



**UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO DE MANABÍ**

**PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO  
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO  
EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y  
COMERCIALIZACIÓN DE MANJAR DE LECHE 100% ARTESANAL  
UBICADA EN LA CIUDAD DE MANTA”**

**AUTOR:**

**MACÍAS FAUBLA ANTHONY JAVIER**

**TUTOR:**

**EC. GÉNESIS HEREDIA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**MANTA - MANABÍ - ECUADOR**

2021-2022 (1)

## CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo un total de 400 horas, bajo la modalidad de emprendimiento, cuyo tema del proyecto es: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MANJAR DE LECHE 100% ARTESANAL UBICADA EN LA CIUDAD DE MANTA”**., el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado, corresponde al señor, **Macias Faubla Anthony Javier**, estudiante de la carrera de Administración de Empresas, periodo académico 2021 – 2022 (1), quien se encuentra apto para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 5 de agosto de 2022

Lo certifico,



**Ec. Génesis Estefanía Heredia Coppiano, Mg.**  
**Docente Tutor(a)**  
**Área: Ciencias Administrativas**

**CERTIFICADO DE SIMILITUD DE ORIGINALIDAD**The logo for 'Originality' features the word 'Original' in a large, orange, sans-serif font. Below it, the word 'ity' is written in a smaller, blue, sans-serif font. The entire logo is set against a light blue background with a subtle grid pattern.**Document Information**

<b>Analyzed document</b>	Proyecto De Emprendimiento para la Titulacion I Anthony Macas.docx (2142543884)
<b>Submitted</b>	7/31/2022 1:40:09 AM
<b>Submitted by</b>	
<b>Submitter email</b>	genesis.herencia@uiearth.edu.ec
<b>Similarity</b>	0%
<b>Analysis address</b>	genesis.herencia@iamdianalysis.ukiturd.com

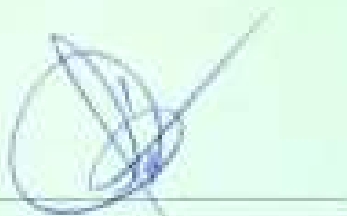
## APROBACIÓN DEL TRABAJO

Los miembros del tribunal examinador de grado, dan la aprobación al trabajo final de titulación denominado "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MANJAR DE LECHE 100% ARTESANAL UBICADA EN LA CIUDAD DE MANTA", desarrollado por el egresado MACÍAS FAUBLA-ANTHONY JAVIER, el mismo que cumple con los requisitos previos de la ley y disposiciones de la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Administración de Empresas.



ING. BYRON CORAL

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



DRA. ROCÍO FIGUAVE

MIEMBRO DEL TRIBUNAL



ING. OSWALDO RODRÍGUEZ

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

## **DEDICATORIA**

En primer lugar, gracias a Dios por ser mi guía y por protegerme siempre.

A mis padres por sus consejos, valores y enseñanzas en todo este lapso de tiempo en mis estudios universitarios, lo que me permitió seguir día a día luchando por cumplir mis objetivos y metas planteadas.

A mis hermanos por su responsabilidad, por ayudarme a estar motivado en este reto bonito de la universidad y por brindarme su confianza siempre.

Por último, a mis compañeros de la carrera de administración de empresas y al personal docente y administrativo que, en el diario vivir de las actividades universitarias, momentos estuvieron al tanto de mi aprendizaje y enseñándome varios tópicos para adquirir conocimientos.

**Macías Faubla Anthony Javier**

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a Dios, por brindarme las fuerzas necesarias, el don de entendimiento, constancia y por conducirme en este sendero que fue mi etapa universitaria, y por poder terminar mi carrera de administración de empresas.

A mis padres y hermanos también les agradezco por su sacrificio, durante todo este trayecto largo, por su apoyo constante y motivacional ya que, con todo su corazón, me dieron los ánimos necesarios para seguir adelante en los momentos donde se presentó mayores problemas.

Por último, un agradecimiento preciso a mis compañeros de carrera universitaria y catedráticos que, en el lapso de tiempo de toda la carrera administrativa, me enseñaron varios temas cotidianos, empresariales, estudiantil, entre otros, los cuales han sido satisfactorios para poner en práctica constantemente.

**Macías Faubla Anthony Javier**

## ÍNDICE

<b>CERTIFICACIÓN .....</b>	<b>ii</b>
<b>CERTIFICADO DE SIMILITUD DE ORIGINALIDAD .....</b>	<b>iii</b>
<b>APROBACIÓN DEL TRABAJO .....</b>	<b>iii</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>v</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>vi</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xv</b>
<b>TEMA .....</b>	<b>xvi</b>
<b>CAPITULO I DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....</b>	<b>17</b>
1.1. Planteamiento del Problema .....	17
1.1.1 Formulación del Problema.....	18
1.2. Objetivos del Proyecto.....	18
1.2.1 Objetivo General .....	18
1.2.2 Objetivos Específicos.....	18
1.3. Justificación del Proyecto .....	18
1.3.1 Justificación Teórica .....	18
1.3.2 Justificación Práctica .....	19
1.3.3 Justificación Metodológica .....	19
1.4. Delimitación del Proyecto .....	20
1.4.1 Delimitación Geográfica.....	20
1.4.2 Delimitación Temporal .....	20
1.4.3 Delimitación Social.....	20
1.5. Planteamiento estratégico .....	21
1.6. Nombre de la Empresa.....	21
1.7. Logo de la Empresa .....	21
1.8. Slogan de la Empresa.....	21
1.9. Misión .....	21
1.10. Visión.....	22
1.11. Valores Empresariales .....	22
1.12. Análisis interno del Proyecto.....	22
<b>CAPITULO II ESTUDIO DE MERCADOTECNIA / PROPUESTA DE VALOR .....</b>	<b>24</b>
2.1.1 Evidencia de mercadeo .....	24
2.1.2 Binomio producto – mercado .....	24

2.2. Análisis Externo.....	24
<b>MATRIZ FODA MANJAR DELI .....</b>	<b>25</b>
2.3. Segmento de Mercado .....	25
2.3.1 Perfil del consumidor.....	26
2.3.2 Tendencias de mercadeo .....	26
2.3.3 Factores de riesgo .....	26
2.3.4 Ingresos en base al análisis de mercado.....	27
2.4. Estudio de las variables del Marketing Mix (producto, precio, promoción, plaza) .....	29
2.4.1 Producto .....	29
2.4.2 Precio .....	29
2.4.3 Plaza.....	29
2.4.4 Promoción.....	30
2.5. Análisis Competitivo (Porter).....	30
2.5.1 Rivalidad Entre Competidores.....	30
2.5.2 Amenaza de Nuevos Participantes.....	31
2.5.3 Amenaza de Productos Sustitutos.....	31
2.5.4 Poder de Negociación con los Compradores .....	31
2.5.5 Poder de Negociación con los Proveedores.....	32
2.6. Análisis e Interpretación de la información obtenida de la encuesta.....	32
2.7. Descripción del producto .....	48
2.7.1. Características y diseño del producto / servicio.....	48
2.7.2 Aspectos diferenciales .....	49
2.7.3 Análisis comparativos con productos similares.....	50
<b>CAPITULO III ESTUDIO TÉCNICO.....</b>	<b>51</b>
3.1. Descripción de las características de localización del negocio.....	51
3.1.1 Macro Localización .....	51
3.1.2 Micro localización .....	51
3.2. Realización de un bosquejo del área de trabajo .....	52
3.3. Diagrama de procesos .....	54
.....	54
3.4. Listado de recursos (máquinas, equipos y herramientas, etc.).....	55
3.5. Cálculo de los materiales o materia prima a utilizar en la elaboración del producto .....	56
3.6. Listado de los proveedores .....	56
<b>CAPITULO IV ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>57</b>



4.1. Organigrama Estructural y Funcional.....	57
4.2. Funciones según las responsabilidades de cada persona .....	57
4.3. Previsión de RRHH .....	59
<b>CAPITULO V ESTUDIO LEGAL Y SOCIETARIO.....</b>	<b>60</b>
5.1. Marco Legal.....	60
5.1.1 Equipo Directivo.....	61
5.1.2 Modalidad Contractual (emprendedor y empleado) .....	61
5.2. Requisitos para su legitimidad.....	62
5.2.1 Permisos y licencias necesarias para el funcionamiento y venta de productos .	62
5.2.2 Cobertura de responsabilidades (seguros) .....	62
5.2.3 Patentes, marcas y otros tipos de registros (protección legal) .....	63
<b>CAPITULO VI ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO .....</b>	<b>64</b>
6.1. Costo unitario de producción.....	64
6.2. Estructura de costo y gasto .....	64
6.3. Proyección de ventas .....	65
6.4. Plan de inversión.....	66
6.5. Líneas de financiamiento .....	67
6.6 Flujo de caja proyectado (5 años) .....	70
6.7. Estado de resultados proyectados (5años) .....	72
6.8. Estado de situación financiera proyectado (5años).....	73
<b>CAPITULO VII EVALUACIÓN FINANCIERA .....</b>	<b>75</b>
7.1. WACC .....	75
7.2. VAN.....	75
7.3. TIR .....	76
7.4. Retorno o periodo de recuperación de la inversión .....	77
7.5. Relación Beneficio/Costo (RBC).....	78
7.6. Punto de Equilibrio .....	78
7.7. Razones Financieras .....	80
7.7.1 Liquidez .....	80
7.7.2 Endeudamiento .....	81
7.7.3 Rentabilidad .....	81
<b>CAPITULO VIII .....</b>	<b>82</b>
Conclusiones.....	82
Recomendaciones .....	83
<b>BIBLIOGRAFÍAS.....</b>	<b>84</b>

<b>ANEXOS .....</b>	<b>85</b>
Anexo 1 Cuestionario de encuesta.....	85
Anexo 2 Aplicación de Herramienta Google, Formulario en línea para encuesta virtual .....	88
Anexo 3 Autor del Proyecto Analizando Información .....	89

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1:</b> <i>Matriz Foda</i> .....	<b>25</b>
<b>Tabla 2:</b> <i>Ingresos del análisis de mercado de Manjar Deli</i> .....	<b>27</b>
<b>Tabla 3:</b> <i>Detalles cálculo de la muestra</i> .....	<b>32</b>
<b>Tabla 4:</b> <i>Distribución de la encuesta por las parroquias urbanas de la ciudad</i> .....	<b>33</b>
<b>Tabla 5:</b> <i>Detalle pregunta 1</i> .....	<b>34</b>
<b>Tabla 6:</b> <i>Detalle pregunta 2</i> .....	<b>35</b>
<b>Tabla 7:</b> <i>Detalle pregunta 3</i> .....	<b>36</b>
<b>Tabla 8:</b> <i>Detalle pregunta 4</i> .....	<b>38</b>
<b>Tabla 9:</b> <i>Detalle pregunta 5</i> .....	<b>39</b>
<b>Tabla 10:</b> <i>Detalle pregunta 6</i> .....	<b>40</b>
<b>Tabla 11:</b> <i>Detalle pregunta 7</i> .....	<b>41</b>
<b>Tabla 12:</b> <i>Detalle pregunta 8</i> .....	<b>43</b>
<b>Tabla 13:</b> <i>Detalle pregunta 9</i> .....	<b>44</b>
<b>Tabla 14:</b> <i>Detalle pregunta 10</i> .....	<b>45</b>
<b>Tabla 15:</b> <i>Detalle pregunta 11</i> .....	<b>47</b>
<b>Tabla 16:</b> <i>Matriz comparativa con productos similares</i> .....	<b>50</b>
<b>Tabla 17:</b> <i>Listado de equipos</i> .....	<b>55</b>
<b>Tabla 18:</b> <i>Listado de herramientas y utensilios</i> .....	<b>55</b>
<b>Tabla 19:</b> <i>Detalle de cálculo de materiales y materia prima</i> .....	<b>56</b>
<b>Tabla 20:</b> <i>Responsabilidades y parámetros de cada cargo</i> .....	<b>58</b>
<b>Tabla 21:</b> <i>Provisión-Nómina Personal</i> .....	<b>59</b>
<b>Tabla 22:</b> <i>Detalle costo unitario de producción</i> .....	<b>64</b>
<b>Tabla 23:</b> <i>Detalle de costos y gastos</i> .....	<b>64</b>
<b>Tabla 24:</b> <i>Detalle de Proyección de Ventas (presentación 226 g)</i> .....	<b>65</b>
<b>Tabla 25:</b> <i>Detalle de Proyección de Ventas (presentación 450 g)</i> .....	<b>65</b>
<b>Tabla 26:</b> <i>Detalle Activos Fijos</i> .....	<b>66</b>
<b>Tabla 27:</b> <i>Detalle de Activos Diferidos</i> .....	<b>66</b>
<b>Tabla 28:</b> <i>Detalle del Capital de Trabajo</i> .....	<b>67</b>
<b>Tabla 29:</b> <i>Resumen Plan de Inversión</i> .....	<b>67</b>
<b>Tabla 30:</b> <i>Composición de Capital</i> .....	<b>67</b>
<b>Tabla 31:</b> <i>Datos del crédito</i> .....	<b>68</b>
<b>Tabla 32:</b> <i>Amortización del crédito</i> .....	<b>68</b>
<b>Tabla 32.1:</b> <i>Amortización del crédito por periodo</i> .....	<b>70</b>
<b>Tabla 33:</b> <i>Flujo de Caja Proyectado 5 años</i> .....	<b>71</b>

<b>Tabla 34:</b> <i>Estado de Resultados Proyectados 5 años</i> .....	<b>72</b>
<b>Tabla 35:</b> <i>Estado de Situación Financiera proyectado 5 años</i> .....	<b>73</b>
<b>Tabla 36:</b> <i>Datos del WACC</i> .....	<b>75</b>
<b>Tabla 36.1.:</b> <i>WACC</i> .....	<b>75</b>
<b>Tabla 37:</b> <i>VAN</i> .....	<b>76</b>
<b>Tabla 38:</b> <i>TIR</i> .....	<b>76</b>
<b>Tabla 39:</b> <i>Retorno de la Inversión</i> .....	<b>77</b>
<b>Tabla 40:</b> <i>Relación Beneficio/Costo (RBC)</i> .....	<b>78</b>
<b>Tabla 41:</b> <i>Punto de Equilibrio Uni. Físicas y Uni. Monetarias</i> .....	<b>78</b>
<b>Tabla 42:</b> <i>Comprobación del Punto de Equilibrio</i> .....	<b>79</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1:</b> <i>Croquis y delimitación del alcance del proyecto en la ciudad de Manta 2022</i>	20
<b>Figura 2:</b> <i>Logo Manjar Deli</i>	21
<b>Figura 3:</b> <i>Manjar Deli</i>	30
<b>Figura 4:</b> <i>Resultados pregunta 1</i>	34
<b>Figura 5:</b> <i>Resultados pregunta 2</i>	37
<b>Figura 6:</b> <i>Resultados pregunta 3</i>	38
<b>Figura 7:</b> <i>Resultados pregunta 4</i>	4
.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>Figura 8:</b> <i>Resultados pregunta 5</i>	42
<b>Figura 9:</b> <i>Resultados pregunta 6</i>	6
.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>Figura 10:</b> <i>Resultados pregunta 7</i>	43
<b>Figura 11:</b> <i>Resultados pregunta 8</i>	8
.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
<b>Figura 12:</b> <i>Resultados pregunta 9</i>	44
<b>Figura 13:</b> <i>Resultados pregunta 10</i>	46
<b>Figura 14:</b> <i>Resultados pregunta 11</i>	47
<b>Figura 15:</b> <i>Etiqueta del producto</i>	48
<b>Figura 16:</b> <i>Descomposición del manjar de leche</i>	49
<b>Figura 17:</b> <i>Bosquejo del área de trabajo</i>	53
<b>Figura 18:</b> <i>Diagrama del Proceso de Elaboración</i>	54
<b>Figura 19:</b> <i>Organigrama Estructural y Funcional, Manjar Deli</i>	57
<b>Figura 20:</b> <i>Fórmulas del Punto de Equilibrio</i>	79
<b>Figura 21:</b> <i>Gráfica del Punto de Equilibrio</i>	80

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto de emprendimiento para la titulación tiene como objetivo realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de manjar de leche, para introducir en el mercado “Manjar Deli”, como producto 100% artesanal elaborado en la ciudad de Manta. Se realizó un estudio de mercado mediante encuestas la cual es una herramienta de investigación cuantitativa, a un público objetivo en la zona urbana de la ciudad de Manta, en la cual se comprobó que el manjar de leche es un producto que si es consumido con un porcentaje del 88,28% en los hogares mantenses. Con este resultado se propone la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de manjar de leche de forma artesanal, ofreciendo un producto que reúna las características óptimas para el consumo. Así mismo se analizó y se realizó un estudio económico y financiero para determinar la factibilidad del emprendimiento. Manjar Deli, tiene las mismas oportunidades de crecimiento que la de una gran empresa local. Todo dependerá de la correcta implementación y un adecuado financiamiento, para que este emprendimiento se pueda convertir en una microempresa bien constituida.

**Palabras claves:** Producto, mercado, factibilidad, artesanal, emprendimiento.

## ABSTRACT

The objective of this entrepreneurship project for the degree is to carry out a feasibility study for the creation of a micro-enterprise dedicated to the elaboration and commercialization of milk manjar, to introduce "Manjar Deli" into the market, as a 100% handmade product elaborated in the city of Manta. A market study was carried out through surveys, which is a quantitative research tool, to a target audience in the urban area of the city of Manta, in which it was found that the milk delicacy is a product that if consumed with a percentage of 88.28% in the maintained households. With this result, the creation of a microenterprise dedicated to the elaboration and commercialization of milk delicacy in an artisanal way is proposed, offering a product that meets the optimal characteristics for consumption. Likewise, an economic and financial study was analyzed and carried out to determine the feasibility of the undertaking. Manjar Deli has the same growth opportunities as a large local company. Everything will depend on the correct implementation and adequate financing, so that this enterprise can become a well-established microenterprise.

**Keywords:** Product, market, feasibility, craft, entrepreneurship.

**TEMA**

“Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de manjar de leche 100% artesanal ubicada en la ciudad de Manta



## CAPITULO I DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

### 1.1. Planteamiento del Problema

Los momentos que vive el país en el presente, origina que las personas encuentren acceso de generar ingresos, partiendo de una idea de negocio, la cual considera tenga proyecciones financieras con varias estrategias comerciales. Si bien es cierto que la pandemia por el covid-19 ha causado un entorno difícil en resoluciones de carácter monetario.

El problema existente en el siguiente proyecto, “Es el de no contar con poder adquisitivo y de valor, ya que con esto se limita a elaborar manjares de leche, para la ciudad de Manta y la marca no podría tener presencia significativa en el mercado de la ciudad”. (Andrade, 2018).

Según manifiesta el autor, el poder adquisitivo es importante debido a que mediante este puede realzar el logo del producto, permitiendo competir con otros emprendimientos dedicados a la elaboración de similares productos de dulces.

La ciudad de Manta es un distrito comercial de buenas inversiones y de un amplio mercado para diversos asuntos de negocio, además las personas residentes en la ciudad de Manta proyectan emprendimientos los cuales adaptan programas estratégicos que consoliden demanda en ventas, incentivando el crecimiento socioeconómico. En este marco se observa la necesidad de establecer una microempresa mediante la cual sostenga una inversión inaugural, con una conducción administrativa adecuada y en la elaboración de la misma, donde se utilicen aquellos recursos existentes en la zona urbana de la ciudad.

Aquellos emprendimientos que se llevan a cabo deben basarse en procesos de elaboración los cuales estén regulados y que sostengan una inversión por medio de servicios o productos con normas de calidad; por ende, se presenta una ocasión de microempresa la cual este dedicada a la elaboración y comercialización de un producto deseable, coexistente y de alto consumo en la población urbana de la ciudad de Manta el cual es el manjar de leche 100% artesanal. Al mencionar el producto de manjar de leche, es de gran utilidad ejecutar planificaciones en ventas que aproximen a clientes y consumidores.

Por otra parte, se consolida un concepto inaugural en donde la leche, es el material o suministro principal para este producto, ya que contiene un adecuado grado de nutrientes

y vitaminas para el cuerpo humano. El manjar de leche tendrá una elaboración adecuada en un entorno higiénico que cumpla las normas de calidad.

Además, el sector en donde se desarrollará la actividad de comercialización será en el sector secundario y terciario, en donde el producto estará disponible para toda la ciudadanía y clientes mantenses en caso de requerirlo, específicamente en la zona urbana.

### **1.1.1 Formulación del Problema**

En referencia al planteamiento del problema, y con el interés del presente modelo de emprendimiento, se formula la siguiente pregunta, ¿Será factible la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de manjar de leche 100% artesanal en la ciudad de Manta?

## **1.2. Objetivos del Proyecto**

### **1.2.1 Objetivo General**

- Establecer la factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de manjar de leche 100% artesanal ubicada en la ciudad de Manta.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Identificar la situación actual a partir de un estudio de mercado referente a la comercialización de manjar de leche en la ciudad de Manta.
- Fijar estrategias y planeaciones de gestión para potencializar la actividad comercial del emprendimiento.
- Ejecutar el desarrollo técnico-organizacional que asegure la elaboración y comercialización de manjar de leche en la ciudad de Manta.
- Desarrollar un análisis económico y financiero que ampare y permita la viabilidad del proyecto de emprendimiento.

## **1.3. Justificación del Proyecto**

### **1.3.1 Justificación Teórica**

Mediante el presente proyecto de emprendimiento, se busca satisfacer las necesidades de la ciudadanía y clientes de Manta de la zona urbana, ofreciendo un producto comestible

de calidad para su ingestión. Se hará el enfoque respectivo en los sectores secundarios y terciarios de la ciudad de Manta.

### **1.3.2 Justificación Práctica**

Se plantea diseñar estrategias de marketing con el objetivo de introducir en el mercado “Manjar Deli”, como producto artesanal elaborado en Manta. Esta propuesta se presenta ante la necesidad de introducir los manjares y comercializarlos en los principales supermercados de la ciudad de Manta. Este proyecto además ayudará al emprendimiento a convertirse en una microempresa, fomentará al desarrollo socioeconómico de la ciudad de Manta, tendrá mayor consumo de los principales productos que utiliza como materia prima para su elaboración, generará fuentes de empleo a futuro y sobre todo se tendrá como resultado ganancias para el negocio. Este proyecto de emprendimiento, también aplicará herramientas cuantitativas a través de (encuestas).

### **1.3.3 Justificación Metodológica**

El siguiente proyecto de emprendimiento tiene como finalidad utilizar los métodos de investigación: deductivo, histórico y descriptivo ya que lo que se busca con estos tres tipos de investigación, es dar a conocer las respectivas características del producto, proyectar el emprendimiento hacia el futuro y en especial partir de lo general a lo específico en cuanto a la elaboración y comercialización de manjar de leche 100% artesanal.

Hay que tener en cuenta que la ciudadanía se verá beneficiada puesto que tendrá a su alcance un producto casero e innovador, con un sabor delicioso, que lo diferencie hasta de los productos importados que se exhiben en los supermercados y tiendas de la ciudad de Manta, entre otros lugares. Cabe recalcar que la materia prima utilizada es 100% ecuatoriana y el sabor del manjar es delicioso para el paladar de quienes son amantes y consumidores de productos de dulce de leche.

## 1.4. Delimitación del Proyecto

### 1.4.1 Delimitación Geográfica

Para los hogares de Manta, en el área urbana, el emprendimiento Manjar Deli, contará con una principal matriz en el sector de Divino Niño, y a futuro la meta es introducir el producto en las principales cadenas de supermercados, tiendas, despensas, entre otros y sobre todo lograr establecer nuevas sucursales en la ciudad, por lo tanto, se propone delimitar el proyecto siguiendo la ubicación de la matriz principal en la zona urbana de la ciudad de Manta.



**Figura 1:** Croquis y delimitación del alcance del proyecto en la ciudad de Manta 2022

**Fuente:** Google Maps (2021)

### 1.4.2 Delimitación Temporal

Año 2021 (noviembre) – Año 2022 (agosto).

### 1.4.3 Delimitación Social

Las personas a ser objetos de estudio en la ciudad de Manta, serán las que se encuentren en la zona urbana, mercado de la ciudad de Manta y el autor del proyecto.

Puntualizando más sobre la unidad de análisis, conviene decir que se ha seleccionado para el presente estudio, el siguiente criterio:

➤ Las características de los ciudadanos muestran cierta compatibilidad con los objetivos de la investigación.

### 1.5. Planteamiento estratégico

### 1.6. Nombre de la Empresa

La decisión del nombre de la microempresa se fundamenta en la idea original mencionada anteriormente, que es el manjar de leche 100% artesanal, dando como resultado el nombre **Manjar Deli**, dicho nombre se fija por decisión de quien desarrolla este proyecto de emprendimiento.

### 1.7. Logo de la Empresa



**Figura 2:** *Logo Manjar Deli*

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla.

### 1.8. Slogan de la Empresa

Manjar Deli, un manjar 100% artesanal y delicioso para tu paladar, pruébalo.

### 1.9. Misión

Ofrecer a nuestros clientes potenciales y a la ciudadanía mantense, un manjar delicioso elaborado de forma artesanal, libre de químicos o colorantes dañinos para la salud, y en donde en su elaboración se empleen procesos de calidad en un ambiente de

responsabilidad social, con la finalidad de lograr la satisfacción de nuestros clientes potenciales y de la ciudadanía mantense.

### **1.10. Visión**

Para el año 2025, lograr un importante posicionamiento en el mercado de la ciudad de Manta, con un adecuado equilibrio organizacional el cual se basa en ventajas competitivas y estrategias de gestión y de marketing, para lograr los más altos estándares de calidad, lo que permitirá proyectar el crecimiento empresarial no solo en la ciudad si no que también dentro de la provincia de Manabí.

### **1.11. Valores Empresariales**

Los Valores empresariales de Manjar Deli, están representados en el:

- Respeto.
- Confianza.
- Comunicación.
- Justicia.
- Legalidad.
- Innovación.
- Compromiso – Cultura de resultados.
- Disciplina.

### **1.12. Análisis Interno del Proyecto**

El análisis interno del proyecto busca examinar los recursos y suministros, con los que contara la microempresa para así conocer la situación y capacidad de la misma.

Se llevo al desarrollo del análisis interno de Manjar Deli detectando ciertas fortalezas y debilidades, de esa forma, nos permite diseñar estrategias que permitan potenciar o aprovechar las fortalezas, y aquellas estrategias que posibiliten neutralizar o eliminar las debilidades.

El análisis interno es de suma importancia para proyectos de nueva creación ya que permite a los emprendedores reflexionar sobre los verdaderos elementos diferenciales.

El análisis interno se enfoca en la manera de desglosar la planificación estratégica y la gestión, con puntos importantes para decidir la formulación de los objetivos estratégicos como:

**FINANCIEROS:**

- Ampliar ingresos.
- Mejorar costos.
- Establecer la relación costo/beneficio.
- Retorno de la inversión.
- Conservar rentabilidad.
- Aumentar ventas.

**CLIENTES:**

- Generar plazas de empleo.
- Exhibir más puntos de ventas.
- Complacer la demanda.

**PROCESOS:**

- Avalar productos y comercialización adecuada.
- Ampliar los controles de calidad.
- Mejora continua.

**RECURSOS:**

- Gestión de calidad total.
- Administración y organización correcta.
- Impulsar los recursos presentes, entre otros.

## **CAPITULO II ESTUDIO DE MERCADOTECNIA / PROPUESTA DE VALOR**

### **2.1.1 Evidencia de mercadeo**

En la actualidad en el mercado de la ciudad, no existe específicamente algún negocio que se dedique a la elaboración y comercialización de manjar de leche, es por eso que daré a conocer mi manjar de leche 100% artesanal de forma influyente en el mercado mantense para que los ciudadanos y clientes de la ciudad puedan satisfacer sus necesidades al probar un dulce exquisito y novedoso.

### **2.1.2 Binomio producto – mercado**

El producto a ofertar al mercado es el manjar de leche 100% artesanal en sus dos presentaciones con sus respectivas medidas, adicional a esto mi producto se introducirá en la segmentación geográfica, segmentación conductual y segmentación por productos, en el mercado.

## **2.2. Análisis Externo**

Para el análisis externo se elabora la matriz FODA, que según el autor (Dyson, 2004) “Es una de las técnicas más empleadas en la planeación estratégica, en especial para la determinación de la posición estratégica de la empresa”.

Según lo expresado por el autor, en si la matriz FODA, es una importante herramienta de apoyo para la toma de decisiones generalmente usada para analizar sistemáticamente los ambientes interno y externo de una empresa u organización.

El principal objetivo de aplicar la matriz FODA en una empresa, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro.

En base a lo mencionado se presenta la siguiente matriz FODA del proyecto de emprendimiento.



## MATRIZ FODA MANJAR DELI

Tabla 1: Matriz Foda

<p><b>ANÁLISIS INTERNO</b></p>	<p><b>Fortalezas de la empresa</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ El lugar en donde se encuentra el negocio es visible y accesible para los clientes.</li> <li>✚ Producto de calidad.</li> <li>✚ Posicionamiento en el mercado y marca que cautiva la atención de clientes y consumidores.</li> </ul>	<p><b>Debilidades de la empresa</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Costes elevados.</li> <li>✚ No poseer publicidad.</li> <li>✚ Foco personal de clientes.</li> </ul>
<p><b>ANÁLISIS EXTERNO</b></p>	<p><b>Oportunidades del entorno</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Abarcar un amplio mercado.</li> <li>✚ Crear una nueva sucursal.</li> <li>✚ Tecnología para un buen desarrollo del proceso de elaboración del producto.</li> </ul>	<p><b>Amenazas del entorno</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Escasez de clientes potenciales.</li> <li>✚ Productos sustitutos existentes.</li> <li>✚ Existencia de la competencia con el mismo producto.</li> </ul>

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla.

### 2.3. Segmento de Mercado

En cuanto al target de la propuesta de valor, permite abrir la oportunidad de direccionar esfuerzos hacia personas de cualquier rango de edad, pues el consumo del producto es totalmente artesanal y delicioso por ende no es dañino para la salud, por los ingredientes de su elaboración, por lo tanto este manjar de leche puede ser adquirido por niños, jóvenes, adultos, tercera edad, sin embargo un segmento importante serán las alianzas

comerciales entre la masificación de puntos de ventas, con clientes y consumidores y sobre todo aquellas empresas que quieran ser canales indirectos del emprendimiento.

### **2.3.1 Perfil del consumidor**

El perfil del consumidor o consumidores de Manjar Deli, es toda la ciudadanía mantense en especial la zona urbana. Su tipología se puede decir que está conformado por diferentes segmentos de mercado en relación a la edad, su condición social, al género, y otras características debido a que el dulce normalmente lo consumen personas de todas las edades.

### **2.3.2 Tendencias de mercadeo**

En términos generales se pueden anotar las siguientes tendencias que ayudarían al producto del manjar de leche.

- El efecto de la globalización hace que el consumidor también sea un consumidor global, puesto que está abierto a probar nuevos sabores, texturas, etc. y conocer de donde proviene dicho producto.
- El consumidor busca productos naturales que no contengan pesticidas, químicos, etc. Es decir, aquellos que no dañarán su cuerpo ni lo contaminarán.
- El mejoramiento en la calidad de vida, también ayuda al sector.
- El consumidor busca hacer de su vida, una vida sencilla o mejor dicho descomplicada.

### **2.3.3 Factores de riesgo**

En todo mercado existen riesgos al momento de introducir un producto, entre los factores más comunes de riesgos en los mercados de Manta están los riesgos en la variación del precio de los productos, los riesgos en el tipo de interés y en los tipos de cambios.

Es importante diseñar estrategias para poder entrar con Manjar Deli en el mercado y así evitar los riesgos de mercado.

### 2.3.4 Ingresos en base al análisis de mercado

Para llevar a cabo un análisis del mercado, se necesita información verídica. Los emprendimientos o microempresas, llevan a cabo por sí mismas las investigaciones requeridas para el análisis de mercado. Se puede realizar un análisis de mercado utilizando una variedad de métodos de recolección de datos, como la investigación primaria y secundaria.

En la siguiente tabla se muestra los ingresos del análisis de mercado de Manjar Deli a una proyección a largo plazo de 5 años. EL producto Manjar Deli representa para el emprendimiento, el 100% del mix de ventas. Para esta propuesta solamente se introducirá dos presentaciones: envase de 226g en plástico y 450 g envase biodegradable, los cuales serán los productos a comercializar. Aunque para realizar un análisis se ha unificado por unidades al año. La proyección en ventas según la capacidad de producción del producto Manjar Deli se ha realizado con un crecimiento del 15% en el primer año, puesto que cuenta con los suministros para iniciar y crecer su producción de acuerdo a la demanda; y a partir del segundo al quinto año mantenerse en un incremento del 5% con respecto al año anterior.

**Tabla 2:** *Ingresos del análisis de mercado de Manjar Deli*

<b>Producto</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Manjar Deli (226 g)</b>	14400 unid.	15660 unid.	16800 unid.	18000 unid.	19200 unid.
<b>Precio</b>	\$1,50	\$1,50	\$1,60	\$1,65	\$1,70
<b>Total \$ de ingresos producto 1</b>	<b>\$21.600,00</b>	<b>\$23.490,00</b>	<b>\$26.880,00</b>	<b>\$29.700,00</b>	<b>\$32.640,00</b>
<b>Manjar Deli (450 g)</b>	14400 unid.	15600 unid.	16800 unid.	18000 unid.	19200 unid.
<b>Precio</b>	\$2,75	\$2,75	\$2,85	\$3,00	\$3,10
<b>Total \$ de ingresos producto 2</b>	<b>\$25.200,00</b>	<b>\$42.900,00</b>	<b>\$47.880,00</b>	<b>\$54.000,00</b>	<b>\$59.520,00</b>

<b>Ingresos</b>	<b>\$54.600,00</b>	<b>\$60.060,00</b>	<b>\$66.960,00</b>	<b>\$74.880,00</b>	<b>\$80.640,00</b>
<b>Totales \$</b>					

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

En la anterior tabla, se reflejan los ingresos en base al análisis de mercado en donde la primera presentación de Manjar Deli 226 g, se elaboran 60 unidades diarias y que al año viene siendo 14400 unidades, mientras que la segunda presentación de Manjar Deli 450 g, se elaboran 60 unidades diarias y que al año viene siendo 14400 unidades. El total de unidades diarias es de 120.

### **Aspectos concluyentes para propuesta en el mercado**

- Manjar Deli es un producto nuevo en el mercado Mantense, con esta propuesta lo que se quiere lograr es el reconocimiento de la marca y comercializarlos en los supermercados de la ciudad de Manta.
- Por medio de una publicidad de promoción y de información constante, se fortalecerán los atributos de Manjar Deli, para crear posicionamiento y diferenciación de la competencia.
- Se usará este tipo de estrategia para incursionar en un nuevo mercado, el cual es la ciudad de Manta, los manjares de leche son artesanales y al ver la aceptación que tiene, se procederá a incursionar en este nuevo mercado que tiene mayor cantidad de competidores; pero lo que diferencia a Manjar Deli es su exquisito sabor 100% ecuatoriano.
- Se buscará llegar a nuevos y diferentes puntos de distribución como las principales cadenas de supermercados de la ciudad y así llegar a la mayoría de los hogares. También se propone implementar publicidad en diferentes medios tradicionales y digitales.

## **2.4. Estudio de las variables del Marketing Mix (producto, precio, promoción, plaza)**

### **2.4.1 Producto**

El producto es un manjar de leche 100% artesanal, que tiene como principal característica la leche que es a su vez la materia prima primordial, esta no contiene grasas ni químicos dañinos en su elaboración, por ende, el manjar resulta un producto saludable con una imagen de envase moderna, resaltando su agradable sabor. Por otra parte, según la encuesta realizada para el presente estudio de factibilidad, se iniciará una línea de elaboración y comercialización del manjar de leche artesanal. Cabe mencionar también que las proyecciones en un tiempo largo es probar en otros tipos de dulces artesanales como: mermelada de guineo, natilla, dulce de grosella, entre otros.

### **2.4.2 Precio**

El precio de venta al público, se establece en base al análisis económico y financiero, reflejado en la elaboración del producto de manjar de leche, por otra parte, también se analizan precios relacionados con el producto, en el mercado de la ciudad de Manta. Además, el costo unitario de producción, que se origina cuando se suman los costos de: materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación, se agrega el 25%, el cual será el margen de utilidad considerado.

En este caso, el costo unitario de producción es de: \$1,20 el envase plástico de 226 g, y \$2,20 el envase biodegradable de 450 g, que al sumar el 25% del margen de utilidad, se obtiene un precio de venta de \$1,50 el envase plástico de 226 g, así mismo al precio de venta establecido, se presenta con un precio de \$2,75 la presentación en envase biodegradable de 450 g. Estos dos tipos de presentación de producto al contenido de manjar de leche son los que serán implementados en el emprendimiento.

### **2.4.3 Plaza**

La comercialización del manjar de leche se sustenta en una comercialización para todo tipo de venta en la zona urbana. La distribución del producto debe de ser la óptima ya que así se mantienen stock en varios puntos de ventas al origen de canales indirectos escogidos, los cuales aseguren la calidad del producto. La plaza debe de acatar los

modelos de calidad para lograr la influencia de la marca del producto en el mercado, lo que permite nuevas oportunidades en el emprendimiento.

El valor agregado mantiene una sólida ventaja competitiva, además cabe mencionar que la comercialización del manjar de leche se dará en los activos tangibles (vehículo) de la microempresa con personal capacitado y responsable.

#### **2.4.4 Promoción**

La promoción del manjar de leche sostendrá una óptica participativa través de redes sociales y apps digitales, ya que en el mundo en que nos encontramos en la actualidad, los sitios web proporcionan una rápida comunicación entre personas desde cualquier parte del planeta.

Las promociones del manjar de leche se visualizarán por las apps de Instagram, Facebook y WhatsApp, siendo los puntos para la publicidad del manjar de leche.

**Figura 3:** *Manjar Deli*



*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

### **2.5. Análisis Competitivo (Porter)**

#### **2.5.1 Rivalidad Entre Competidores**

En referencia a este proyecto de emprendimiento y a su propuesta de valor, en la ciudad de Manta, son escasos los emprendimientos dedicados a la elaboración y comercialización de dulce de manjar de leche de manera artesanal, pero hay que tener en cuenta que la competitividad con otros emprendimientos o negocios, se basará en la diferenciación del producto, pues se debe mantener la calidad y una entrega útil a la demanda requerida en el tiempo establecido. Además, una ventaja competitiva ante la

competencia será la propuesta de un sabor único e ingredientes del producto, que se basa en la leche y en la esencia de vainilla.

Los principales competidores existentes son: Dulces Marialy en Calceta y Portoviejo y los dulces tradicionales de Rocafuerte.

### **2.5.2 Amenaza de Nuevos Participantes**

En la actualidad el auge de consumo de productos saludables hace que las inversiones de negocio se direccionan a este tipo de áreas, pues el cuidado personal es una determinante moderna.

La amenaza de nuevos participantes es moderada, pero por las características y la propuesta de valor de este emprendimiento, hace que el desarrollo de los procesos a partir de las gestiones y estrategias, marquen una barrera ante competencia nueva en base a valores agregados como la satisfacción de los consumidores y la oportunidad de ofrecer un ingreso económico a las personas por la metodología comercial de los canales indirectos.

### **2.5.3 Amenaza de Productos Sustitutos**

Aquí se determina las variedades de dulces como dulce de guineo, dulce de grosella, natilla, dulce de guayaba, entre otro. Dichos productos hacen que empresas como: despensas, islas comerciales, la venta ambulante, y demás negocios inherentes, se posesionen en un mercado competitivo; pero hay que destacar que el manjar de leche a proponer tiene la ventaja de ser accesible, y que además es adecuado para la salud y puede ser consumido por cualquier persona sin importar el rango de edad.

### **2.5.4 Poder de Negociación con los Compradores**

Si las estrategias comerciales, administrativas y operativas cumplen con las planificaciones, el poder de compra es alto por la calidad del producto y la proyección de la idea del negocio, pues al final la decisión será direccionada por la salud de consumo, el sabor, y la calidad de los procesos internos como externos.

Cabe mencionar que la oportunidad a diario de generar ingresos es muy factible para la apertura de quienes deseen concretar un negocio propio de elaboración y comercialización de manjar de leche.

### 2.5.5 Poder de Negociación con los Proveedores

El poder de negociación con los proveedores es el adecuado, pues el producto de manjar de leche es de excelente calidad. De esta forma se plantea analizar el costo, la cercanía y el factor del tiempo para llegar a un contexto que garantice la calidad de materias primas en general. Hay que mencionar que los proveedores potenciales, se encuentran también en la zona y entorno de la estimación del proyecto de emprendimiento.

### 2.6. Análisis e Interpretación de la información obtenida de la encuesta

Antes de realizar la respectiva encuesta a la población urbana del cantón Manta, según (Manta, 2022), “Manta posee 264.281 habitantes en todo el cantón, centrándose en el área urbana de la ciudad una población de 258.032 habitantes”. Mediante esto se aplica la respectiva fórmula para identificar la muestra que será encuestada.

**Tabla 3:** *Detalles cálculo de la muestra*

ESPECIFICACIONES Y CÁLCULO PARA LA MUESTRA		
<b>Z</b>	1,96	Porcentaje de la distribución normal
<b>P</b>	0,5	Probabilidad de ocurrencia
<b>Q</b>	0,5	1-P
<b>N</b>	258.032	Tamaño de la Población
<b>E</b>	0,05	Error de Muestreo
<b>n</b>	?	Tamaño de la Muestra

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla



**Fórmula para obtener la muestra**

$$n = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 258.032}{258.032 * (0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5} = 384 \text{ encuestas}$$

Nos dio como resultado, un total de 384 encuestas, muestra que será enfocada en 11 preguntas definidas a partir del análisis y alcance de la propuesta de valor del proyecto. Por la pandemia del covid-19 y para facilitar la investigación, se opta por realizar la encuesta de una forma combinada, es decir una parte física y la otra parte a través de la herramienta digital Google Forms, en su apartado de formulario en línea, mediante link gestionado para adquirir información, tabular las respuestas e interpretar sus resultados.

Una vez determinada la muestra se propone encuestar de forma distributiva por la ciudad de Manta, específicamente en la zona urbana que comprende las parroquias de Los Esteros Manta, Tarqui, Eloy Alfaro y San Mateo.

**Tabla 4:** *Distribución de la encuesta por las parroquias urbanas de la ciudad.*

PARROQUIAS URBANAS	NÚMERO
Manta	100
Tarqui	100
Los Esteros	100
Eloy Alfaro	50
San Mateo	34

**TOTAL****384***Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

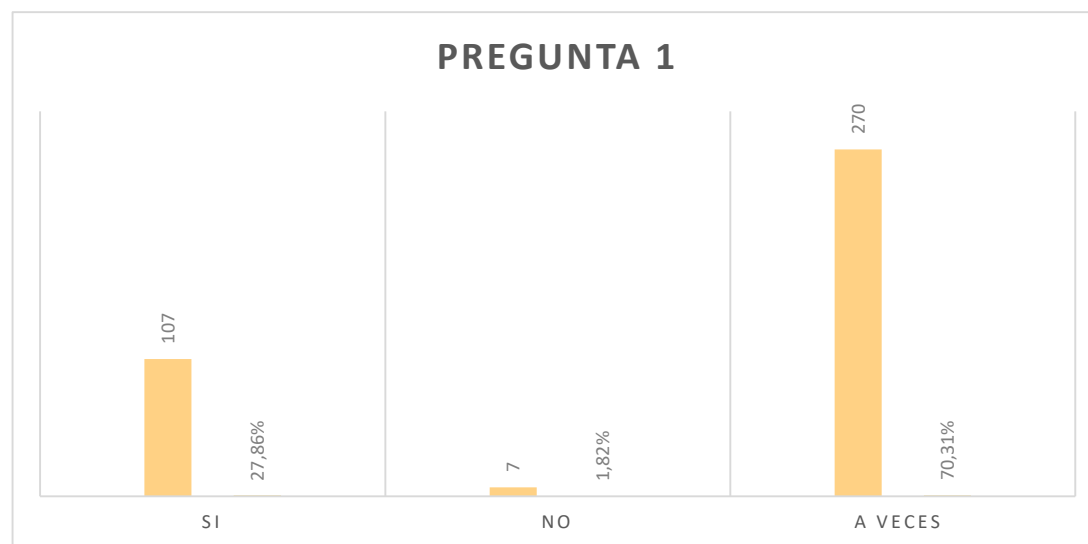
A continuación, el detalle de la realización de las encuestas:

**Pregunta 1**

¿En su entorno familiar consumen manjar de leche?

**Tabla 5:** *Detalle pregunta 1*

INDICADORES	TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE %
No	7	1.82%
Si	107	27.86%
A veces	270	70.31%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla*Fuente:* Encuesta aplicada a la muestra de la población urbana de Manta**Figura 4:** *Resultados pregunta 1**Elaborado por:* Anthony Macías Faubla*Fuente:* Encuesta aplicada a la muestra de la población urbana de Manta

### Análisis Pregunta 1

Según los resultados reflejados en la primera pregunta el 27,86% menciona que si consumen manjar de leche en el hogar esto debido a que es un aperitivo comestible y con adecuadas características que se puede degustar para cualquier reunión familiar, el 70,31% respondió que a veces consumen en su entorno familiar un manjar de leche por lo que se debe de fomentar en esta parte encuestada lo saludable y delicioso que es probar un manjar de leche, de igual forma el restante con 1,82% mencionaron que no consumen manjar de leche en su hogar por ende se debe de hacer énfasis en la presentación y el prestigio que se espera asumir a corto plazo, para cambiar las opiniones de estas personas.

### Pregunta 2

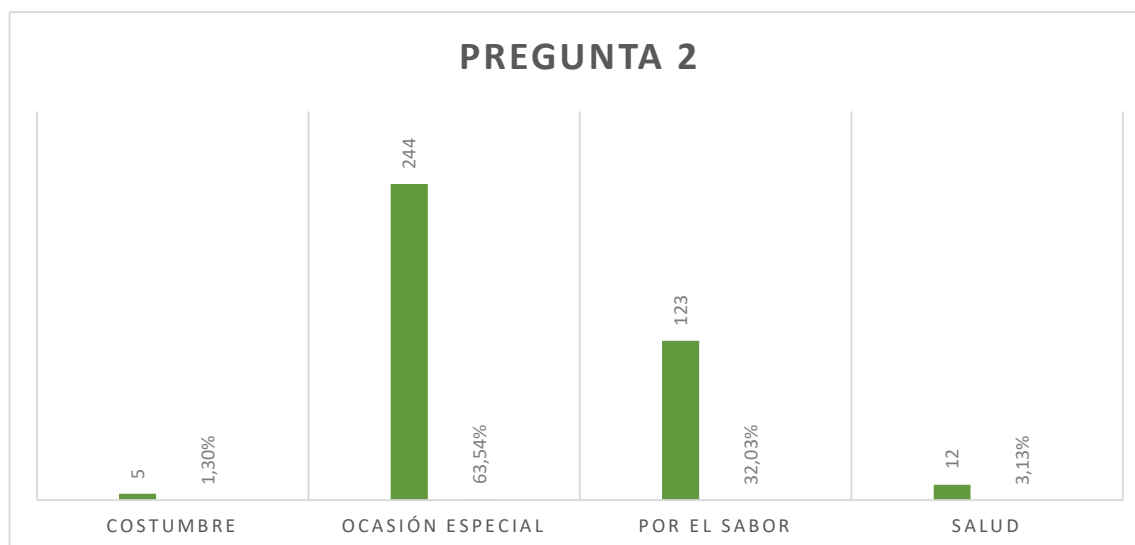
¿Por qué razón usted degusta un manjar de leche?

**Tabla 6:** *Detalle pregunta 2*

INDICADORES	TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE %
Ocasión especial	244	63.54%
Salud	12	3.13%
Costumbre	5	1.30%
Por el sabor	123	32.03%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Anthony Macías Faubla

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra de la población urbana de Manta

**Figura 5: Resultados pregunta 2**

**Elaborado por:** Anthony Macias Faubla

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra de la población urbana de Manta

### Análisis pregunta 2

Los resultados de la pregunta cuatro exponen que un 63,54% degustan un manjar de leche para una ocasión especial, un 32,03% por el sabor, por salud un 3,13% y un 1,30% que degustan un manjar de leche por costumbre. La mayoría de encuestados consideran que el manjar de leche debe de ser consumido en ocasiones especiales ya sea en cualquier tipo de evento social, reunión familiar, etc, adicional también manifiestan que el sabor es primordial en cualquier producto para su respectivo consumo y satisfacción de clientes y consumidores.

### Pregunta 3

¿Con que frecuencia usted consume manjar de leche?

**Tabla 7: Detalle pregunta 3**

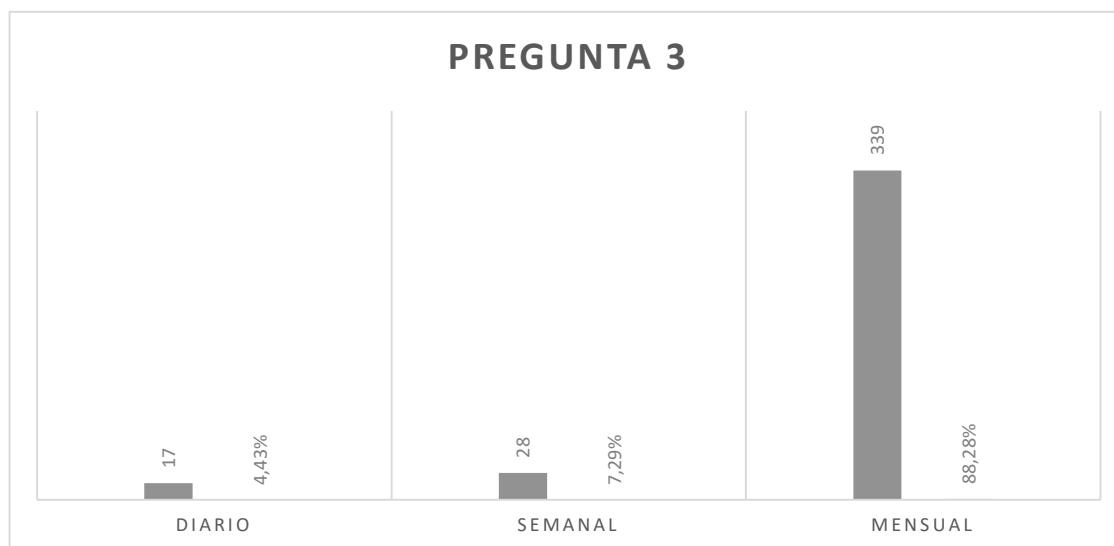
INDICADORES	TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE %
Mensual	339	88.28%
Semanal	28	7.29%

Diario	17	4.43%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

*Fuente:* Encuesta aplicada a la muestra de la población urbana de Manta

**Figura 6:** Resultados pregunta 3



*Elaborado por:* Anthony Macias Faubla

*Fuente:* Encuesta aplicada a la muestra de la población urbana de Manta

### Análisis pregunta 3

Los resultados de la pregunta dos exponen que un 88,28% responden que con frecuencia ellos consumen manjar de leche mensualmente, un 7,29% consumen semanal el manjar de leche y un 4,43% respondió que consumen manjar de leche a diario. La mayoría de personas encuestadas consumen al mes manjar de leche resultando que se de a conocer un poco más el producto para que las personas lo puedan consumir por lo general de forma semanal como un aperitivo en sus alimentos, permitiendo fortalecer el manjar de leche como un producto comestible abundante.

### Pregunta 4

¿Qué aspectos usted considera al momento de consumir un manjar de leche?

**Tabla 8:** Detalle pregunta 4

INDICADORES	TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE %
Precio	35	9.11%
Presentación	33	8.59%
Calidad	291	75.78%
Textura	25	6.51%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Anthony Macías Faubla

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra de la población urbana de Manta

**Figura 7:** Resultados pregunta 4

**Elaborado por:** Anthony Macias Faubla

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra de la población urbana de Manta

#### Análisis pregunta 4

Los resultados de la pregunta tres exponen que, al momento de consumir un manjar de leche, el 75,78% considera el aspecto de calidad; un 9,11% considera el aspecto del precio, un 8,59% considera el aspecto de la presentación y por último un 6,51% la textura del producto. Los términos mencionados en la pregunta son condicionantes usuales en

este caso en el manjar de leche, ya que, si el producto cuenta con un sabor delicioso, se logra determinar los otros condicionante como correcta gestión de calidad, textura agradable, presentación innovadora y por último precios asequibles para clientes y consumidores de la ciudad de Manta.

### Pregunta 5

¿Qué tan esencial es para usted el nivel de nutrición al momento de consumir un manjar de leche?

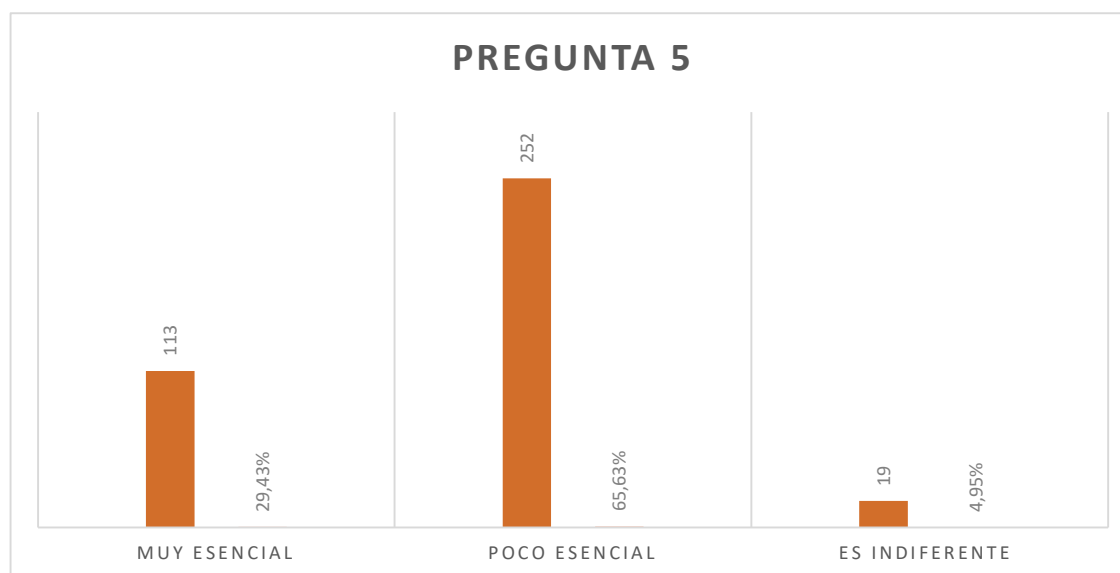
**Tabla 9:** Detalle pregunta 5

INDICADORES	TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE %
Poco esencial	252	65.63%
Muy esencial	113	29.43%
Es indiferente	19	4.95%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Anthony Macias Faubla

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra de la población urbana de Manta

**Figura 8:** Resultados pregunta 5



**Elaborado por:** Anthony Macias Faubla

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra de la población urbana de Manta

### Análisis pregunta 5

Los resultados de la pregunta seis exponen que un 29,43% es muy esencial el nivel de nutrición al consumir manjar de leche, un 65,63% poco esencial y un 4,95% declara que es indiferente. Es importante que al momento de ofertar el manjar de leche se brinde las respectivas charlas de nutrición, ya que este manjar de leche es saludable y sobre todo un aperitivo delicioso. así mismo se logra cuidar la salud de los clientes y consumidores.

### Pregunta 6

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar usted por un manjar de leche?

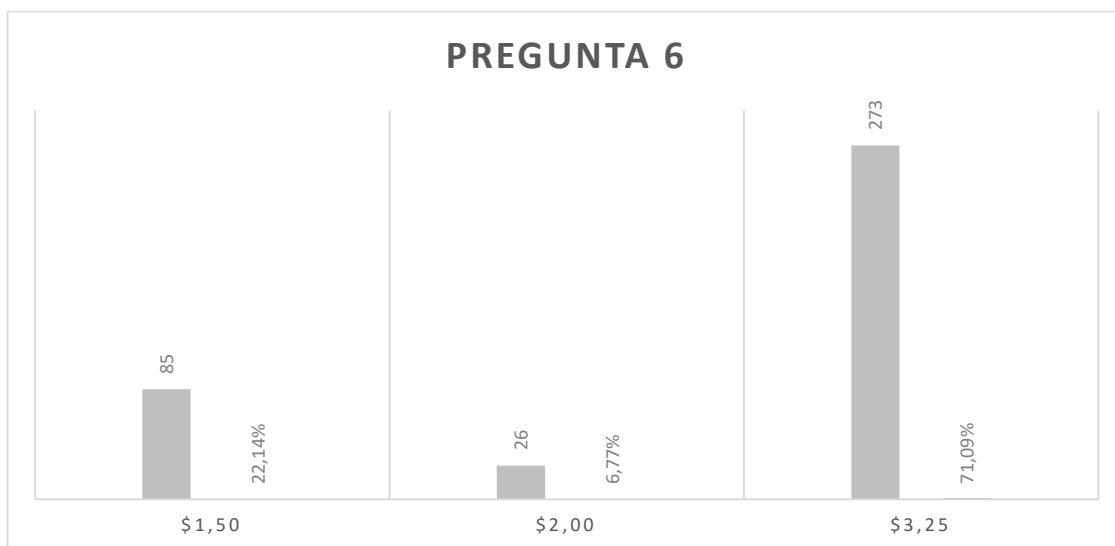
**Tabla 10:** Detalle pregunta 6

INDICADORES	TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE %
\$1,50	85	22.14%
\$2,25	26	6.77%
\$3,00	273	71.09%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Anthony Macias Faubla

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra de la población urbana de Manta



**Figura 9: Resultados pregunta 6**

**Elaborado por:** Anthony Macias Faubla

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra de la población urbana de Manta

### Análisis pregunta 6

Los resultados de la pregunta ocho exponen que con un 71,09 estarían dispuesto a pagar por el manjar de leche un precio de \$3,25 un 6,77% estaría dispuesto a pagar un precio de \$2,00 el restante que es 22,14% estaría dispuesto a pagar un precio de \$1,50. Visualizando estos resultados, el precio de venta al público de \$1,60 para la presentación de 226g y el precio de \$2,95 para la presentación de 450g respectivamente, son totalmente asequibles, para los clientes y consumidores en general de la población urbana de Manta.

### Pregunta 7

¿Conoce usted algún tipo de manjar de leche en la ciudad de Manta?

**Tabla 11: Detalle pregunta 7**

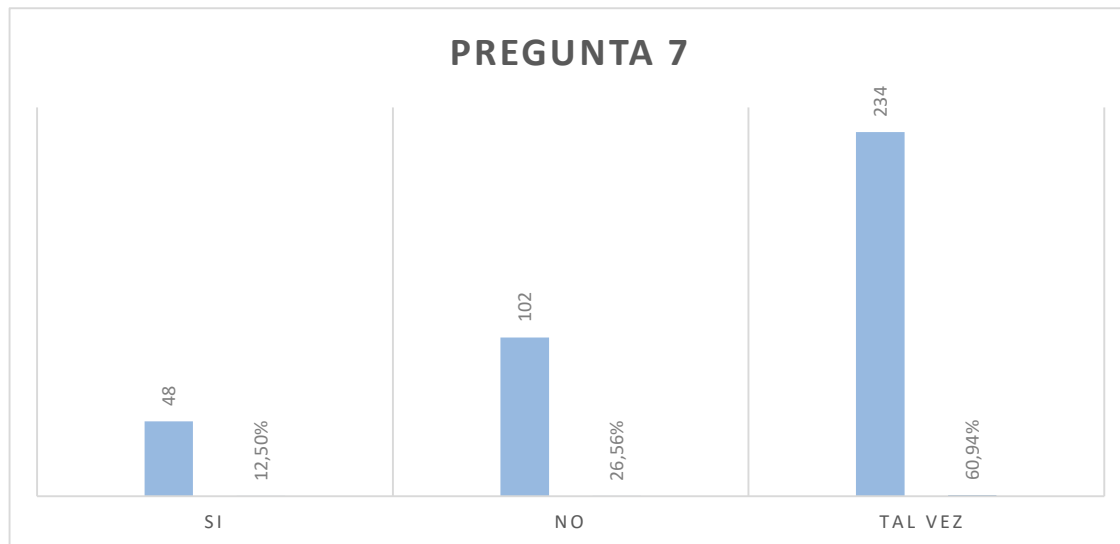
INDICADORES	TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE %
Tal vez	234	60.94%
No	102	26.56%
Si	48	12.50%

<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>
--------------	------------	-------------

*Elaborado por:* Anthony Macias Faubla

*Fuente:* Encuesta aplicada a la muestra de la población urbana de Manta

**Figura 10:** Resultados pregunta 7



*Elaborado por:* Anthony Macias Faubla

*Fuente:* Encuesta aplicada a la muestra de la población urbana de Manta

### Análisis pregunta 7

Los resultados de la pregunta cinco exponen que, el 60,94% expresa que tal vez si conocen al menos un tipo de manjar de leche en la ciudad Manta, el 12,50% respondieron que, si conocen de algún tipo de manjar de leche en la ciudad de Manta, el restante 26,56% menciona que no conoce ningún tipo de manjar de leche en la ciudad de Manta. Por ende, es importante llegar a clientes y consumidores con un producto totalmente innovador y exquisito, así el emprendimiento se destacará por brindar un producto de calidad con sus respectivas normativas, permitiendo competir en el mercado.

### Pregunta 8

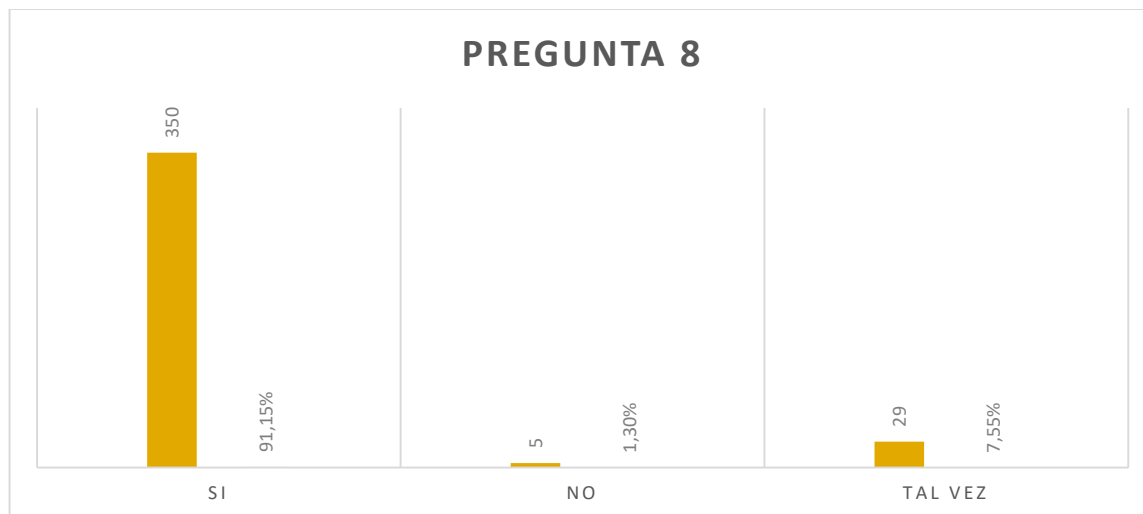
¿Estaría dispuesto a consumir manjar de leche perteneciente a una nueva marca?

**Tabla 12:** *Detalle pregunta 8*

INDICADORES	TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE %
Tal vez	29	7.55%
No	5	1.30%
Si	350	91.15%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Anthony Macias Faubla

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra de la población urbana de Manta

**Figura 11:** *Resultados pregunta 8*

**Elaborado por:** Anthony Macias Faubla

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra de la población urbana de Manta

### Análisis pregunta 8

Los resultados de la pregunta siete exponen en un 91,15% que, si están dispuestos en consumir manjar de leche perteneciente a una nueva marca lo que permite lograr un camino revelador para determinar estrategias de ingresos en el mercado con este emprendimiento, un 1,30% mencionan que no y el restante con un 7,55% dice que tal vez estarían dispuestos a consumir manjar de leche perteneciente a una nueva marca. A corto plazo se puede hacer un respectivo énfasis con información importante de un producto

tradicional como nueva marca a quienes respondieron con la opción no, para que puedan degustar del mismo.

### Pregunta 9

¿En qué presentación de envase usted desearía el manjar de leche de 226 g?

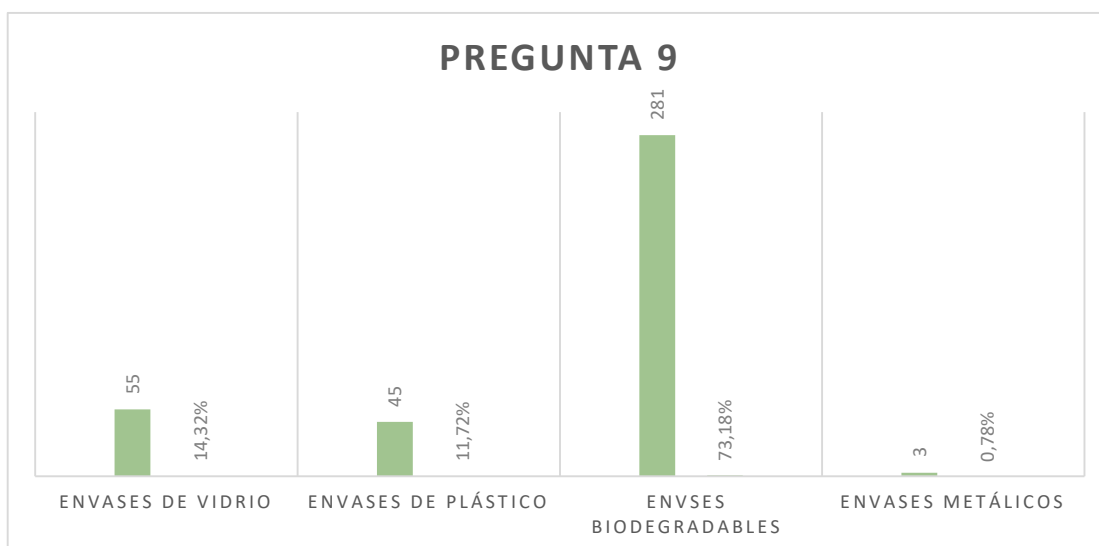
**Tabla 13:** Detalle pregunta 9

INDICADORES	TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE %
Envases de vidrio	55	14.32%
Envases de plástico	45	11.72%
Envases biodegradables	281	73.18%
Envases metálicos	3	0.78%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Anthony Macias Faubla

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra de la población urbana de Manta

**Figura 12:** Resultados pregunta 9



**Elaborado por:** Anthony Macias Faubla

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra de la población urbana de Manta

### Análisis pregunta 9

Los resultados de la pregunta nueve exponen que un 73,18% desearía el manjar de leche en presentación de envases biodegradables, el 14,32% menciona que desearía el manjar de leche en envases de vidrio, el 11,72% prefiere el manjar de leche en envases de plástico, el restante con un 0,78% en envases metálicos. Los resultados obtenidos reflejan que la mayoría de personas desearía la presentación de 226g en envases biodegradables lo cual ayudaría en gran parte al medio ambiente, aunque la presentación de 226g está planificada a ser en envases de plástico que también se observa tiene acogida, en la cual se tendría que informar a los clientes y consumidores, que el envase de plástico también tiene ventajas importantes para la conservación del ambiente.

### Pregunta 10

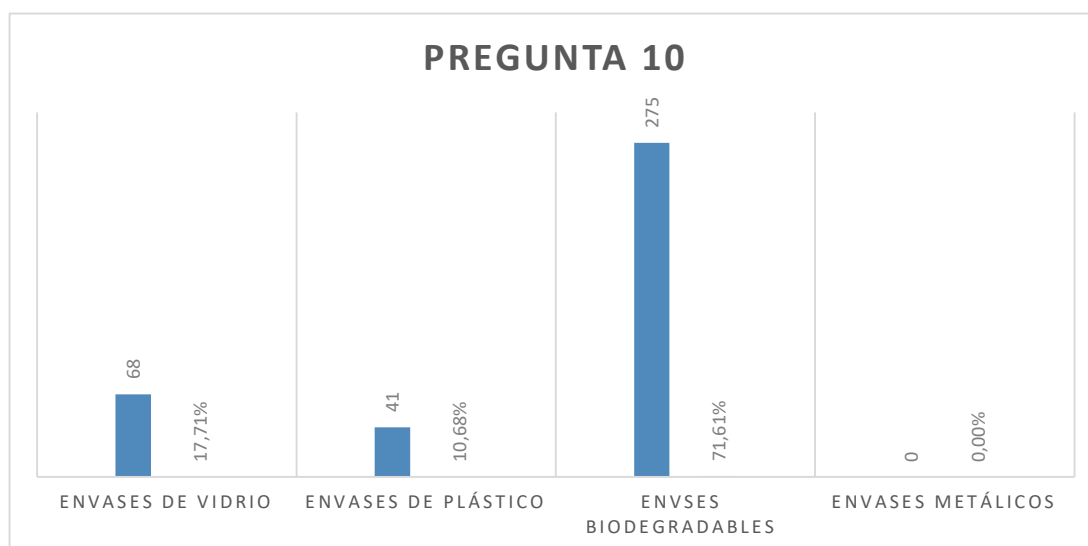
¿En qué presentación de envase usted desearía el manjar de leche de 450 g?

**Tabla 14:** *Detalle pregunta 10*

INDICADORES	TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE %
Envases de plástico	41	10.68%
Envases biodegradables	275	71.61%
Envases metálicos	0	0.00%
Envases de vidrio	68	17.71%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Anthony Macias Faubla

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra de la población urbana de Manta

**Figura 13:** Resultados pregunta 10

**Elaborado por:** Anthony Macias Faubla

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra de la población urbana de Manta

### **Análisis pregunta 10**

Según los resultados de la pregunta 10 el 71,61% menciona que desearía el manjar de leche en presentación de envases biodegradables, el 17,71% prefiere la presentación del manjar de leche en envases de vidrio, el restante 10,68% menciona que desearía la presentación del manjar de leche en envases plásticos, la opción de envases metálicos en esta pregunta no fue escogida por la muestra encuestada. Se tiene resultados adecuados y óptimos ya que la presentación del manjar de leche de 450g será en envases biodegradables lo que ayudará a la conservación del medio ambiente en la ciudad de Manta aportado por este tipo de envase y sobre todo llamará y atraerá la atención de clientes y consumidores significativamente.

### **Pregunta 11**

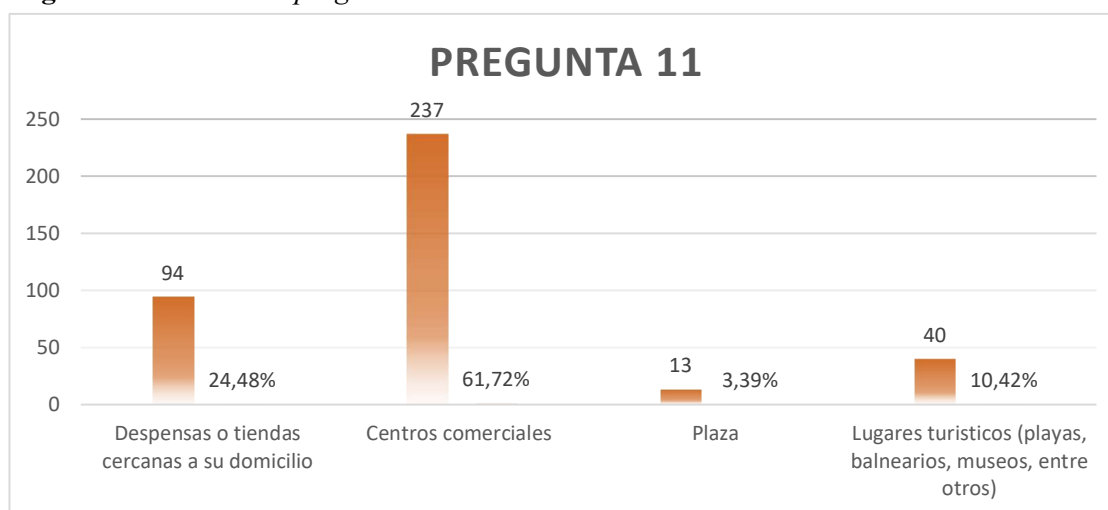
¿En qué lugar a usted le gustaría adquirir y degustar un manjar de leche artesanal?

**Tabla 15:** *Detalle pregunta 11*

INDICADORES	TOTAL DE PERSONAS ENCUESTADAS	PORCENTAJE %
Lugares turísticos (playas, balnearios, museos, entre otros)	40	10.42%
Plaza	13	3.39%
Centros comerciales	237	61.72%
Despensas o tiendas cercanas a su domicilio	94	24.48%
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Anthony Macias Faubla

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra de la población urbana de Manta

**Figura 14:** *Resultados pregunta 11*

**Elaborado por:** Anthony Macias Faubla

**Fuente:** Encuesta aplicada a la muestra de la población urbana de Manta

### Análisis pregunta 11

Según los resultados de la pregunta 11 los encuestados responden, según las 4 opciones, un 61,72% en centros comerciales; un 24,48% en despensas o tiendas cercanas

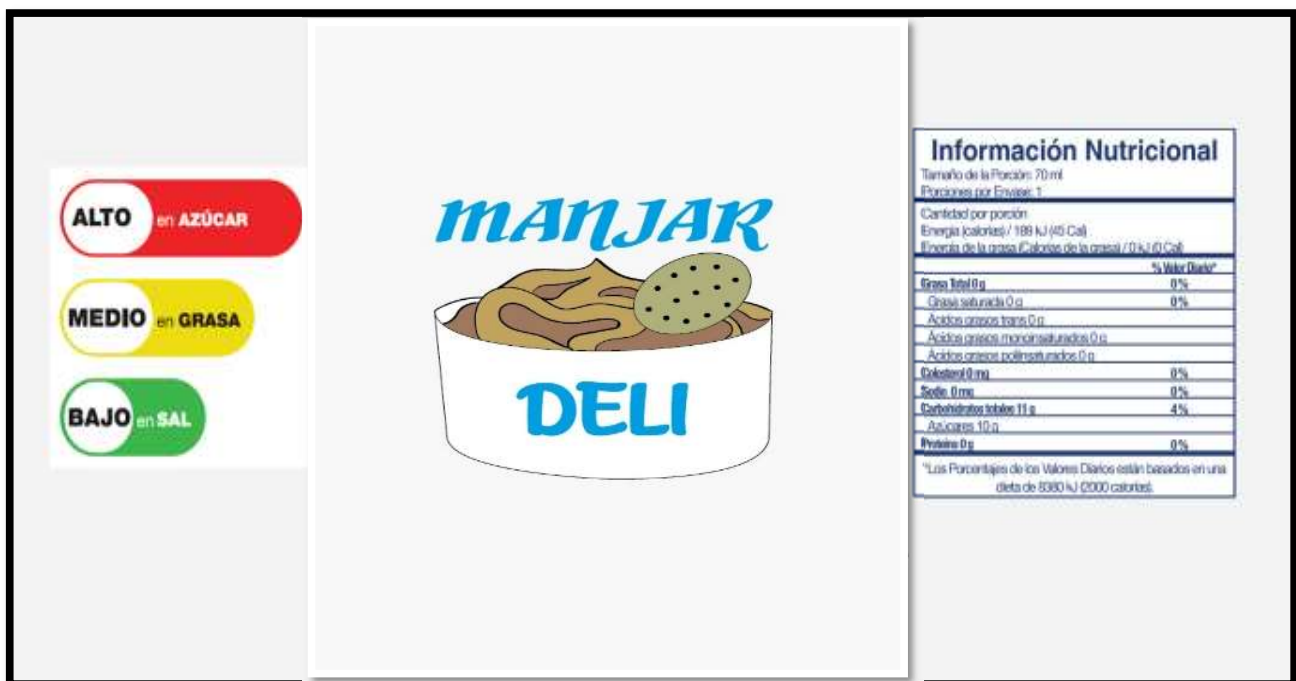
a su domicilio, el 10,42% en lugares turísticos (playas, balnearios, museos, etc.) y un 3,39% en la plaza. Los canales o lugares a adquirir el producto en su mayoría reflejan las despensas o tiendas debido a la cercanía que tiene con clientes y consumidores y también en gran parte las personas estarían dispuestas a adquirir el manjar de leche en centros comerciales debido a las normas de calidad con que cuentan estos supermercados.

## 2.7. Descripción del producto

### 2.7.1. Características y diseño del producto / servicio

#### Etiqueta

Figura 15: Etiqueta del producto



*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

#### Componentes

El producto tiene los siguientes componentes:

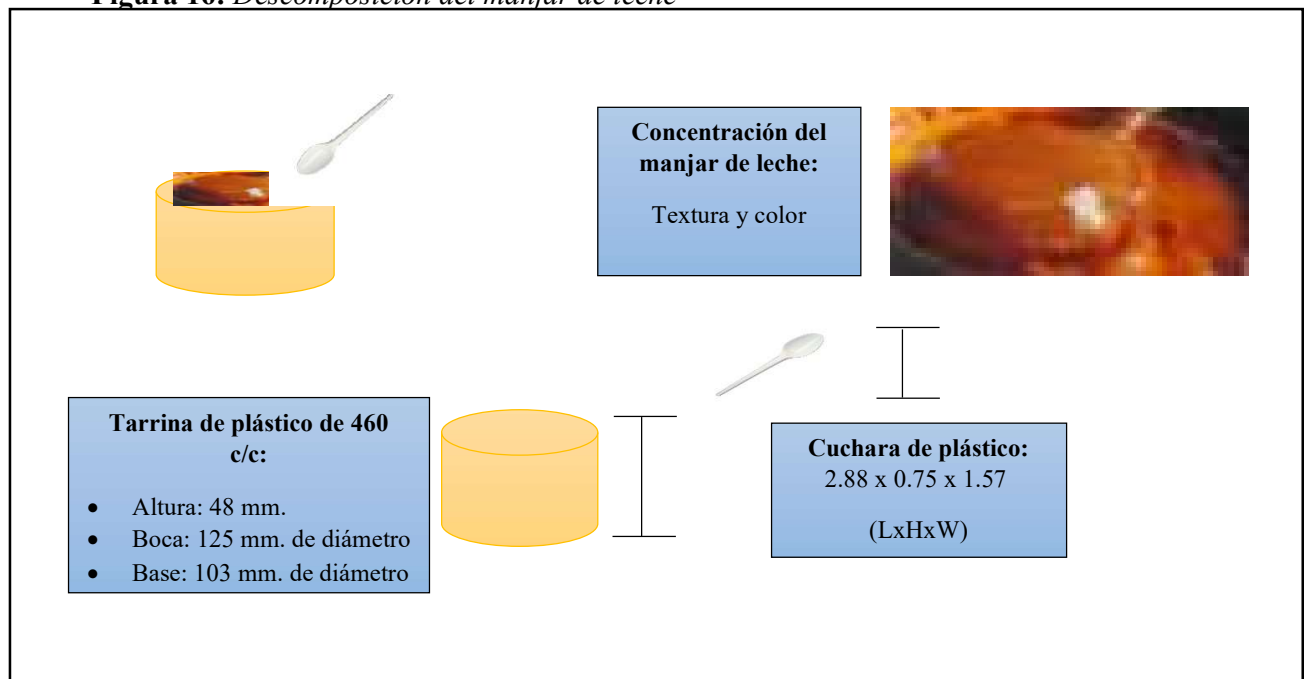
- Tarrinas plásticas, material echo de plástico de calidad que generalmente tienen la tapa incorporada tipo bisagra para que, en una sola pieza, se tenga un envase completo y se adquiere de manera externa con proveedores.



- Cucharas de plástico, material echo de plástico de calidad y el cual sirve para degustar del manjar y se adquiere de manera externa con proveedores.
- Manjar de leche, elaborado de forma artesanal a la temperatura adecuada para colocar en los envases plásticos y biodegradables. La cantidad diaria es de 50 unidades la presentación de 226 g y 25 unidades diarias la presentación de 450 g.

### Descomposición del Producto

**Figura 16:** *Descomposición del manjar de leche*



**Elaborado por:** Anthony Macías Faubla

#### 2.7.2 Aspectos diferenciales

Manjar Deli ofrece:

- Buena calidad.
- Precios asequibles.
- Presentación innovadora de Manjar Deli.
- Ubicación o acceso adecuado en el mercado.
- Buen uso de redes sociales, entre otros aspectos.

### 2.7.3 Análisis comparativos con productos similares

Se toma una escala considerada entre el 1 al 10 para realizar la respectiva comparación con otros productos que tengan similitud con este manjar de leche artesanal. La nota de Manjar Deli, es relativa al momento de iniciar con las actividades del emprendimiento.

**Tabla 16:** *Matriz comparativa con productos similares*

	<b>SANCOR</b>	<b>COTO</b>	<b>MANFREY</b>	<b>TONI</b>	<b>MANJAR DELI</b>
<b>SERVICIOS.</b>	<b>VALORACIÓN.</b>				
Presencia en el mercado.	8	7	7	10	8
Publicidad y marketing.	8	9	8	9	10
Puntos de venta y comercialización	9	9	8	10	10
Competitividad en los precios del mercado.	8	7	8	9	10
Ambiente del negocio.	8	9	8	9	10
Compromiso en cuanto a la salud.	9	8	8	10	10
Calidad en el servicio.	7	9	8	9	9

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

## CAPITULO III ESTUDIO TÉCNICO

### 3.1. Descripción de las características de localización del negocio

La localización de Manjar Deli, se da en una zona transitada de la ciudad de Manta, específicamente en el barrio Divino Niño zona urbana, en donde el entorno es ideal para la respectiva elaboración y comercialización del manjar de leche, ya que al ser una zona constantemente en movimiento por parte de cliente y consumidores se puede iniciar con las actividades económicas, comerciales y empresarial. A continuación, se detalla la macro localización y la micro localización de Manjar Deli para tomar las decisiones respectivas las cuales sean correctas y adecuadas.

#### 3.1.1 Macro Localización

La macro localización en este caso es en la ciudad de Manta, en la zona urbana, una zona territorial que se beneficia del ganado lechero de cantones aledaños a la ciudad de Manta. Por otra parte, la leche extraída de la vaca y sobre todo la leche el ordeño, es de calidad ya que contiene vitaminas A y B. La materia prima primordial es la leche ya que conforma un sabor único en el producto.

Manta es una ciudad que se caracteriza por su gran auge comercial y sobre todo por brindar constantemente oportunidades y plazas de trabajo, por eso la oferta planteada encamina que la creación de una microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de manjar de leche 100% artesanal sea en la ciudad de Manta, implementando la matriz principal con el propósito de expandir los sitios de ventas locales en Manta a largo plazo.

#### 3.1.2 Micro localización

La micro localización se determina mediante una iniciativa analizada anteriormente, en donde se toma en consideración aspectos relevantes como:

- Situación del clima y simplicidad de protección del medio ambiente.
- Seguridad, recursos de necesidades básicas y vías terrestre para el acceso.
- El costo de arrendamiento y costo del solar.

Según los aspectos detallados anteriormente en la micro localización, se expresan las siguientes indicaciones:

- La contribución propia como dueño del emprendimiento, es decir como capital inicial para su inversión, en donde se proporcione un activo tangible que en este caso es el terreno, ubicado en la ciudadela Divino Niño de la ciudad de Manta.
- Se ratifica que existen vías adicionales de sencillo acceso para la comercialización del manjar de leche, hay seguridad básica que será asegurada por los recursos propios, así como la plenitud de los servicios básicos.
- Para finalizar, las situaciones del área hacen viable la elaboración del manjar de leche.

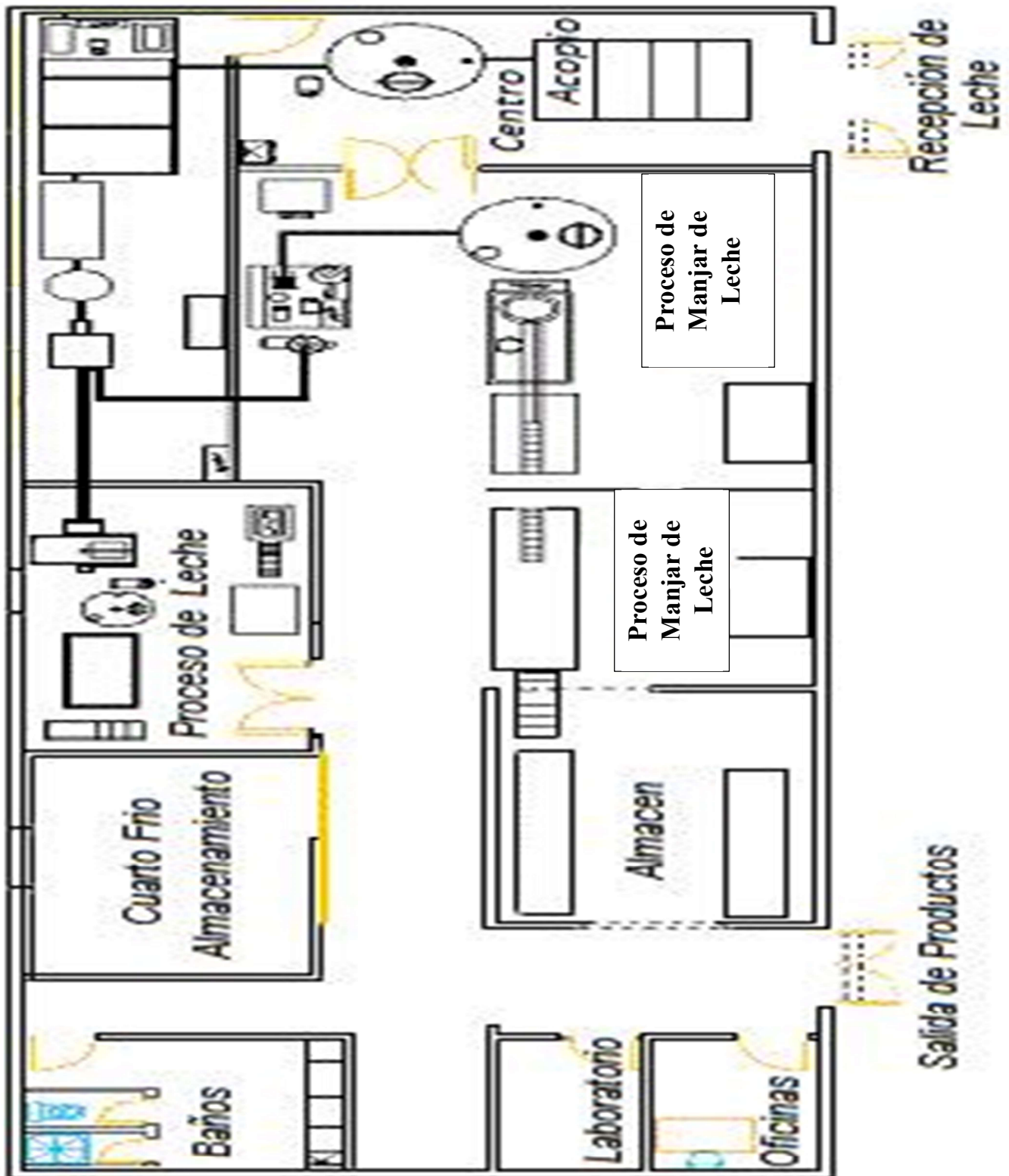
### **3.2. Realización de un bosquejo del área de trabajo**

Se toma en consideración la agrupación organizacional y funcional de la microempresa ya que, mediante dicha programación administrativa, se elabora un bosquejo del área de trabajo en donde se detallan las actividades y procesos del personal en el negocio. Por otra parte, los espacios o lugares al momento de iniciar las actividades el negocio, pueden cambiar de diseño y posición, ya que es una proyección del negocio.

La microempresa dedicada a la elaboración y comercialización de manjar de leche 100% artesanal, tendrá una planta idónea en normas de edificación, donde se esparcirá un control correcto de higiene y sobre todo en los procesos, en donde se busca que el personal que labora en la microempresa trabaje en óptimas condiciones para el desempeño correcto de sus responsabilidades.

A continuación, se detalla el bosquejo del área de trabajo de Manjar Deli:

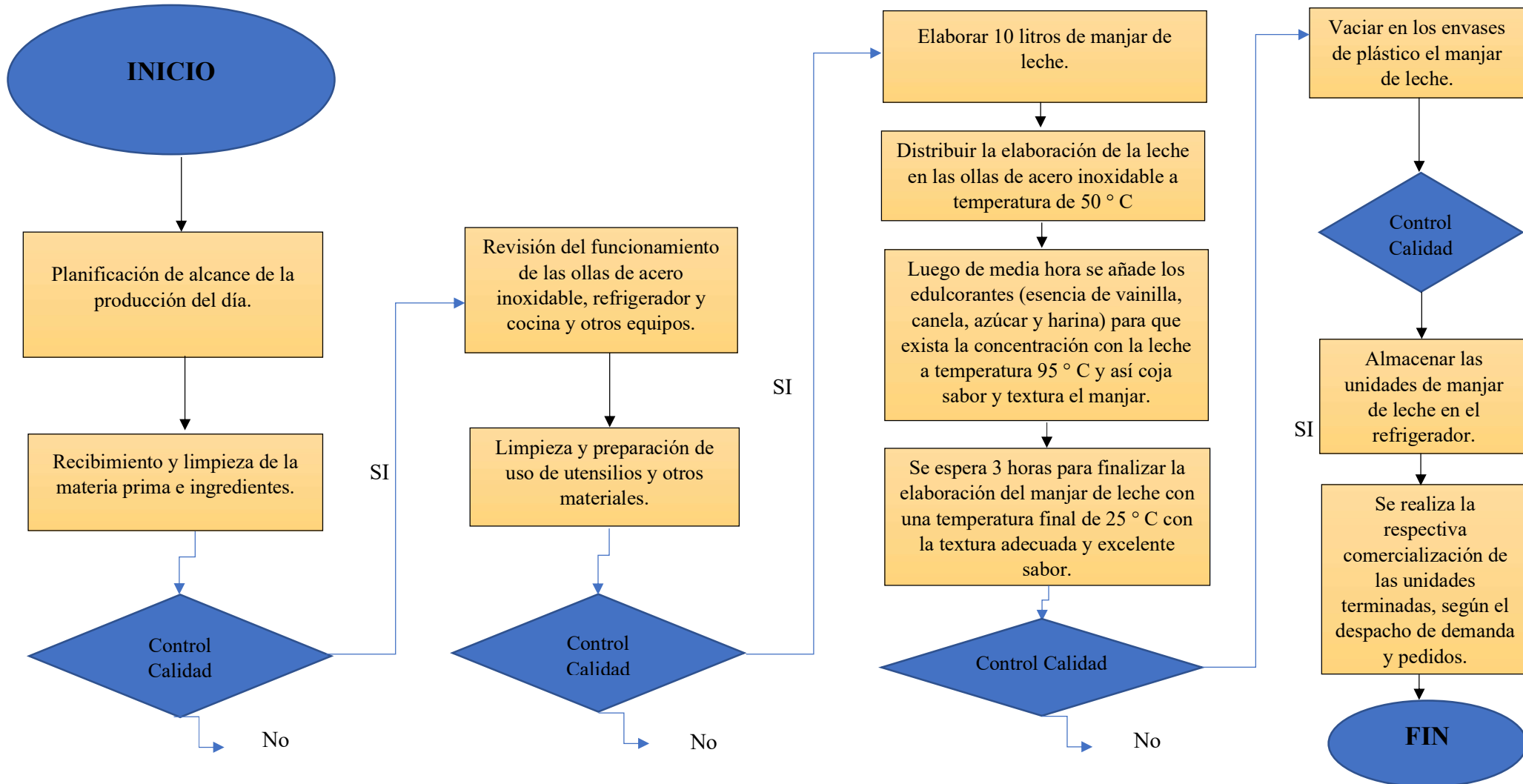
Figura 17: Bosquejo del área de trabajo



Elaborado por: Anthony Macías Faubla

### 3.3. Diagrama de procesos

Figura 18: Diagrama del Proceso de Elaboración



### 3.4. Listado de recursos (máquinas, equipos y herramientas, etc.)

**Tabla 17:** *Listado de equipos*

DETALLE	CANT.	P. UNITARIO	P. TOTAL
Refrigerador	1	\$500.00	\$500.00
Cocineta de inducción	2	\$250.00	\$500.00
Cilindro de gas	2	\$50.00	\$100.00
Válvula de cilindro de gas	2	\$9.00	\$18.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$1118.00</b>

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

**Tabla 18:** *Listado de herramientas y utensilios*

DETALLE	CANT.	P. UNITARIO	P. TOTAL
Olla de acero inoxidable	4	\$100.00	\$400.00
Cucharon de madera	4	\$8.00	\$32.00
Cucharas de plástico pequeñas (100 unid.)	2	\$2.00	\$4.00
Envases o tarrinas plásticas (50 unid.), biodegradables (25 unid.) diarias.	1	\$2.00	\$2.00
Gorro	5	\$0.50	\$2.50
Guantes	10	\$1.00	\$10.00
Mascarilla	10	0,10	\$1.00
Fundas con etiqueta	1	\$1.50	\$1.50
<b>TOTAL</b>			<b>\$444.00</b>

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

### 3.5. Cálculo de los materiales o materia prima a utilizar en la elaboración del producto

**Tabla 19:** *Detalle de cálculo de materiales y materia prima*

<b>CÁLCULO DE MATERIALES Y MATERIA PRIMA</b>	<b>COSTO DIARIO DE PRODUCCIÓN</b>
Leche	\$71,40
Azúcar	\$20.40
Esencia de vainilla	\$1.02
Harina	\$1,00
Canela	\$1.50
<b>TOTAL</b>	<b>\$95,32</b>

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

Este cálculo de materiales y materia prima a utilizar en el proceso de elaboración del manjar de leche, es relacionado a un (1) día de producción planificada, para realizar 120 unidades de manjar de leche. Como dato a tener en consideración es que la materia prima principal del manjar, es la leche y se requiere de 102 litros diario para obtener 120 unidades diarias total de manjar de leche en sus presentaciones: 426 g 60 unid. (36 litros de leche), y 450 g 60 unid. (66 litros de leche).

### 3.6. Listado de los proveedores

Se detallan los proveedores necesarios para la puesta en marcha del emprendimiento y para la elaboración del manjar de leche.

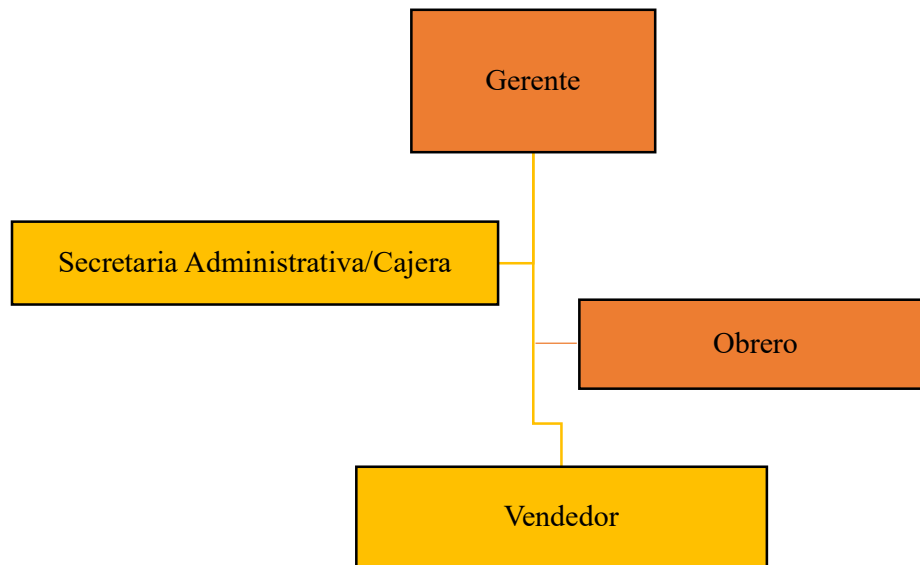
- PLASTILOPEZ (Matriz Manta).
- Distribuidora de lácteos Sava (Manta).
- Deposito Gracias a Dios (Barrio Divino Niño).
- Electricista, etc.



## CAPITULO IV ESTUDIO ORGANIZACIONAL

### 4.1. Organigrama Estructural y Funcional

**Figura 19:** *Organigrama Estructural y Funcional, Manjar Deli*



*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

### 4.2. Funciones según las responsabilidades de cada persona

Antes del detalle funcional respecto a las responsabilidades de cada persona, se menciona que el emprendimiento se constituirá en una “Empresa Individual de Responsabilidad Limitada” o (“E.U.R.L.”), la cual es un tipo de organización en el que cualquier persona natural puede adquirir personalidad jurídica. La razón de una (“E.U.R.L.”), es siempre comercial y cuenta con un patrimonio propio, distinto al del titular.

Como Gerente General, estoy en la potestad de contratar el personal idóneo para que laboren en el emprendimiento de forma eficiente y eficaz, adicional se debe de analizar detalladamente los cargos o personal a contratar y además de seguir una jerarquía funcional. A continuación, se detalla las responsabilidades y parámetros para cada cargo dentro de, Manjar Deli.

**Tabla 20:** *Responsabilidades y parámetros de cada cargo*

<b>Cargo</b>	<b>Requisitos</b>	<b>A quién reporta</b>	<b>Persona a su cargo</b>	<b>Funciones o Responsabilidades</b>
<b>Gerente</b>	Experiencia, capacidad analítica, liderazgo, ética profesional, valores empresariales. Mínimo Tercer Nivel en Carrera Administrativa y Económicas.	-	Todo el personal de la empresa	Administrar los recursos, planificar estrategias, organizar, controlar y dirigir procesos internos, recursos económicos y humanos, evaluar resultados para tomar decisiones de mejora continua. Dar seguimiento a la salida comercial, publicidad, marketing, aplicar mejora continua, fortalecer puntos de venta, entre otras funciones.
<b>Secretaria Administrativa/Cajera</b>	Experiencia, ágil, capacidad de servicio al cliente, conocimiento de herramientas office. Mínimo formación en Carreras Administrativas, Contables y Ejecutivas.	Gerente	-	Atender las inquietudes de clientes, revisar comunicaciones e interacciones con el cliente interno y externo, registro de correspondencia, controlar caja chica, etc.
<b>Obrero</b>	Experiencia en labores bajo presión, trabajo en equipo, responsable, honesto, puntual. Mínimo bachillerato.	Gerente	-	Responsable del proceso de elaboración del manjar de leche. Supervisar las condiciones en el proceso de elaboración. Responsable del manejo de utensilios y materiales. Conservar la higiene del lugar de trabajo.
<b>Vendedor</b>	Experiencia en labores bajo presión, trabajo en equipo, responsable, honesto, puntual. Mínimo bachillerato.	Gerente	-	Responsable de la distribución y comercialización del manjar de leche. Buena atención a la ciudadanía de Manta y clientes potenciales, ofertar el producto adecuadamente, etc.

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

### 4.3. Previsión de RRHH

**Tabla 21:** *Provisión-Nómina Personal*

CARGO PERSONAL	SUELDO	HORAS EXTRAS	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA (8.33%)	APORTE PATRONAL (11.15%)	TOTAL	SIN F.R. MENSUAL
Gerente	\$600,00	\$0,00	\$50,00	\$35,42	\$25,00	\$49,98	\$66,90	\$827,30	\$777,32
Secretaria Administrativa/Cajera	\$500,00	\$0,00	\$41,67	\$35,42	\$20,83	\$41,65	\$55,75	\$695,32	\$653,67
Obrero	\$425,00	\$0,00	\$35,42	\$35,42	\$17,71	\$35,40	\$47,39	\$596,33	\$560,93
Vendedor	\$425,00	\$0,00	\$35,42	\$35,42	\$17,71	\$35,40	\$47,39	\$596,33	\$560,93
<b>Total</b>	<b>\$1.950,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$162,50</b>	<b>\$141,67</b>	<b>\$81,25</b>	<b>\$162,44</b>	<b>\$217,43</b>	<b>\$2.175,28</b>	<b>\$2.552,84</b>

#### TOTAL ANUAL CON FONDO DE RESERVA

Gerente	\$9,927.56
Secretaria Administrativa/Cajera	\$8,343.80
Obrero	\$7,155.98
Vendedor	\$7,155.98
<b>Total</b>	<b>\$32,583.32</b>

#### TOTAL ANUAL SIN FONDO DE RESERVA

Gerente	\$9,327.80
Secretaria Administrativa/Cajera	\$7,844.00
Obrero	\$6,731.15
Vendedor	\$6,731.15
<b>Total</b>	<b>\$30,634.10</b>

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

## CAPITULO V ESTUDIO LEGAL Y SOCIETARIO

### 5.1. Marco Legal

Como marco legal, la microempresa Manjar Deli, se constituye como una Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, respetando estatus internos estipulados y aprobados por el gerente con asesoría legal.

“Al ser un contribuyente de una (E.U.R.L.) las generalidades o características propias a tener en cuenta son las siguientes:

- La Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, constituye una alternativa para quienes buscan formalizar el ejercicio de una actividad comercial determinada a través de una persona jurídica, pero sin el requerimiento de socios.
- Esta clase de microempresa no requiere para su conformación de la concurrencia de varias personas, con una sola basta; si bien su constitución requiere de solemnidades no está sujeta al control de la Superintendencia de Compañías, su único propietario no necesita aprobación de ningún órgano interno de la compañía para enajenar o disponer de los bienes de la misma.
- su responsabilidad está limitada al monto del capital destinado para la realización de actos de comercio, y la representación legal es ilimitada, bastando la sola firma del gerente-propietario o del apoderado que este designe, para obligar a la empresa.
- Es una figura creada para atender la realidad social y empresarial que busca la responsabilidad en los negocios, es una forma de organización, es decir la que pertenece a una persona física dotada de personalidad jurídica propia, con capacidad para ser titular de derechos y obligaciones, los cuales forman un patrimonio independiente y separado de los demás bienes de la persona física titular de dicha empresa.
- Se caracteriza por conformarse como empresa de derecho privado, constituida por la voluntad de una sola persona que es el gerente propietario y su patrimonio es distinto al de su titular.
- El gerente-propietario de la EURL necesariamente será una persona natural.
- Legalmente deberá realizar únicamente actividades comerciales” (Saá Vega, 2016).

Según lo manifestado por el autor Vega, mi criterio en base a lo expresado es que hay que tener en consideración que quienes pueden crear una (E.U.R.L.), son aquellas personas naturales, excluyendo de esta posibilidad a las personas jurídicas, por ende, la administración de este tipo de empresas le corresponde únicamente a su propietario y este se encarga de responder por los ingresos y obligaciones a presentarse en las actividades de la empresa.

**Tipo de actividad:** La actividad económica del emprendimiento, Manjar Deli “E.U.R.L.”, es comercial ya que se elaborará el manjar de leche de forma artesanal para su respectiva comercialización.

**Limitación de la responsabilidad de los socios por las deudas sociales:** Las deudas o pasivos en este caso son respondidas únicamente por el gerente encargado de la empresa.

**Número de socios:** Es unipersonal al ser una (E.U.R.L.).

**Costos de constitución y capital mínimos:** El capital debe de estar suscrito y pagado en su totalidad al iniciar con la actividad comercial de la microempresa. Además, este capital es aportado por la persona que constituye la empresa y en este caso el valor es de \$13.000,00

**Trámites administrativos y obligaciones contables:** Se prioriza y se valora el costo de representación de los trámites administrativos y otras obligaciones contables, además en algunos casos es importante contar con los servicios de un asesor.

**Relaciones que mantienen los socios entre sí:** Es unipersonal al ser una (E.U.R.L.).

### **5.1.1 Equipo Directivo**

Al ser una empresa individual de responsabilidad limitada, no existe un equipo directivo como tal, ya que las ganancias y ventas de la comercialización de Manjar Deli, son exclusivamente el 100% para el gerente, pero cada personal que conforma la empresa recibe su sueldo y otros beneficios por las actividades que realizan.

### **5.1.2 Modalidad Contractual (emprendedor y empleado)**

El tipo de contrato estipulado en, Manjar Deli “E.U.R.L.”, es el contrato definido sin establecer límites en su duración, ni en la prestación de servicios por parte de los

empleados de la empresa, además este contrato permanece vigente en el tiempo hasta que la empresa o mi persona encargada de la gerencia, se decida romper el contrato indefinido anteriormente establecido y el cual consta de cláusulas.

## **5.2. Requisitos para su legitimidad**

### **5.2.1 Permisos y licencias necesarias para el funcionamiento y venta de productos**

A continuación, se detallan los permisos y licencias importantes para el funcionamiento de mi actividad económica en el mercado de Manta:

**Permiso Ambiental:** Esta tasa es calculada mediante una base de datos en donde se tiene en cuenta el número de trabajadores, en este caso de la microempresa y la actividad económica a la que se dedica, en este caso el resultado a cancelar es de:

$$\text{BGC1 comercial sin demanda} = \$6,00$$

**Tasa Bomberil:** Esta tasa es incluida en el pago de los previos urbanos, pero el cálculo respectivo para saber cuánto debo de cancelar de tasa bomberil es el siguiente.

**establecimiento y terreno:** \$8.000,00

**avaluó catastral:** 0,15 x 1000

$$\$8.000/1000*1,5 = \mathbf{\$12,00}$$

**Licencia de Funcionamiento:** Esta tasa es calculada mediante la base imponible establecida por la ley tributaria, y en mi caso no se cancela el valor porque al iniciar el emprendimiento o la microempresa, debe de transcurrir 30 días posterior al inicio de las actividades y así en base a los ingresos obtenidos verificar si se excede o no la base imponible para la cancelación de la licencia de funcionamiento.

### **5.2.2 Cobertura de responsabilidades (seguros)**

El tipo de seguro a contratar en, El Manjar De Anthony “E.U.R.L.”, son los seguros multi-riesgo debido a que engloban varios seguros en un modelo de seguros lo que permite estar preparados a los diversos riesgos que se puedan presentar en las actividades

de elaboración del producto por parte del personal y sobre todo cubrir el local o emprendimiento donde se desarrollan las actividades mediante un seguro continental.

### **5.2.3 Patentes, marcas y otros tipos de registros (protección legal)**

Manjar Deli es un producto 100% artesanal con características innovadoras, en donde su exquisito sabor dulce lo hace único al resto de dulces de leche. El proceso de elaboración de Manjar Deli y su presentación final como tal, será registrado en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.

A continuación, se detallan los registros para la protección legal de Manjar Deli:

**Patente:** “Según el Art. 13.- **BASE IMPONIBLE DE LA PATENTE.** - La determinación de la base imponible del impuesto considera:

- Para las personas naturales o jurídicas y sociedades nacionales o extranjeras, que estén obligadas a llevar contabilidad, la base del impuesto será el patrimonio neto, a cuyo efecto deberán entregar una copia del balance general presentado y declarado en el Servicio de Rentas Internas.
- Para las personas naturales que no estén obligadas a llevar contabilidad, la base del impuesto se establecerá considerando como patrimonio el 10% de los ingresos declarados en el ejercicio económico anterior. En ningún caso la patente municipal será inferior a diez dólares 00/100 de los Estados Unidos de América (USDS 10,00).
- Para las personas naturales, jurídicas, sociedades nacionales o extranjeras, que tengan sus casas matrices en el cantón Manta y sucursal o agencias en otros lugares del país; y, también para las sucursales o agencias que funcionen en el cantón con casas matrices en otros lugares, el impuesto se calculará en proporción a los activos totales de cada jurisdicción” (GAD, 2011).

Según lo mencionado en el sitio web del GAD Municipal Manta, mi criterio en base a lo manifestado, es que la patente municipal es un registro de protección importante para cualquier negocio o emprendimiento que recién inicia sus actividades económicas y de comercialización, además el precio mínimo establecido a cancelar de patente municipal es de \$10,00 según el excedente de la base imponible.

**Marca:** Manjar Deli

## CAPITULO VI ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

### 6.1. Costo unitario de producción

**Tabla 22:** *Detalle costo unitario de producción*

Cantidad de manjar de leche producido anualmente	<b>28800 unid.</b>
Costo Total Anual	<b>\$53.777,02</b>
Costo Unitario de Producción	<b>\$1,20 (envase 226 g) \$2,20 (envase 450 g)</b>

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

Una vez comprobada la cantidad de manjar de leche que se producirá anualmente y los costos totales (materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación y gastos), se establece que el c.u.p. del manjar de leche es de \$1,20 presentación plástica 226 g y \$2,20 presentación biodegradable 450 g. Además, el valor mensual de materia prima es de \$1.143,84

### 6.2. Estructura de costo y gasto

**Tabla 23:** *Detalle de costos y gastos*

ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS	MENSUAL	ANUAL
<b>COSTOS VARIABLES</b>		
<b>MATERIALES DIRECTOS</b>	<b>\$ 1,143.84</b>	<b>\$ 13,726.08</b>
Materia Prima	\$ 1,143.84	\$ 13,726.08
<b>MANO DE OBRA DIRECTA</b>	<b>\$ 1,121.86</b>	<b>\$ 13,462.30</b>
Mano de obra	\$ 1,121.86	\$ 13,462.30
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>\$ 2,265.70</b>	<b>\$ 27,188.38</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>		
<b><u>GASTOS DE OPERACIÓN</u></b>		
Depreciación de Activos	\$ 141.63	\$ 1,695.56
Depreciación de Muebles y Enseres	\$ 9.17	\$ 110.04
Depreciación de Equipos de Cómputo	\$ 19.44	\$ 233.28
Seguros	\$ 75.00	\$ 900.00
Mantenimiento	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Servicios Básicos	\$ 50.00	\$ 600.00
Otros Gastos Indirectos	\$ 35.00	\$ 420.00
<b>TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN</b>	<b>\$ 430.24</b>	<b>\$ 5,158.88</b>
<b><u>GASTOS ADMINISTRATIVOS</u></b>		
Sueldos administrativos	\$ 1,430.98	\$ 17,171.76
Gastos de Ventas	\$ 210.00	\$ 2,520.00



Mantenimiento y reparaciones	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Útiles de Oficina	\$ 45.00	\$ 540.00
<b>TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 1,785.98</b>	<b>\$ 21,432.76</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4,481.92</b>	<b>\$ 53,777.02</b>

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

### 6.3. Proyección de ventas

Para establecer la proyección de ventas, siempre hay que tener en consideración los ingresos anuales de la microempresa. En estas circunstancias se propone un 100% de capacidad instalada planteada, con un 25 % de margen de utilidad sobre el costo unitario de producción para determinar el precio de venta de \$1,45 la presentación de 226 g y \$2,66 la presentación de 450 g, se tienen los resultados de los ingresos totales de Manjar Deli.

**Tabla 24:** *Detalle de Proyección de Ventas (presentación 226 g)*

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Capacidad instalada</b>	100% Capacidad	100% Capacidad + 5%	100% Capacidad + 5%	100% Capacidad + 5%	100% Capacidad + 5%
<b>Precio Venta (+5% anual)</b>	\$ 1.50	\$ 1.57	\$ 1.65	\$ 1.74	\$ 1.82
<b>Unidades producidas</b>	14400	15120	15876	16670	17503
<b>Ingresos Totales</b>	<b>\$ 21,583.89</b>	<b>\$ 23,796.24</b>	<b>\$ 26,235.36</b>	<b>\$ 28,924.48</b>	<b>\$ 31,889.24</b>

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

**Tabla 25:** *Detalle de Proyección de Ventas (presentación 450 g)*

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Capacidad instalada</b>	100% Capacidad	100% Capacidad + 5%	100% Capacidad + 5%	100% Capacidad + 5%	100% Capacidad + 5%
<b>Precio Venta (+5% anual)</b>	\$ 2.75	\$ 2.89	\$ 3.03	\$ 3.18	\$ 3.34
<b>Unidades producidas</b>	14400	15120	15876	16670	17503
<b>Ingresos Totales</b>	<b>\$ 39,570.47</b>	<b>\$ 43,626.44</b>	<b>\$ 48,098.15</b>	<b>\$ 53,028.21</b>	<b>\$ 58,463.61</b>

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

El total de ventas en ambas presentaciones es el siguiente:

**Año 1:** \$61.154,36

**Año 2:** \$67.422,68

**Año 3:** \$74.333,51

**Año 4:** \$81.952,69

**Año 5:** \$90.352,85

#### **6.4. Plan de inversión**

El plan de inversión se compone de 3 aspectos que son: Activos Fijos, Activos Diferidos y Capital de Trabajo. A continuación, se presenta la tabla de activos fijos.

**Tabla 26:** *Detalle Activos Fijos*

<b><u>ACTIVOS FIJOS</u></b>	
Equipos de Computación y Software	\$ 700.00
Maquinarias y Equipos Necesarios para la Elaboración	\$ 1,562.00
Terreno	\$ 8,000.00
Muebles y Equipos de Oficina	\$ 1,100.00
Vehículo	\$ 6,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 17,362.00</b>

**Elaborado por:** Anthony Macías Faubla

En esta tabla se presenta los activos diferidos, que se establecen con el paso del tiempo.

**Tabla 27:** *Detalle de Activos Diferidos*

<b><u>ACTIVOS DIFERIDOS</u></b>	
Patentes y Registros Sanitarios	\$ 176.00
Gastos de Constitución	\$ 175.00
Gastos de Instalación	\$ 150.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 501.00</b>

**Elaborado por:** Anthony Macías Faubla

Por último, se presenta la tabla del capital de trabajo como herramienta financiera para llevar a cabo la actividad comercial del negocio.

**Tabla 28:** *Detalle del Capital de Trabajo*

<b><u>CAPITAL DE TRABAJO</u></b>	
Sueldo Operacional	\$ 2,243.72
Gastos Administrativos	\$ 3,819.28
Materia Prima	\$ 2,287.68
Gastos Indirectos de Fabricación	\$ 520.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 8,870.68</b>

**Elaborado por:** Anthony Macías Faubla

Con base a la información detallada anteriormente, se sintetiza el plan de inversión que necesita Manjar Deli, en la siguiente tabla:

**Tabla 29:** *Resumen Plan de Inversión*

<b><u>INVERSIONES</u></b>	<b>Valor</b>
Total Activos Fijos	\$ 17,362.00
Total Activos Diferidos	\$ 501.00
Total Capital de Trabajo	\$ 8,870.68
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>\$ 26,733.68</b>

**Elaborado por:** Anthony Macías Faubla

### 6.5. Líneas de financiamiento

La línea de financiamiento en este caso es mixta, ya que comprende el capital propio y el crédito de financiamiento dado por la entidad bancaria:

**Tabla 30:** *Composición de Capital*

<b><u>DETALLE</u></b>	<b>VALOR</b>	<b>%</b>
Capital Propio	\$ 13,000.00	48.63%
Financiamiento Bancario (L/P)	\$ 13,733.68	51.37%
<b>TOTAL FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$ 26,733.68</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por:** Anthony Macías Faubla

El crédito se desarrollará en la (CFN), Corporación Financiera Nacional, pues brinda una tasa de interés baja y rentable en cuanto a la tasa de interés de la Banca Privada y hace viable la planificación del proyecto. A continuación, los datos y la tabla de amortización del crédito de financiamiento:

**Tabla 31: Datos del crédito**

<b>Monto</b>	\$ 13.733,68
<b>Tasa de interés anual</b>	10%
<b>Tasa de interés mensual</b>	0,833333
<b>Cuotas</b>	\$ 291,80
<b>Periodos anuales</b>	5 años
<b>Periodos mensuales</b>	60 meses
<b>Fecha de inicio</b>	1/01/2022
<b>Amortización</b>	Anual
<b>Estructura</b>	Francesa
<b>Banco</b>	CFN

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

**Tabla 32: Amortización del crédito**

<b>PERIODO EN MESES</b>	<b>CUOTA</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>AMORTIZACIÓN</b>	<b>DEUDA PENDIENTE</b>
<b>0</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 13,733.68
<b>1</b>	\$ 291.80	\$ 114.45	\$ 177.35	\$ 13,556.33
<b>2</b>	\$ 291.80	\$ 112.97	\$ 178.83	\$ 13,377.50
<b>3</b>	\$ 291.80	\$ 111.48	\$ 180.32	\$ 13,197.18
<b>4</b>	\$ 291.80	\$ 109.98	\$ 181.82	\$ 13,015.35
<b>5</b>	\$ 291.80	\$ 108.46	\$ 183.34	\$ 12,832.01
<b>6</b>	\$ 291.80	\$ 106.93	\$ 184.87	\$ 12,647.15
<b>7</b>	\$ 291.80	\$ 105.39	\$ 186.41	\$ 12,460.74
<b>8</b>	\$ 291.80	\$ 103.84	\$ 187.96	\$ 12,272.78
<b>9</b>	\$ 291.80	\$ 102.27	\$ 189.53	\$ 12,083.25
<b>10</b>	\$ 291.80	\$ 100.69	\$ 191.11	\$ 11,892.15
<b>11</b>	\$ 291.80	\$ 99.10	\$ 192.70	\$ 11,699.45
<b>12</b>	\$ 291.80	\$ 97.50	\$ 194.30	\$ 11,505.14
<b>13</b>	\$ 291.80	\$ 95.88	\$ 195.92	\$ 11,309.22
<b>14</b>	\$ 291.80	\$ 94.24	\$ 197.56	\$ 11,111.66
<b>15</b>	\$ 291.80	\$ 92.60	\$ 199.20	\$ 10,912.46
<b>16</b>	\$ 291.80	\$ 90.94	\$ 200.86	\$ 10,711.60
<b>17</b>	\$ 291.80	\$ 89.26	\$ 202.54	\$ 10,509.06
<b>18</b>	\$ 291.80	\$ 87.58	\$ 204.22	\$ 10,304.83
<b>19</b>	\$ 291.80	\$ 85.87	\$ 205.93	\$ 10,098.91
<b>20</b>	\$ 291.80	\$ 84.16	\$ 207.64	\$ 9,891.26
<b>21</b>	\$ 291.80	\$ 82.43	\$ 209.37	\$ 9,681.89
<b>22</b>	\$ 291.80	\$ 80.68	\$ 211.12	\$ 9,470.77

23	\$	291.80	\$	78.92	\$	212.88	\$	9,257.90
24	\$	291.80	\$	77.15	\$	214.65	\$	9,043.25
25	\$	291.80	\$	75.36	\$	216.44	\$	8,826.81
26	\$	291.80	\$	73.56	\$	218.24	\$	8,608.56
27	\$	291.80	\$	71.74	\$	220.06	\$	8,388.50
28	\$	291.80	\$	69.90	\$	221.90	\$	8,166.60
29	\$	291.80	\$	68.06	\$	223.75	\$	7,942.86
30	\$	291.80	\$	66.19	\$	225.61	\$	7,717.25
31	\$	291.80	\$	64.31	\$	227.49	\$	7,489.76
32	\$	291.80	\$	62.41	\$	229.39	\$	7,260.38
33	\$	291.80	\$	60.50	\$	231.30	\$	7,029.08
34	\$	291.80	\$	58.58	\$	233.22	\$	6,795.85
35	\$	291.80	\$	56.63	\$	235.17	\$	6,560.69
36	\$	291.80	\$	54.67	\$	237.13	\$	6,323.56
37	\$	291.80	\$	52.70	\$	239.10	\$	6,084.45
38	\$	291.80	\$	50.70	\$	241.10	\$	5,843.36
39	\$	291.80	\$	48.69	\$	243.11	\$	5,600.25
40	\$	291.80	\$	46.67	\$	245.13	\$	5,355.12
41	\$	291.80	\$	44.63	\$	247.17	\$	5,107.95
42	\$	291.80	\$	42.57	\$	249.23	\$	4,858.71
43	\$	291.80	\$	40.49	\$	251.31	\$	4,607.40
44	\$	291.80	\$	38.40	\$	253.41	\$	4,354.00
45	\$	291.80	\$	36.28	\$	255.52	\$	4,098.48
46	\$	291.80	\$	34.15	\$	257.65	\$	3,840.83
47	\$	291.80	\$	32.01	\$	259.79	\$	3,581.04
48	\$	291.80	\$	29.84	\$	261.96	\$	3,319.08
49	\$	291.80	\$	27.66	\$	264.14	\$	3,054.94
50	\$	291.80	\$	25.46	\$	266.34	\$	2,788.60
51	\$	291.80	\$	23.24	\$	268.56	\$	2,520.04
52	\$	291.80	\$	21.00	\$	270.80	\$	2,249.24
53	\$	291.80	\$	18.74	\$	273.06	\$	1,976.18
54	\$	291.80	\$	16.47	\$	275.33	\$	1,700.85
55	\$	291.80	\$	14.17	\$	277.63	\$	1,423.22
56	\$	291.80	\$	11.86	\$	279.94	\$	1,143.28
57	\$	291.80	\$	9.53	\$	282.27	\$	861.01
58	\$	291.80	\$	7.18	\$	284.63	\$	576.39
59	\$	291.80	\$	4.80	\$	287.00	\$	289.39
60	\$	291.80	\$	2.41	\$	289.39	\$	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>17,508.01</b>	<b>\$</b>	<b>3,774.33</b>	<b>\$</b>	<b>13,733.68</b>		

*Elaborado por:* Antony Macías Faubla

**Tabla 32.1:** *Amortización del crédito por periodo*

PERIODOS	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN
1	\$ 3,501.60	\$ 1,273.06	\$ 2,228.54
2	\$ 3,501.60	\$ 1,039.71	\$ 2,461.90
3	\$ 3,501.60	\$ 781.91	\$ 2,719.69
4	\$ 3,501.60	\$ 497.13	\$ 3,004.48
5	\$ 3,501.60	\$ 182.52	\$ 3,319.08

**Elaborado por:** Anthony Macías Faubla

### 6.6 Flujo de caja proyectado (5 años)

Todos los datos financieros proyectados se determinan en la información presupuestada de ingresos, costos y gastos. Se proyecta con una tasa de inflación de 3,38%, registrada por el (INEC, 2022) el cual corresponde al mes de mayo del año 2022.

Según lo manifestado por el sitio web PRIMICIAS, mi criterio en base a dicha información es que la tasa de inflación presento un incremento considerable de 0,56% en el mes de mayo, en cuanto a los precios al consumidor debido a factores económicos y financieros relevantes los cuales permitieron el incremento de la tasa de inflación de forma adecuada en los índices del precio al consumidor.

A partir del periodo 2 al periodo 5 los ingresos tienen un porcentaje del 5% (incremento), mientras que los egresos tienen un porcentaje del 3% (decremento).

Tabla 33: Flujo de Caja Proyectado 5 años

<b>ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO</b>						
<b>"MANJAR DELI"</b>						
	<b>PERIODO 0</b>	<b>PERIODO 1</b>	<b>PERIODO 2</b>	<b>PERIODO 3</b>	<b>PERIODO 4</b>	<b>PERIODO 5</b>
<b>ACTIVIDADES OPERACIONALES</b>						
Ventas		\$ 61,154.36	\$ 67,422.68	\$ 74,333.51	\$ 81,952.69	\$ 90,352.85
Costo de Ventas		\$ 27,900.21	\$ 29,612.37	\$ 30,500.74	\$ 31,415.76	\$ 32,358.23
Gastos de administración		\$ 19,195.60	\$ 21,006.97	\$ 21,637.18	\$ 22,286.30	\$ 22,954.89
Impuestos		\$ 2,746.44	\$ 5,166.65	\$ 7,257.17	\$ 9,689.23	\$ 12,317.60
<b>FLUJO DE EFECTIVO OPERACIONAL</b>		<b>\$ 11,312.11</b>	<b>\$ 11,636.69</b>	<b>\$ 14,938.42</b>	<b>\$ 18,561.41</b>	<b>\$ 22,722.13</b>
<b>ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>						
Equipos de computo	\$ 700.00					
Maquinaria	\$ 1,562.00					
Terreno	\$ 8,000.00					
Muebles y encerres	\$ 1,100.00					
Vehículo	\$ 6,000.00					
Activos diferidos	\$ 501.00					
<b>FLUJO DE EFECTIVO DE INVERSIÓN</b>	<b>\$ 17,863.00</b>					
<b>ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO</b>						
Capital Propio	\$ 13,000.00					
Crédito bancario	\$ 13,733.68					
Gasto de interés		\$ 1,273.06	\$ 1,039.71	\$ 781.91	\$ 497.13	\$ 182.52
Dividendo		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Abono capital		\$ 2,228.54	\$ 2,461.90	\$ 2,719.69	\$ 3,004.48	\$ 3,319.08
<b>FLUJO DE EFECTIVO DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$ 26,733.68</b>	<b>\$ 3,501.60</b>	<b>\$ 3,501.60</b>	<b>\$ 3,501.60</b>	<b>\$ 3,501.60</b>	<b>\$ 3,501.60</b>
<b>FLUJO DE EFECTIVO DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 8,870.68</b>	<b>\$ 7,810.51</b>	<b>\$ 8,135.09</b>	<b>\$ 11,436.82</b>	<b>\$ 15,059.80</b>	<b>\$ 19,220.53</b>
<b>FLUJO DE EFECTIVO ANTERIOR</b>		<b>\$ 8,870.68</b>	<b>\$ 16,681.19</b>	<b>\$ 24,816.28</b>	<b>\$ 36,253.10</b>	<b>\$ 51,312.90</b>
<b>NUEVO VALOR DE CAJA</b>	<b>\$ 8,870.68</b>	<b>\$ 16,681.19</b>	<b>\$ 24,816.28</b>	<b>\$ 36,253.10</b>	<b>\$ 51,312.90</b>	<b>\$ 70,533.43</b>

Elaborado por: Anthony Macías Faubla

### 6.7. Estado de resultados proyectados (5 años)

**Tabla 34:** *Estado de Resultados Proyectados 5 años*

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
<b>"MANJAR DELI"</b>					
	<b>PERIODO 1</b>	<b>PERIODO 2</b>	<b>PERIODO 3</b>	<b>PERIODO 4</b>	<b>PERIODO 5</b>
Ventas	\$ 61,154.36	\$ 67,422.68	\$ 74,333.51	\$ 81,952.69	\$ 90,352.85
Costo de ventas	\$ 27,900.21	\$ 29,612.37	\$ 30,500.74	\$ 31,415.76	\$ 32,358.23
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 33,254.15</b>	<b>\$ 37,810.32</b>	<b>\$ 43,832.77</b>	<b>\$ 50,536.94</b>	<b>\$ 57,994.61</b>
Gastos Administrativos	\$ 19,195.60	\$ 21,006.97	\$ 21,637.18	\$ 22,286.30	\$ 22,954.89
Gastos de depreciación	\$ 1,699.51	\$ 1,699.51	\$ 1,699.51	\$ 1,466.20	\$ 1,466.20
Gastos de Amortización	\$ 100.20	\$ 100.20	\$ 100.20	\$ 100.20	\$ 100.20
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO E INTERESES</b>	<b>\$ 12,258.84</b>	<b>\$ 15,003.63</b>	<b>\$ 20,395.88</b>	<b>\$ 26,684.24</b>	<b>\$ 33,473.33</b>
Gastos de financiamiento	\$ 1,273.06	\$ 1,039.71	\$ 781.91	\$ 497.13	\$ 182.52
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	<b>\$ 10,985.78</b>	<b>\$ 13,963.93</b>	<b>\$ 19,613.97</b>	<b>\$ 26,187.11</b>	<b>\$ 33,290.81</b>
Impuestos 25%	\$ 2,746.44	\$ 5,166.65	\$ 7,257.17	\$ 9,689.23	\$ 12,317.60
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 8,239.33</b>	<b>\$ 8,797.28</b>	<b>\$ 12,356.80</b>	<b>\$ 16,497.88</b>	<b>\$ 20,973.21</b>
Dividendo 20%					
Reserva legal 10%	\$ 823.93	\$ 879.73	\$ 1,235.68	\$ 1,649.79	\$ 2,097.32
<b>UTILIDAD RETENIDA</b>	<b>\$ 7,415.40</b>	<b>\$ 7,917.55</b>	<b>\$ 11,121.12</b>	<b>\$ 14,848.09</b>	<b>\$ 18,875.89</b>

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla



### 6.8. Estado de situación financiera proyectado (5 años)

**Tabla 35:** Estado de Situación Financiera proyectado 5 años

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
"MANJAR DELI"						
	PERIODO 0	PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5
<b>ACTIVOS</b>						
<b><u>ACTIVOS CORRIENTES</u></b>						
Caja	\$ 8,870.68	\$ 16,681.19	\$ 24,816.28	\$ 36,253.10	\$ 51,312.90	\$ 70,533.43
<b>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</b>	\$ 8,870.68	\$ 16,681.19	\$ 24,816.28	\$ 36,253.10	\$ 51,312.90	\$ 70,533.43
<b><u>ACTIVOS NO CORRIENTES</u></b>						
<b>ACTIVOS FIJOS</b>						
Equipo de computación	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00	\$ 700.00
Maquinaria	\$ 1,562.00	\$ 1,562.00	\$ 1,562.00	\$ 1,562.00	\$ 1,562.00	\$ 1,562.00
Edificio	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00	\$ 8,000.00
Vehículos	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00	\$ 1,100.00
Muebles y encerados	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00
Depreciación acumulada	\$ -	\$ (1,699.51)	\$ (3,399.02)	\$ (5,098.53)	\$ (6,564.73)	\$ (8,030.93)
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	\$ 17,362.00	\$ 15,662.49	\$ 13,962.98	\$ 12,263.47	\$ 10,797.27	\$ 9,331.07
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>						
Patentes y registros sanitarios	\$ 176.00	\$ 176.00	\$ 176.00	\$ 176.00	\$ 176.00	\$ 176.00
Gastos de constitución	\$ 175.00	\$ 175.00	\$ 175.00	\$ 175.00	\$ 175.00	\$ 175.00
Gastos de instalación	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00	\$ 150.00
Amortización acumulada		\$ (100.20)	\$ (200.40)	\$ (300.60)	\$ (400.80)	\$ (501.00)
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	\$ 501.00	\$ 400.80	\$ 300.60	\$ 200.40	\$ 100.20	\$ -
<b>TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	\$ 17,863.00	\$ 16,063.29	\$ 14,263.58	\$ 12,463.87	\$ 10,897.47	\$ 9,331.07
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	\$ 26,733.68	\$ 32,744.48	\$ 39,079.86	\$ 48,716.97	\$ 62,210.37	\$ 79,864.50

<b>PASIVOS</b>						
<b><u>PASIVOS NO CORRIENTES</u></b>						
<b>Crédito Bancario</b>	\$ 13,733.68	\$ 11,505.14	\$ 9,043.25	\$ 6,323.56	\$ 3,319.08	\$ (0.00)
<b>TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES</b>	\$ 13,733.68	\$ 11,505.14	\$ 9,043.25	\$ 6,323.56	\$ 3,319.08	\$ (0.00)
<b>TOTAL PASIVOS</b>	\$ 13,733.68	\$ 11,505.14	\$ 9,043.25	\$ 6,323.56	\$ 3,319.08	\$ (0.00)
<b><u>PATRIMONIO</u></b>						
<b>Capital propio</b>	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00	\$ 13,000.00
<b>Utilidad retenida</b>		\$ 7,415.40	\$ 7,917.55	\$ 11,121.12	\$ 14,848.09	\$ 18,875.89
<b>Utilidad retenida de periodos anteriores</b>		\$ -	\$ 7,415.40	\$ 15,332.95	\$ 26,454.07	\$ 41,302.16
<b>Reserva legal</b>		\$ 823.93	\$ 879.73	\$ 1,235.68	\$ 1,649.79	\$ 2,097.32
<b>Reserva legal de periodos anteriores</b>		\$ -	\$ 823.93	\$ 1,703.66	\$ 2,939.34	\$ 4,589.13
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$ 13,000.00	\$ 21,239.33	\$ 30,036.61	\$ 42,393.41	\$ 58,891.29	\$ 79,864.50
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	\$ 26,733.68	\$ 32,744.48	\$ 39,079.86	\$ 48,716.97	\$ 62,210.37	\$ 79,864.50

*Elaborado por:* Anthony Macias Faubla

## CAPITULO VII EVALUACIÓN FINANCIERA

### 7.1. WACC

“El (WACC) es el Weighted Average Cost of Capital, por sus siglas en inglés, también conocido como coste medio ponderado del capital, se utiliza como tasa de descuento para valorar empresas o proyectos de inversión mediante el método del descuento de flujos de caja esperados” (Financlick, 2020).

Según lo expresado por el sitio web Financlick, mi criterio en base al WACC es de que, al obtener una tasa de descuento, dicha tasa se puede utilizar para descontar aquellos flujos de caja a futuro y sobre todo permite la calificación del proyecto de emprendimiento en cuanto a su inversión.

A continuación, el detalle del WACC:

**Tabla 36:** *Datos del WACC*

TIO (tasa de interés de oportunidad)	17,55%
Tasa de interés	10%
Impuesto	25%
<b>Costo de la deuda</b>	<b>8%</b>

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

**Tabla 36.1.:** *WACC*

	Valor	Participación	Costo	Promedio Ponderado	
Deuda	\$13,733.68	51%	8%	3,85%	
Recursos propios	\$13,000.00	49%	17,55%	8,53%	
<b>Total</b>	<b>\$26,733.68</b>	<b>100%</b>		<b>12,39%</b>	<b>CCPP</b>

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

El coste promedio ponderado de capital (WACC) de Manjar Deli es el 12,39 %, estimado del 17,55% de la tasa de interés de oportunidad sobre la contribución propia y el 10% sobre el crédito a la CFN (Corporación Financiera Nacional).

### 7.2. VAN

El VAN también conocido como el valor actual neto, para su respectivo cálculo la fórmula es la siguiente:

$$VAN = -Inversión Inicial + \frac{FC1}{(1+k)^1} + \frac{FC2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{FCn}{(1+k)^n}$$

- FC= Flujo de caja de los años correspondientes
- K= WACC o CPPC (12,39%)

**Tabla 37:** VAN

Inversión inicial	Valores
0	- \$44,596.68
1	\$14,842.24
2	\$19,646.33
3	\$25,536.54
4	\$32,159.99
5	\$39,332.96
<b>VAN</b>	<b>\$86,921.38</b>

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

Manjar Deli tiene un VAN positivo de **\$86.921,38** que verifica que el proyecto de emprendimiento es viable.

### 7.3. TIR

**Tabla 38:** TIR

PERIODOS	VALOR
<b>Inversión</b>	<b>-\$44,596.68</b>
Flujo año 1	\$14,842.24
Flujo año 2	\$19,646.33
Flujo año 3	\$25,536.54
Flujo año 4	\$32,159.99
Flujo año 5	\$39,332.96
<b>VAN actualizado</b>	<b>\$86,921.38</b>
<b>TIR</b>	<b>41%</b>

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

Manjar Deli presenta una TIR del 41% lo que resulta satisfactorio debido a que la TIR es mayor que la tasa del WACC, por ende, el proyecto de emprendimiento es factible y rentable.

#### 7.4. Retorno o periodo de recuperación de la inversión

El periodo de recuperación o retorno de la inversión es una herramienta financiera importante a determinar en el presente proyecto de emprendimiento. A continuación, se detalla la tabla de los flujos netos y su acumulación.

**Tabla 39:** *Retorno de la Inversión*

PERIODOS	VALOR	
<b>Inversión inicial</b>	<b>-\$44,596.68</b>	<b>FLUJOS ACUMULADOS</b>
Flujo año 1	\$14,842.24	\$14,842.24
Flujo año 2	\$19,646.33	\$34,488.57
Flujo año 3	\$25,536.54	\$60,025.11
Flujo año 4	\$32,159.99	\$92,185.10
Flujo año 5	\$39,332.96	\$131,518.06

**Elaborado por:** Anthony Macías Faubla

Se establece la siguiente fórmula para determinar en qué tiempo se estima recuperar la inversión:

$$PR = a + [(b - c)/d]$$

Significados:

a = Año anterior de retorno de la inversión (2)

b = Total de inversión inicial (\$44.596,48)

c = Suma de Flujos año 1 y 2 (\$34.488,57)

d = Flujo que cubre la inversión (\$25.536,54)

$$PR = 2 + [(\$44.596,48 - \$34.488,57)/\$25.536,54]$$

$$PR = 2,4$$

El periodo de recuperación o retorno de la inversión del proyecto de emprendimiento Manjar Deli será en 2 años y 4 meses, lo que es satisfactorio ya que la recuperación o el retorno de la inversión, en esta proyección a largo plazo es rápida.

### 7.5. Relación Beneficio/Costo (RBC)

La Relación Beneficio/Costo es un contador financiero expresado en porcentaje, que permite hacer una comparación entre el efectivo que se ha invertido en el proyecto versus la liquidez esperada del mismo.

**Tabla 40:** *Relación Beneficio/Costo (RBC)*

Tasa CCPP	Flujos Neto de Efectivo		
<b>0.1239</b>			
Inversión inicial	-\$44,596.68	<b>VP Ingresos</b>	\$88,837.35
Periodo 1	\$14,842.24	<b>VP Egresos</b>	-\$44,596.68
Periodo 2	\$19,646.33	<b>Relación Beneficio/Costo</b>	<b>1.99</b>
Periodo 3	\$25,536.54		
Periodo 4	\$32,159.99		
Periodo 5	\$39,332.96		

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

La microempresa “Manjar Deli” muestra un rendimiento adecuado con una relación beneficio /costo de 1,99 por ende el proyecto de inversión (emprendimiento) es aceptado ya que el indicador obtenido está por encima de 1.

### 7.6. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio representa un medio esencial para conocer los valores mínimos de venta para alcanzar un equilibrio en las operaciones, es decir el monto mínimo de ingresos para cubrir los costos fijos, sin que se generen pérdidas o ganancias. Su cálculo se da en unidades producidas, así como en unidades monetarias.

**Tabla 41:** *Punto de Equilibrio Uni. Físicas y Uni. Monetarias*

DATOS PARA EL PUNTO DE EQUILIBRIO	
<b>COSTOS FIJOS</b>	\$ 1,811.26
<b>COSTOS VARIABLES</b>	\$ 2,265.70
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>\$ 4,076.96</b>

PUNTO DE EQUILIBRIO	CANTIDAD	DÓLARES (USD)
	0	\$ 0.00
<b>INGRESOS</b>	2400	\$ 5,096.20
	-	\$ 1,811.26
<b>COSTOS FIJOS</b>	2400	\$ 1,811.26
	-	\$ 1,811.26
<b>COSTO TOTAL</b>	2400	\$ 4,076.96
	-	\$ 0.00
<b>PE</b>	<b>1.535,78</b>	<b>\$ 3,261.10</b>

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

Según los cálculos realizados, la microempresa “Manjar Deli” deberá comercializar un mínimo de 1535,78 unidades al mes, que en dólares representará ingresos de \$3.261,10 con lo cual se lograrán cubrir los costos fijos sin que haya pérdidas o ganancias en el negocio.

**Tabla 42:** Comprobación del Punto de Equilibrio

COMPROBACIÓN P.E.		
UNIDADES	PRECIOS	TOTAL
767.89 (226 g)	\$ 1.50	\$ 1,207.56
767.89 (450 g)	\$ 2.75	\$ 2,213.86
		<b>\$ 3,261.10</b>

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

**Figura 20:** Fórmulas del Punto de Equilibrio

**PUNTO DE EQUILIBRIO EN CANTIDADES**

$$P.Eq = \frac{\text{Costo fijo}}{\text{Precio} - \text{Costo variable unitario}}$$

914.25 Unidades por cada presentación, es decir que el punto de equilibrio en unidades producidas son 1516,13 en total.

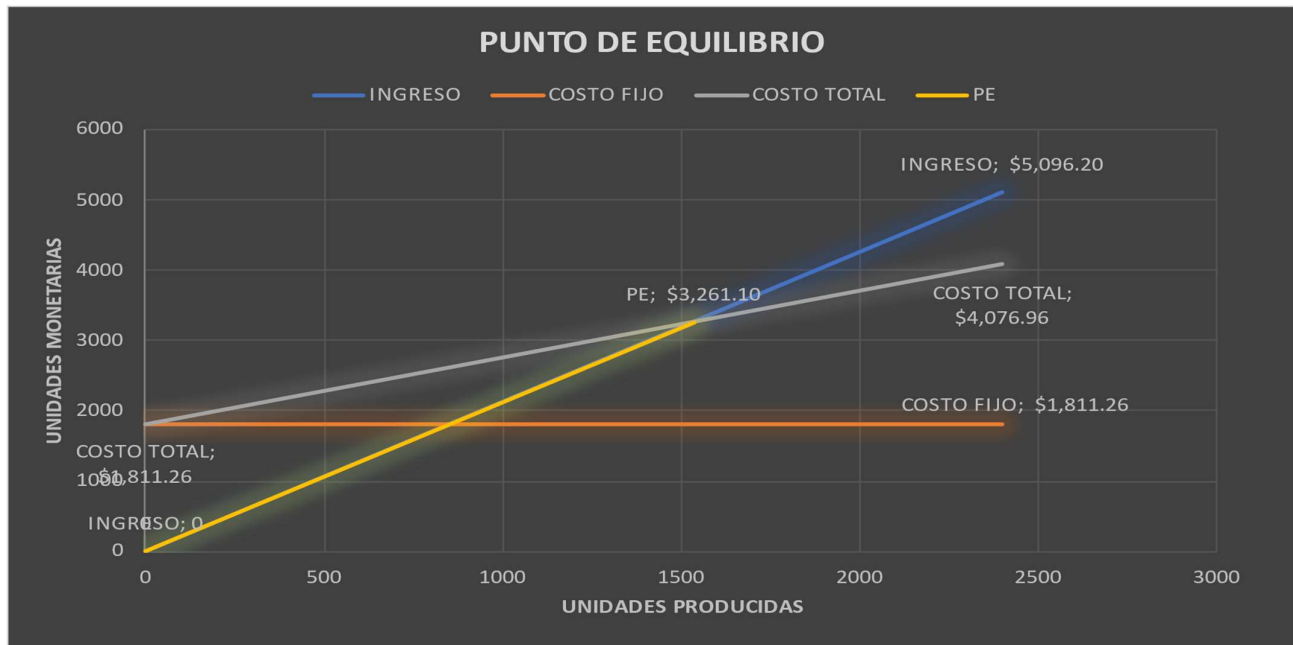
**PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES**

$$P.E\$ = \frac{\text{Costo fijo}}{1 - \left( \frac{\text{Costo variable unitario}}{\text{Precio}} \right)}$$

\$ 3,882.68 Dólares

*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

**Figura 21:** Gráfica del Punto de Equilibrio



*Elaborado por:* Anthony Macías Faubla

## 7.7. Razones Financieras

También llamados indicadores y ratios financieros, tienen como finalidad comprender a través de estas herramientas, la situación de la empresa o conocer los problemas que tiene la empresa y después identificarlos con algún programa o estándar establecido para así obtener como resultado una opinión de la situación financiera de la empresa.

El uso de las Razones Financieras, debe de ser de forma correcta y de una adecuada interpretación para obtener resultados, caso contrario las razones no tendrían sentido aplicarlas.

### 7.7.1 Liquidez

Liquidez hace referencia al efectivo, dinero, etc. El objetivo de los indicadores de liquidez es analizar la capacidad de pago de la empresa a corto plazo y de los niveles del circulante.

**Fórmula:**

$$Liquidez = \frac{Act. circulante}{Pas. circulante} = \frac{\$8.870,68}{\$13.733,68} = 64,59\%$$



La microempresa “Manjar Deli” alcanza una liquidez del 64,59% para el primer periodo (mes) de operaciones y actividades.

### 7.7.2 Endeudamiento

Este indicador ayuda a prever los rangos en que el negocio se encuentra apalancado, es decir el nivel de deuda que potencia las operaciones del negocio.

**Fórmula:**

$$\text{Endeudamiento} = \frac{\text{Pasivo largo p.}}{\text{Capital} + \text{pasivos totales}} = \frac{\$13.733,68}{\$26.733,68} = 51,37\%$$

La microempresa “Manjar Deli” muestra un rango de apalancamiento del 51,37%.

### 7.7.3 Rentabilidad

La rentabilidad muestra los niveles de utilidad neta alcanzada durante un periodo de interés. Además, la rentabilidad permite conocer cuánto el valor es ganado y cuánto podría reinvertir en capital.

**Fórmula:**

$$\text{Margen de ganancia neta} = \frac{\text{Ganancia neta}}{\text{Ingresos netos}} = \frac{\$7.415,40}{\$61.154,36} = 12,13\%$$

A simple vista la elaboración y comercialización de manjar de leche artesanal, alcanza en el primer periodo de operaciones un margen neto de utilidad del 12,13%.

## CAPITULO VIII

### Conclusiones

Las conclusiones del proyecto de emprendimiento son las siguientes:

- Actualmente, el mercado de la ciudad de Manta se encuentra en condiciones viables ya que, al introducir el producto de manjar de leche en el mismo, tendrá gran demanda de clientes y consumidores gracias al sabor y textura que este contiene, por ende, los clientes y consumidores de la zona urbana están aptos para degustar una nueva marca de manjar de leche elaborado 100% artesanalmente.
- También es importante mencionar que la planificación en la dirección y el control del proceso de elaboración, busca crecer significativamente en las actividades comerciales, optando por lugares referenciales a largo plazo en los que se encuentre el producto, para que clientes y consumidores puedan saciar su paladar con este producto saludable y exquisito, elevando la oferta de valor.
- Por otra parte, la microempresa tendrá un estudio técnico-organizacional ubicado en el barrio Divino niño, así mismo la microempresa al momento de empezar con sus labores contara con personal calificado que en este caso son 4 trabajadores estipulados, para las diversas tareas, permitiendo alcanzar los objetivos propuestos, además se establece el espacio de la planta y su respectiva distribución de elementos y herramientas de elaboración. Los proveedores son accesibles. Adicional a lo mencionado, el componente y factor esencial del producto que es la leche, se consigue de manera rápida y con un precio adecuado en despensas, centros comerciales, etc.
- Por último, luego de haber detallado los estados financieros y económicos, el presente proyecto de emprendimiento es factible y rentable, obteniendo resultados positivos, óptimos, acordes a la inversión inicial lo que augura una solvencia y liquidez correcta.

## Recomendaciones

Las recomendaciones del proyecto de emprendimiento son las siguientes:

- Se propone como primera recomendación utilizar aquellas oportunidades que se presenten en el emprendimiento, en la zona territorial de la ciudad de Manta, específicamente en la zona urbana, destinando un producto con normas calidad, que a su vez genere ingresos óptimos en base a la demanda de clientes y consumidores, para alcanzar la reputación adecuada de su marca, permitiendo evaluar ventajas competitivas mediante la oferta de valor y la mejora continua.
- Así mismo se recomienda, la ejecución de planes y métodos administrativos los cuáles permitan guiar de forma adecuada en la aceptación de acuerdos comerciales y económicos, captando la demanda por el consumo satisfactorio de manjar de leche como producto innovador y artesanal.
- Por otra parte, se debe de estipular el personal idóneo y capacitado para el emprendimiento, los cuales construyan un lugar apropiado para las instalaciones. Además, se recomienda el reclutamiento y selección adecuado de proveedores a costos bajos y asequibles, pero con la principal calidad de la materia prima.
- Por último, se debe conservar el equilibrio en los ingresos y egresos, optimizando los costos fijos, costos variables y costos totales, así mismo llevar un correcto proceso de elaboración y comercialización de Manjar Deli, permitiendo una demanda aceptable y sobre todo mantener la rentabilidad del emprendimiento estable, estimulando inversiones a futuro.

## BIBLIOGRAFÍAS

- Coba, G. (06 de junio de 2022). PRIMICIAS. Obtenido de PRIMICIAS: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/inflacion-mayo-ecuador-inec-precios/>
- Dyson. (2004). Una metodología Sistémica y creativa para la gestión estratégica: Caso de Estudio Región de Atacama-Chile . Obtenido de Una metodología Sistémica y creativa para la gestión estratégica: Caso de Estudio Región de Atacama-Chile : <https://scielo.conicyt.cl/pdf/jotmi/v10n2/art09.pdf>
- Financlick. (28 de marzo de 2020). Qué es el WACC y cómo interpretarlo. Obtenido de Qué es el WACC y cómo interpretarlo: <https://www.financlick.es/que-es-el-wacc-y-como-interpretarlo-n-81-es>
- GAD, M. (29 de diciembre de 2011). "ORDENANZA QUE REGULA LA DETERMINACIÓN, ADMINISTRACIÓN, CONTROL Y RECAUDACIÓN DE LA PATENTE MUNICIPAL EN EL CANTÓN MANTA". Obtenido de "ORDENANZA QUE REGULA LA DETERMINACIÓN, ADMINISTRACIÓN, CONTROL Y RECAUDACIÓN DE LA PATENTE MUNICIPAL EN EL CANTÓN MANTA": <https://manta.gob.ec/db/municipio/Ordenanzas/2011/N/-/ORDENANZA%20%20SUSTITUTIVA%20A%20LA%20ORDENANZA%20%20QUE%20%20REGLAMENTA%20LA%20%20DETERMINACION%2C%20ADMINISTRACION%2C%20CONTROL.pdf>
- INEC. (MAYO de 2022). Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Manta, G. (enero de 2022). Gobierno Municipal del cantón Manta. Obtenido de Gobierno Municipal del cantón Manta: <https://manta.gob.ec/>
- Saá Vega, M. C. (Diciembre de 2016). LA EMPRESA UNIPERSONAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA EN EL DERECHO SOCIETARIO DEL ECUADOR. Obtenido de LA EMPRESA UNIPERSONAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA EN EL DERECHO SOCIETARIO DEL ECUADOR: <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1815/5/76316.pdf>

## ANEXOS

## Anexo 1 Cuestionario de encuesta

## ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

Tema: Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa dedica a la elaboración y comercialización de manjar de leche 100% artesanal ubicada en la ciudad de Manta.

Mi nombre es Anthony Faubla y soy estudiante de la carrera de Administración de Empresas de la Facultad Ciencias Administrativas de la Universidad Laica "Eloy Alfaro De Manabí". Esta encuesta está dirigida a la población urbana de la ciudad de Manta para conocer sus gustos y preferencias en cuanto al manjar de leche. Toda esta información proporcionada será utilizada únicamente con fines académicos ya que la zona urbana fue escogida como tema de estudio para la realización de un proyecto de emprendimiento para la titulación.

¿En su entorno familiar consumen manjar de leche? \*

- Sí
- No
- A veces

¿Con que frecuencia usted consume manjar de leche? \*

- Diario
- Semanal
- Mensual

¿Qué aspectos usted considera al momento de consumir un manjar de leche? \*

- Calidad
- Precio
- Textura
- Presentación

¿Por qué razón usted degusta un manjar de leche? \*

- Costumbre
- Ocasión especial
- Por el sabor
- Salud

¿Conoce usted algún tipo de manjar de leche en la ciudad de Manta? \*

- Sí
- No
- Tal vez

¿Qué tan esencial es para usted el nivel de nutrición al momento de consumir un manjar de leche? \*

- Muy esencial
- Poco esencial
- Es indiferente

¿Estaría dispuesto a consumir manjar de leche perteneciente a una nueva marca? \*

- Sí
- No
- Tal vez

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar usted por un manjar de leche? \*

- \$1,50
- \$2,25
- \$3,00

¿En qué presentación de envase usted desearía el manjar de leche de 226 g? \*

- Envases de vidrio
- Envases de plástico
- Envases biodegradables

¿En qué presentación de envase usted desearía el manjar de leche de 226 g? \*

- Envases de vidrio
- Envases de plástico
- Envases biodegradables
- Envases metálicos

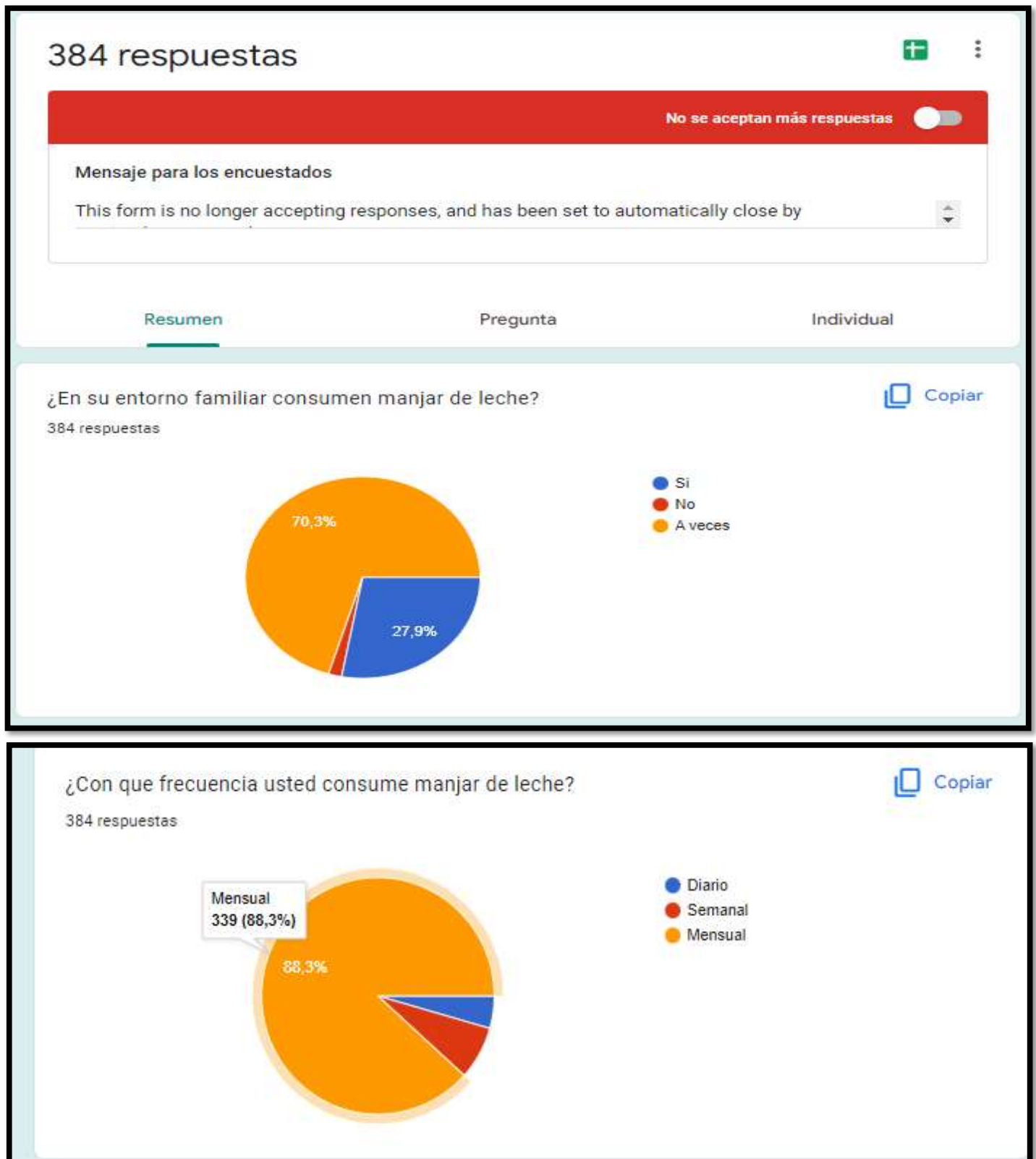
¿En qué presentación de envase usted desearía el manjar de leche de 450 g? \*

- Envases de vidrio
- Envases de plástico
- Envases biodegradables
- Envases metálicos

¿En qué lugar a usted le gustaría adquirir y degustar un manjar de leche artesanal? \*

- Despensa o tiendas cercanas a su domicilio
- Centros comerciales
- Plaza
- Lugares turísticos (playa, balnearios, museos, entre otros).

## Anexo 2 Aplicación de Herramienta Google, Formulario en línea para encuesta virtual





### Anexo 3 Autor del Proyecto Analizando Información

