



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE PAPAS CHINAS PROCESADAS DE FORMA
ARTESANAL**

Proyecto de Emprendimiento presentado previo a la obtención del Título de
Licenciatura en Administración de Empresas

MODALIDAD: Proyecto de Emprendimiento

AUTOR:

Ortega Acosta Celena Mireya

DOCENTE TUTOR:

Lic. Angelita Azucena Falconí. MBA

Latacunga – Ecuador

Octubre 2023- Febrero 2024

DECLARACION DE AUTORIA

Yo, ORTEGA ACOSTA CELENA MIREYA declaro ser autora del presente proyecto de emprendimiento: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PAPAS CHINAS PROCESADAS DE FORMA ARTESANAL”**, siendo la Ing. Angelita Azucena Falconí, tutor del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.



ORTEGA ACOSTA CELENA MIREYA

CI 0503801326

CONTRATO DE CESIÓN NO EXCLUSIVA DE DERECHOS DE AUTOR

Comparecen a la celebración del presente instrumento de cesión no exclusiva de obra, que celebran de una parte **ORTEGA ACOSTA CELENA MIREYA**, identificado con cédula de ciudadanía No. **050380132-6** de estado civil soltero, a quien en lo sucesivo se denominará **LA CEDENTE**; y, de otra parte, la Doctora Idalia Eleonora Pacheco Tigselema, en calidad de Rectora, y por tanto representante legal de la Universidad Técnica de Cotopaxi, con domicilio en la Av. Simón Rodríguez, Barrio El Ejido, Sector San Felipe, a quien en lo sucesivo se le denominará **LA CESIONARIA** en los términos contenidos en las cláusulas siguientes:

ANTECEDENTES: CLÁUSULA PRIMERA. -**LA CEDENTE** es una persona natural estudiante de la carrera de Administración de Empresas, titular de los derechos patrimoniales y morales sobre el trabajo de grado **PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DE PAPAS CHINAS PROCESADAS DE FORMA ARTESANAL”** la cual se encuentra elaborada según los requerimientos académicos propios de la Facultad; y, las características que a continuación se detallan:

Historial Académico

Inicio de la carrera: Marzo 2020 – Septiembre 2020

Finalización de la carrera: Octubre 2023 – Febrero 2024

Aprobación en Consejo Directivo: 17 de noviembre del 2023

Tutor: Lic. Angelita Azucena Falconí Tapia, MBA.

Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DE PAPAS CHINAS PROCESADAS DE FORMA ARTESANAL”

CLÁUSULA SEGUNDA. - **LA CESIONARIA** es una persona jurídica de derecho público creada por ley, cuya actividad principal está encaminada a la educación superior formando profesionales de tercer y cuarto nivel normada por la legislación ecuatoriana la misma que establece como requisito obligatorio para publicación de trabajos de investigación de grado en su repositorio institucional, hacerlo en formato digital de la presente investigación.

CLÁUSULA TERCERA. - Por el presente contrato, **LA CEDENTE** autoriza a **LA CESIONARIA** a explotar el trabajo de grado en forma exclusiva dentro del territorio de la República del Ecuador.

CLÁUSULA CUARTA. - **OBJETO DEL CONTRATO:** Por el presente contrato **LA CEDENTE**, transfiere definitivamente a **LA CESIONARIA** y en forma exclusiva los siguientes derechos patrimoniales; pudiendo a partir de la firma del contrato, realizar, autorizar o prohibir:

- a. La reproducción parcial del trabajo de grado por medio de su fijación en el soporte informático conocido como repositorio institucional que se ajuste a ese fin.
- b. La publicación del trabajo de grado.

- c. La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación del trabajo de grado con fines académicos y de consulta.
- d. La importación al territorio nacional de copias del trabajo de grado hechas sin autorización del titular del derecho por cualquier medio incluyendo mediante transmisión.
- e. Cualquier otra forma de utilización del trabajo de grado que no está contemplada en la ley como excepción al derecho patrimonial.

CLÁUSULA QUINTA. - El presente contrato se lo realiza a título gratuito por lo que **LA CESIONARIA** no se halla obligada a reconocer pago alguno en igual sentido **LA CEDENTE** declara que no existe obligación pendiente a su favor.

CLÁUSULA SEXTA. - El presente contrato tendrá una duración indefinida, contados a partir de la firma del presente instrumento por ambas partes.

CLÁUSULA SÉPTIMA. - CLÁUSULA DE EXCLUSIVIDAD. - Por medio del presente contrato, se cede en favor de **LA CESIONARIA** el derecho a explotar la obra en forma exclusiva, dentro del marco establecido en la cláusula cuarta, lo que implica que ninguna otra persona incluyendo **LA CEDENTE** podrá utilizarla.

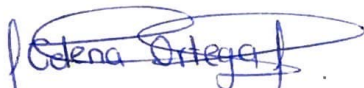
CLÁUSULA OCTAVA. - LICENCIA A FAVOR DE TERCEROS. - LA CESIONARIA podrá licenciar la investigación a terceras personas siempre que cuente con el consentimiento de **LA CEDENTE** en forma escrita.

CLÁUSULA NOVENA. - El incumplimiento de la obligación asumida por las partes en la cláusula cuarta, constituirá causal de resolución del presente contrato. En consecuencia, la resolución se producirá de pleno derecho cuando una de las partes comunique, por carta notarial, a la otra que quiere valerse de esta cláusula.

CLÁUSULA DÉCIMA. - En todo lo no previsto por las partes en el presente contrato, ambas se someten a lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, Código Civil y demás del sistema jurídico que resulten aplicables.

CLÁUSULA UNDÉCIMA. - Las controversias que pudieran suscitarse en torno al presente contrato, serán sometidas a mediación, mediante el Centro de Mediación del Consejo de la Judicatura en la ciudad de Latacunga. La resolución adoptada será definitiva e inapelable, así como de obligatorio cumplimiento y ejecución para las partes y, en su caso, para la sociedad. El costo de tasas judiciales por tal concepto será cubierto por parte del estudiante que lo solicitare.

En señal de conformidad las partes suscriben este documento en dos ejemplares de igual valor y tenor en la ciudad de Latacunga, a los 28 días del mes de febrero del 2024.



CELENA MIREYA ORTEGA ACOSTA
LA CEDENTE

Dra. Idalia Pacheco Tigselema, Ph.D
LA CESIONARIA

AVAIL DEL TUTOR DEL PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO

En calidad de Tutor del Proyecto de Emprendimiento sobre el título:

“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PAPAS CHINAS PROCESADAS DE FORMA ARTESANAL”, de Ortega Acosta Celena Mireya, de la carrera de Administración de Empresas, considero que dicho Informe Investigativo es merecedor del aval de aprobación al cumplir las normas técnicas, traducción y formatos previstos, así como también ha incorporado las observaciones y recomendaciones propuestas en la pre-defensa.

Latacunga, 28 de febrero de 2024



Lic. Angelita Azucena Falconi Tapia, MBA
C.C.: 050203767-4
TUTORA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas; por cuanto, la postulante: Ortega Acosta Celena Mireya con el título de Proyecto de Emprendimiento: "PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PAPAS CHINAS PROCESADAS DE FORMA ARTESANAL" ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Sustentación Final del Proyecto.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar el CD correspondiente, según la normativa institucional.

Latacunga, febrero 2024

Para constancia firman:



Lector 1 (presidente)

PhD. Marcelo Cárdenas

CC:050181033-7



Lector 2

Ing. Maira Martínez. MBA

CC: 171250776-1



Lector 3

Mg. Jirna Veintimilla

CC: 050296958-7

DEDICATORIA

Mi tesis la dedico al regalo más grande que Dios me supo entregar, mi hijo Emiliano. La persona más importante de mi vida y la que me dio más fuerzas y motivos para luchar y salir adelante.

Por él y para el todo mi esfuerzo y dedicación.

Celena Mireya Ortega Acosta

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la Universidad por haber permitido formar parte de la institución, a los docentes por sus conocimientos impartidos y le agradezco a Dios por la vida, por permitirme tener una familia y disfrutar de ella, gracias por el apoyo incondicional que me han brindado y estar junto a mí en este proceso, no ha sido sencillo el camino, pero gracias a su amor, lo complicado de lograr esta meta hoy se ve plasmado.

Celena Mireya Ortega Acosta

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Título: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PAPAS CHINAS PROCESADAS DE FORMA ARTESANAL”

Autor: Celena Mireya Ortega Acosta

Tutor: Lic. Angelita Azucena Falconí. MBA

RESUMEN

Esta investigación plantea como objetivo elaborar un proyecto de emprendimiento para la creación de una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de snacks de papa china, en Latacunga – Cotopaxi, Ecuador. Para la ejecución de este trabajo, en primera instancia se identificó el diagnóstico de la problemática a través de la realización de un análisis crítico; se respaldó la fundamentación teórica a través de fuentes bibliográficas; las técnicas e instrumentos utilizados para obtener información importante que contribuya a determinar y justificar el problema de investigación fue la encuesta. El enfoque utilizado para el desarrollo de este proyecto fue cuantitativo-descriptivo, ya que los análisis más relevantes como el estudio financiero se hace estudiando los montos que incurren en las actividades económicas de la empresa, como son la inversión inicial, el presupuesto de costos, entre otros.

La propuesta de solución para obtener el resultado en cuanto a la ejecución del proyecto se realizó a través de un estudio de mercado, de donde se obtuvo que el 98,5% de la población estaría dispuesta a adquirir el snack de papa china; la inversión inicial es de \$ 46.369,57, monto que será cubierto 50% bajo préstamo bancario y 50% bajo financiación propia.

Mediante el estudio económico y financiero, se obtuvo un VAN positivo, con un valor de \$26,672.02 y el TIR también fue favorable con un valor de 46%; por otro lado, el costo beneficio nos dio un valor de 1,14, lo que significa que por cada dólar que la empresa invierte, gana 14 centavos; este proceso de planificación nos da a entender que la idea de negocio es factible y rentable.

Palabras Clave: Emprendimiento, Papas Chinas, emprendedor.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Title: “BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A MICRO-ENTERPRISE OF PAPAS CHINAS PROCESSED IN AN ARTISAN WAY”

Author: Celena Mireya Ortega Acosta
Tutor: Lic. Angelita Azucena Falconí.MBA

ABSTRACT

This research aims to develop an entrepreneurship project for the creation of a company dedicated to the production and commercialization of Papa China snacks in Latacunga – Cotopaxi, Ecuador. To carry out this work, the first step was identify the diagnosis of the problem through a critical analysis; the theoretical foundation was supported by bibliographic sources, and surveys were used as techniques and instruments to gather essential information contributing to the determination and justification of the research problem. The approach used for the development of this project was quantitative-descriptive, focusing on relevant analyses such as financial study by examining the amounts involved in the economic activities of the company, such as the initial investment, cost budget, among others. The proposed solution to achieve the result as soon as project's execution was carried out through a market study, revealing that 98.5% of the population would be willing to purchase the Papa China snack. The initial investment is \$46,369.57, with 50% covered by a bank loan and 50% through self-financing. Through economic and financial analysis, a positive Net Present Value (NPV) of \$26,672.02 was obtained, and the Internal Rate of Return (IRR) was favorable at 46%. Additionally, the cost-benefit ratio was 1.14, indicating that for every dollar invested, the company earns 14 cents. This planning process suggests that the business idea is feasible and profitable.

Keywords: Entrepreneurship, papas chinas, entrepreneur.

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi; en forma legal **CERTIFICO** que:

La traducción del resumen al idioma inglés del proyecto de emprendimiento cuyo título versa: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DE PAPAS CHINAS PROCESADAS DE FORMA ARTESANAL”** presentado por: **Ortega Acosta Celena Mireya**, egresada de la Carrera de: **Administración de empresas**, perteneciente a la **Facultad de Ciencias Administrativas y económicas** lo realizó bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a la peticionaria hacer uso del presente aval para los fines académicos legales.

Latacunga, Febrero 27 del 2024

Atentamente,



MSc. Eduardo Vladimir Sandoval Vizuet
DOCENTE CENTRO DE IDIOMAS-UTC
CI: 0502104221-9

ÍNDICES GENERAL

DECLARACION DE AUTORIA.....	¡Error! Marcador no definido.
AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT.....	viii
ÍNDICES GENERAL	x
ÍNDICES DE TABLAS	xiii
ÍNDICES DE ILUSTRACIONES	xv
INFORMACIÓN GENERAL	1
CAPITULO I	¡Error! Marcador no definido.
MARCO TEÓRICO.....	4
ANTECEDENTES	4
BASES TEÓRICAS.....	7
TÉCNICAS	8
CAPÍTULO II.....	22
ESTUDIO DE MERCADO.....	22

Población.....	22
Instrumento	24
ANÁLISIS DE LA DEMANDA	34
ANÁLISIS DE LA OFERTA	36
DEMANDA INSATISFECHA.....	37
Análisis FODA.....	37
CAPITULO III.....	39
ESTUDIO TECNICO	39
TAMAÑO DEL PROYECTO	39
MACRO LOCALIZACIÓN	41
MICRO LOCALIZACIÓN.....	42
PROPUESTA DE VALOR.....	43
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	44
INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	45
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	50
CAPÍTULO IV.....	55
ESTUDIO FINANCIERO	55
Plan financiero	55
Presupuesto de Ventas	55
Inversión y capital de trabajo.....	56
Capital de trabajo.....	59

Plan de financiamiento.....	65
Tabla de amortización.....	65
Estado de situación Inicial	¡Error! Marcador no definido.
Valor Actual VA.....	70
Tasa Interna de Retorno TIR.....	70
Valor Actual Neto y Tasa Interno de Retorno	71
Tasa interna de retorno TIR	71
Relación beneficio costo RBC	72
Estado de pérdidas y ganancias.....	73
CONCLUSIONES	75
RECOMENDACIONES.....	76
ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICES DE TABLAS

Tabla 1	Segmentación por edades población Latacunga	22
Tabla 2	Demanda	35
Tabla 3	Proyección de la demanda (Kg).....	36
Tabla 4	Proyección de la oferta (Kg).....	36
Tabla 5	<i>Demanda Insatisfecha</i>	37
Tabla 6	Análisis FODA.....	37
Tabla 7	Características de la Bascula.....	45
Tabla 8	Características de la Máquina Lavadora	45
Tabla 9	Características de la Máquina peladora	46
Tabla 10	Características de la maquina Cortadora.....	46
Tabla 11	Características de la Maquina Freidora.....	46
Tabla 12	Características de Maquina Sazonadora	47
Tabla 13	Características de Maquina Empacadora	47
Tabla 14	Tiempos de cada actividad.....	47
Tabla 16	Presupuesto de Ventas	55
Tabla 17	Presupuesto en ventas en dólares	55
Tabla 18	Propiedad, Planta y Equipo.....	56
Tabla 19	Depreciación de los Activos Fijos	57
Tabla 20	Activos fijos intangibles	58
Tabla 21	Amortización activos intangibles.....	58
Tabla 22	Capital de Trabajo.....	59
Tabla 23	Gastos Administrativos	61
Tabla 24	Gastos de Ventas.....	62
Tabla 25	Materia Prima directa.....	63

Tabla 26	Mano de Obra Directa.....	63
Tabla 27	Costos Indirectos de Fabricación	63
Tabla 28	Inversión Inicial	64
Tabla 29	Fuentes de Financiamiento	65
Tabla 30	Capital propio.....	65
Tabla 31	Datos del préstamo bancario.....	65
Tabla 32	Tabla de Amortización.....	66
Tabla 33	Presupuesto de unidades producidas.....	66
Tabla 34	Flujo de efectivo proyectado.....	68
Tabla 35	Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno	71
Tabla 36	Relación Beneficio Costo	72
Tabla 37	Tiempo de recuperación.....	72

ÍNDICES DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1	Símbolos del Flujograma	18
Ilustración 2	Terreno donde se ubicará la empresa	42
Ilustración 3	Modelo Canvas.....	43
Ilustración 4	Estructura organizacional.....	44
Ilustración 5	Distribución de la planta	48
Ilustración 6	Capacidad instalada en la empresa.....	49
Ilustración 7	Presentación de las papas artesanales.....	51
Ilustración 8	Diagrama de operaciones de la empresa Chinacks	51
Ilustración 9	Flujograma del proceso de entrega de la empresa Chinacks.....	53
Ilustración 10	Organigrama de la empresa Chinacks.....	54

ÍNDICES DE FIGURAS

Figura 1	Frecuencia consumo de snacks.....	25
Figura 2	Cantidad de snacks consume semanalmente.....	25
Figura 3	Marcas de snacks.....	27
Figura 4	Beneficios papas Chinas.....	27
Figura 5	Papas Chinas.....	29
Figura 6	Personas dispuestas a consumir snack de papas Chinas.....	29
Figura 7	Presentación del producto	30
Figura 8	Costo snack presentación de 50gr	31
Figura 9	Adquisición snack papas Chinas	32
Figura 10	Empaque amigable con el medio ambiente.....	33
Figura 11	Snack saludable para los niños de las escuelas	34

INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto:

“Plan de negocios para la creación de una microempresa de papas chinas procesadas de forma artesanal”

Fecha de inicio:

10 de abril del 2023.

Fecha de finalización:

Febrero 2024

Lugar de ejecución:

Eloy Alfaro-San Felipe- Cantón Latacunga-Provincia Cotopaxi

Facultad que auspicia

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Carrera que auspicia:

Licenciatura en Administración de Empresas

Proyecto de investigación generativo vinculado (si corresponde):

No aplica

Grupo de Investigación:

Ortega Acosta Celena Mireya

Equipo de Trabajo:

INTEGRANTES	N° DE CÉDULA
Autor/a: Ortega Acosta Celena Mireya	050380132-6
Tutor: Lic. Angelita Azucena Falconí.MBA	050203767-4

Área de Conocimiento:

Emprendimiento

Línea de investigación:

Administración y economía para el Desarrollo Humano y Social.

Sub líneas de investigación de la Carrera (si corresponde):

Estrategias Administrativas, Productividad y Emprendimiento.

Título

Plan de negocios para la creación de una microempresa de papas chinas procesadas de forma artesanal.

Idea de negocio

La idea de negocio está basada en el snack a base de papas chinas que es nuevo en el Cantón Latacunga, esto con la finalidad de crear una empresa que produzca una alternativa de snacks diferentes para los posibles clientes con gustos gastronómicos únicos y por ende retribuiremos a los productores con un precio justo por la papa china.

En Ecuador la mayor parte de snacks son a base de plátano verde, yuca, papa e incluso camote, los cuales se encuentran ubicados en diferentes zonas de la sierra, mientras que el snack de papas chinas es innovador y novedoso en Latacunga.

Planteamiento del Problema

Actualmente, existe una demanda creciente de opciones saludables y auténticas en el mercado de alimentos procesados y snacks. En este contexto, identificamos una oportunidad estratégica para crear una microempresa dedicada a la producción artesanal de papas chinas, un snack que tradicionalmente se consume y aprecia por su sabor único.

Razón por la cual la empresa Chinacks quiere concientizar sobre la importancia de un estilo de vida saludable y el uso de alimentos naturales sin aditivos químicos en nuestro País ya que se ha creado una necesidad específica que no es plenamente satisfecha con los productos actualmente en el mercado. El problema se agrava al observar la presencia predominante de productos industrializados en el mercado, lo que a menudo lleva a la pérdida de la autenticidad y calidad asociada con la preparación artesanal. Esta ausencia de opciones artesanales de papas chinas no solo limita las elecciones para los consumidores, sino que también deja sin satisfacer la demanda de productos auténticos y sabores únicos que caracterizan la gastronomía artesanal.

Este plan de negocios busca abordar estas problemáticas, identificando oportunidades para el crecimiento sostenible de la microempresa, el establecimiento de una marca reconocida y la captación de un segmento de mercado ávido de opciones de calidad en el sector de snacks procesados para la provincia de Cotopaxi, sin embargo, la industria alimentaria ha sido un motor crucial para el desarrollo económico. Sin embargo, a pesar de la diversidad culinaria de la región, se identifica una brecha en la oferta de productos procesados que reflejen la autenticidad y singularidad de la cocina local. Esta brecha se vuelve particularmente evidente

al considerar la ausencia de opciones de papas chinas procesadas de forma artesanal, un producto que desea lograr tradición e innovación.

En el cantón Latacunga se observa una carencia significativa en la oferta de productos alimentarios específicamente en el ámbito de snacks artesanales. A pesar de la diversidad gastronómica de la zona, no existen empresas dedicadas a la producción de papas chinas procesadas de forma artesanal. Esto representa una oportunidad de negocio dado que un producto artesanal y de buena calidad o en este caso sabor, llamara la atención de la gente del cantón.

Formulación del problema

¿Cuáles son los indicadores que determinan la factibilidad en la creación de una microempresa dedicada al procesamiento de papas chinas de forma artesanal?

Objetivos de la investigación

Objetivo general

Elaborar un plan de negocios para la creación de una microempresa de papas chinas procesadas de forma artesanal.

Objetivos Específicos

- Identificar el público objetivo local para las papas chinas procesadas segmentando y analizando las preferencias de los consumidores, la demanda y la competencia.
- Evaluar la viabilidad técnica de la idea de negocio y considerar aspectos prácticos relacionados con la elaboración, la tecnología, los recursos humanos y los procesos operativos.
- Elaborar un plan financiero detallado que incluya proyecciones de ingresos y egresos, análisis de rentabilidad, viabilidad financiera de la microempresa durante los primeros años de operación.

CAPITULO I MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

ANTECEDENTES

Según Villarreal (2007), el estudio de factibilidad para la elaboración de papa china, determina la viabilidad de la puesta en marcha de una microempresa de elaboración de papas pre-frita identifica la producción en nuestro país del tubérculo. Posteriormente, este proyecto analiza quienes son los mejores proveedores disponibles y los potenciales clientes de la papas pre-frita congelada, finalmente el proyecto le da a usted una herramienta para implementar este negocio. En Ecuador la industria de papas tiene aproximadamente 87,299 agricultores, quienes producen 364,000 toneladas métricas de papas por año en 65,000 ha. Un alto porcentaje de esta producción es vendido en fresco sin un proceso industrial de por medio, esa es la razón por la que el país importó 5,480 toneladas métricas en el 2006 para satisfacer las necesidades del mercado. En la actualidad, la demanda de papas pre- frita congelada está incrementándose conforme al cambio de hábitos en los consumidores. Debido a que, el número de restaurantes de comida rápida incrementa todo el tiempo para dar a sus clientes una nueva opción de comida. El estudio muestra que si se realiza una inversión adecuada se pueden obtener buenas utilidades expresadas, en un valor actual neto (VAN) de \$261,719.45 una tasa interna de retorno (TIR) igual a 32.36% y un costo beneficio de \$1.54, esto hace atractiva la inversión en el proyecto.

El proyecto realizado por Jaramillo et al. (2015) tiene la finalidad de demostrar que es viable establecer una empresa en el Ecuador que aporte al cambio de la matriz productiva a través de la producción y venta de un snack saludable a base de malanga llamado Green Chip, para un segmento de la población que prefiere alimentos sanos y que no engorde.

La comercialización se la realizará por medio de distribuidores los cuales tienen la experiencia y los medios para llegar a los consumidores finales para alcanzar una cobertura de mercado de por lo menos el 3% de la población ecuatoriana, lo cual corresponde a ventas anuales de \$8.9 millones de dólares. Por medio de estrategias comerciales, se buscará posicionar el producto en la mente del consumidor para alcanzar los niveles de ventas necesarios que garanticen la rentabilidad de la empresa. Adicionalmente, la empresa logrará alcanzar ventajas competitivas en la industria a través de su personal altamente capacitado y su modelo de operación de la planta que permitirá tener un producto de calidad cumpliendo con las necesidades de nuestros consumidores. Finalmente, el análisis financiero del proyecto

muestra que la empresa podrá alcanzar la rentabilidad esperada por los accionistas con un valor actual neto de \$302.220 dólares y una tasa interna de retorno del 30% lo cual asegura la inversión de cada uno de los socios de Green Chip.

De acuerdo a la investigación realizada por Zapata et al. (2013): “Estudio de la producción y comercialización de la malanga: estrategias de incentivos para la producción en el país y consumo en la ciudad de Guayaquil”. El presente estudio permitirá conocer estrategias de incentivo a la producción de cultivos de malanga en el Ecuador para el desarrollo de un mercado de consumo en la ciudad de Guayaquil. El problema radica en la falta de un estudio de inclusión de la malanga en la producción nacional sumado a la falta de estrategias para promover los usos y beneficios de la malanga como producto agrícola de alto valor nutritivo que logren un posicionamiento en el mercado.

El objetivo de esta investigación será establecer los factores determinantes que generen un aumento de la producción de la malanga en el país; e identificar las oportunidades que impulsen el consumo en Guayaquil. Este estudio se apoyará en la entrevista a expertos en el sector agrario y mercadeo; además se realizarán encuestas dirigidas a productores y al mercado objetivo. Se propone establecer un programa nacional para el desarrollo de la malanga como alternativa para complementar la seguridad alimentaria en el Ecuador. Los beneficiarios serán los productores agrícolas quienes serán los promotores de la masificación de este cultivo en el país y a su vez obtendrán ingresos rentables por los cultivos, comerciantes quienes tendrán un margen de ganancia en la comercialización y distribución de este producto en el mercado, el consumidor final que se beneficiará del valor nutritivo que ofrece el producto y el estado ya que tendrá un ahorro significativo en gastos de salud de la población.

Con las investigaciones realizadas de otros autores se determina que en la totalidad de ellos son productos viables y rentables debido a que muchos productos derivados de la papa china son consumidos en gran cantidad, además cabe decir que cuenta con un alto contenido de vitaminas y minerales. Los consumidores se inclinan por productos saludables, lo que impulsa a la innovación, ya que creando un producto que satisfaga las necesidades a la población, traerá consigo rentabilidad para todos.

Miranda (2011), presentó un estudio de factibilidad de una microempresa productora de snacks de papa china para ayudar en el progreso empresarial de la ciudad de Manta, Provincia de Manabí, constituyó el objetivo general del presente trabajo investigativo, el mismo que fue desarrollado utilizando el método deductivo y descriptivo, ya que se utilizó la técnica de recolección de datos de fuentes primarias como la encuesta dirigida a la población

cuyas edades oscilan entre 15 y 34 años, debido al tamaño de la población se determinó una muestra de 95 personas.

A través del estudio de mercado se evidenció que existe una demanda insatisfecha en la ciudad de Manta de 1438250 fundas de snack de papa en presentaciones pequeñas de 25, 35 y 50 g. Por medio del estudio técnico se estableció que existe una capacidad de planta de 342000 fundas de snack de papa china de 50g lo que corresponde al 24% de demanda insatisfecha. Para la ejecución del presente trabajo investigativo se demanda una inversión de \$20115,86, la cual estará financiada en un 75% por capital propio y el restante 25% se financiará con un préstamo al CFN con una tasa de interés del 11,5%. Se determinó que la microempresa al final del primer año de operación tendrá una utilidad neta de \$19050,49 y un flujo de caja de \$35.425,85. Considerando el total de la inversión el valor actual neto es positivo, lo que significa que deducido el flujo neto con una tasa de interés del 4%, generará un excedente de \$ 83.724,49, por lo tanto, de acuerdo a esta variable se determina que el proyecto es viable y se acepta. La Tasa Interna de Retorno es de 109,12%, por lo tanto, de acuerdo a los criterios de valoración el proyecto es factible ya que la tasa es atractiva para un proyecto de inversión, por lo cual se puede concluir que el proyecto se puede ejecutar.

Según Miranda, manifiesta que la factibilidad de una microempresa productora de snacks ayuda al progreso empresarial de la ciudad, en este caso si elaboramos de igual manera un estudio de factibilidad, vamos ayudar con el progreso del Cantón Latacunga.

Marcillo (2012) manifiesta que este plan de negocios es de importancia, ya que en su desarrollo se constituirá una microempresa productora y comercializadora de papas fritas artesanales, que cumpla con todos los estándares de calidad, materias primas adecuadas y las maquinarias necesarias para la elaboración del producto, para brindar un producto de calidad al alcance del consumidor. “SNACK’S DEL VALLE” requiere una inversión total de usd 24.021,06 para el proyecto, valor que comprende inversión fija, diferida y capital de trabajo, que será financiado por capital propio el 86,82% y por recursos ajenos el 13,18%.

la producción y ventas estimadas para el primer año es de 365.399 fundas de 40 gramos con un costo total de \$ 54.925,68 que equivale al costo de \$ 0,15 centavos cada funda, el margen de utilidad establecido es del 25% lo cual nos da una utilidad neta de \$ 8.753,78. Los resultados del estudio de evaluación financiera arrojan cifras positivas con un TIR del 95% y un VAN de 147.127, 94 USD lo que demuestra su viabilidad. La microempresa trata de ajustar su precio muy cerca del costo, intentando compensar con su volumen de producción y ventas.

En el estudio anterior de Marcillo, manifiesta que un plan de negocios es de gran importancia, ya que el desarrollo de una microempresa que produce y comercializa su producto,

debe de cumplir con altos estándares de calidad, materias primas y maquinarias necesarias para su producción. Por lo cual, si nuestra microempresa cumple con estos aspectos fundamentales, nuestro producto va a tener acogida dentro del mercado que cada vez es más creciente, estableciendo un precio que ayude a compensar el costo de producción.

BASES TEÓRICAS

Emprendimiento

“El emprendimiento es el proceso de actuar sobre oportunidades inadvertidas, para crear un nuevo proceso o producto, que es importante para el crecimiento y desarrollo de cualquier economía contemporánea y además es vista como el motor del crecimiento económico y una fuerza impulsora para la descentralización y reestructuración económica” (Valdiviezo, 2020, p. 709).

Para el desarrollo de un emprendimiento se necesita tener conocimiento de ciertos factores tanto internos como externos, lo cual nos permite tener una idea más clara sobre las posibilidades para llevar a cabo la planificación correspondiente.

Emprendedor

“El emprendedor se entiende como el individuo que desarrolla la capacidad para poner en marcha oportunidades a partir de ideas básicas, innova a partir de este proceso y sortea los entornos hasta conseguir el objetivo que da origen a su motivación” (Max, 2017, p. 18)

La responsabilidad del emprendedor durante todo el transcurso del proyecto es indispensable ya que será el quién tomará las decisiones importantes y también será la persona encargada de controlar que el proyecto se desarrolle de la manera más efectiva y así poder lograr que la empresa surja.

Estudio de Mercado

“Un estudio de mercado es el conjunto de acciones que realiza una organización para conocer la demanda y la oferta existente en el mercado. Es decir, cuáles son las necesidades del público objetivo y cómo son satisfechas por parte de nuestra competencia” (Silva, 2023, p. 1)

El estudio de mercado para la creación de una empresa nos proporciona información clave que permite tomar decisiones informadas, reducir riesgos y aumentar las posibilidades de éxito al crear y gestionar la empresa, para ello también es indispensable recopilar y analizar información relevante.

Elementos del estudio de mercado

Existen tres tipos de estudios de mercado que puedes elegir, según sea su necesidad:

- a. **Exploratoria:** Este nivel de investigación se utiliza para explorar un tema o problema en particular cuando hay poca información disponible o se necesita una comprensión inicial. En el contexto de snacks, podría implicar investigar tendencias emergentes en el mercado, probar conceptos innovadores de productos o comprender las preferencias generales de los consumidores.
- b. **Descriptiva:** La investigación descriptiva se enfoca en describir características o fenómenos específicos en detalle. Por ejemplo, podría implicar la recopilación de datos sobre los hábitos de consumo de snacks en una región determinada, identificando preferencias de sabor, tamaño de porción preferido, entre otros aspectos relevantes.
- c. **Explicativa:** Este nivel busca comprender las relaciones causales entre diferentes variables. En el contexto de un negocio de snacks, podría investigar por qué ciertos tipos de snacks son más populares en ciertos grupos demográficos, o cómo ciertas estrategias de marketing influyen en las decisiones de compra de los consumidores.

TÉCNICAS

Es una técnica para obtener datos que consisten en obtener testimonios mediante un formulario de preguntas que lo hace el encuestador a la persona interesada; se realiza con el fin de obtener información pertinente.

Para la presente investigación se encuestará a los habitantes del Cantón Latacunga de la Provincia de Cotopaxi, al sector urbano, cabe señalar que este producto, las papas chinas no son muy conocidas en el cantón por lo que será necesario enfocarnos en instituciones educativas para poder dar información pertinente sobre el producto.

Población

Según Arias (2006), define población como un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para las cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación.

La población proporciona la base para la selección de muestras y resultados para la comprensión de problemas sociales o necesidades específicas y con eso poder realizar análisis pertinentes sobre un proyecto a realizar, de acuerdo a la opinión de la población objetivo.

Muestra

Rojas (2017), define la muestra como el conjunto de operaciones que se realizan para estudiar la distribución de determinados caracteres en totalidad de una población universo o colectivo partiendo de la observación de una fracción de la población considerada.

La muestra es esencial para obtener información representativa, eficiente y precisa sobre la población objetivo, también facilita la toma de decisiones informadas en marketing, desarrollo de productos y estrategias comerciales, es muy importante contar con una muestra para lograr una validez y generalización de los resultados a realizarse.

Demanda y Oferta

Según Andia (2011), la demanda se realiza considerando la cantidad de la población objetivo y sus necesidades en un horizonte de tiempo y la oferta es la capacidad de servicio existente y está relacionado al problema identificado, expresada en la misma unidad de medida que la demanda.

La demanda y oferta influyen en la toma de decisiones de productores y consumidores, determinan precios, así como también recursos de manera eficiente y son cruciales para la planificación y la formulación de políticas económicas, con esto podemos conocer los aspectos clave de recursos en la economía de mercado al que se vaya a enfocar.

Principio del formulario

Demanda Potencial insatisfecha

“Es aquella en donde parte de una población o un conjunto de instituciones no reciben el servicio y/o producto que requieren, por lo tanto, la demanda es mayor que la oferta. El proyecto cubrirá una porción o la totalidad de la brecha identificada” (Andina, 2011, p. 69).

La demanda potencial insatisfecha son aspectos críticos para las empresas y emprendedores, pueden representar oportunidades de mercado para desarrollar nuevos productos, ajustar estrategias de precios, mejorar la distribución o implementar campañas de marketing dirigidas a segmentos específicos de la población.

Plan de Negocio

“Un Plan de Negocios también puede verse como el documento en el que se identifican claramente los objetivos de la empresa, las rutas a seguir para alcanzar los objetivos, los obstáculos que se enfrentarán en el camino, las herramientas que utilizarán el empresario para superar los obstáculos y los mecanismos para medir el avance del proceso. De tal manera que un plan de negocios es un instrumento que nos permite llevar a cabo o capitalizar la idea del proyecto” (Castelán & Oros, p. 7).

Como investigadora de este proyecto considero que el propósito de un plan de negocio es proporcionar un documento fundamentado para el desarrollo y gestión del negocio, así como también describir de una forma adecuada la misión, visión y objetivos que son muy fundamentales para la creación de una microempresa.

Importancia del plan de Negocios

“El plan de negocios es una herramienta básica para darle consistencia y dirección a la empresa, además que ayuda a enfocarla a fin de alcanzar los objetivos, asegurando los intereses de la empresa” (Castelán & Oros, p. 7). Permite organizar los recursos y las tareas que logran la excelencia y crecimiento de la empresa. Para ser más precisos un plan de negocios sirve para:

Considero que un plan de negocios es esencial para la gestión estratégica, la toma de decisiones informadas, la atracción de inversores y el éxito a largo plazo de una empresa, así como también el enfoque de estrategias de la misma.

- Definir el producto o servicio que se pretende comercializar.
- Analizar el capital que se requiere para cada fase del proyecto.
- Permite conocer la visión del proyecto de inversión.
- Especificar la estructura física y humana.
- Estudiar el mercado de interés.
- Estudiar estrategias de comercialización y los canales de distribución.
- Analizar el tiempo requerido para empezar a generar ingresos
- Analizar las formas de obtener el financiamiento más conveniente
- Buscar una asociación con inversionistas importantes
- Enfrentar los problemas que se nos pueden presentar en un futuro y de esta manera poderse adaptar con facilidad a los cambios sin que afecte demasiado.
- Para demostrar que el proyecto es viable.

Tipos del Plan de Negocios

a. Por enfoque

Según Lenis (2021), “los tipos de planes de negocios más usuales, los hemos dividido por enfoque (estratégico u operativo), por extensión (breve o estándar) y por los objetivos que

tienen (mostrar factibilidad, enfrentarse a nuevos escenarios o prepararse para el crecimiento empresarial).”

Es indispensable contar en el emprendimiento con distintos tipos de enfoque dado que nos ayudan analizar de una perspectiva diferente.

b. Estratégico

El plan de negocios estratégico tiene como fin mostrar la visión del emprendedor o emprendedora, para así hablar de la rentabilidad del proyecto e inspirar confianza a los posibles inversores. Por lo regular, delinea el proyecto a largo plazo, en vez de enfocarse en un año o un periodo mediano.

Características de un plan de negocios estratégico:

- Parte de ciertas metas a largo plazo.
- Utiliza los objetivos a corto plazo y medibles como una forma de cumplir la visión del emprendedor o grupo de emprendedores.
- Tiene como fin inspirar y mover a los inversionistas para que apuesten por un proyecto.
- Son aptos tanto para pequeñas empresas como startups con un alto nivel de financiamiento. Lo relevante es tener una misión empresarial de altos estándares y saber cómo traducirla a la práctica.
- Por lo regular, tiene un formato extenso que delinea las estrategias y tácticas principales a seguir.
- Cuando usar un plan de negocios estratégico:
- Cuando tu enfoque está en mostrar la visión de negocio que tienes y lo que harás para lograrla, por medio de metas a largo plazo y objetivos medibles.

c. Operativo

Un plan de negocios operativo tiene su enfoque en la viabilidad de las operaciones y cómo deben organizarse conforme con un objetivo, casi siempre financiero. La importancia de este plan de negocios es que permite a las compañías con trayectoria asentar sus prácticas y delimitar las responsabilidades.

También es apto para los negocios que están en un balance financiero adecuado y que buscan crecer de una forma discreta, pero sostenida.

Características de un plan de negocios operativo:

- Delimita los objetivos generales y por área a seguir dentro de un periodo corto o mediano.
- Genera el énfasis en los indicadores a monitorizar y los responsables de que se alcancen los objetivos.
- Proyecta los recursos financieros, tecnológicos y humanos de una forma precisa.
- Define las fases de cumplimiento y las operaciones involucradas en cada una.
- Sirve sobre todo a nivel interno y para las partes interesadas.
- Cuando usar un plan de negocios operativo:
- Cuando tengas un negocio establecido que busque su rentabilidad por medio de operaciones bien definidas. Asimismo, al inicio de un proyecto que tenga un enfoque en los objetivos financieros y cómo alcanzarlos.

Tipos de planes de negocios por extensión

a. De una página

Un buen ejercicio es realizar un plan de negocios de una página, en tanto que está pensando para presentarlo ante un grupo de inversionistas y convencerlos en unos pocos minutos. Este tipo de plan ayuda a encontrar lo más relevante de la idea de negocio y debe ser lo suficientemente conciso e impactante.

Características de un plan de negocios de una página:

- Es muy breve y menciona solo los puntos clave del plan.
- Es útil para emocionar a la audiencia y motivarla a ser partícipe de un proyecto.
- Requiere añadir detalles acerca de la inversión inicial y proyección de rendimientos para que la visión de negocio no se quede en el aire.
- Puede ser presentado como un resumen ejecutivo (como la parte inicial de un plan más extenso).
- Cuando usar un plan de negocios de una página:
- Cuando debes presentar tu idea de negocio ante una audiencia exigente y ocupada, que necesita saber en unas cuántas líneas por qué debería arriesgar sus recursos en lo que ofreces.

b. Estándar

Un plan de negocios estándar presenta de forma más extensa sus elementos. Por lo regular, su estructura contiene la definición del negocio, análisis de inversiones, organización, recomendaciones y más elementos.

Características de un plan de negocios estándar:

- Incluye todo lo necesario para comprender de un vistazo la meta a largo plazo de negocio y cómo se relaciona con ciertos objetivos.
- Ayuda a las personas interesadas a sumergirse en el análisis, ya sea de los recursos financieros, recursos humanos, mercado, demanda o de otros aspectos.
- Muestra a fondo la viabilidad del proyecto.
- Pone el negocio en el contexto de su público y las características de la competencia.
- Permite a los inversionistas más técnicos entender el trasfondo de la visión estratégica.
- Cuando usar un plan de negocios estándar:
- Prácticamente, siempre. Más allá del enfoque que tenga tu plan, es necesario que realices un análisis exhaustivo que muestre los objetivos del negocio, las proyecciones financieras y las maneras en que lograrás poner en marcha sus componentes. Incluso si conquistas a las y los inversionistas con una presentación breve, este documento te servirá como referencia para tus estrategias y también para mejorarlas en el futuro.

Tipos de planes de negocio por objetivo

c. Factibilidad

Un plan de negocios de factibilidad está enfocado en el mercado, posible demanda y rentabilidad futura. Por lo regular, es utilizado por startups que buscan una amplia inversión inicial, con la promesa de llevar un producto innovador al mercado.

Características de un plan de negocios de factibilidad:

- Incluye un análisis de mercado preciso para responder la pregunta: ¿quién comprará esta solución?
- Delinea claramente las características del mercado en el que se pretender ingresar y las posibilidades de éxito.
- Muestra cuándo y cómo se alcanzarán los objetivos financieros.
- Se trata de planes altamente técnicos que requieren de la intervención de

analistas financieros internos e incluso de revisores externos.

Cuando usar un plan de negocios de factibilidad: Cuando tengas una idea de negocio innovadora que pueda atraer a personas con una alta capacidad de inversión. No solo deberás vender tu producto, sino mostrar quiénes serán tus compradores y qué tan rentable será esta base para lograr los mayores márgenes de rentabilidad.

d. Escenarios posibles

Un plan de negocios de escenarios posibles, también conocido como what-if tiene por objetivo mostrar cuáles son las probabilidades y riesgos de un negocio.

Características de un plan de negocios de escenarios posibles:

Muestra dos o tres escenarios posibles derivados de una decisión de negocio: cambiar el giro principal, añadir una línea de productos original, generar una alianza estratégica a largo plazo. Tiene como fin mostrar los niveles de riesgo y, en ocasiones, alentar a las partes interesadas a hacer movimientos empresariales menos discretos de lo usual, pero que pueden representar altas ganancias.

Ayuda en los casos en que un negocio no tiene buenos pronósticos en sus circunstancias actuales y debe arriesgarse para mantenerse a flote. Cuando usar un plan de negocios de escenarios posibles: Úsalo si tu negocio está pasando por un momento delicado y se encuentra en un entorno cambiante, en tanto que te dará la pauta para correr más riesgos, con el objetivo de que la empresa se mantenga a flote e incluso pueda crecer. También es apropiado para emprendedores intrépidos que buscan renovar sus compañías de una forma poco previsible o por medio de adquisiciones o fusiones de alta inversión y riesgo.

e. Crecimiento

El plan de negocios de crecimiento tiene como objetivo principal mostrar las oportunidades de un negocio si recibe el financiamiento necesario o si obtiene una alianza adecuada. Debe ser tentador para los interlocutores al mostrar qué ganarían al apostar al crecimiento de una empresa ya establecida.

Características de un plan de negocios de crecimiento:

- Muestra proyecciones financieras sólidas con base en diversos niveles de financiamiento.
- Pone el relieve en el valor de la empresa dentro de una asociación o fusión, en caso de que sea una posibilidad.
- Define qué tipo de recursos se necesitan en cada área estratégica.

- Habla de forma precisa acerca del marketing o publicidad que aumentará el reconocimiento de la empresa

Etapa del Plan de negocios

Según (Quezada, 2013) las etapas de un plan de negocios son las siguientes:

- **Resumen ejecutivo:** Un plan de negocios comienza con un resumen ejecutivo típicamente de unos tres o cuatro párrafos con información básica del negocio, incluyendo qué tipo de productos o servicios vende, el estado del rubro al que pertenece y los planes a futuro.
- **Descripción de la empresa:** Esta sección describe el objetivo del negocio y explora en mayor detalle sus elementos, incluyendo el concepto, la demanda por los productos y servicios en venta, los clientes y las ventajas competitivas, como puede ser su ubicación.
- **Análisis del mercado y competencia:** Se puede describir, por ejemplo, el perfil de los clientes (trabajadores de oficinas y residentes) y proveer una breve descripción sobre el área donde estará ubicado en el negocio, además hacer un estilo sobre nuestros posibles competidores.
- **Organización de la empresa:** Aquí se explica cómo está organizada la empresa, quien forma parte del negocio y en pocas palabras, las funciones del personal.
- **Descripción de productos y servicios:** Esta sección es para explicar con mayor detenimiento los productos y servicios de la empresa.
- **Plan de mercadeo:** Esta es una buena oportunidad para detallar como se dan a conocer los productos y servicios a los clientes.
- **Finanzas y proyecciones:** El propósito de esta sección es proveer información financiera sobre la empresa, como proyecciones de ventas en un periodo de tiempo, incluyendo a corto y largo plazo.

Estudio Técnico

El estudio técnico es una fase crucial en la planificación y evaluación de proyectos, especialmente en el ámbito empresarial o de inversión. Este estudio se centra en aspectos relacionados con la viabilidad técnica de llevar a cabo un proyecto específico. A continuación, te proporcionaré una descripción general de los elementos comunes incluidos en un estudio técnico:

- **Localización del Proyecto:** Se evalúa la ubicación geográfica más adecuada para llevar a cabo el proyecto, considerando factores como la accesibilidad, disponibilidad de

recursos, infraestructuras existentes, entre otros.

- **Tamaño y Capacidad del Proyecto:** Se determina el tamaño óptimo del proyecto y su capacidad de producción. Esto implica evaluar la demanda del mercado y ajustar la escala del proyecto en consecuencia.
- **Tecnología y Proceso de Producción:** Se describen las tecnologías y los procesos que se utilizarán en la ejecución del proyecto. Esto incluye la selección de maquinaria, equipos, y métodos de producción.
- **Requerimientos de Recursos:** Se identifican y cuantifican los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto, como materias primas, mano de obra, energía, agua, etc.
- **Costos de Producción:** Se estiman los costos asociados con la producción, incluyendo costos fijos y variables. Esto ayuda a determinar la viabilidad económica del proyecto.
- **Programa de Ejecución:** Se establece un cronograma detallado que indica las fases y los plazos para la ejecución del proyecto. Esto ayuda a planificar adecuadamente los recursos y garantizar un flujo de trabajo eficiente.
- **Análisis de Riesgos Técnicos:** Se identifican y evalúan los posibles riesgos técnicos que podrían surgir durante la implementación del proyecto y se proponen estrategias para mitigarlos.
- **Normativas y Regulaciones:** Se investigan y tienen en cuenta las regulaciones y normativas aplicables al proyecto, asegurándose de que cumpla con los estándares y requisitos legales.

En resumen, el estudio técnico proporciona una visión detallada de la factibilidad técnica de un proyecto, ayudando a los inversionistas y planificadores a comprender mejor los aspectos prácticos y operativos antes de tomar decisiones importantes.

Tamaño y localización

El tamaño y la localización de un proyecto deben seleccionarse cuidadosamente para maximizar su viabilidad y éxito. Ambos aspectos están interrelacionados y deben ser evaluados en conjunto para lograr un equilibrio adecuado.

Localización es la ubicación que debe permitir un fácil acceso al mercado objetivo, ya sea para la distribución de productos y la venta del mismo. El tamaño del proyecto debe estar alineado con la demanda del mercado. Se debe realizar un análisis de mercado para determinar la cantidad de productos o servicios que se pueden vender y ajustar al tamaño del proyecto en consecuencia.

Macro Localización

“Macro localización consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto, en el país o en el espacio rural y urbano de alguna” (Corrillo Machicado Faviola y Gutierrez Quiroga Maribel, 2016).

Es una decisión estratégica que implica la elección del país, región o área geográfica en la que se establecerá una operación empresarial y tomando en cuenta la materia prima que vayamos a tomar si forme parte de la localización.

Micro Localización

“Es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en esta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido” (Corrillo et al., 2016, p. 29).

La micro localización se ocupa de la ubicación precisa del establecimiento de una empresa o proyecto dentro de esa área, en este caso nos referimos al cantón en específico o sector en el que se va a llevar a cabo la creación de la empresa y saber analizar dicho lugar como una ventaja para la empresa.

Ingeniería del Proyecto

La Ingeniería del Proyecto es una disciplina multidisciplinaria que requiere la colaboración de profesionales con diversas habilidades y conocimientos. Su objetivo es garantizar que un proyecto se complete con éxito, cumpliendo con los requisitos y expectativas establecidos.

Organigrama de le empresa

“Un organigrama, también conocido como gráfico organizacional o diagrama jerárquico, es una representación gráfica de la estructura organizativa de la empresa y se muestran las relaciones de dependencia entre los distintos roles dentro del grupo” (asana, 2023).

Un organigrama empresarial es una herramienta visual que ayuda a comprender la cadena de mando, la distribución de funciones y las interrelaciones entre distintas partes de la organización y así tener clara la idea de u orden jerárquico que tiene la empresa incluso para llevar a conocer a proveedores.

Flujograma de procesos

Un flujograma de procesos es una representación gráfica que ilustra la secuencia de pasos o actividades en un proceso.

Ilustración 1

Símbolos del Flujoograma

Símbolo	Nombre	Función
	Inicio / Final	Representa el inicio y el final de un proceso
	Línea de Flujo	Indica el orden de la ejecución de las operaciones. La flecha indica la siguiente instrucción.
	Entrada / Salida	Representa la lectura de datos en la entrada y la impresión de datos en la salida
	Proceso	Representa cualquier tipo de operación
	Decisión	Nos permite analizar una situación, con base en los valores verdadero y falso

Nota. muestra los símbolos y funciones dentro de un flujoograma.

Estudio financiero

“El estudio financiero es una parte esencial de la evaluación de la viabilidad de un proyecto o negocio. Este análisis se centra en los aspectos económicos y financieros del proyecto, proporcionando información clave para la toma de decisiones”(Figuroa, 2020).

Un estudio financiero es un análisis detallado de los aspectos financieros de una empresa, proyecto o inversión, sobre todo tener en cuenta que el capital con el que conste el emprendedor sea el idóneo para llevar a cabo la idea de negocio y esta pueda ser fructífera y logre idealizarse.

Definición de Inversión

Según Almeida (2022) “Caracteriza las inversiones como estrechas y amplias. En sentido estricto, la inversión es la aplicación del capital en formas que aumentan la capacidad productiva, se denominan bienes de capital, tales como: máquinas, equipos, infraestructura productiva.

Considero que en un sentido amplio la inversión es la aplicación de recursos con la expectativa de ganancia. Esto tal vez puede implicar sacrificar algo en el presente con la expectativa de obtener beneficios o ganancias en el futuro.

Capital de Trabajo

“El capital de trabajo afecta a muchos aspectos de su empresa, desde pagar a sus empleados y proveedores hasta mantener las luces encendidas y planificar un crecimiento sostenible a largo plazo. En resumen, el capital de trabajo es el dinero disponible para cumplir con sus obligaciones actuales a corto plazo”(America, 2023).

El capital de trabajo se refiere a los recursos financieros que una empresa utiliza para sus operaciones diarias y para cubrir sus obligaciones a corto plazo, así como también financiar y poder general un capital sólido.

Fuentes de financiamiento

“La obtención de recursos de fuentes internas o externas, a corto, mediano o largo plazo, que requiere para su operación normal y eficiente una empresa pública, privada, social o mixta” (Perdomo, 2023).

Hay varias fuentes de financiamiento existentes para una empresa, por lo cual debemos elegir la fuente adecuada para el negocio dado que el financiamiento depende de la situación financiera de la empresa, si la empresa no cuenta con el capital adecuado se tendría la necesidad de acceder a un crédito.

Estados Financieros

“Toda empresa tiene la obligación de emitir información basada en sus registros contables, ingresos y egresos, capital social e inversiones” (Lira, 2013).

Considero que los estados financieros son informes contables que proporcionan una visión resumida y estructurada de la situación financiera, el rendimiento y los flujos de efectivo de una empresa en un período específico.

Estado de pérdidas y ganancias

Balance general

Para la creación de una empresa es necesario conocer los recursos económicos de una sociedad en un momento determinado (Activos), las obligaciones hacia los acreedores (Pasivos) y la participación de los socios sobre dichos recursos (Patrimonio Neto).

Un balance general es la muestra de activos, pasivos y el patrimonio neto de la empresa en un momento específico, proporciona la estabilidad financiera de la empresa en un momento específico.

Flujo de efectivo

El flujo de efectivo es un informe financiero que proporciona un resumen detallado de los movimientos de efectivo de una empresa durante un período de tiempo específico. Es importante que un emprendimiento sepamos que es un flujo de efectivo por que muestra cómo el efectivo se ha generado y utilizado durante un período.

Indicadores financieros económicos

El autor Prieto Herrera (2016) en su libro Los Proyectos, señala que “los indicadores de mayor utilización en la evaluación de un Proyecto de Inversión son los indicadores de la Tasa Interna de Retorno (TIR) y Valor Actual Neto (VAN). Este autor define estos indicadores con lo siguiente”:

Son medidas cuantitativas utilizadas para evaluar y analizar diversos aspectos de la situación financiera y el rendimiento económico de una empresa, también para saber si el poder emprender es o no factible para el emprendedor.

Valor actual (VA)

Se refiere al valor que tiene en el presente un flujo de efectivo o monto en efectivo con la tasa de rendimiento adoptada.

Valor actual neto (VAN)

Si el VAN es mayor que cero: Indica que el dinero invertido en el proyecto tiene un rendimiento mayor a la tasa utilizada en el cálculo del valor actual y mayor que la tasa de interés de oportunidad. Es decir, es conveniente hacerlo.

Si el VAN es igual a cero: Indica que el dinero invertido en el proyecto tiene un rendimiento igual a la tasa utilizada en el cálculo del valor actual e igual que la tasa de interés de oportunidad. Es decir, es indiferente hacerlo.

Si el VAN es menor que cero: Indica que el dinero invertido en el proyecto tiene un rendimiento menor a la tasa utilizada en el cálculo del valor actual y menor que la tasa de interés de oportunidad. Es decir, es inconveniente hacerlo.

Tasa interna de retorno (TIR)

“La TIR determina, en forma de porcentaje, la rentabilidad de un proyecto al igualar la suma de los flujos descontados a su inversión inicial. Con esto se pretende asegurar que la empresa generará el rendimiento requerido por los inversionistas o un tanto por ciento más” (Gitman, s.f., p. 520).

La TIR es la tasa de descuento a la cual el valor presente de los flujos de efectivo de un proyecto es igual a la inversión inicial, también nos puede llevar a tener limitaciones especialmente cuando hay limitaciones en flujos de efectivo no convencionales.

Relación beneficio- costo (RBC)

Es una métrica utilizada en la evaluación de proyectos y políticas públicas para determinar la eficiencia económica.

Costo promedio ponderado de capital

WACC, por sus siglas en inglés es una métrica financiera que representa el costo promedio de financiar una empresa, tomando en cuenta tanto la deuda como el capital propio (acciones).

Pay Back

El pay back o plazo de recuperación es un criterio para evaluar inversiones que se define como el periodo de tiempo requerido para recuperar el capital invertido en un proyecto

CAPÍTULO II

ESTUDIO DE MERCADO

Población

Para la realización de este estudio, la población participante en este proyecto corresponde a los habitantes del cantón Latacunga, provincia de Cotopaxi, este dato lo conseguimos del censo poblacional publicado por el INEC correspondiente al año 2023, con un universo de 125.651 habitantes. Que son considerados como posibles clientes con este número de habitantes se procede a segmentar el mercado, según las edades:

Tabla 1

Población de la provincia de Cotopaxi por cantones

POBLACIÓN DE COTOPAXI POR CANTONES		
CANTONES	N°	%
HABITANTES		
LATACUNGA	217.261	46,2%
LA MANÁ	53.793	11,4%
PANGUA	21.867	5%
PUJILÍ	66.980	14,2%
SALCEDO	67.493	14%
SAQUISILÍ	24.356	5,2%
SIGCHOS	18.460	4%
TOTAL	470.210	100%

Tabla 2

Población de Latacunga por parroquias.

POBLACIÓN CANTÓN LATACUNGA		
CANTÓN	N°	%
LATACUNGA	HABITANTES	
Sector Urbano	125.651	57,8%
La Matriz	33.894	
Eloy Alfaro	23.581	

Ignacio Flores	27.831	
Juan Montalvo	21.543	
San Buenaventura	18.802	
Sector Rural	91.610	42,2%
<hr/>		
Aláquez	7.958	
Belisario Quevedo	7.301	
Guaytacama	15.158	
Joseguango Bajo	2.469	
Mulaló	9.101	
11 de Noviembre	3.233	
Poaló	4.960	
San Juan de Pastocalle	14.884	
Tanicuchi	15.509	
Toacaso	11.037	
TOTAL	217.261	100%

Plan Muestral

Se refiere a la estrategia o diseño que se establece para seleccionar una muestra representativa de elementos de una población del estudio de investigación a realizarse, a continuación, se presenta una distribución muestral de la zona urbana del cantón por parroquias de la siguiente manera:

PLAN MUESTRAL

PARROQUIA	POBLACIÓN	MUESTRA	%
La Matriz	33.894	103	26,97%
Eloy Alfaro	23.581	72	18,77%
Ignacio Flores	27.831	85	22,15%
Juan Montalvo	21.543	66	17,15%
San Buenaventura	18.802	58	14,96%
TOTAL	125.651	384	100%

Tabla 3

Selección del mercado potencial

VARIABLE	GRUPO	CANTIDAD
GEOGRÁFICA	Zona Urbana cantón Latacunga	125.651
PSICOGRÁFICA	No aplica	No aplica

Muestra

Se aplica la fórmula estadística para poblaciones finitas y se calcula la muestra obteniendo el siguiente resultado:

Fórmula

Se va a utilizar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{No^2Z^2}{(N - 1)e^2 + o^2Z^2}$$

Donde:

n = Población

o = Desviación estándar de la población

Z = Valor Obtenido de la distribución normal

E = Margen de Error

$$n = \frac{125.651 * 0,5^2 * 1,96^2}{(125.651 - 1)0,5^2 + 0,5^2 * 1,96^2}$$

$$n = 384$$

La muestra corresponde a 384 habitantes. Para la evaluación de este proyecto se utilizó como técnica la encuesta. Los formularios de encuesta se aplicaron de forma unipersonal a los habitantes que conforman la muestra. El formato de pregunta fue de cuestionario cerrado.

Instrumento

“Los instrumentos son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información. Ejemplo, fichas, formatos de cuestionarios, guías de entrevistas, lista de cotejo, grabadores, escalas de actitudes u opiniones” (Belloso, s.f., p. 26).

Encuesta

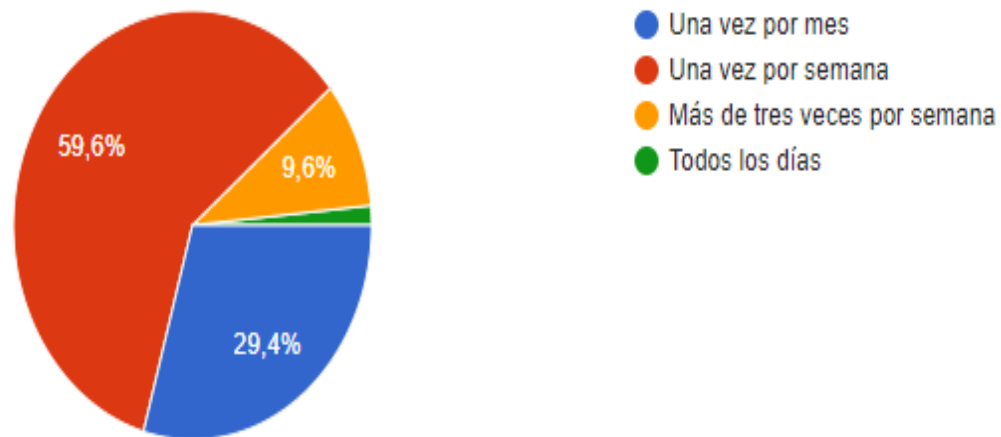
“Conjunto de preguntas tipificadas dirigidas a una muestra representativa, para averiguar estados de opinión o diversas cuestiones de hecho” (Pérez, 2017, p. 21).

Resultados de la Investigación

1. ¿Con qué frecuencia consume snacks?

Figura 1

Frecuencia consumo de snacks



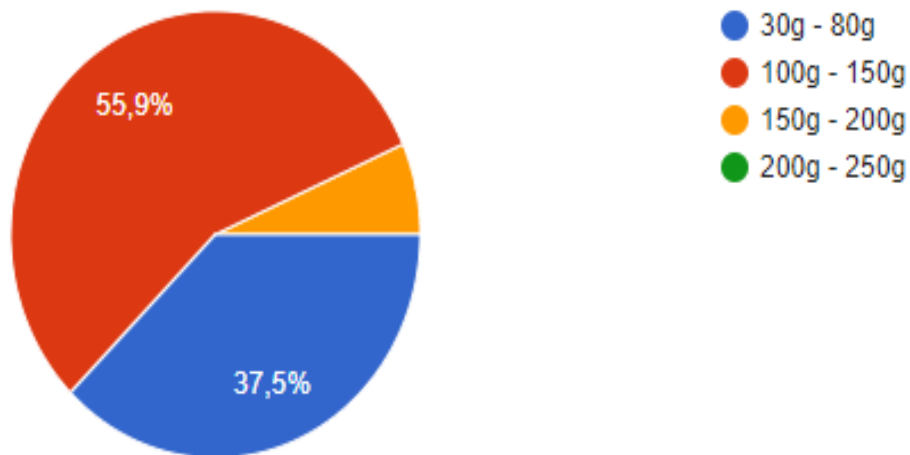
Nota. Elaboración propia.

Análisis e Interpretación: Del 100% de los encuestados el 59,6 % de las personas manifiesta que consumen snacks una vez por semana, mientras que el 29,4% consume una vez por mes, en tercer lugar, está el 9,6% que corresponde a más de tres veces por semana y finalmente el 1,4% manifiesta que consume todos los días. Se puede observar que la mayor parte de personas encuestadas consumen snacks como una forma de alimentación; en un porcentaje menor se manifiestan las personas indicando que su forma de consumo es de manera mensual.

2. ¿Aproximadamente que cantidad de snacks consume semanalmente?

Figura 2

Cantidad de snacks consume semanalmente



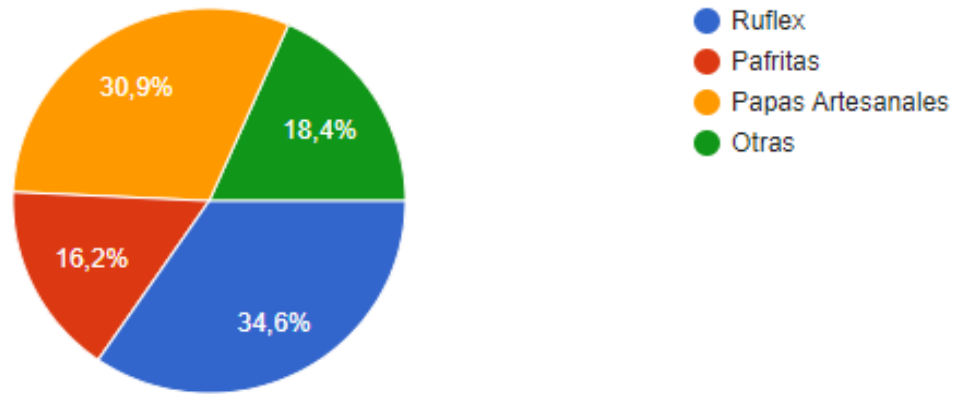
Nota. Elaboración propia.

Análisis e Interpretación: Del 100% de los encuestados el 55,9 % de las personas manifiesta que consumen snacks en cantidades de 100g- 150g, mientras que el 37,5% consume de 30g – 80g, en tercer lugar, tenemos el 18,4% que consumen de 150g – 200g de snacks. Se puede observar que la mayor parte de personas encuestadas consumen snacks en determinadas cantidades; en un porcentaje menor se manifiestan las personas indicando que su forma de consumo es de manera semanal.

3. ¿Cuándo consume snacks a cuál de estas marcas compra?

Figura 3

Marcas de snacks



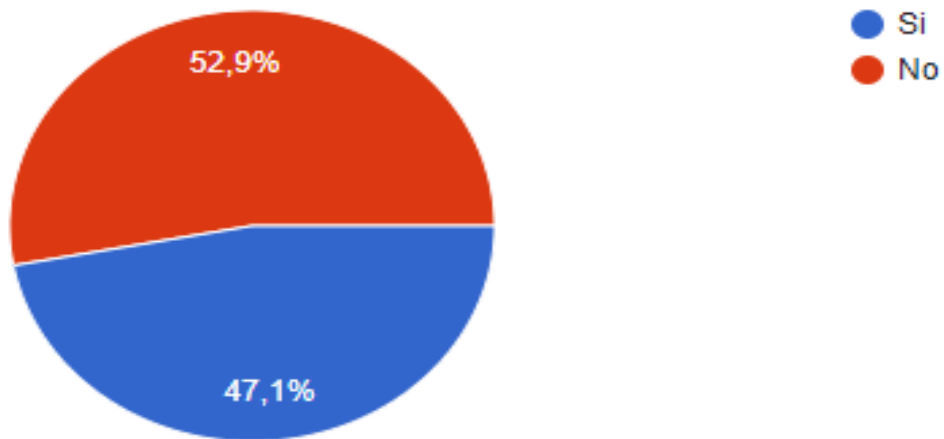
Nota. Elaboración propia.

Análisis e Interpretación: Del 100% de los encuestados el 34,6 % de las personas manifiesta que consumen Ruflex, el 30,9% papas artesanales, el 18,4% otras marcas y el 16,2% Pafritas. Se puede observar que la mayor parte de personas encuestadas consumen una determinada marca de snacks; en un porcentaje menor se manifiestan las personas indicando que no se basan en una marca de snack.

4. ¿Conoce usted la papa china y sus beneficios?

Figura 4

Beneficios papa China



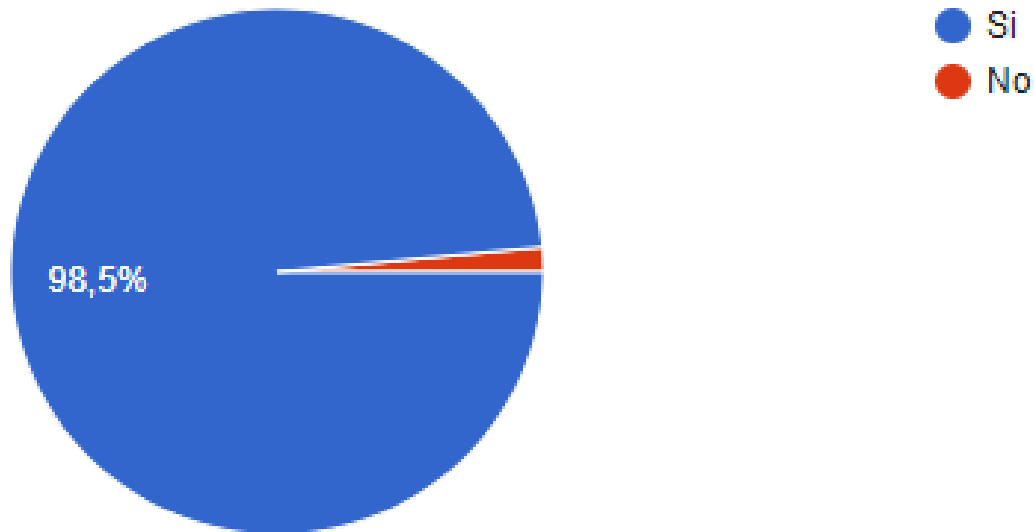
Nota. Elaboración propia.

Análisis e Interpretación: Del 100% de los encuestados el 52,9 % de las personas manifiesta que no conocen sobre la Papa China y sus beneficios, mientras que el 47,1% si conoce sobre este producto. Se puede observar que la mayor parte de personas encuestadas no conoce de los beneficios de la papa china; en un porcentaje menor las personas manifiestan que si conocen de los beneficios.

5. ¿Consume usted papa china?

Figura 5

Papas Chinas



Nota. Elaboración propia.

Análisis e Interpretación: Del 100% de los encuestados el 50,7 % de los consumidores afirma que consumen papas chinas, mientras que el 49,3 menciona que no consume. Se puede observar que la mayor parte de personas encuestadas consumen papa china como una forma de alimentación.

6. **¿De crearse una empresa productora y comercializadora de snack de papa china más saludables que los convencionales, estaría usted dispuesto a consumir la papa china en snack?**

Figura 6

Personas dispuestas a consumir snack de papas Chinas

Nota. Elaboración propia.

Análisis e Interpretación: Del 100% de los encuestados el 98,5 % de los consumidores está dispuesta a consumir Papas Chinas en snack lo cual nos daría la oportunidad de comercializar

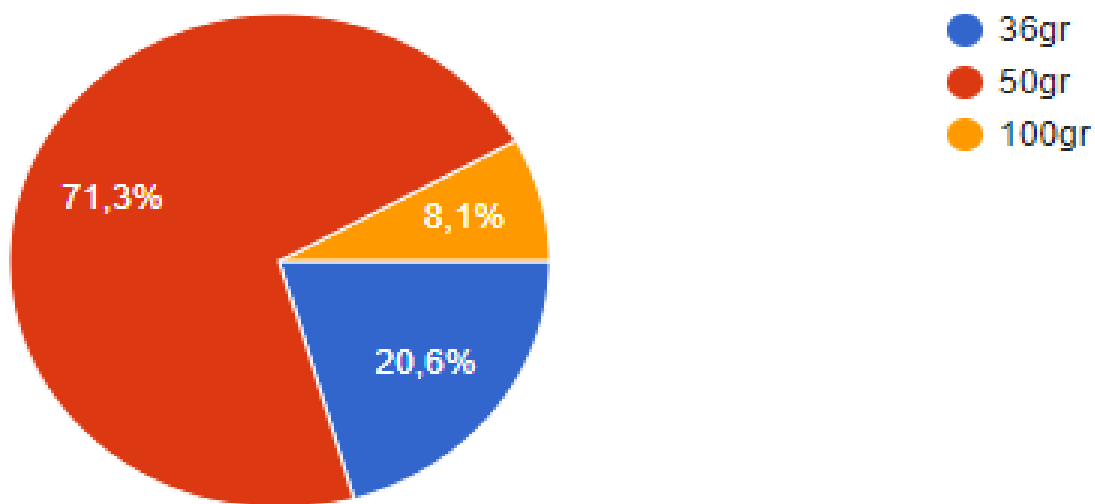
el producto en el mercado. Se puede observar que la mayor parte de personas encuestadas están dispuestas a consumir papa china en snack debido a que es saludable.

7. ¿Del siguiente listado en que presentaciones le gustaría adquirir el producto?

Figura 7

Presentación del producto

Nota. Elaboración propia.

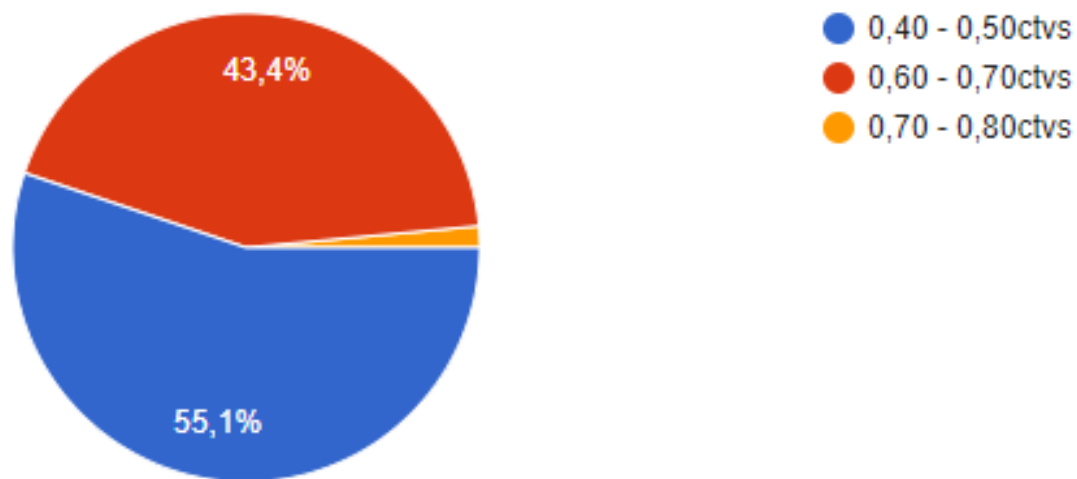


Análisis e Interpretación: Del 100% de los encuestados el 71,3 % de las personas manifiesta que adquirirían el snack en presentación de 50g, mientras que el 20,6% adquiriría 36g, en tercer lugar, tenemos el 8,1% que adquiriría el producto de 100g. Se puede observar que la mayor parte de personas encuestadas desean consumir el snack en cantidades de 50 gr; en un porcentaje menor se manifiestan las personas indicando que desearían consumir el snack en porciones de 30gr.

8. ¿Cuál es el precio que estaría dispuesto a pagar por el snack en presentaciones de 50gr?

Figura 8

Costo snack presentación de 50gr



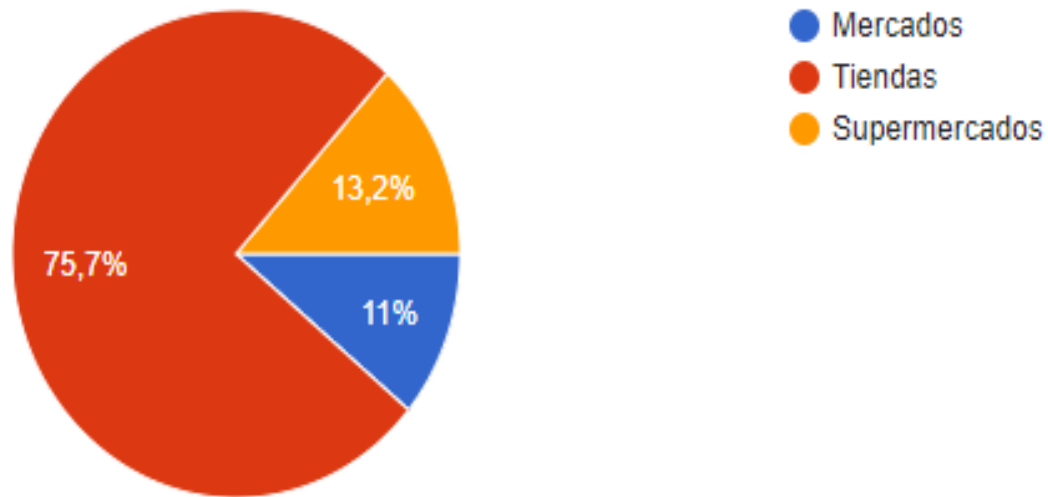
Nota. Elaboración propia.

Análisis e Interpretación: Del 100% de los encuestados el 55,1% de las personas manifiesta que por la presentación de 50g pagaría de 0,40 – 0,50ctvs, mientras que el 43,4% está dispuesto a pagar de 0,60 – 0,70ctvs y el 1,5% pagaría de 0,70 – 0,80ctvs por la presentación de 50g. Se puede observar que la mayor parte de personas encuestadas estarán dispuestas a pagar de 0,40 a 0,50; en un porcentaje menor se manifiestan las personas indicando que pagarían un precio diferente.

9. ¿Dónde le gustaría adquirir el producto snack de papa china?

Figura 9

Adquisición snack papa China



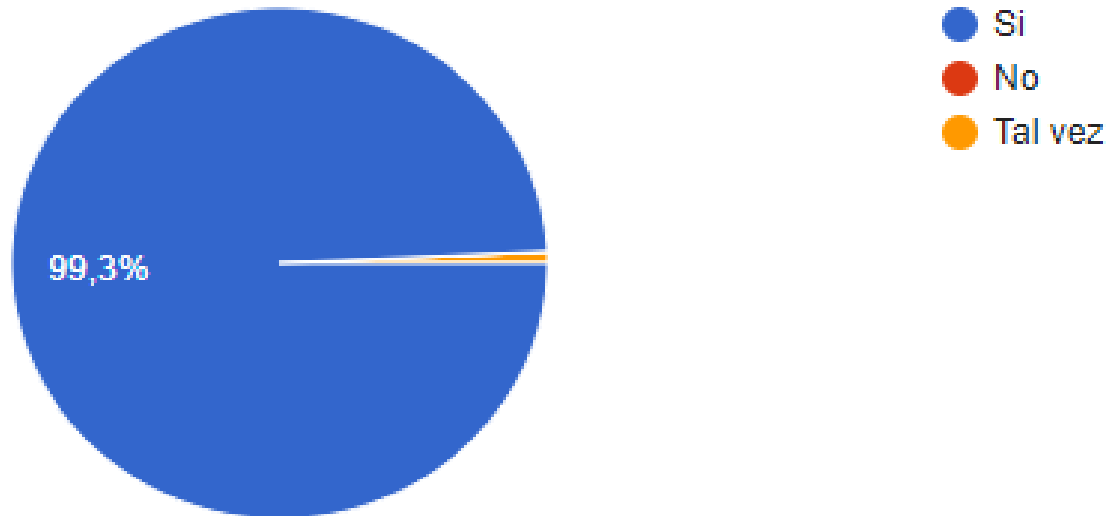
Nota. Elaboración propia.

Análisis e Interpretación: Del 100% de los encuestados el 75,7% de las personas manifiesta que adquirirían el producto en tiendas, mientras que el 13,2% en supermercados y el 11% en mercados. Se puede observar que la mayor parte de personas desearía adquirir el producto en tiendas; un porcentaje menor de personas manifiestan que lo quisieran adquirir en otros lugares.

10. ¿Le gustaría que el empaque de papas chinas sea amigable con el medio ambiente?

Figura 10

Empaque amigable con el medio ambiente



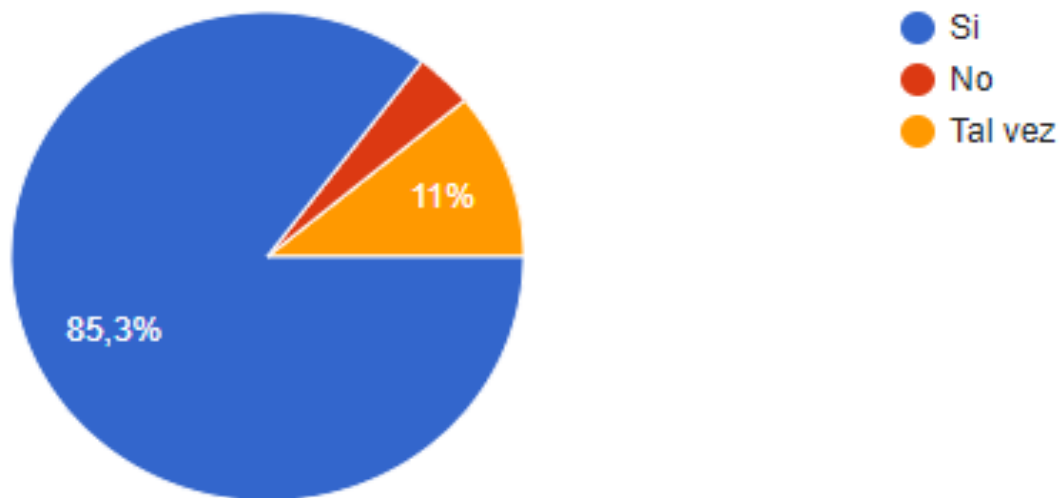
Nota. Elaboración propia.

Análisis e Interpretación: Del 100% de los encuestados el 99,3 % de las personas manifiesta que le gustaría que el empaque sea amigable con el medio ambiente. Se puede observar que la mayor parte de personas encuestadas quisieran que el empaque de papas china sea amigable con el medio ambiente.

11. **¿Considera que este snack es saludable para los niños de las escuelas?**

Figura 11

Snack saludable para los niños de las escuelas



Nota. Elaboración propia.

Análisis e Interpretación: Del 100% de los encuestados el 85,3% de las personas manifiesta que el snack de Papa China si es saludable para los niños, mientras que el 11% opina que tal vez sea saludable y el 3,7% piensa que no sería saludable para los niños. Se puede observar que la mayor parte de personas encuestadas consideran que el snack de papa china si es saludable para los niños.

DEMANDA

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Mediante la pregunta 6 se determina que 378 personas que equivale al 98,5% indican que estarían dispuestas a adquirir el producto, es decir que para elevar esta muestra a la población es necesario multiplicar el porcentaje antes mencionado por el total de habitantes de Latacunga entre 15 y 64 años ($125.651 * 98,5\% = 123.766$).

De acuerdo a la pregunta 7 se determinó que el 20,6% de los consumidores prefieren las presentaciones individuales o personales de 36gr, el 71,3% eligieron las medianas de 50gr y el 8,1% las presentaciones grandes de 100gr; por lo tanto de acuerdo al cálculo estimado en

el párrafo anterior 30823 personas les gustaría adquirir la presentación pequeña, 106684 optarían por las medianas y 12120 preferirían las grandes; considerando que para este proyecto el primer tipo de presentación es de 36gr, las medianas de 50gr y las grandes de 100gr, la demanda para cada una de las presentaciones sería de: 1'109.628 gr (30.823 * 36gr), 5'334.200 gr (106.684 * 50gr) y 1'212.000 (12.120 * 100gr) respectivamente; dando un total de 7'655.828 de gr requeridos los cuales representan 7.655,828 kg.

Cálculo de la demanda actual

Tabla 2

Demanda

Demanda (Kg)	7.655,83			
Frecuencia	% de frecuencia	Demanda en Kg por % de frecuencia	Kg mensuales	Kg anuales
Diariamente	1,4%	107,18	3.215,45	38.585,37
1 vez por semana	59,6%	4.562,87	18.251,49	219.017,93
3 veces por semana	9,6%	734,96	2.939,84	35.278,06
1 vez por mes	29,4%	2.250,81	2.250,81	27.009,76
TOTAL			26657,59	319.891,12

Nota. La tabla muestra la demanda actual de las papas artesanales.

Análisis de la demanda

A continuación, se presenta una tabla de la proyección de la demanda considerando los años de vida útil del proyecto y la tasa de crecimiento poblacional de 1,88% correspondiente a la ciudad de Latacunga obtenida del INEC, para lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

En donde:

- P_p= Población Futura
- P_b= Población Inicial
- i= Tasa de crecimiento anual

Proyección de la demanda

Tabla 3

Proyección de la demanda (Kg)

Periodo	Demanda	101,88%
Año 1	319891,12	
Año 2	325905,07	
Año 3	332032,09	
Año 4	338274,29	
Año 5	344633,85	

Nota. Muestra una proyección de la demanda en los años.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

A continuación, se presenta una tabla de la proyección de la oferta considerando los años de vida útil del proyecto y la tasa de crecimiento poblacional de 1,88% correspondiente a la ciudad de Latacunga obtenida del INEC, para lo cual se utilizó la siguiente fórmula:

$$P_p = P_b (1+i)^n$$

En dónde:

- P_p = Población Futura
- P_b = Población Inicial
- i = Tasa de crecimiento anual

Proyección de la oferta

Tabla 4

Proyección de la oferta (Kg)

Periodo	Oferta
Año 1	187504,90
Año 2	191029,99
Año 3	194621,36
Año 4	198280,24
Año 5	202007,91

Nota. la tabla muestra la proyección de la oferta

DEMANDA INSATISFECHA

Tabla 5

Demanda Insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
Año 1	319891,12	187504,90	132386,22
Año 2	325905,07	191029,99	134875,08
Año 3	332032,09	194621,36	137410,73
Año 4	338274,29	198280,24	139994,05
Año 5	344633,85	202007,91	142625,94

Nota. La tabla muestra la demanda insatisfecha por años.

Análisis FODA

Se usa para identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de un negocio o proyecto determinado. De esa forma, pueden establecerse estrategias y acciones efectivas para el desarrollo del proyecto. El FODA de nuestra empresa Chinacks, nos permite conocer la situación actual de nuestra organización por lo que se ha analizado los siguientes:

Tabla 6

Análisis FODA

FORTALEZAS

- Ser la primera empresa en Latacunga en crear un Snack artesanal a base de papa china orgánica.
- Contar con nutricionistas calificados para brindar servicios a los clientes.
- Contar con tecnología de punta para la creación de nuestro producto, para así poder brindar un producto beneficioso

OPORTUNIDADES

- Ser el primer Snack en el mercado del Cantón Latacunga que se produzca a base de una materia prima netamente orgánica.
- Creación de nuevas plazas de trabajo.

- para el consumidor.
- La planta se encuentra ubicada en el Cantón Pujilí sector El Tingo ya que es un lugar estratégico, el cual ayudara en gran parte a la distribución y de esta manera optimizaremos los tiempos de entrega.
 - Contar con personal altamente calificado tanto técnico como administrativo.
 - Tener constantes innovaciones en el producto.
 - Buscar formas de diversificación una vez que la empresa haya obtenido fuerza en el mercado.
 - Posibilidades de expansión tanto local como provincial.

DEBILIDADES

- Poca experiencia debido a que la empresa es nueva en el mercado.
- Poco conocimiento de las personas de Latacunga con respecto a la papa china.
- La materia prima se produce fuera del cantón.

AMENAZAS

- Presencia de productos similares.
- Ingreso de nuevos competidores con precios menores.
- El snack de papa china orgánica, es un producto nuevo en el mercado.

Nota. La tabla muestra el análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa.

CAPITULO III

ESTUDIO TÉCNICO

TAMAÑO DEL PROYECTO

Localización de la empresa

Provincia: Cotopaxi

Parroquia: Pujilí

Cantón: Pujilí

Dirección: Barrio Tingo Grande

Teléfono: 0998958626

Email: celena.ortega1326@utc.edu.ec

Elementos legales del emprendimiento

Pasos para la constitución de Sociedades por Acciones Simplificadas S.A.S

1. Crear reserva de denominación.
 - a. Ingresar al portal www.supercias.gob.ec
 - b. Ingresar al Portal de Trámites – Sector Societario.
 - c. Ingresar usuario y clave, escoger la opción Reserva de Denominación.
 - d. Ingresar a la Opción Constitución.
 - e. Seguir los pasos indicados en dicho proceso, escogiendo tipo de compañía S.A.S.
 - f. Terminado el proceso generar/imprimir su reserva.
2. Descargar formato de documentos: contrato, nombramientos, formularios de registro.
 - a. Ingresar al portal www.supercias.gob.ec
 - b. Ingresar a Guías del Usuario y descargar los formatos y documentos requeridos.
 - c. Llenar la información solicitada en los documentos descargados.
 - d. En caso de constitución electrónica, se deberá llenar los datos solicitados en el sistema para la generación de la constitución y el nombramiento; además de firmar, aceptar y enviar la información.
3. Si se optó por la constitución tradicional, enviar sus documentos con firma manuscrita al Centro de Atención al Usuario CAU, si fueron suscritos con firma electrónica, enviar al correo electrónico de la oficina correspondiente, junto con los documentos habilitantes.
 - Constitución con firma electrónica:
 - a. Solicitud de Constitución.

- b. Un archivo PDF que contenga Contrato Privado / Escritura + Reserva debidamente firmado electrónicamente.
 - c. Un archivo PDF por cada nombramiento, debidamente firmado electrónicamente.
 - d. Un archivo PDF que contenga las copias de los documentos de identificación de accionista y representante.
- Constitución con firma manuscrita:
 - a. Solicitud.
 - b. Acto o contrato firmado.
 - c. Nombramiento firmado.
 - d. Reserva de denominación.
 - e. Copias de documentos de identificación.
4. Con la solicitud recibida se creará un trámite de constitución de S.A.S, la información referente al inicio del proceso de constitución será enviada al correo electrónico del solicitante.
 5. Este trámite será revisado y gestionado por el área de registro de sociedades, durante dicha gestión de ser necesario se enviará correos electrónicos al solicitante para subsanar cualquier observación del proceso. De no existir observaciones o luego de ser superadas, se procederá a generar las razones de inscripciones del acto o contrato y del o los nombramientos según sea el caso. (Si la constitución de la S.A.S., se realizó en el sistema de constitución electrónica, dicho sistema generará de manera automática las razones de inscripción de la constitución, el nombramiento y le otorgará el número del RUC.).
 6. Se procederá a comunicar vía correo electrónico al solicitante la finalización del proceso con toda la información referente a la nueva compañía constituida adjuntándose las razones de inscripciones correspondientes.

Proceso de registro de marca (SENADI).

La marca es importante para un producto o servicio ya que es el principal identificador que garantiza al consumidor sus atributos, es por ello que te damos algunos consejos para darle identidad y valor a tu producto. Toda empresa y/o negocio debe tener una marca, por grande o pequeño que este sea. (SENADI, 2018)

Para ello es necesario realizar el registro de marca a través del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, para lo cual se deberán seguir los pasos señalados a continuación:

1. Ingreso a la página del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec
2. Seleccionar la opción “SENADI en línea”.
3. Seleccionar la opción “Crear casillero virtual” y proceder a llenar los datos que

allí se solicitan, al realizar este procedimiento se podrá obtener un usuario y contraseña para el ingreso al usuario.

4. A través de la opción “Solicitudes en línea – Otros”, se seleccionará la opción de “Búsqueda Fonética”, misma que sirve para verificar si existe en Ecuador marcas idénticas o similares a la cual se pretende registrar.
5. Para generar el comprobante de pago se deberá ingresar a la opción de “Pagos” e ingresar el usuario o al menos tres caracteres de la descripción de la Tasa de Pago, para este caso será: 1.1.10; registrados todos los datos se selecciona el botón de “Generar Comprobante”.
6. Después de haber generado el comprobante, será posible imprimir el mismo para con este proceder a realizar el pago de \$16 por concepto de la Búsqueda Fonética, ya sea a través de la entidad bancaria establecida por el SENADI o mediante la opción de pago en línea, con el fin de obtener un respaldo de la cancelación el usuario deberá escanear dichos comprobantes.
7. El usuario deberá enviar todos los datos: formulario de búsqueda, pago, comprobante de pago y el nombre exacto de la marca, la cual desea que sea verificada a la dirección de email señalada por el SENADI foneticquito@senadi.gob.ec; tras este proceso el usuario a través de su correo electrónico podrá ver los resultados de búsqueda.
8. Una vez verificado el listado de marcas, el usuario ingresará a la opción “Solicitudes en línea – opción Registro”, procederá a seleccionar la alternativa “Solicitud de Signos Distintivos”, lo cual le permitirá llenar los datos de usuario.
9. Después del registro de todos los datos relacionados con el usuario, deberá generar el comprobante de pago, mismo que tiene un valor de 208.00, el cual deberá ser pagado mediante la entidad bancaria o con la opción pago en línea.
10. Finalmente, el usuario deberá ingresar a la solicitud de registro y dar clic en la opción “Inicio del proceso”.

MACRO LOCALIZACIÓN

La empresa de capacitación CHINACKS se ubica en Ecuador, región Sierra, en la provincia de Cotopaxi, específicamente en el cantón Pujilí. Los motivos por lo que se ha considerado esta localización son los siguientes:

- La infraestructura en el área rural es favorable por la existencia de todos los

servicios básicos.

- En el cantón Pujilí se realizan actividades muy importantes como lo son comerciales, culturales, lo que permitirá tener asegurado una porción de la demanda.
- Además, en esta influyen otros factores como es la demanda, la accesibilidad, la disponibilidad de transporte.

MICRO LOCALIZACIÓN

Ilustración 2

Terreno donde se ubicará la empresa



Nota. La ilustración muestra el espacio donde se construirá la planta de producción.

Misión:

Ser un emprendimiento que elabora alimentos (snacks artesanales) reconocido a nivel local y provincial, orientada en la satisfacción de los clientes con un producto de calidad y buen precio, apto para el bolsillo del cliente, listo para ingresar al mercado con el fin de permanecer en el mismo.

Visión:

Ser líder a nivel regional en la elaboración de snacks artesanales, tanto en producción, calidad, servicio y ventas, que satisfaga los gustos y necesidades de los clientes y consumidores.

Valores:

Seguridad

Crear confianza de nuestros productos, estableciendo un control riguroso de calidad del producto.

Puntualidad

Contar con un servicio eficaz de entregas para poder llegar a nuestros distribuidores a la hora establecida.

Integridad

Ser transparentes en nuestros precios y limpieza del local, de alta calidad y seguros para el consumo.

Calidad

Búsqueda de la excelencia y aceptación del consumidor ofreciendo un producto con agradable sabor y textura.

Pasión

Estar comprometidos con el corazón y con la mente para con los clientes y también con el medio ambiente.

PROPUESTA DE VALOR

Ilustración 3

Modelo Canvas



Nota. La ilustración muestra el modelo Canvas necesario para la empresa.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Ilustración 4

Estructura organizacional



Nota. Muestra la infraestructura de la empresa Chinacks.

INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto se centra en aplicar principios y métodos de ingeniería para llevar a cabo proyectos de manera eficiente y exitosa, asegurando que se cumplan los objetivos y requisitos establecidos.

Tecnología (Maquinaria: capacidad producción).

La maquinaria industrial que se requiere para el desarrollo del producto está dada por:

- Bascula
- Lavadora
- Peladora
- Cortadora
- Maquina empacadora
- Freidora
- Sazonadora

Bascula

Tabla 7

Características de la Bascula

Características generales	METTLER TOLEDO
Procedencia	Ecuador
Características	Balanza de pesaje rápido con doble pantalla.
Capacidad	3kg

Nota. Elaboración propia.

Máquina lavadora

Tabla 8

Características de la Máquina Lavadora

Características generales	INMEGAR
----------------------------------	---------

Procedencia	Ecuador
Características	Sus piezas no están en contacto directo con el alimento.
Capacidad	200 kg por hora.

Nota. Elaboración propia.

Máquina peladora

Tabla 9

Características de la Máquina peladora

Características generales	INMEGAR
----------------------------------	---------

Procedencia	Ecuador
Características	Material de acero inoxidable.
Capacidad	200 kg por hora.

Nota. Elaboración propia.

Maquina Cortadora

Tabla 10

Características de la maquina Cortadora

Características generales	INMEGAR
----------------------------------	---------

Procedencia	Ecuador
Características	Material de acero inoxidable con una potencia de 0.5.
Capacidad	120 kg por hora.

Nota. Elaboración propia.

Máquina freidora

Tabla 11

Características de la Maquina Freidora

Características generales	INMEGAR
----------------------------------	---------

Procedencia	Ecuador
Características	Freidora
Capacidad	1000 kg por hora.

Nota. Elaboración propia.

Máquina Sazonadora

Tabla 12

Características de Máquina Sazonadora

Características generales	INMEGAR
Procedencia	Ecuador
Características	Material de acero inoxidable.
Capacidad	10 kg por hora.

Nota. Elaboración propia.

Máquina empaquetadora

Tabla 13

Características de Máquina Empacadora

Características generales	INMEGAR
Procedencia	Ecuador
Características	Empaquetadora con bomba de vacío automático.
Capacidad	360/h.

Nota. Elaboración propia.

Se estima que aproximadamente todo el proceso que interviene en la elaboración del snack, tarda 80 minutos. A continuación, se detallan los tiempos estimados de duración para cada actividad.

Tabla 14

Tiempos de cada actividad

ACTIVIDAD	TIEMPO ESTIMADO
Selección manual de la papa china	6 minutos
Lavado	6 minutos
Pesado	4 minutos
Traslado de materia prima e insumos a Dpto. de producción	5 minutos

Pelado	7 minutos
Cortado	9 minutos
Colocación de condimentos y especias	2 minutos
Horneado	12 minutos
Enfriado	7 minutos
Empacado y sellado	12 minutos
Almacenado	10 minutos
TOTAL	80 MINUTOS

Nota. La tabla muestra los tiempos que se tarda cada actividad.

Durante el análisis de oferta y demanda se detectó que existe un nivel importante de demanda insatisfecha, y debido al alcance del proyecto se espera que el proyecto complete cierta parte de la demanda; por lo que también se deben tener en cuenta otros aspectos, por ejemplo: cuando se trabaja 8 horas diarias, la capacidad del horno durante este tiempo es de 180 kg y el tiempo de preparación de snacks es de 80 minutos; Para obtener los kilogramos elaborados en el tiempo total calculado de cada ciclo de proceso que se muestra en la tabla anterior, el primer paso es convertir 8 horas por día en minutos ($8 \text{ horas} * 60 \text{ minutos} = 480 \text{ minutos}$) y luego formular tres reglas. , considerando que se pueden producir 180 kg en 480 minutos; con base en esto se pretende estimar la cantidad de kilogramos producidos en 80 minutos ($80 \text{ minutos} * 180 \text{ kilogramos} / 480 \text{ minutos}$), el resultado es que se pueden producir 35.63 kg en 80 minutos.

Distribución de la planta

Ilustración 5

Distribución de la planta

ACTIVIDAD	TIEMPO ESTIMADO (MIN)
Selección manual de papa china	12
Lavado	9
Pesado	5
Traslado de materia prima e insumos	8
Pelado	10
Cortado	10
Colocación de condimentos y especias	3
Horneado	17
Enfriado	9
Empacado y sellado	15
Almacenado	10
TOTAL	108

Kg producidos en cada proceso

180 Kg



480 min/día laborable

=

40,5 Kg/proceso

X



108 min/proceso

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

Proceso de funcionamiento

Para que el emprendimiento funcione de la mejor manera sea tomado en cuenta al siguiente proceso:

- Desarrollo de un plan de negocios que incluya objetivos, estrategias de marketing, estructura de costos y proyecciones financieras.
- Selección de papas de calidad para la producción de las papas chinas fritas.
- Adquisición de otros ingredientes, como aceites, condimentos y salsas, si se ofrecen productos complementarios.
- Lavado, pelado y corte de las papas chinas en rodajas.
- Precocción o blanqueado para eliminar el exceso de almidón.
- Fritura de las papas chinas a temperatura adecuada para lograr una textura crujiente.
- Sazonado con condimentos y mezclado para distribuir uniformemente los sabores.
- Empaquetado de las papas chinas fritas en envases adecuados, que pueden ser bolsas, cajas o recipientes personalizados con la marca.
- Almacenamiento adecuado de las papas chinas fritas en condiciones que preserven la frescura y la calidad.
- Gestión de inventario para asegurar una rotación adecuada de productos.
- Establecimiento de canales de distribución, que pueden incluir ventas directas desde la

fábrica, distribuidores locales o acuerdos con minoristas.

- Consideración de opciones como la venta en línea y la participación en eventos o ferias locales.
- Posicionamiento de la marca como una opción artesanal y de alta calidad.
- Llevar a cabo una gestión financiera eficiente, incluida la contabilidad, presupuesto y seguimiento de costos.
- Evaluación continua de la rentabilidad y ajuste de estrategias según sea necesario.

Se presenta una imagen del producto final elaborado de snacks de papa china (Chinacks).

Ilustración 7

Presentación de las papas artesanales



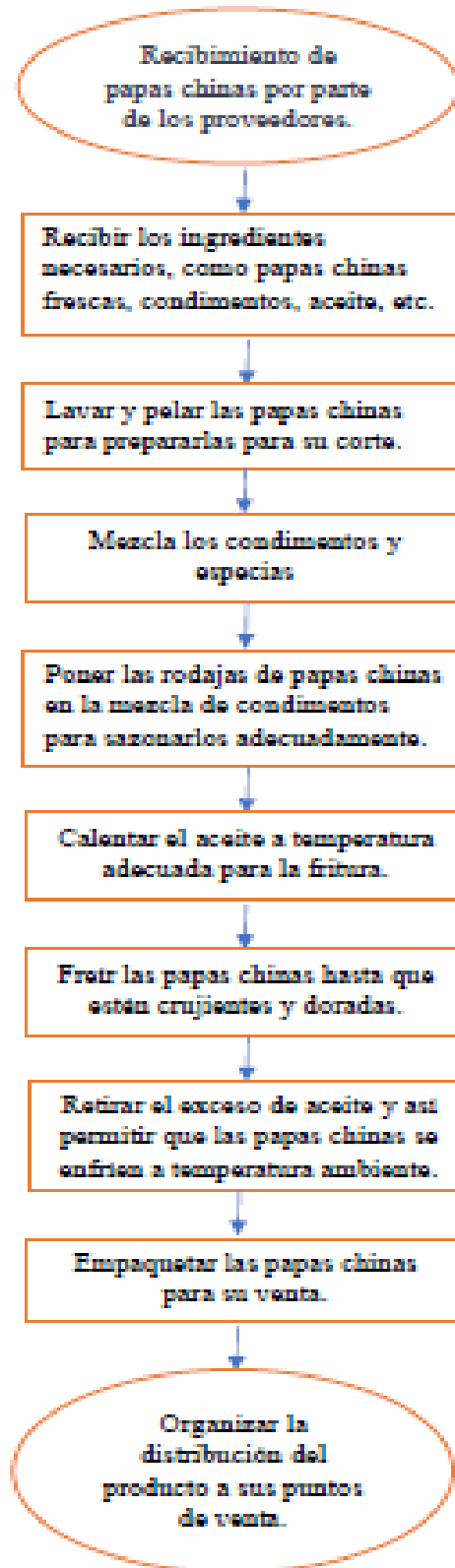
Nota. La ilustración muestra el logotipo a utilizar.

Diagrama de operaciones

Un diagrama de operaciones, también conocido como diagrama de flujo, es una representación gráfica de los pasos o actividades en un proceso.

Ilustración 8

Diagrama de operaciones de la empresa Chinacks



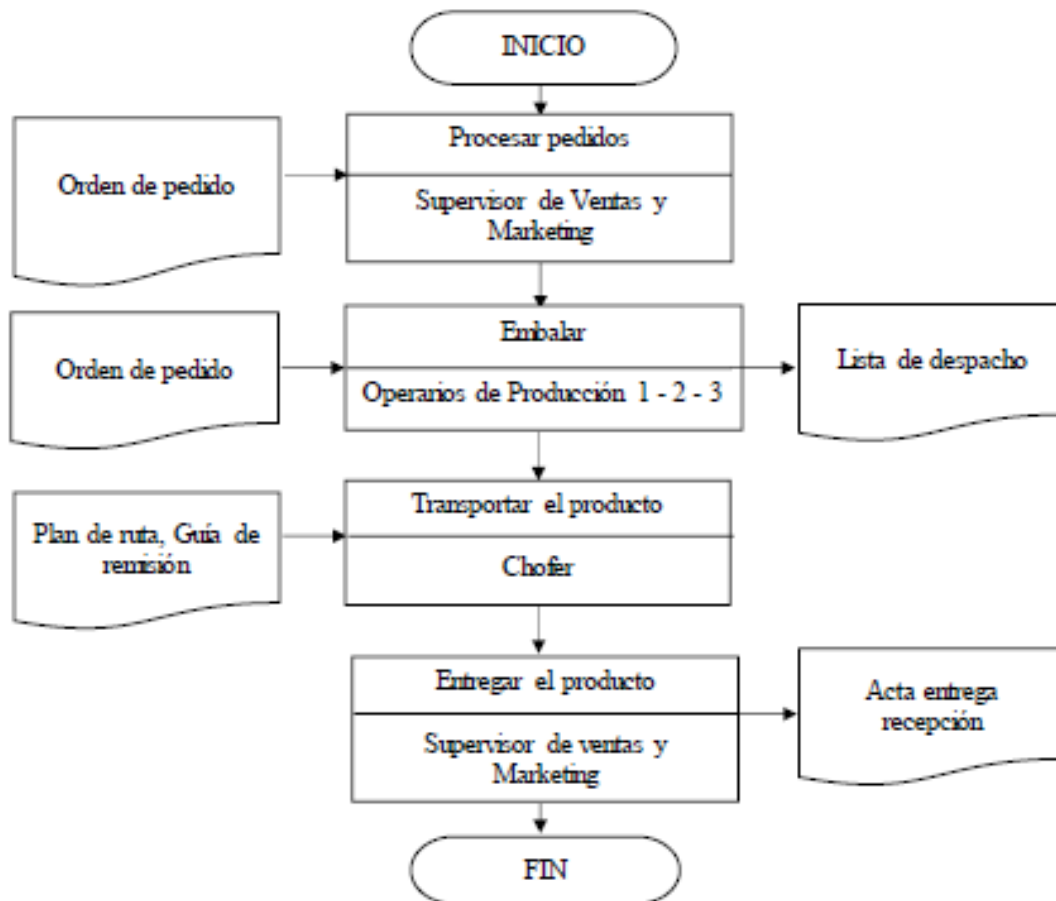
Nota. Elaboración propia.

Logística y distribución

En lo que respecta a la logística y distribución, el primer paso a realizar es la recepción de pedidos, teniendo presente las sugerencias de compra por parte de los intermediarios que repartirán el snack. Después se realiza el embalaje con la finalidad de conservar y proteger el producto, cada empaque contendrá las cantidades solicitadas, después se transportará el pedido hacia su destino incluyendo también lo que será el plan de ruta, finalmente se realiza la entrega y descarga del producto.

Ilustración 9

Flujograma del proceso de entrega de la empresa Chinacks



Nota. Elaboración propia.

Servicio al cliente

Facturación y cobro

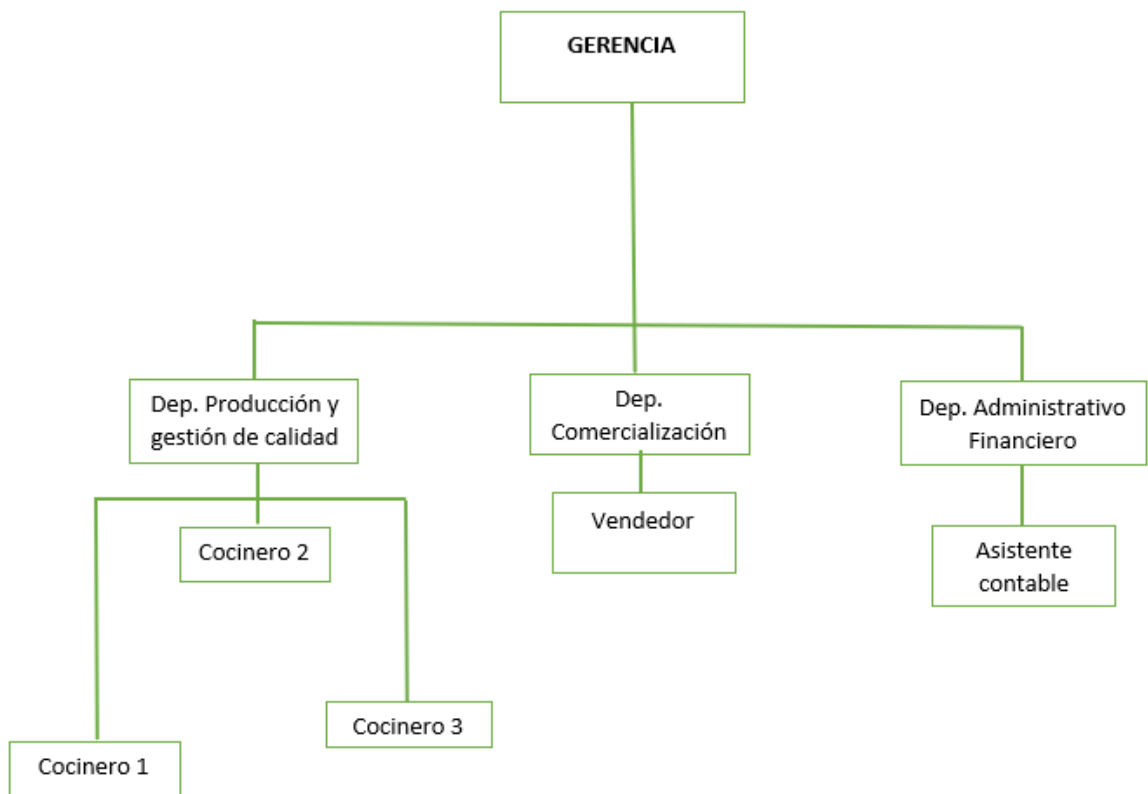
Como un proceso más tenemos la facturación y cobro, para lo cual es necesario el registro de datos correspondientes a cada intermediario, para proceder a realizar el envío de la factura, también se considera necesario establecer un cronograma de pagos, en el cual se establezcan las fechas de cobro por motivo de los pedidos y finalmente llevar a cabo el proceso de cobranza.

Organigrama

Con la finalidad de lograr un resultado con buen nivel de eficiencia en cada una de las actividades relacionadas con la producción del snack de papa china, se ha elaborado un organigrama estructural con la finalidad de identificar el orden jerárquico en la empresa, además su estructura permite conocer las diferentes áreas por las cuales está constituida la empresa.

Ilustración 10

Organigrama de la empresa Chinacks



Nota. Elaboración propia.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO FINANCIERO

Plan financiero

Para dar inicio a los diferentes presupuestos económicos y financieros es necesario identificar el presupuesto de ventas en base a las necesidades o requerimientos del mercado objetivo, tal como se muestra a continuación en base a la proyección en ventas con un crecimiento mensual del 5%, con la aplicación adecuada de estrategias de marketing, se prevé todos las materias, recursos e insumos necesarios para que la empresa entre en funcionamiento, considerando un precio de venta de \$ 0.50 que permita cubrir las obligaciones adquiridas por el proceso de producción.

Presupuesto de Ventas

Tabla 15

Presupuesto de Ventas

Descripción	Precio (Dólares)	Unidades al mes
SNACKS DE 70 KG	\$ 0.50	11.430
TOTAL		11.430

Nota. De acuerdo a la demanda establecida se identifica la producción mensual.

Tabla 16

Presupuesto en ventas en dólares

SNACKS DE 70 KG		
ENERO	\$	5.715,00
FEBRERO	\$	6.000,75
MARZO	\$	6.300,79
ABRIL	\$	6.615,83
MAYO	\$	6.946,62
JUNIO	\$	7.293,95
JULIO	\$	7.658,65
AGOSTO	\$	8.041,58

SEPTIEMBRE	\$	8.443,66
OCTUBRE	\$	8.865,84
NOVIEMBRE	\$	9.309,13
DICIEMBRE	\$	9.774,59
TOTAL	\$	90.966,38

Nota. Incremento en nivel de producción y ventas del 5% de forma mensual

Inversión y capital de trabajo

Tabla 17

Propiedad, Planta y Equipo

Descripción	Cantidad	Precio	
		Unitario	Precio Total
MAQUINARIA (Planta)			\$ 1,200.00
Peladora	1	\$ 600.00	\$ 600.00
Rebanadora	1	\$ 600.00	\$ 600.00
EQUIPO (Planta)			\$ 652.63
Cortadora	1	\$ 89.99	\$ 89.99
Freidora	1	\$ 65.00	\$ 65.00
Bascula	1	\$ 184.95	\$ 184.95
Lavadora	1	\$ 140.00	\$ 140.00
Sazonadora	1	\$ 22.69	\$ 22.69
Empacadora	1	\$ 70.00	\$ 70.00
Tanques de gas	2	\$ 40.00	\$ 80.00
UTENSILLO DE COCINA			\$ 147.00
Cucharones	5	\$ 5.00	\$ 25.00
Cedazo	1	\$ 2.00	\$ 2.00
Guantes	1	\$ 10.00	\$ 10.00
Rallador	2	\$ 5.00	\$ 10.00
Bandejas	5	\$ 12.00	\$ 60.00
Recipientes	5	\$ 6.00	\$ 30.00
Manteles	2	\$ 5.00	\$ 10.00
MUEBLES Y ENSERES(Planta)			\$ 915.00

Mesas de trabajo	2	\$	250.00	\$	500.00
Estantería	3	\$	125.00	\$	375.00
Sillas	4	\$	10.00	\$	40.00
EQUIPOS DE					
COMPUTO(Administración)					\$ 1.450,00
Laptop	1	\$	1.100,00	\$	1.100,00
Impresora Multifuncional	1	\$	350.00	\$	350.00
MAQUINARIA Y					
EQUIPO(Administración)					\$ 850,00
Escritorios	3	\$	250.00	\$	750.00
Sillas	10	\$	10.00	\$	100.00
TERRENOS					\$ 7.500,00
Terreno	1	\$	7.500,00	\$	7.500,00
EDIFICIOS					\$ 9.000,00
Construcción planta	1	\$	9.000,00	\$	9.000,00
VEHICULOS (ventas)					\$ 10.750,00
Camioneta	1	\$	10.750,00	\$	10.750,00
TOTAL					\$ 32.464,63

Nota. La tabla muestra todos los activos necesarios para el proyecto.

Tabla 18

Depreciación de los Activos Fijos

ACTIVO	COSTO	Vida Útil	Depreciación	Depreciación
			Anual	mensual
MAQUINARIA (Planta)	\$ 1.200,00	10	\$ 120.00	\$ 10.00
EQUIPO (Planta)	\$ 652.63	10	\$ 65.26	\$ 5.44
MUEBLES Y ENSERES(Planta)	\$ 915.00	10	\$ 91.50	\$ 7.63
EQUIPOS DE				
COMPUTO(Administración)	\$ 1.450,00	3	\$ 483.33	\$ 40.28
MAQUINARIA Y				
EQUIPO(Administración)	\$ 850.00	10	\$ 85.00	\$ 7.08
VEHICULOS (ventas)	\$10.750,00	5	\$ 2.150,00	\$ 179.17

EDIFICIOS (planta)	\$ 9.000,00	20	\$ 450.00	\$ 37.50
TOTAL	\$ 24.817,63		\$ 3.445,10	\$ 287.09

Nota. La tabla muestra los valores necesarios para el cálculo de depreciación.

Tabla 19

Activos fijos intangibles

Detalle	Total
Constitución de la empresa	\$ 450.00
Trámites y permisos	\$ 300.00
Registro de marca	\$ 200.00
TOTAL	\$ 950.00

Nota. La tabla muestra los activos intangibles de la empresa.

Tabla 20

Amortización activos intangibles

Detalle	Valor	%	Amortización Anual	Amortización mensual
Constitución de la empresa	\$ 450.00	20%	\$ 90.00	\$ 7.50
Trámites y permisos	\$ 300.00	20%	\$ 60.00	\$ 5.00
Registro de marca	\$ 200.00	20%	\$ 40.00	\$ 3.33
TOTAL			\$ 190.00	\$ 15.83

Nota. La tabla muestra la amortización anual y mensual de los activos intangibles de la empresa.

De acuerdo al detalle mostrado en la tabla anterior se puede determinar los bienes necesarios para la implementación del proyecto, es decir todos los activos fijos tangibles que se requieren para que el funcionamiento en este caso son la maquinaria, equipo, utensilios de cocina, muebles y enseres de la fábrica, equipo de cómputo, maquinaria y equipo, terrenos, edificios y vehículos reconocidos como inversiones y capital de trabajo.

Maquinaria, equipo y utensilios de cocina: de acuerdo al estudio realizado es necesario adquirir una peladora, rebanadora, cortadora, freidora, lavadora, bascula, cedazos, cuchillos, bandejas, recipientes, entre otros necesarios para el desarrollo de la actividades productivas y económicas de la empresa, es decir las herramientas necesarias con la cuales se procede a la elaboración de snacks.

Capital de trabajo

El capital de trabajo es considerado como un factor esencial en la gestión económica, ya que proporciona a la empresa los recursos necesarios para su normal funcionamiento mediante la financiación de inversiones a corto plazo (Espinoza et al., 2019).

Cabe señalar que los activos circulantes son las inversiones necesarias para una actividad económica utilizando el activo circulante de la empresa; sin embargo, la gestión de este capital determina su estatus, es decir la liquidez de la empresa (Gámez et al., 2021).

Para el cálculo del capital de trabajo se determina primero el tiempo necesario para iniciar la actividad económica de la empresa, con ello el monto de cada recurso es calculado en base al costo de adquisición, que permitan desarrollar una función eficiente conforma el capital de trabajo, en este caso las empresas de fabricación, industrialización y comercialización de snacks deben abordar los siguientes desembolsos por concepto de: servicios básicos, mano de obra, internet, inventario de materias primas e insumos, insumos, gastos de oficina, permisos, publicidad, productos de limpieza, así como logística y transporte en los que se incurrirá para asegurar la entrada del producto al mercado; tomando en cuenta que el valor ha sido analizado de entre algunas alternativas de posibles insumos y proveedores de bienes y servicios, y se calcula un provisionamiento de capital de trabajo para los 2 primeros años.

Tabla 21

Capital de Trabajo

DETALLE	VALOR AL MES	PROVISION	TOTAL
Gastos administrativos	\$ 997.50	2	\$ 1.995,00
Gastos de ventas	\$ 560.00	2	\$ 1.120,00
Costo de producción	\$ 4.919,97	2	\$ 9.839,94
TOTAL	\$ 6.477,47		\$ 12.954,94

Nota. De acuerdo a la actividad económica se prevé una provisión de capital de trabajo de dos meses.

A continuación, se presenta a detalle los diferentes desembolsos necesarios para el desarrollo productivo y comercial de la empresa, considerando

Detalle	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Sueldo Gerente	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00
Remuneraciones	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00	\$ 460.00
Servicios												
Básicos	\$ 5.50	\$ 7.25	\$ 7.25	\$ 7.25	\$ 7.25	\$ 7.25	\$ 7.25	\$ 7.25	\$ 7.25	\$ 7.25	\$ 7.25	\$ 7.25
Servicio de												
Internet	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00	\$ 22.00
Suministros de												
oficina	\$ 10.00	\$ 10.15	\$ 10.31	\$ 10.47	\$ 10.63	\$ 10.79	\$ 10.96	\$ 11.13	\$ 11.30	\$ 11.47	\$ 11.65	\$ 11.83
TOTAL	\$ 997.50	\$ 999.40	\$ 999.56	\$ 999.72	\$ 999.88	\$ 1,000.04	\$ 1,000.21	\$ 1,000.38	\$ 1,000.55	\$ 1,000.72	\$ 1,000.90	\$ 1,001.08

los gastos administrativos, de ventas y los diferentes costos de producción:

Tabla 22

Gastos Administrativos

Nota. Se muestra los diferentes desembolsos a realizarse en el área administrativa, con una previsión anual.

Tabla 23*Gastos de Ventas*

Detalle	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Remuneraciones	\$ 460.00	\$460.00	\$ 460.00	\$460.00	\$460.00	\$460.00	\$ 460.00	\$460.00	\$460.00	\$460.00	\$460.00	\$460.00
Publicidad y propaganda	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00
Combustible	\$ 80.00	\$ 81.23	\$ 82.48	\$83.75	\$ 85.04	\$86.35	\$ 87.68	\$ 89.03	\$ 90.40	\$ 91.80	\$ 93.21	\$ 94.65
TOTAL	\$560.00	\$561.23	\$ 562.48	\$563.75	\$565.04	\$566.35	\$567.68	\$569.03	\$570.40	\$571.80	\$573.21	\$574.65

Nota. se muestra los gastos a realizarse en el área de ventas de la empresa, con una previsión anual.

Costos de producción

Los costos de producción se clasifican en tres grupos: la materia prima directa son aquellos materiales utilizados directamente en el proceso productivo, mano de obra directa los obreros que elaboran el producto y los costos indirectos son aquellos insumos, y gastos de la fábrica que no presentan relación directa con el proceso de producción.

Tabla 24*Materia Prima directa*

Descripción	Cantidad	Unidad	Valor unitario	Valor Total
Papas	38.10	Quintal	\$ 70.00	\$ 2.667,00
Aceite	182.88	Litros	\$ 1.50	\$ 274.32
TOTAL				\$ 2.941,32

Nota. de acuerdo a la producción prevista se detalla los siguientes requerimientos de materia prima.

Tabla 25*Mano de Obra Directa*

Descripción	Tiempo	Valor mensual	Valor total
Cocinero 1	8 horas	\$ 460.00	\$ 460.00
Cocinero 2	8 horas	\$ 460.00	\$ 460.00
Cocinero 3	8 horas	\$ 460.00	\$ 460.00
TOTAL			\$ 1.380,00

Nota. Tomando como referencia el organigrama de la empresa se muestra los gastos por los cocineros.

Tabla 26*Costos Indirectos de Fabricación*

Descripción	Cantidad	Unidad	Valor unitario	Valor total
MPI				
Sal	1	fundas	\$ 0.90	\$ 0.90
Condimentos	1	frascos	\$ 0.75	\$ 0.75
fundas de mayonesa	11.430	unidades	\$ 0.01	\$ 114.30
Fundas de salsa de tomate	11.430	unidades	\$ 0.01	\$ 114.30
Empaque	11.430	unidades	\$ 0.02	\$ 228.60
Etiqueta	11.430	unidades	\$ 0.01	\$ 114.30
GASTOS DE FABRICA				
Energía eléctrica		KW	\$ 7.50	\$ 7.50

Agua		m3	\$ 9.00	\$ 9.00
Tanques de gas	3	unidad	\$ 3.00	\$ 9.00
TOTAL				\$ 598.65

Nota. Se muestra los costos indirectos necesarios para llevar a cabo el proceso de producción.

Plan de inversión

La planificación de inversiones es una herramienta fundamental para el funcionamiento de la empresa, por medio de las ratios financieras se puede analizar e interpretar la información económica y financiera contenida en los estados financieros. Por otro lado, los objetivos básicos del plan de inversiones son:

- Mitigación de riesgos al considerarse como un punto clave que impide el éxito empresarial.
- Los negocios implican riesgos, por lo que cada decisión financiera tiene sus propias características de riesgo y recompensa.
- Reducción de costes y su importancia en la empresa. debe hacer
- Investigue para no comprometer la calidad del producto al reducir costos.
- La previsión de la demanda es esencial para obtener datos reales y así evitar pérdidas económicas en el ejercicio contable (Murillo et al., 2019).

Al determinar la inversión para este proyecto, es necesario tomar en cuenta que el valor del capital de trabajo refleja la cantidad de recursos necesarios para el desarrollo de actividades comerciales, este monto será destinado a la compra de activos fijos tangible, cancelación de activos intangibles y todos los recursos considerados como capital de trabajo tales como maquinaria, equipo, utensilios, vehículos, muebles entre otros.

Tabla 27

Inversión Inicial

Detalle	Valor	%
Activos Fijos	\$ 32.464,63	70%
Activos Fijos Intangibles	\$ 950.00	2%
Capital de trabajo	\$ 12.954,94	28%
TOTAL	\$ 46.369,57	100%

Nota. La tabla muestra la inversión inicial requerida para poner en funcionamiento la empresa.

Plan de financiamiento

Tabla 28

Fuentes de Financiamiento

Detalle	Valor	%
Capital propio	\$ 21.369,57	46%
Préstamo	\$ 25.000,00	54%
TOTAL	\$ 46.369,57	100%

Nota. Se muestra los porcentajes de participación del capital propio y crédito.

Al considerar que la empresa se va constituir con 1 solo socio, se prevé un aporte de \$ 21.369,57 que equivale al 46% de la estructura económica y financiera de la empresa; de acuerdo a los siguientes aportes por parte de la dueña de la empresa.

Tabla 29

Capital propio

ACTIVOS	
Efectivo	\$ 2.019,57
Camioneta	\$ 10.750,00
Laptop	\$ 1.100,00
Terreno	\$ 7.500,00

Nota. La tabla muestra un detalle de los aportes a realizar

Sin embargo, existe un 54% que va ser financiado por una institución financiera solicitando \$ 25.000, para la obtención de este crédito se consideró a BanEcuador, al considerar como una entidad que ofrece créditos para emprendimientos con el fin de iniciar o fortalecer pequeños y medianos negocios, a una tasa baja y periodos adecuados de pago.

Tabla de amortización

Tabla 30

Datos del préstamo bancario

Valor	\$	25.000,00
Plazo en años		5
Tasa de interés anual		11.25%
Interés	\$	14.062,50
Cuota	\$	6.806,85

Nota. Son los datos necesarios para elaborar la tabla de amortización

La cantidad a solicitar asciende a \$ 25.000,00 bajo el concepto de un crédito para microempresas, con un plazo de vencimiento de 5 años. La tasa de interés de acuerdo a la entidad financiera de acuerdo al giro del negocio es del 11.25%; con una garantía personal.

Tabla 31

Tabla de Amortización

Periodo	Cuota	Interés	Capital	Saldo
0				\$ 25.000,00
1	\$ 6.806,85	\$ 2.812,50	\$ 3.994,35	\$ 21.005,65
2	\$ 6.806,85	\$ 2.363,14	\$ 4.443,71	\$ 16.561,94
3	\$ 6.806,85	\$ 1.863,22	\$ 4.943,63	\$ 11.618,31
4	\$ 6.806,85	\$ 1.307,06	\$ 5.499,79	\$ 6.118,52
5	\$ 6.806,85	\$ 688,33	\$ 6.118,52	\$ -

Nota. Se muestra los montos a cancelar año tras año por el lapso de 5 años.

Cantidad a producir

Tabla 32

Presupuesto de unidades producidas

SNACKS DE 70 KG	
Enero	11430
Febrero	12002
Marzo	12602
Abril	13232

Mayo	13893
Junio	14588
Julio	15317
Agosto	16083
Septiembre	16887
Octubre	17732
Noviembre	18618
Diciembre	19549

Nota. Se muestra las unidades a producir mes a mes con un crecimiento del 5% mensual

De acuerdo al crecimiento del mercado y aplicación de estrategias de marketing la empresa pretende incrementar su producción en un 5% mensual, al considerar que existe aceptación del producto por parte de los clientes al considerarse un producto de consumo masivo que se puede perchar en tiendas, supermercados, para el consumo de niños, jóvenes y adultos, a la hora de viajar, en eventos estudiantiles, entre otros.

Flujo de efectivo

Para elaborar el flujo de efectivo proyectado se realiza una proyección en los ingresos y gastos, que se llevaran a cabo en un periodo de 5 años, para lo cual se prevé un incremento del 2% cada año.

Tabla 33*Flujo de efectivo proyectado*

INGRESOS			AÑO BASE	2025	2026	2027	2028	2029
Ventas				\$ 90,966.38	\$ 92,785.71	\$94,641.42	\$ 96,534.25	\$98,464.93
TOTAL INGRESOS				\$ 90,966.38	\$ 92,785.71	\$94,641.42	\$96,534.25	\$98,464.93
EGRESOS								
Costo de producción y ventas				\$ 62,194.20	\$ 63,438.08	\$64,706.85	\$66,000.98	\$ 67,321.00
Gastos Administrativos				\$ 11,999.95	\$ 12,239.95	\$12,484.75	\$12,734.45	\$ 12,989.14
Gastos de Ventas				\$ 6,805.63	\$ 6,941.75	\$ 7,080.58	\$ 7,222.19	\$ 7,366.64
Inversión Fijo Tangible			\$ 32,464.63					
Inversión Fijo Intangible			\$ 950.00					
Capital de trabajo			\$ 12,954.94					
Impuesto a la renta				\$ 70.38	\$ 71.79	\$ 73.22	\$ 74.69	\$ 76.18
TOTAL EGRESOS			\$46,369.57	\$ 81,070.17	\$ 82,691.57	\$84,345.40	\$86,032.31	\$ 87,752.96
Depreciación				\$ 3,445.10	\$ 3,445.10	\$ 3,445.10	\$ 3,445.10	\$ 3,445.10
Amortización				\$ 190.00	\$ 190.00	\$ 190.00	\$ 190.00	\$ 190.00
FLUJO DE CAJA			\$-46,369.57	\$ 13,531.31	\$ 13,729.23	\$13,931.11	\$14,137.03	\$ 14,347.07
ECONOMICO								
Préstamo			\$25,000.00					
Interés Préstamo				\$ 2,812.50	\$ 2,363.14	\$ 1,863.22	\$ 1,307.06	\$ 688.33
FLUJO DE CAJA			\$-21,369.57	\$ 10,718.81	\$ 11,366.09	\$12,067.89	\$ 12,829.97	\$ 13,658.74

FINANCIERO

Nota. La tabla muestra los movimientos de ingresos y salidas de efectivo en los 5 años de proyección.

Aquí se toma en consideración la inversión inicial que se requiere para el proyecto tales como la inversión del activo fijo tangible, intangible y el capital de trabajo necesario para los 2 primeros meses de iniciada la actividad económica y las proyecciones de ventas y gastos a ejecutarse durante 5 años de desarrollo económico

Valor Actual VA

El cálculo requiere de indicadores financieros y considera la Tasa Pasiva Referencial del Banco Central del Ecuador que equivale al 9% anual, con base a los flujos de efectivo que se generaron en la tabla anterior es importante determinar la rentabilidad y viabilidad que se genera por la ejecución del proyecto.

$$VA = \frac{F}{(1+r)^t}$$

Donde:

VA es el Valor Actual

F es el Flujo de Efectivo futuro,

r es la Tasa de Descuento o Tasa de Interés por periodo,

t es el número de periodos en el futuro.

Tasa Interna de Retorno TIR

Es conocida como la Tasa Interna de Rentabilidad, es aquella tasa que hace que el VAN sea igual a cero, es decir que esta tasa iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial (Fajardo et al., 2019)

$$\sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+TIR)^t} = 0$$

Donde:

CF_t es el flujo de efectivo neto en el periodo t

TIR es la Tasa Interna de Retorno

n es el número total de periodos de flujo de efectivo

Valor Actual Neto y Tasa Interno de Retorno

Para determinar los resultados de la VAN y la TIR, se estimaron la Inversión inicial que está compuesta por todos recursos y bienes necesarios para comenzar con la producción de snacks de papas chinas en todas las presentaciones que tienen más acogida, y los flujos de efectivo en los 5 años proyectados de acuerdo a los datos de la tabla anterior:

Tabla 34

Valor Actual Neto y Tasa Interna de Retorno

INVERSION INICIAL	\$ -21,369.57
AÑO 2024	\$ 10,718.81
AÑO 2025	\$ 11,366.09
AÑO 2026	\$ 12,067.89
AÑO 2027	\$ 12,829.97
AÑO 2028	\$ 13,658.74
VAN	\$26,672.02
TIR	30%

Nota. La tabla muestra el VAN y TIR de acuerdo a los flujos de efectivo.

El VAN tiene que ser mayor que 0, es decir un valor en positivo para determinar la rentabilidad del proyecto. En este caso el VAN fue de \$ 26.670.02 conseguida con los flujos de efectivo de 5 años proyectados(con un crecimiento anual el 2%), la inversión inicial que requiere el proyecto fue de \$ 21.369.57 y la tasa de interés pasiva referencial a febrero del 2024 de acuerdo al Banco Central de Ecuador fue de \$ 7.95%, lo que representa el total de los ingresos líquidos que percibirá la empresa al emprender este proyecto, al presentar un valor positivo se recomienda la ejecución del proyecto, ya que la inversión inicial se recuperará dentro de los 2 primeros años de actividad económica.

Tasa interna de retorno TIR

La TIR muestra como resultado un 30%, siendo un porcentaje mayor a la tasa de interés pasiva referencial que se define en febrero 2024 del 7.95% anual; lo que indica que el capital necesario para la ejecución del proyecto generará más rentabilidad si se pone en marcha el proyecto establecido, antes que depositarlo en una institución financiera y esperar que genere intereses.

Relación beneficio costo RBC

Tabla 35

Relación Beneficio Costo

VAN INGRESOS	\$	48,041.59
VAN EGRESOS	\$	-21,369.57
RELACION BENEFICIO/COSTO	\$	2.25

Nota. Se muestra la relación beneficio costo del proyecto

De acuerdo al resultado obtenido se puede mencionar que el proyecto es capaz de generar un beneficio considerando que por cada dólar de deuda se cuenta con \$ 2.25 para respaldar esta obligación de pago con una tercera persona, es decir que el proyecto de inversión es rentable al generar un beneficio tras los costos que implica ponerlo en funcionamiento.

Pay Back

Tabla 36

Tiempo de recuperación

AÑO	INVERSION INICIAL	FLUJOS	
		FLUJO DE EFECTIVO	ACUMULADOS
0	\$ -21,369.57		
1		\$ 10,718.81	\$ -10,650.76
2		\$ 11,366.09	\$ 715.33

Nota. Muestra los flujos acumulados necesarios para determinar el periodo de recuperación.

Para el presente proyecto de inversión el tiempo de recuperación asciende a 1 año y 11 meses; en los cuales lograra recuperar su inversión inicial; tomando como referencia los cálculos anteriores se puede determinar que el proyecto es viable y rentable, pues se

podrá generar flujos de efectivo positivos, la recuperación en un periodo corto de la inversión realizada, demostrando factible la creación de la empresa Chinacks S.A.S.

Estado de pérdidas y ganancias

Para desarrollar el análisis financiero es necesario elaborar el estado de pérdidas y ganancias que este compuesto por los ingresos y costos o gastos necesarios para el desarrollo de la actividad económica durante un tiempo determinado y así poder calcular la utilidad o perdida en el ejercicio. En la siguiente tabla se observan las proyecciones necesarias para la identificación de las ganancias que tendrá la empresa durante los primeros 12 meses, dónde se consideran las proyecciones de ventas, costos de producción y ventas, gastos administrativos, ventas y financieros adicional el impuesto a la renta, dando lugar a la utilidad liquida que será resultado económico y financiero en el primer año de realizar las actividades económicas.

CHINACKS S.A.S.

Estado de Pérdidas y Ganancias
Del 01 enero al 31 diciembre 2025
Expresado en dólares americanos

Ingresos Operacionales	
Venta	\$ 90,966.38
(=) Total Ingresos	<hr/> <u>\$ 90,966.38</u>
(-) Costo de Ventas	\$ 62,194.20
(=) Utilidad Bruta	<hr/> <u>\$ 28,772.18</u>
(-) Gastos	\$ 22,440.68
Gastos administrativos	\$ 11,999.95
Gastos de ventas	\$ 6,805.63
Depreciación y Amortización	\$ 3,635.10
(=) UTILIDAD OPERATIVA	<hr/> <u>\$ 6,331.49</u>
Gastos financieros	\$ 2,812.50
(=) UTILIDAD ANTES DEL IMPUESTO A LA RENTA	<hr/> <u>\$ 3,518.99</u>
2% IMPUESTO A LA RENTA	\$ 70.38
(=) UTILIDAD LIQUIDA DEL EJERCICIO	<hr/> <u>\$ 3,448.61</u>

Nota. Muestra los ingresos y gastos a generarse en el año 2025.

CONCLUSIONES

- La combinación de modelos de negocio permite que el producto sea innovador en el mercado; se prevé un nivel de crecimiento en las ventas anuales del 5%; considerando que la industria de los snacks maneja importantes volúmenes de producción; creando flujos de caja positivos.
- El estudio técnico determinó la existencia de una demanda potencial insatisfecha lo que le da a la microempresa una oportunidad en el mercado de snacks, también se pudo identificar el lugar estratégico para la ubicación de Chinacks.
- Con la aplicación de los indicadores financieros se obtuvo un VAN positivo de \$ 26,672.02, al sobrepasar la tasa de descuento que se espera recibir la cual es de 46%, por su parte la TIR fue superior demostrando que el proyecto es viable y por ende se puede poner en funcionamiento el plan de negocios presentado.

RECOMENDACIONES

- Implementar estrategias de marketing, que permitan posicionar al producto con fuerza en el mercado identificado, cuidando la calidad, sabor, presentación y precio del producto.
- Analizar periódicamente los precios de los proveedores de insumos sin dejar de lado la calidad del producto, puesto que marcará la diferencia con el sabor del producto artesanal y atención personalizada a los clientes.
- Ejecutar el proyecto de inversión al encontrar indicadores financieros y económicos positivos que permiten obtener flujos de efectivo positivos y generar rentabilidad en poco tiempo una vez que se ponga en marcha el negocio.

BIBLIOGRAFÍA

- Almeida, S. G. (2022). ANÁLISIS DE LAS ALTERNATIVAS DE INVERSIÓN. *Revista científica multidisciplinar*.
- America, B. o. (2023). Capital de trabajo. *Business advantage*.
- Andia, W. (2011). La demanda insatisfecha en los proyectos. *Produccion y gestion*, 68.
- Andina, W. (2011). La demanda insatisfecha en los proyectos. *Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial*, 69.
- Andrade, P., & Parrales, M. (2019). El estado de flujo de efectivo, herramienta de gestión para evaluar la capacidad de los administradores. *Revista Pertinencia Académica*, 3(2), 1-10. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.3338611>
- Arias. (2006). *metodologia de la investigacion*. México.
- asana, T. (2023). Qué es un organigrama y cómo hacerlo. *Asana*.
- Belloso, R. (s.f.). Orientaciones metodológicas., (pág. 2006).
- Corredor, A., Araque, B., & Torres, D. (2020). Aplicación de las Matemáticas Financieras. *Covalente*, 2(2), 9-16. <https://doi.org/https://doi.org/10.22463/2711015X.3448>
- Corrillo Machicado Faviola y Gutierrez Quiroga Maribel. (2016). Estudio de un proyecto. *Localizacion de un proyecto*.
- Espinoza, G., Espinoza, O., González, K., & Sigüencia, A. (2019). Influencia de la administración del capital de trabajo en la rentabilidad empresarial. *INNOVA RESEARCH JOURNAL*, 4(3.1), 1-17. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.33890/innova.v4.n3.1.2019.1060>
- Fajardo, L., Girón, M., Vásquez, C., Fajardo, L., Zúñiga, X., Solís, L., & Pérez, J. (2019). Valor actual neto y Tasa interna de retorno como parámetros de evaluación de las

- inversiones. *Revista Investigacion Operacional*, 40(4), 469-474.
<https://revistas.uh.cu/invoperacional/article/view/664/580>
- Figueroa, R. C. (2020). Que integra el estudio financiero en un plan de negocio. *Instituto tecnologico de Sonora*.
- Gámez, L., Ortiz, M., Joya, R., Fernández, A., & Rodríguez, H. (2021). Hacia una definición de capital de trabajo desde la perspectiva social. *Scielo*, 15(1).
http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2306-91552021000100132&script=sci_arttext
- Gitman, L. (s.f.). *Principios de Administracion Financiera* (Lawrence Gitman ed.). (D. Segundo, Ed.) México: Pearson.
- Lira, A. P. (2013). Proyecciones Financieras . *La informacion financiera y los estados financieros* , 145.
- Méndez, A. C. (s.f.). IMPORTANCIA DE UN PLAN DE NEGOCIOS. . 7.
- Monteros, E. (2005). *Manual de Gestio Microempresarial*. Ecuador: Universitaria.
- Murillo, C., Erazo, J., Quevedo, J., & Narváez, C. (2019). Plan de inversión como herramienta de la gestión del capital intelectual. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria KOINONIA*, 1.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35381/r.k.v4i1.458>
- Pascual Rocabert, j. (2007). Los criterios valor actual Neto y Tasa interna de rendimiento. *Revista electronica sobre la enseñanza de la economia Pública*.
- Perdomo. (2023). *redalyc*. redalyc.
- Pérez, K. (2017). *Creación de una empresa productora*. Ambato.
- Pineda, W., & Tipa, A. (2020). *Plan de Financiamiento para mejorar la rentabilidad de la empresa Milenium Electronics - Moyobamba, 2020*(Tesis, Universidad César

Vallejo). Universidad César Vallejo.

<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/81963>

Prieto Herrera, J. E. (2016). *Proyectos: Enfoque Gerencial*. ECOE Ediciones.

Quezada, A. (2013). ETAPAS DE UN PLAN DE NEGOCIO. 38.

Rojas, A. (2017). Investigación e innovación metodológica . *Tópicos* , 3.

SENADI. (01 de MARZO de 2018). *SENADI*.

<https://www.derechosintelectuales.gob.ec/preguntas-frecuentes-propiedad-industrial/#:~:text=Una%20marca%20es%20un%20signo,o%20una%20combinaci%C3%B3n%20de%20estos>.

Silva, D. d. (2023). Guía completa para entender qué es el estudio de mercado y para qué sirve. *Zendesk*.

Sokolich, C. F. (2022). La importancia de la propuesta de valor en las empresas B2B. *Conexionesan*.

Valdivia, A. C. (s.f.). IMPORTANCIA DE UN PLAN DE NEGOCIOS. . *CVOM*, 7.

Valdiviezo, V. (2020). Emprendimiento: factores esenciales para su constitución. *Revista Venezolana de Gerencia*.