimenticio al producir, ofertar y vender, tratando de hacer una escala de ganancia que no perjudique al usuario, ya que esto ocasionaría un desinterés en adquirir sus productos, por tal razón es muy importante mantener un precio adecuado y accesible a los consumidores.

6.1 Situación actual

Al analizar la situación actual de la comunidad que será beneficiada por medio de este proyecto podemos destacar:

6.1.1 Comercio

La mayor parte de las familias del cantón se dedican principalmente al comercio desde productos fabricados de manera artesanal (negocios propios; la venta de dulces, queso, panes de yuca, etc.) hasta la venta de electrodomésticos (sucursales de grandes empresas), pero en realidad se puede decir que El Carmen es un cantón liderado por pequeños negociantes los cuales día a día salen a las calles con su producto (por lo general es comestible) a vender a miles de turistas que pasan por la vías. En nuestro caso podemos apreciar la venta de prestiños, esta al ser un venta informal las familias no están garantizadas que obtendrán una ganancia fija y alta que les asegure la sobrevivencia a futuro de toda su familia.

La organización de los comerciantes en donde muchos de ellos también son los mismos productores, se puede decir que es pobre, ya que no buscan organizarse de manera que haya beneficio común para todos los participantes de un mismo producto. La falta de organización y poco interés de prosperar hace que estas familias no crezcan económicamente, y por ende surjan más problemas sociales. Sin un manejo adecuado del dinero de cada negocio, los comerciantes y/o productores viven día a día, ya que solo buscan el obtener un pequeño porcentaje de ganancia que les deje para poder abastecerse de materia prima y para el alimento de la familia

La organización familiar o individual, no tiene mayor relevancia. Es común en el sector rural, encontrarse con agrupaciones productivas donde no hay especialización para la gestión administrativa, contable y financiera, aquello se puede asumir por la perspectiva de subsistencia que una buena parte de estas unidades tiene.

6.1.2 Producción y calidad

Gracias a la investigación de campo realizada pudimos observar que generalmente la producción de los distintos negocios es en sus propias casas, dentro de la misma cocina donde la familia realiza su comida diaria. Esto ocasiona que no exista un sistema de calidad o proceso en donde se lleve a cabo solo la elaboración de ese

producto. Los prestiños son elaborados de igual manera, dos de nuestros productores tienen los hornos en un cuarto aparte, fuera de su casa, pero al mismo tiempo no muy distante, ya que solo lo consideran a la fase del horneado un proceso peligroso para los niños y es necesario que se lo realice fuera del alcance de ellos junto con el amasado. Los procesos faltantes como; la producción del almíbar, unión de los prestiños con el almíbar, empaquetado y venta se lo realizara dentro de su casa.



A decir verdad esta producción no tiene criterios de calidad, ya que simplemente ocupan lugares libres para poder poner los prestiños y empacarlos, tampoco existe un orden, en donde los prestiños sacados del primer horneado reposen para pasar al segundo horneado, sino que son simplemente descargados en una mesa de tabla, uno encima de otro, exponiéndose a bacterias. Como vemos en la foto que a continuación se presenta, en este cuarto permanecen los prestiños sin cobertores o algún tipo de seguridad ambiental.

Prestiños en reposo



Figura 38. Prestiños en reposo después del primer horneado
Elaborado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

Prestiños en reposo



Figura 37. Prestiños en reposo después del segundo horneado
Elaborado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

6.1.3 Salud

Los pobladores de El Carmen al ser su actividad principal el comercio informal, no cuentan con un seguro de vida obligatorio, no todos los comerciantes son capaces de asegurar a sus trabajadores al IESS.

Solo una mínima parte de la población es asegurada al IESS, porque son personas que trabajaban para empresas grandes, pero como lo explicamos anteriormente, son pocas. También existen personas oriundas de El Carmen que se trasladan a Santo Domingo para trabajar, estas personas tienen un nivel de estudios superiores.

Mediante la investigación se observó que no existen varios centros de salud, por lo que necesariamente deben viajar a la ciudad de Santo Domingo para adquirir este servicio cuando la complicación del paciente sea alta.

6.1.4 Educación

La educación en el cantón El Carmen no está al alcance de todos, muchas de las personas logran obtener el título de bachiller gracias al esfuerzo de sus padres en darles la educación, entrar a la Universidad es difícil, ya que el valor monetario en el que se incurre es elevado para la calidad de vida de los pobladores del cantón. A consecuencia de esto los adolescentes salen a las grandes ciudades en busca de trabajo simplemente con el título de bachiller, porque en el cantón no encuentran fuentes de trabajo donde poder desempeñarse. Por otro lado los adolescentes que decidieron quedarse se dedican a la profesión de sus padres.

Muchos de los productores, agricultores y comerciantes solo han obtenido la educación básica, es por eso que su negocio es fuente de vida y están dedicados al ciento por ciento a sus negocios y no se ven atraídos por terminar su educación.

6.1.5 Crédito

Como hablamos anteriormente el nivel de ingresos de las familias no es muy alto, por lo que un crédito o la relación con los bancos no son favorables. Para un banco es importante que la persona que requiera un préstamo sea una persona económicamente estable.

Si los pobladores o productores no tienen un empleo fijo con un ingreso fijo no podrán acceder a un crédito en las entidades financieras, y si los adquieren serán por cantidades mínimas. Debido a esto muchas de las personas no pueden montar un negocio propio a falta de recursos.

6.2 Impacto y beneficios de la implementación del centro de acopio PRESTIMAC S.A.

Es importante destacar que por medio de la implementación del centro de acopio se obtendrán ciertos beneficios para las personas involucradas en este proyecto. Lo que se busca por medio del proyecto asociativo es maximizar el Bienestar Social, en este caso del cantón El Carmen.

Es importante considerar que este Bienestar Social depende del nivel de bienestar que genere cada integrante (individual) de la comunidad y por ende la comunidad. Por tal razón se debe detallar cuáles serían los beneficios para los individuos y sus familias que formarían parte de este proyecto.

6.2.1 Comercio

Afecta de forma directa a los productores, debido que, el centro de acopio necesita mensualmente proveerse de materia prima que en este caso son los prestiños, por lo que gracias a la implementación de este proyecto, los productores tendrán una

producción fija mensual. No deberán preocuparse por si obtendrán buenas ventas para poder producir.

Afecta de forma indirecta a los proveedores de los productores de prestiños ya que si, la producción de prestiños aumenta automáticamente necesitaran con más frecuencia en mayor cantidad su materia prima para poder trabajar.

Uno de los efectos que cambiará es la economía para los agricultores y productores, se genera un bienestar porque crecerá significativamente.

6.2.2 Producción y calidad

El Centro de acopio trabaja bajo normas de calidad, pero no solo nosotros somos los responsables de que el producto este en buen estado, sino que, también depende en un gran porcentaje de los productores el producirlos de manera correcta y salubre. Para que los prestiños se caractericen por manejarse bajo normas de calidad se debe empezar desde la producción.

A cada proveedor se dará capacitación de normas de sistemas de gestión de calidad, llamadas normas ISO 9000, con el fin de asegurarnos que el producto que se va a distribuir sea un producto sano, limpio y libre de anormalidades. Esta capacitación establecerá en los proveedores los criterios que se deben cumplir para funcionar conforme a la norma y lograr la certificación.

6.2.3 Salud

Los beneficiados de forma directa serán los empleados del Centro de acopio PRESTIMAC S.A., debido a que la ley de los trabajadores obliga al empleador afiliar a cada uno de los trabajadores que constan en la lista; por tal razón estos gozarán de servicio de salud gratuita en los centros autorizados.

Por otro lado los beneficiados indirectamente vienen a ser los familiares de los empleados, ya que cada empleado beneficiado del IESS está en su derecho de afiliarse a su conyugue o hijos al servicio.

6.2.4 Educación

De una u otra manera el poder trabajar para el centro de acopio es necesario que las personas postuladas sean estudiadas, para cada tipo de puesto varía la exigencia de estudios. Cabe recalcar que PRESTIMAC S.A. ofrece a sus empleados capacitaciones para que sigan superándose académicamente y expandir su mente; es decir exigimos que los empleados se superen.

6.2.5 Crédito

Con la implementación del centro de acopio PRESTIMAC S.A. tanto los proveedores de la materia prima, en este caso los prestiños como los trabajadores que laboren dentro del centro al tener un lugar de trabajo que les proporcione estabilidad, y al ser respaldados por el mismo estarán en condiciones de obtener un préstamo, ya que dentro de su historial laboral constará con un ingreso fijo en un tiempo determinado, por lo tanto serán agentes acreedores de un préstamo.

CONCLUSIONES

- Una vez realizada la investigación determinamos que este proyecto es viable siempre y cuando se lo realice con financiamiento, ya que se han estudiado varios factores como un análisis de mercado, análisis financiero y el análisis de evaluación económica, esto se sustenta con un VAN en el flujo de fondos del inversionista 75.347,51.
- Una vez realizada la investigación que este proyecto es rentable siempre y cuando se lo realice con financiamiento, ya que se han estudiado varios factores como un análisis de mercado, análisis financiero y el análisis de evaluación económica, esto se sustenta con un TIR en el flujo de fondos del inversionista 32.73%
- El Centro de acopio PRESTIMAC S.A, a lo largo del tiempo de funcionamiento, será una actividad que incrementará su demanda al ser un producto llamativo y elaborado 100% de forma artesanal, esto conlleva a que la sociedad lo acepte con mayor facilidad, ya que no contiene ningún tipo de químico que afecten a su salud.
- Por medio del Estado de Pérdidas y Ganancias, podemos notar brevemente que obtendremos utilidades a partir del primer año, es decir, desde el inicio de sus actividades.
- En cuanto al ámbito social, este proyecto con la implementación del Centro de acopio PRESTIMAC S.A, ayuda directamente a los pobladores del cantón El Carmen, volviéndolo atractivo con una nueva actividad y por lo tanto productivo.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a futuros investigadores, sobre algún tipo de proyecto similar investigar factores muy importantes como son la inflación, el riesgo país, tasas de interés, el PIB, con el objetivo de obtener información verídica y conocer si el proyecto va a ser viable y rentable.
- Es indispensable contar con una buena publicidad que nos ayude a crecer paulatinamente, es decir que debemos hacer un buen uso de las herramientas. Al ser el único centro de acopio dedicado a la distribución de este producto en la ciudad de Quito, no existe competencia directa por lo que debemos aprovechar la oportunidad y aplicar las estrategias de marketing de forma que capte la atención inmediata de la población.
- Verificar permanentemente la información contable, financiera y el inventario del centro de acopio, con esto lograremos controlar y analizar el crecimiento y la evolución del mismo.
- Hacer negociaciones directas con los productores de prestiños del cantón El Carmen que se requieren, para obtener un doble beneficio, es decir, dar empleo a los productores y tener una materia prima de calidad y de forma permanente, sin tener los problemas de negociar con intermediarios, que muchas veces suben excesivamente los precios.
- Es recomendable buscar apoyo por parte de instituciones del Gobierno, para sustentar este tipo de proyectos que le permitan crecer al país.

LISTA DE REFERENCIAS

- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución Política del Ecuador*. Quito, Ecuador.
- Baca Urbina, G. (2001). *Evaluación de Proyectos* (4ta Edición ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- Bonta, P., & Farber, M. (s.f.). *Promonegocios*. Obtenido de La segmentación de mercado: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/segmentacion-del-mercado.htm>
- Díaz, Flor Nancy; Medellín, Víctor; Sanrana, Leonardo; Alirio Ortega, Jorge; Gonzales, Magda Rocío; Oñate, Gonzalo Andrés; Baca, Carlos Alberto. (2009). *Proyectos "Formulación y criterios de evaluación"*. (L. J. Buitrago, Ed.) Bogotá, Colombia: Alfaomega.
- Hernández, L. Y. (s.f.). *Capacidad de Proyectos*.
- Hurtado, D. (2007). ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE DULCES TRADICIONALES, ARTESANALMENTE ELABORADOS EN EL CANTÓN ROCAFUERTE PROVINCIA DE MANABÍ, UBICADA EN LA ZONA CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. Sangolquí.
- Hurtado, D. (2007). *ESTUDIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE DULCES TRADICIONALES, ARTESANALMENTE ELABORADOS EN EL CANTÓN ROCAFUERTE PROVINCIA DE MANABÍ, UBICADA EN LA ZONA CENTRO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO*. Sangolquí.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing* (Sexta Edición ed.).
- Mendez, G. (2010). *Estudio de Factibilidad para la creación de un Centro de Acopio de frutas del Valle en la comunidad del Chota, parroquia Ambuquí, cantón Ibarra provincia Imbabura*. Ibarra.
- Meneses, E. E. (1999). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Cámara Ecuatoriana del Libro-Núcleo de Pichincha.
- Molina, M. C. (1999). *Preparación y Elaboración de Proyectos* (Tercera Edición ed.). Quito: Publicaciones H.
- Murcia, J. D., Díaz, F. N., Medellín, V., Ortega, J. A., Santana, L., González, M. R., . . . Baca, C. A. (2009). *Proyectos formulación y criterios de Evaluación*. Colombia: Alfaomega.

- Petryk, Norberto. (2011). *Sobre la harina*. Recuperado el 10 de Enero de 2014, de Alimentacion Sana: <http://www.alimentacion-sana.org/informaciones/chef/harina.htm>
- Rojas, F. (2007). *Formulacion de proyectos*.
- Ruiz, M. S., & Vargas, J. (Enero de 2008). Fuentes de informacion primarias, secundarias y terciarias.
- Urbina, G. B. (2007). *Fundamentos de Ingenieria Economica* (4ta Edicion ed.). Mexico DF: McGraw-Hill.
- Zapata, P. (2002). *Contabilidad General 4* (4ta Edicion ed.). Colombia: Mc GrawHill.

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

Los prestiños son uno de los dulces típicos que se elaboran en la provincia de Manabí, son unos roscones agridulces los cuales tienen un sabor agradable al paladar, y son muy poco conocidos por los quiteños.

La presente encuesta tiene el objeto de investigar si existe interés de adquirir y consumir los prestiños en la ciudad de Quito.

Instrucciones: Por favor llene el siguiente cuestionario con la mayor veracidad posible. Todos los datos serán utilizados para fines académicos únicamente.

La información que nos proporcione será utilizada para conocer el grado de aceptación de los prestiños en el mercado quiteño

Edad: _____ **Género:** _____ **Actividad:** _____

1. ¿Consume productos dulces elaborados con harina de trigo?

- () SÍ
- () NO

2. ¿Cuál es su opinión acerca del producto “prestiños”?

Atractivo () Nada atractivo ()

Si su respuesta fue nada atractivo pase a la pregunta 3

3. ¿Cuáles son los aspectos que más le atraen del producto?

- () Diseño
- () Sabor
- () Color
- () Olor
- () Tamaño
- () Textura
- () Otro ¿Cuál? _____

4. Partiendo del punto que el producto le satisfaga ¿Consumiría los prestiños?

SÍ

NO

Si su respuesta fue No, finaliza la encuesta

5. ¿Dónde le gustaría poder adquirir este producto?

Supermercados

Tiendas

Panaderías

Pastelerías

Internet

Otro

¿Cuál? _____

6. ¿Con qué frecuencia consumiría el producto?

Diaria

Semanal

Quincenal

Mensual

Por favor, especifique que cantidad consumiría

1 - 5

6 - 10

11 - 15

16 - Más

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada unidad de prestiños?

Menos de \$0,20

Entre \$0,20 a \$0,25

Entre \$0,25 a \$0,30

Más de \$0,30

8. ¿Tiene algún comentario o sugerencia para este producto?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2: Manual de funciones - A

MANUAL DE FUNCIONES			
PLANTA	Centro de acopio de prestiños	CARGO	Gerente general
		NOMBRE	
AREA	Administrativa	FECHA	

OBJETIVO DEL CARGO
<p>El gerente general actúa como representante legal de la organización, se encarga de planear, proponer, aprobar, dirigir, coordinar y controlar las actividades administrativas, comerciales, operativas y financieras de la organización, así como resolver los asuntos que requieran su intervención.</p>

NIVEL DE REPORTE	
JEFE INMEDIATO:	Directorio de accionistas
SUPERVISA A:	Jefe de empaque y Jefe de logística y ventas
DELEGACIONES:	En caso de vacaciones, enfermedad, viaje o cualquier tipo de ausencia temporal, será reemplazado por las gerencias que el designe en áreas específicas de acción.

FUNCIONES ESPECIFICAS
<ul style="list-style-type: none"> a) Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas. b) Crear y mantener buenas relaciones con los clientes, gerentes corporativos y proveedores para mantener el buen funcionamiento de la empresa. c) Lograr que las personas quieran hacer lo que tienen que hacer, y no hacer lo que ellas quieren hacer. d) Seleccionar personal competente y desarrollar de entrenamiento para potenciar sus capacidades. e) Está autorizado a firmar los cheques de la compañía.

PERFIL DEL CARGO		
DESCRIPCION GENERAL:	EDAD:	28-45 años
	SEXO:	Masculino
	ESTADO CIVIL:	Indistinto
REQUISITOS DE EDUCACION:	Ingeniería en administración de empresas o carreras afines.	
	Deseable maestría.	
	Cursos de liderazgo.	
REQUISITOS DE EXPERIENCIA:	4 años en cargos similares.	

Elaborado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

ANEXO 3: Manual de funciones - B

MANUAL DE FUNCIONES			
PLANTA	Centro de acopio de prestiños	CARGO	Jefe de empaque
		NOMBRE	
AREA	Empacado	FECHA	

OBJETIVO DEL CARGO
Asumir la responsabilidad de la ejecución y control de las operaciones de empaque así como planificar, coordinar, evaluar y supervisar las actividades de control de calidad en el material de empaque, a fin de garantizar la calidad del producto terminado, mediante la aplicación de normas nacionales.

NIVEL DE REPORTE	
JEFE INMEDIATO:	Gerente General
SUPERVISA A:	Almacenista, empacador y chofer.
DELEGACIONES;	En caso de vacaciones, enfermedad, viaje o cualquier tipo de ausencia temporal, será reemplazado el almacenista.

FUNCIONES ESPECIFICAS	
a)	Coordinar directamente con el almacenista y empacadores todos los aspectos operativos del empaque y calidad del producto.
b)	Coordinar con el almacenista y empacadores sobre cualquier cambio en la programación del empaque.
c)	Supervisar e inspeccionar el adecuado uso de los materiales y equipos.
d)	Verificación del encajado (conteo de la cantidad de cajas contenidas en cada cartón).

PERFIL DEL CARGO		
DESCRIPCION GENERAL	EDAD:	28-40 años
	SEXO:	Masculino
	ESTADO CIVIL:	Indistinto
REQUISITOS DE EDUCACION:	Ingeniería en alimentos, Ingeniero químico, Ingeniero de procesos o carrera a fin.	
	Conocimientos de gestión de calidad, buenas prácticas ambientales, Normas ISO.	
	Capacidad de liderazgo y trabajo en equipo, conocimiento sobre líneas de producción.	
REQUISITOS DE EXPERIENCIA	3 años en cargos similares.	

Elaborado por: Las Autoras

ANEXO 4: Manual de funciones - C

MANUAL DE FUNCIONES			
PLANTA	Centro de acopio de prestiños	CARGO	Almacenista
		NOMBRE	
AREA	Empaque	FECHA	

OBJETIVO DEL CARGO
Organizar, controlar, clasificar y manejar los inventarios de productos de la Empresa.

NIVEL DE REPORTE	
JEFE INMEDIATO:	Jefe de empaque
SUPERVISA A:	Ninguno
DELEGACIONES:	En caso de vacaciones, enfermedad, viaje o cualquier tipo de ausencia temporal, será reemplazado por Jefe de empaque.

FUNCIONES ESPECIFICAS
<ul style="list-style-type: none"> a) Manejar las entradas y salidas del producto diariamente, por medio de un sistema de inventario adquirido. b) Recibe el equipo y material cotejando orden de compra y factura. c) Realiza mensualmente el inventario general de Almacén. d) Registra diariamente en el formulario el inventario de bienes y equipos recibidos en el almacén. e) Informar al Jefe de Empaque y a la Secretaria Auxiliar Contable los faltantes de producto. f) Elaborar pedidos del producto. g) Recibir el producto y almacenarlo.

PERFIL DEL CARGO		
DESCRIPCION GENERAL	EDAD:	23-45 años
	SEXO:	Indistinto
	ESTADO CIVIL:	Indistinto
REQUISITOS DE EDUCACION:	Bachiller de preferencia contable.	
	Manejo y administración de control de inventarios.	
	Paquete Office e internet a nivel avanzado.	
REQUISITOS DE EXPERIENCIA:	Mínimo 3 años en la actividad.	

Elaborado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

ANEXO 5: Manual de funciones - D

MANUAL DE FUNCIONES			
PLANTA	Centro de acopio de prestiños	CARGO	Empacador
		NOMBRE	
AREA	Empaque	FECHA	

OBJETIVO DEL CARGO
Manejar equipos e instalaciones para el envasado, acondicionado y empaquetado del prestiño, siguiendo instrucciones de trabajo de carácter normalizado.

NIVEL DE REPORTE	
JEFE INMEDIATO:	Jefe de Empaque
SUPERVISA A:	Ninguno
DELEGACIONES:	En caso de vacaciones, enfermedad, viaje o cualquier tipo de ausencia temporal, dejará reemplazo.

FUNCIONES ESPECIFICAS
<ul style="list-style-type: none"> a) Envasar y embalar los productos aplicando los procedimientos adecuados para su conservación y seguridad. b) Empaquetar y etiquetar las mercancías preparándolas para su óptima expedición o almacenaje. c) Confeccionar y clasificar los prestiños en cartones, con buenas adecuaciones para no estropear el producto.

PERFIL DEL CARGO		
DESCRIPCION GENERAL	EDAD:	23-45 años
	SEXO:	Indistinto
	ESTADO CIVIL:	Indistinto
REQUISITOS DE EDUCACION:	Bachiller en cualquier especialidad.	
	Conocimientos básicos de computación.	
REQUISITOS DE EXPERIENCIA:	Mínimo 1 año en la actividad o puestos similares.	

Elaborado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

ANEXO 6: Manual de funciones - E

MANUAL DE FUNCIONES			
PLANTA	Centro de acopio de prestiños	CARGO	Jefe de logística y ventas
		NOMBRE	
AREA	Distribución	FECHA	

OBJETIVO DEL CARGO
Responsable de la planificación, organización y del control de los productos de almacén. También es el encargado de dirigir y coordinar la entrada y salida de mercancía, desde el centro de operaciones de la organización hasta el destino final.

NIVEL DE REPORTE	
JEFE INMEDIATO:	Gerente general
SUPERVISA A:	Chofer / repartidor
DELEGACIONES:	En caso de vacaciones, enfermedad, viaje o cualquier tipo de ausencia temporal, será reemplazado por Gerente General.

FUNCIONES ESPECIFICAS	
a)	Coordinar las diferentes áreas de almacén (entradas, reposición, preparación de pedidos y transporte de los mismos).
b)	Optimizar la política de aprovisionamiento y distribución de la empresa.
c)	Optimizar, organizar y planificar la preparación y distribución de pedidos.
d)	Optimizar procesos de trabajo.
e)	Gestionar y supervisar al personal a su cargo.
f)	Comunicación con los clientes en la ciudad de Quito
g)	Busca de nuevos clientes en los diferentes sectores de la ciudad de Quito
h)	Habilidad para negociar

PERFIL DEL CARGO		
DESCRIPCION GENERAL:	EDAD:	26-40 años
	SEXO:	Indistinto
	ESTADO CIVIL:	Indistinto
REQUISITOS DE EDUCACION:	Estudios universitarios en logística.	
	Conocimientos de programa informático de gestión de almacén.	
	Paquete Office e Internet a nivel avanzado.	
REQUISITOS DE EXPERIENCIA:	Mínimo 3 años en la actividad.	

Elaborado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

ANEXO 7: Manual de funciones - F

MANUAL DE FUNCIONES			
PLANTA	Centro de acopio de prestiños	CARGO	Secretaria / contadora
		NOMBRE	
AREA	Administrativa	FECHA	

OBJETIVO DEL CARGO
Organizar, controlar y mantener actualizada la información contable y de ventas de la organización y la atención al cliente.

NIVEL DE REPORTE	
JEFE INMEDIATO:	Gerente general
SUPERVISA A:	Ninguno
DELEGACIONES:	En caso de vacaciones, enfermedad, viaje o cualquier tipo de ausencia temporal, dejará reemplazo.

FUNCIONES ESPECIFICAS	
<ul style="list-style-type: none"> a) Planificar y coordinar las labores de contabilidad, a fin de mantener actualizada la información. b) Atender pedidos de los clientes visitan o llaman a la empresa, cuando no estén presente los Jefes de empaque y logística – ventas. c) Manejo del sistema de contabilidad adquirido. d) Realizar los pedidos del producto y de materiales e insumos. e) Controlar el registro inmediato de las transacciones contables, a fin de obtener estados financieros oportunos . f) Elaboración de informes y/o estados financieros solicitados por la organización. g) Informe mensual de labores al gerente general. 	

PERFIL DEL CARGO		
DESCRIPCION GENERAL	EDAD:	24-35 años
	SEXO:	Femenino
	ESTADO CIVIL:	Indistinto
REQUISITOS DE EDUCACION:	Ingeniería en contabilidad y auditoría.	
	Tributación, presupuestos.	
	Manejo de programa contable.	
REQUISITOS DE EXPERIENCIA:	Mínimo 2 años en cargos similares.	

Elaborado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

ANEXO 8: Manual de funciones - G

MANUAL DE FUNCIONES			
PLANTA	Centro de acopio de prestiños	CARGO	Chofer y repartidor
		NOMBRE	
AREA	Distribución	FECHA	

OBJETIVO DEL CARGO
Realizar todas las transacciones y entregas de los prestiños fuera de la organización y conducir el furgón de la empresa para la distribución del producto.

NIVEL DE REPORTE	
JEFE INMEDIATO:	Jefe de logística y ventas
SUPERVISA A:	Ninguno
DELEGACIONES:	En caso de vacaciones, enfermedad, viaje o cualquier tipo de ausencia temporal, dejará reemplazo.

FUNCIONES ESPECIFICAS
<ul style="list-style-type: none"> a) Responsable del mantenimiento del furgón de la empresa. b) Retirar los prestiños artesanales de cada proveedor en el furgón de la organización. c) Despacho el producto hacia su destino. d) Entregar a tiempo los pedidos. e) Coordinar rutas junto con el Jefe de logística y ventas para la entrega del producto.

PERFIL DEL CARGO		
DESCRIPCION GENERAL	EDAD:	26-40 años
	SEXO:	Masculino
	ESTADO CIVIL:	Indistinto
REQUISITOS DE EDUCACION:	Bachiller en cualquier especialidad.	
	Licencia Profesional de Conducir.	
REQUISITOS DE EXPERIENCIA:	Mínimo 1 años en la actividad.	

Elaborado por: Catalina Cárdenas y Alejandra Nieto

ANEXO 9: Depreciación activos - Edificio

EDIFICIO			
Tiempo: 20 años			
Porcentaje de Depreciación: 5%			
DEPRECIACIÓN EDIFICIO			
Años	Valor	Depreciación	Valor Residual
1	15.000,00	750,00	750,00
2	14.250,00	750,00	1.500,00
3	13.500,00	750,00	2.250,00
4	12.750,00	750,00	3.000,00
5	12.000,00	750,00	3.750,00
6	11.250,00	750,00	4.500,00
7	10.500,00	750,00	5.250,00
8	9.750,00	750,00	6.000,00
9	9.000,00	750,00	6.750,00
10	8.250,00	750,00	7.500,00
11	7.500,00	750,00	8.250,00
12	6.750,00	750,00	9.000,00
13	6.000,00	750,00	9.750,00
14	5.250,00	750,00	10.500,00
15	4.500,00	750,00	11.250,00
16	3.750,00	750,00	12.000,00
17	3.000,00	750,00	12.750,00
18	2.250,00	750,00	13.500,00
19	1.500,00	750,00	14.250,00
20	750,00	750,00	15.000,00

ANEXO 10: Depreciación activos – Equipo de computación

EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
Tiempo: 3 años			
Porcentaje de Depreciación: 33.33%			
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE COMPUTACION			
Años	Valor	Depreciación	Valor Residual
1	2.378,00	792,59	792,59
2	1.585,41	792,59	1.585,18
3	792,83	792,59	2.377,77

ANEXO 11: Depreciación activos - Vehículo

VEHÍCULO			
Tiempo: 5 años			
Porcentaje de Depreciación: 20%			
DEPRECIACIÓN VEHICULO			
Años	Valor	Depreciación	Valor Residual
1	14.900,00	2.980,00	2.980,00
2	11.920,00	2.980,00	5.960,00
3	8.940,00	2.980,00	8.940,00
4	5.960,00	2.980,00	11.920,00
5	2.980,00	2.980,00	14.900,00

ANEXO 12: Depreciación activos – Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Tiempo: 10 años			
Porcentaje de Depreciación: 10%			
DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES			
Años	Valor	Depreciación	Valor Residual
1	3.345,00	334,50	334,50
2	3.010,50	334,50	669,00
3	2.676,00	334,50	1.003,50
4	2.341,50	334,50	1.338,00
5	2.007,00	334,50	1.672,50
6	1.672,50	334,50	2.007,00
7	1.338,00	334,50	2.341,50
8	1.003,50	334,50	2.676,00
9	669,00	334,50	3.010,50
10	334,50	334,50	3.345,00

ANEXO 13: Depreciación Activos – Equipo de Oficina

EQUIPO DE OFICINA			
Tiempo: 10 años			
Porcentaje de Depreciación: 10%			
DEPRECIACIÓN EQUIPO DE OFICINA			
Años	Valor	Depreciación	Valor Residual
1	629,29	62,93	62,93
2	566,36	62,93	125,86
3	503,43	62,93	188,79
4	440,50	62,93	251,72
5	377,57	62,93	314,65
6	314,65	62,93	377,58
7	251,72	62,93	440,51
8	188,79	62,93	503,44
9	125,86	62,93	566,37
10	62,93	62,93	629,30

ANEXO 14: Sueldos – Gerente general

Gerente General	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	DT	DC	FR	AP (12,15%)	TOTAL
0	650,00	7800,00	650,00	353,60	0,00	947,70	9751,30
1	676,00	8112,00	676,00	353,60	676,00	985,61	10803,21
2	703,04	8436,48	703,04	353,60	703,04	1025,03	11221,19
3	731,16	8773,94	731,16	353,60	731,16	1066,03	11655,90
4	760,41	9124,90	760,41	353,60	760,41	1108,67	12107,99
5	790,82	9489,89	790,82	353,60	790,82	1153,02	12578,16
6	822,46	9869,49	822,46	353,60	822,46	1199,14	13067,15
7	855,36	10264,27	855,36	353,60	855,36	1247,11	13575,69
8	889,57	10674,84	889,57	353,60	889,57	1296,99	14104,57
9	925,15	11101,83	925,15	353,60	925,15	1348,87	14654,61
10	962,16	11545,91	962,16	353,60	962,16	1402,83	15226,65

ANEXO 15: Sueldos – Secretaria / Contadora

Secretaria / Contadora	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	DT	DC	FR	AP (12,15%)	TOTAL
0	390,00	4680,00	390,00	353,60	0,00	568,62	5992,22
1	405,60	4867,20	405,60	353,60	405,60	591,36	6623,36
2	421,82	5061,89	421,82	353,60	421,82	615,02	6874,16
3	438,70	5264,36	438,70	353,60	438,70	639,62	7134,98
4	456,24	5474,94	456,24	353,60	456,24	665,20	7406,23
5	474,49	5693,94	474,49	353,60	474,49	691,81	7688,34
6	493,47	5921,69	493,47	353,60	493,47	719,49	7981,73
7	513,21	6158,56	513,21	353,60	513,21	748,27	8286,85
8	533,74	6404,90	533,74	353,60	533,74	778,20	8604,18
9	555,09	6661,10	555,09	353,60	555,09	809,32	8934,21
10	577,30	6927,54	577,30	353,60	577,30	841,70	9277,43

ANEXO 16: Sueldos – Jefe de empaque

Jefe de Empaque	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	DT	DC	FR	AP (12,15%)	TOTAL
0	550,00	6600,00	550,00	353,60	0,00	801,90	8305,50
1	572,00	6864,00	572,00	353,60	572,00	833,98	9195,58
2	594,88	7138,56	594,88	353,60	594,88	867,34	9549,26
3	618,68	7424,10	618,68	353,60	618,68	902,03	9917,08
4	643,42	7721,07	643,42	353,60	643,42	938,11	10299,62
5	669,16	8029,91	669,16	353,60	669,16	975,63	10697,46
6	695,93	8351,11	695,93	353,60	695,93	1014,66	11111,22
7	723,76	8685,15	723,76	353,60	723,76	1055,25	11541,52
8	752,71	9032,56	752,71	353,60	752,71	1097,46	11989,04
9	782,82	9393,86	782,82	353,60	782,82	1141,35	12454,45
10	814,13	9769,61	814,13	353,60	814,13	1187,01	12938,49

ANEXO 17: Sueldos - Empaquetador

Empaquetador	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	DT	DC	FR	AP (12,15%)	TOTAL
0	350,00	4200,00	350,00	353,60	0,00	510,30	5413,90
1	364,00	4368,00	364,00	353,60	364,00	530,71	5980,31
2	378,56	4542,72	378,56	353,60	378,56	551,94	6205,38
3	393,70	4724,43	393,70	353,60	393,70	574,02	6439,45
4	409,45	4913,41	409,45	353,60	409,45	596,98	6682,89
5	425,83	5109,94	425,83	353,60	425,83	620,86	6936,06
6	442,86	5314,34	442,86	353,60	442,86	645,69	7199,36
7	460,58	5526,91	460,58	353,60	460,58	671,52	7473,19
8	479,00	5747,99	479,00	353,60	479,00	698,38	7757,97
9	498,16	5977,91	498,16	353,60	498,16	726,32	8054,14
10	518,09	6217,03	518,09	353,60	518,09	755,37	8362,17

ANEXO 18: Sueldos - Almacenista

Almacenista	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	DT	DC	FR	AP (12,15%)	TOTAL
0	380,00	4560,00	340,00	353,60	0,00	554,04	5807,64
1	353,60	4243,20	353,60	353,60	353,60	515,55	5819,55
2	367,74	4412,93	367,74	353,60	367,74	536,17	6038,19
3	382,45	4589,45	382,45	353,60	382,45	557,62	6265,57
4	397,75	4773,02	397,75	353,60	397,75	579,92	6502,05
5	413,66	4963,94	413,66	353,60	413,66	603,12	6747,99
6	430,21	5162,50	430,21	353,60	430,21	627,24	7003,76
7	447,42	5369,00	447,42	353,60	447,42	652,33	7269,77
8	465,31	5583,76	465,31	353,60	465,31	678,43	7546,42
9	483,93	5807,11	483,93	353,60	483,93	705,56	7834,13
10	503,28	6039,40	503,28	353,60	503,28	733,79	8133,35

ANEXO 19: Sueldos – Jefe de Logística y Ventas

Jefe de Logística y Ventas	Sueldo Mensual	Salario	Comisiones	Sueldo Anual	DT	DC	FR	AP (12,15%)	TOTAL
0	550,00	6.600,00	660,00	7.260,00	605,00	353,60	0,00	882,09	9.100,69
1	572,00	6.864,00	686,40	7.550,40	629,20	353,60	629,20	917,37	10.079,77
2	594,88	7.138,56	713,86	7.852,42	654,37	353,60	654,37	954,07	10.468,82
3	618,68	7.424,10	742,41	8.166,51	680,54	353,60	680,54	992,23	10.873,43
4	643,42	7.721,07	772,11	8.493,17	707,76	353,60	707,76	1.031,92	11.294,22
5	669,16	8.029,91	802,99	8.832,90	736,08	353,60	736,08	1.073,20	11.731,85
6	695,93	8.351,11	835,11	9.186,22	765,52	353,60	765,52	1.116,13	12.186,98
7	723,76	8.685,15	868,51	9.553,66	796,14	353,60	796,14	1.160,77	12.660,31
8	752,71	9.032,56	903,26	9.935,81	827,98	353,60	827,98	1.207,20	13.152,58
9	782,82	9.393,86	939,39	10.333,24	861,10	353,60	861,10	1.255,49	13.664,54
10	814,13	9.769,61	976,96	10.746,57	895,55	353,60	895,55	1.305,71	14.196,98

ANEXO 20: Sueldos – Chofer

Chofer	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	DT	DC	FR	AP (12,15%)	TOTAL
0	400,00	4800,00	400,00	353,60	0,00	583,20	6336,80
1	416,00	4992,00	416,00	353,60	416,00	606,53	6992,13
2	432,64	5191,68	432,64	353,60	432,64	630,79	7257,67
3	449,95	5399,35	449,95	353,60	449,95	656,02	7533,83
4	467,94	5615,32	467,94	353,60	467,94	682,26	7821,04
5	486,66	5839,93	486,66	353,60	486,66	709,55	8119,74
6	506,13	6073,53	506,13	353,60	506,13	737,93	8430,38
7	526,37	6316,47	526,37	353,60	526,37	767,45	8753,46
8	547,43	6569,13	547,43	353,60	547,43	798,15	9089,45
9	569,32	6831,90	569,32	353,60	569,32	830,08	9438,88
10	592,10	7105,17	592,10	353,60	592,10	863,28	9802,30

ANEXO 21: Sueldos – Repartidor

Repartidor	Sueldo Mensual	Sueldo Anual	DT	DC	FR	AP (12,15%)	TOTAL
0	340,00	4080,00	340,00	353,60	0,00	495,72	5439,32
1	353,60	4243,20	353,60	353,60	353,60	515,55	5996,35
2	367,74	4412,93	367,74	353,60	367,74	536,17	6222,06
3	382,45	4589,45	382,45	353,60	382,45	557,62	6456,80
4	397,75	4773,02	397,75	353,60	397,75	579,92	6700,92
5	413,66	4963,94	413,66	353,60	413,66	603,12	6954,82
6	430,21	5162,50	430,21	353,60	430,21	627,24	7218,87
7	447,42	5369,00	447,42	353,60	447,42	652,33	7493,48
8	465,31	5583,76	465,31	353,60	465,31	678,43	7779,07
9	483,93	5807,11	483,93	353,60	483,93	705,56	8076,09
10	503,28	6039,40	503,28	353,60	503,28	733,79	8384,99

ANEXO 22: Entrada al Cantón



ANEXO 23: Distribuidor de Agua



ANEXO 24: CNT - El Carmen



ANEXO 25: Productor con olla de barro del almíbar





Prestimac S.a

PRESTIMAC S.A
La ruedita del sabor

El Carmen, Manabí

DULCE ELABORADO DE FORMA ARTESANAL.

HAS TUS PEDIDOS A:

TELF: 04-341-1953

PAGINA WEB: www.prestimac.com.ec