



**ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA
DEL LITORAL**

**ESCUELA DE POSTGRADO EN
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

MAESTRIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

VIII PROMOCION

PROYECTO: CHIFLES DE TUBERCULOS

TUTORA : ING. XIMENA CARRILLO

INTEGRANTES:

**-ING. EDGAR SANCHEZ SANCHEZ
-ING. ANA ORELLANA
-ING. JENNIFER ALVAREZ**

GUAYAQUIL, NOVIEMBRE DEL 2005



**BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL**



DP-07986

AGRADECIMIENTO

**AGRADEZCO A DIOS POR HABERME PERMITIDO
TERMINAR CON ÉXITO ESTA MAESTRÍA,**

**A LOS INSTRUCTORES POR SUS EXPERIENCIAS
TRANSMITIDAS DURANTE LOS MÓDULOS,**

**A MIS MADRES FUENTES DE INSPIRACIÓN Y
DE TRABAJO, POR SUS SABIOS CONSEJOS ,**

**Y A LAS PERSONAS QUE ME APOYARON EN
TODO MOMENTO PARA LA CULMINACIÓN DE ESTE
PROYECTO.**

ING. EDGAR SÁNCHEZ S.

AGRADECIMIENTO

Expreso mi eterno agradecimiento a:

Dios por ayudarme a crecer día a día como, persona, hija, hermana y esposa.

A mis padres con quienes día a día comparti su desarrollo, especialmente a mi padre que con su vasta experiencia me dio todo su tiempo, quien a pesar de tener su tiempo limitado no importo descansar menos pero estuvo ahí en todo momento que necesite su asesoria, al igual que mi madre que siempre ha sido mi pilar para seguir adelante.

A mi esposo, con quien he compartido el desarrollo de esta, ayudandome siempre y en todo momento, especialmente cuando no tuve fuerzas para seguir adelante, fue mi sostén para continuar y culminar una meta.

A la Universidad, a su personal docente quienes han compartido sus conocimientos y experiencias sin egoismos.

A mis compañeros, quienes con sus diferentes experiencias en diferentes campos logramos culminar el trabajo emprendido.

Ing. Jennifer Alvarez R.

Dedicado con humildad y mucho amor a Pedro y Ninfa, mis padres, quienes guiaron mis primeros pasos y me enseñaron el valor de la iniciativa e integridad con su ejemplo, son mi fuente de constante inspiración y amor, el cual se manifiesta de tantas maneras, especialmente en la inagotable paciencia y comprensión.

A Danny y a Junior quienes me han apoyado día a día con su inmenso corazón brindándome apoyo, comprensión en todo momento tanto los buenos y en los adversos con sus inagotables deseos de que consiga y logre mis metas.

A mi hija, Dayanna que por circunstancias de la vida no esta presente pero es y será mi razón para seguir adelante hoy, mañana y siempre.

Los Amo,

Jennifer Katiuska

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	1
1. ANALISIS DE MERCADO	
1.1 INTRODUCCION	3
1.2 COMPOSICION DEL SECTOR DE ALIMENTOS	3
1.3 ANALISIS DEL SECTOR	3
1.4 ANALISIS DEL MERCADO	4
1.4.1 Productos	4
1.4.1.1 Marca Comercial	4
1.4.1.2 Beneficios de los Tubèrculos	4
1.4.1.3 Envase	6
1.4.1.4 Degustaciòn	6
1.4.2 Clientes	6
1.4.3 Competencia	7
1.4.4 Tamaño del mercado global	7
1.4.5 Tamaño de mi mercado	7
1.4.6 Productos Sustitutos Importados	8
1.5 PLAN DE MERCADEO	
1.5.1 Estrategias de Precios	10
1.5.2 Estrategias de Ventas	11
1.5.3 Estrategias de Promociòn	11
1.5.4 Estrategias de Distribuciòn	12
1.5.5 Tàcticas de Ventas	12
2. ANALISIS TECNICO	
2.1 DESCRIPCION DEL PROCESO	13
2.1.1 Procesos Tèrmicos	13
2.1.2 Características de Materias Primas e ingredientes	13
2.1.3 Proceso Tecnològico	13
2.1.4 Consideraciones importantes	14
2.1.5 Especificaciones Tènicas de los productos	15
2.2 LOCALIZACION DEL NEGOCIO	18
2.3 EQUIPOS Y MAQUINARIAS	18
2.4 DISTRIBUCION DE LA PLANTA	18
2.5 PLAN DE PRODUCCION	19
2.6 PLAN DE CONSUMO	19
2.7 PLAN DE COMPRAS	19
2.8 SISTEMAS DE CONTROL	19
2.8.1 Desperdicios	19
2.8.2 Calidad	19
2.8.3 Inventarios de productos en Proceso	19
3. ANALISIS ADMINISTRATIVO	
3.1 GRUPO EMPRESARIAL	19
3.2 PERSONAL EJECUTIVO	20
3.3 ORGANIGRAMA	21

4. ANALISIS LEGAL Y SOCIAL	
4.1 ASPECTOS LEGALES	21
4.2 LEGISLACION URBANA	22
4.3 LEGISLACION AMBIENTAL	22
4.4 ANALISIS SOCIAL	22
5. ANALISIS ECONOMICO	
5.1 PRESUPUESTO DE INVERSION EN ACTIVOS FIJOS	23
5.2 GASTOS DE ARRANQUE	23
5.3 PRESUPUESTO DE INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO	23
5.4 PRESUPUESTOS DE INGRESOS	23
5.5 PRESUPUESTOS DE MATERIAS PRIMAS, INSUMOS Y SERVICIOS.	24
5.6 PRESUPUESTO DE GASTO DE PERSONAL	24
5.7 DEPRECIACIONES	24
5.8 PRESUPUESTO DE GASTOS DE OPERACIÓN	24
5.9 PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	24
5.10 ANALISIS DE COSTOS	24
6. ANALISIS FINANCIERO	
6.1 FLUJO DE CAJA	25
6.2 ESTADO DE RESULTADOS	25
6.3 BALANCE	25
7. ANALISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES	25
8. EVALUACION INTEGRAL DEL PROYECTO	26
9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	26
10. TABLAS (ANEXOS)	28
11. CUESTIONARIOS	31
12. ENCUESTAS Y RESULTADOS	39
13. TABLAS DE PROGRAMACION	44

RESUMEN EJECUTIVO.-

De acuerdo a información económica, durante el año 2004, el sector de alimentos procesados se contrajo respecto al año anterior. Luego de la crisis económica de la década pasada se puede observar que el país se encuentra en franca recuperación, como lo demuestra el crecimiento del PIB.

La composición del PIB ecuatoriano en los tres grandes sectores se divide de la siguiente manera: agricultura 12.2%, industria 37.5%, servicios 50.4%. Según proyecciones del Banco Central del Ecuador, el crecimiento de consumo de hogares para el 2005 será del 2.6%.

Se encontró que actualmente en el país ninguna de los tubérculos nombrados en este trabajo son utilizados en procesos de transformación industrial, debido en su mayor parte a que hay un marcado desconocimiento sobre estos productos por parte de los industriales, por lo que se justifica plenamente la creación de una empresa.

La empresa se dedicará a la transformación de los excedentes de exportación agrícola dándoles un valor agregado. Saldrá al mercado con la marca "Mijito's Chips". Los chifles de tubérculos son hojuelas 100% naturales, elaborados de materias primas frescas como yuca, malanga y camote, y no contendrán ningún preservante ni aditivo.

Se enfocará inicialmente en el sector urbano de la ciudad de Guayaquil, con una población estimada de 2'218.333 habitantes, es decir un 60% de la población total de la Provincia de Guayas y tratará de cubrir todos los estratos socio económico.

Las proyecciones de ventas se les ha considerado de muy lento crecimiento por tratarse de productos que no son conocidos por los consumidores y que demandan una constante campaña de publicidad y promoción.

Los precios establecidos para los chifles de tubérculos se los ha establecido a \$0.20 por cada funda de 40 gramos para los clientes que harán la distribución. Todas las transacciones se harán de contado ya que hay poco capital de trabajo y la mayor parte de las materias primas, materiales e insumos, así como la Mano de Obra Directa hay que cancelar de contado. Los márgenes bruto de utilidad son diferentes para cada producto; yuca 39.9 %, malanga 54.4 % y camote 27.8 %.

La estructura Organizacional de la empresa incluirá: Gerente General, Secretaria Contable, Vendedor-Chofer, Contador, Supervisor de Producción y Operarios.

La empresa deberá cumplir con todas las regulaciones ambientales, legales y de salud, Se tratará de manejar un plan de manejo de desechos orgánicos que implique una producción mas limpia.

La inversión en activos fijos y capital de trabajo es de \$47.640 dólares para arrancar, los costos administrativos estarán en \$6708 promedio mensual. No se han considerado aumentos salariales durante los primeros cinco años. La inversión en promoción y publicidad serán del 2% de las ventas brutas .

Las tasas promedio de retorno del proyecto es del 162 % , con un Valor Actual Neto Positivo, lo cual garantiza el retorno de la inversión para los socios.

Los principales riesgos de este proyecto son: Cambios en la preferencia del consumidor, incremento en los costos de materias primas , materiales y Mano de Obra que resten competitividad a la empresa, incremento de la competencia de las empresas medianas y grandes que debido a su economía de escala pueden tener menores costos y mayor participación del mercado.

1. ANALISIS DE MERCADO.-

1.1 INTRODUCCION.-

En general se encontró que actualmente en el país ninguna de los tubérculos estudiados: yuca, malanga y camote son utilizados en procesos de transformación industrial, debido en su mayor parte a que hay un mercado desconocimiento sobre estos productos por parte de los industriales.

Otra de las razones que se mencionan es la aversión al riesgo de probar nuevos mercados, pues no se tienen definidos los parámetros de calidad de los productos y nadie asegura un abastecimiento regular, con buena calidad y precio.

El introducir un nuevo producto en el mercado tiene varias implicaciones, por una parte se deben hacer variantes y modificaciones en las líneas de producción, que implican costos adicionales de inversión y operación de la planta. Y por el lado del mercado, se tienen que hacer inversiones en promoción para dar a conocer el producto y ganarse la clientela.

Algunos son escépticos y piensan que el país tiene unas tendencias de consumo definidas hacia productos modernos, con mucha propaganda, y que es difícil volver a los productos tradicionales. La mayor parte coincide que estarían dispuestos a probar si se dispone de recomendaciones tecnológicas prácticas para su utilización industrial y se muestran interesados en conocer los resultados del presente proyecto.

1.2 COMPOSICION DEL SECTOR DE ALIMENTOS

El sector de alimentos procesados en Ecuador se divide en once sub-sectores principales: carnes y comidas de mar, panadería, ingredientes especializados, bebidas, aceites comestibles, alimentos precocidos y condimentos, productos lácteos, snacks (incluye chocolates), comidas preparadas (incluye salchichas), productos de confiterías, frutas y vegetales preparados.

1.3 ANALISIS DEL SECTOR

De acuerdo a información económica, durante el año 2004, el sector de alimentos procesados se contrajo respecto al año anterior. En el año de 1998 existían cerca de 450 compañías en este sector con una producción total de \$4 billones y representaban cerca del 20% del producto nacional bruto del Ecuador.

Luego de la crisis económica de la década pasada se puede observar que el país se encuentra en franca recuperación, como lo demuestra el crecimiento del PIB, calculado por el Banco Central del Ecuador.

La composición del PIB ecuatoriano en los tres grandes sectores se divide de la siguiente manera: agricultura 12.2%, industria 37.5%, servicios 50.4%.

Según proyecciones del Banco Central del Ecuador, el crecimiento de consumo de hogares para el 2005 será del 2.6%. (Ref. Diario el Universo 2004-06-27).

1.4 ANALISIS DEL MERCADO

Por la naturaleza versátil y práctica de los alimentos procesados, la demanda de este tipo de productos usualmente se concentra en las áreas metropolitanas.

En los últimos años el Ecuador ha sufrido cambios estructurales en su demografía que han incrementado la demanda de alimentos procesados. Hay mayor participación de las mujeres en el mercado laboral, aproximadamente un 33%, lo que ha aumentado los ingresos en las familias y de esta manera incrementando el consumo fuera de los mismos.

La distribución de la población por edades registra un porcentaje de 42% respecto al total, para los habitantes cuya edad están comprendidas en el rango de 15 a 39 años, siendo este un factor decisivo decisivo para el incremento de la demanda de alimentos preparados y comida rápida.

1.4.1 Productos

1.4.1.1 Marca Comercial

Se decidió darle un nombre comercial a estos chifles de tubérculos y se los conocerá como “**MIJITO'S CHIPS**”.

MIJITO'S CHIPS es una marca de chifles hecha con variedades de raíces y tubérculos producidas en el Ecuador. Son más nutritivas que la mayoría de los chifles existentes en el mercado. Son hojuelas 100 % naturales elaboradas con raíces y tubérculos como la yuca, malanga y camote sin preservantes, ni aditivos, no contienen elementos alergénicos y trans fat.

MIJITO'S CHIPS, tienen características capaz de competir con cualquier otra marca del mercado. Son elaboradas con excedentes de materias primas exportable y tecnología que garantiza un producto de excelente calidad.

1.4.1.2 Beneficios de los Tubérculos

A continuación damos a conocer ciertas cualidades de los tubérculos utilizados en la fabricación de chifles o chips.

LA YUCA.-

La yuca es un tubérculo que procede de un arbusto que se cultiva en los países tropicales de América, África y Asia.

Beneficios.-Es muy rica en Hidratos de Carbonos complejo, pobre en proteínas y grasas, y muy buena fuente de vitaminas del grupo B (B2,B6), vitamina C, Magnesio, Potasio, Calcio y Hierro. Rica en fibras.

Tabla 1.-

Datos de composición nutritiva

(por 100 de porción comestible de yuca).

Kcal	Proteínas (g)	Grasas (g)	Hidratos de Carbono (g)	Magnesio (g)	Potasio (mg)	Vit. B6 (mg)	Vit.C (mg)
121	3.1	0.4	26.9	66	764	0.3	48.2

Ecuador es un país exportador de yuca fresca y del cual siempre quedan excedentes que se aprovechan para industrializar, en la Tabla 2 (anexos), podemos observar las exportaciones de este tubérculo y su valor FOB.

LA MALANGA.-

Es un tubérculo originario de los trópicos americanos .

Beneficios: La malanga relacionada con los otros tubérculos es muy superior por su sabor y textura. Contiene entre un 15-39% de carbohidratos, 2-3 % de proteínas y una 70-77 % de agua. Es de mayor digestibilidad que la papa

La malanga es un cultivo rico en carbohidratos, por esa razón, es un buen alimento para niños en crecimiento y adultos, principalmente en países tropicales. El contenido de proteínas es relativamente bajo; sin embargo, es el mayor en comparación con otras farináceas. También consta de una alta cantidad de minerales superada solamente por la yuca.

Hay varias clases :la blanca, amarilla o lila.

Tabla 3.-

Datos de composición nutricional (por 100 g de porción comestible).

KCal	Proteínas (g)	Grasa (g)	Hidratos de Carbono(g)	Calcio (mg)	Hierro (mg)	Fósforo (mg)	Vit. A (mcg)
8.5	1.7	0.8	23.8	22	0.9	72	3

La malanga también es un tubérculo que se cultiva y se exporta en fresco, en la Tabla 4 (anexos) podemos observar los volúmenes de exportación y su correspondiente valor FOB.

EL CAMOTE.-

Es un tubérculo originario de Centroamérica, es el séptimo cultivo más importante del mundo en términos de productor.

Beneficios: posee un alto valor nutritivo. Hay más de 400 variedades, pero las principales son: el camote de pulpa anaranjada rico en vitamina A y C, así como potasio, hierro, elementos claves para disminuir el riesgo a desarrollar un cáncer al estómago y enfermedades hepáticas.

El camote de pulpa morada retarda el envejecimiento por tener propiedades antioxidantes y un alto valor vitamínico y proteico,

superior al de la papa.(Investigaciones efectuadas por el CIP(Centro Internacional de la Papa)).

Tabla 5.-

Datos de composición nutricional (por 100 g de porción comestible)

KCal	Proteínas (g)	Grasa (g)	Hidratos de Carbono(g)	Sodio (mg)	Potasio (mg)	Fósforo (mg)	Vit. A (mcg)
103	1.2	0.6	21.5	20	320	60	667

Normalmente este tubérculo no tiene potencial de exportación por cuanto no se ha difundido mucho sus beneficios y abierto mercado, por lo que se solo se cultiva para consumo local. En la Tabla 6 (anexos) podemos darnos cuenta de los volúmenes que se han exportado y sus valores correspondientes.

1.4.1.3 Envase

De acuerdo a los resultados de las encuestas , el 36% de los consumidores prefieren envases de 40 g y un 35% no indica preferencias de gramaje por fundas. Por esta razón y por lo voluminoso de las hojuelas se definió fundas de 40 g.

Las preferencias del consumidor indican que el 62.3% prefieren un empaque llamativo a full color con ciertas características adicionales, como llevar un espacio transparente para visualizar el producto, con los datos nutricionales, marca, registros sanitarios, fecha de fabricación y expiración , códigos de barras, peso correcto declarado en la funda y que el material no sea permeable al oxígeno, es decir se utilizará un polipropileno bopp de 25.

La figura 1 (anexo) muestran los diferentes diseños de fundas a utilizarse.

1.4.1.4 Degustación

De las pruebas de degustación iniciales se podrían definir ciertas características que deberán tener los chifles de tubérculos en el momento de la fabricación :

- Uniformidad de las hojuelas
- Espesores de hojuela entre 1.5 a 2.0 mm, dependiendo del producto.
- La coloración del producto es fundamental.
- Las preferencias del consumidor se direcciona a la yuca, malanga y camote en ese orden.

1.4.2 Clientes

Los clientes serán las personas que habiten en las áreas urbanas de la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, que estén dentro de los 12 a 50 años de preferencia y que pertenezcan a los estratos socio-económicos medio bajo, medio-medio , medio alto y alto.

De acuerdo al censo de población del año 2001 en la Provincia del Guayas habitan 3'303.034 de los cuales 2'218.333 se concentran en la ciudad de Guayaquil, es decir el 60% está en las zonas urbanas.

1.4.3 Competencia

Los sub-sectores del pescado, snacks, frutas y vegetales preparados son los que tienen mayor dinámica en el mercado.

Según datos registrados en el año de 1998, hay 8 compañías que concentran el 15% del total de la producción y participan casi en la totalidad de los sectores. Tenemos a Nestlé (única internacional), Danec, Grupo Supermaxi, La Favorita, La Real, La troncal, Industrial Molinera y Pronaca.

En la línea de snacks, especialmente chifles de tubérculos no hay mucha competencia, por lo que se puede afirmar que hay un buen nicho de mercado.

Las empresas que producen chifles de verde y maduros más importantes y que tienen una buena infraestructura de producción y distribución son Inalecsa, Frito Lay en Guayaquil y Proalme (Quito). Hay otras industrias que hacen en pequeños volúmenes.

1.4.4 Tamaño del mercado global

El mercado de snacks (chocolates, confites y pasabocas) se estima aproximadamente en \$40 billones de dólares anuales (estimación realizada por United States Department of Agriculture (En el artículo Snacks Exports to Ecuador Show Smacking Good Growth. Publicado en el año 2000).

La cultura de los habitantes de las grandes ciudades como Quito y Guayaquil tienen grandes rasgos de influencia norteamericana hacia los hábitos alimenticios donde la practicidad y la inmediatez son fuertes consideraciones al momento de elegir.

1.4.5 Tamaño de mi mercado

El mercado objetivo será la población asentada en las áreas urbanas de la ciudad de Guayaquil y que tengan entre 12-50 años de edad y que pertenezcan a los niveles socio económicos medio-bajo, medio-medio, medio-alto y alto. La población urbana de la provincia de Guayas es de 3'303.034 habitantes, de los cuales 2'218.333 se encuentran en las zonas urbanas de la ciudad de Guayaquil.

Los snacks en general (incluidos los chifles, o chips) son productos cuya demanda es definida como de impulso, es decir, no es una decisión premeditada sino inmediata. Se exceptúa muchos casos, especialmente en las fiestas importantes en donde se acostumbra a brindar estos productos.

Para determinar las características del mercado se realizaron 200 encuestas tanto a consumidores, tiendas y mayoristas, con el propósito de tener un nivel de confiabilidad aceptable del 95% y un error de muestreo del 5%. Los principales resultados de la investigación fueron:

- Hay un 94% de las familias que consumen chifles.
- El 10.3 % han probado chifles de tubérculos

- El 67.2 % de las familias consumen entre 1 a 5 fundas de chifles por mes.
- Hay un 84% de las personas encuestadas que comprarían los chifles si estuvieran disponibles en tiendas y supermercados.

Tendríamos una demanda de :

$$\text{Demanda} = 3\% * 2'218.333 \text{ habitantes} * 2 \text{ fdas/mes-hab}$$

$$\text{Demanda} = 133100 \text{ fdas /mes.}$$

1.4.6 Productos Sustitutos Importados

Establecemos ciertas consideraciones a tener en cuenta en el momento de segmentar la demanda, ya que también hay otros productos con los que se compiten que son los importados.

Vamos a analizar las partidas arancelarias de los snacks importados

Tabla 7

Partidas analizadas en el subsector de snacks

PARTIDA	DESCRIPCION
20.05	Las demás hortalizas(incluso silvestres) preparadas o conservadas(excepto en vinagre o ácido acético) sin congelar, excepto los productos de la partida n 20.06
20052000	Papas (patatas)
23011010	Chicharrones
19.04	Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado(por ej. Hojuelas o copos de maíz); cereales (excepto el maíz)en grano o en forma de copos u otro grano trabajado (excepto harina y sémola),precocidos o preparados de otro modo, no expresados ni comprendidos en otra parte.
19049000	Los demás productos a base de cereales no expresados ni comprendidos en otra parte.

Fuente:Arancel Nacional de Aduanas.Pudeleco Editores

TABLA 8

Importaciones de Papas (miles de US\$)

PATATAS	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Estados Unidos	33.85	54.11	26.13	80.28				
Total	33.85	54.11	26.13	80.28				

Fuente:Banco Central del Ecuador

TABLA 9

Importaciones de chicharrones en el periodo 1998- 2001.
(miles deUS\$)

CHICHARRONES	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Estados Unidos	408	281	165	547				
Total	408	281	165	547				

Fuente: Banco Central del Ecuador

TABLA 10

Importaciones de “Los demás productos a base de cereales no expresados ni comprendidos en otra parte” (corn chips).

Corn chips	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Estados Unidos	444.10	134.24	58.91	280.89				
Colombia		12.44	15.05					
México				16.21				
Francia				6.25				
Otros	0.73	1.86	0.10	0.34				
Total	444.83	148.54	74.06	303.69				

Fuente: Banco Central del Ecuador

ANALISIS DE LA COMPETENCIA EN EL SUBSECTOR DE SNACKS

Tabla 11

Origen de maquila de las diferentes variedades de snacks en el Ecuador.

Nombre del Producto	Elaborado por :	Origen
Papas con cuero “kikos “	Productos San José	Ecuador
Chicharrones “Kiko”.	Productos San José	Ecuador
Chifles de verde “Banchis”	Proalme	Ecuador
Papas doradas “La quiteña”	Popis S. C.C	Ecuador
Chifles de sal “kucker”	Kucker	Ecuador
Chifles de dulce “kucker”	Kucker	Ecuador
Yuquitas “Banchis “	Proalme	Ecuador
Nachos	Inalecsa	Ecuador
Ryskos	Inaleca	Ecuador
Rosquitas de pan de yuca	Inalecsa	Ecuador
Papas fritas “Saritas”	Inalecsa	Ecuador
Jalapeños Tostitos	Inalecsa	Ecuador
Chifles cervecero	Inalecsa	Ecuador
Tortolines	Inalecsa	Ecuador
Chifles de dulce	Inalecsa	Ecuador
Papas y cronquis	General Snacks	Ecuador

Chicharrones cronquis	General Snacks	Ecuador
Doritos	Frito Lay	Colombia
Doritos con queso	Frito Lay	Colombia
Ruffles naturales	Frito Lay	Ecuador
Ruffles picantes	Frito Lay	Ecuador
Ruffles cebolla -crema	Frito Lay	Ecuador
Chicharron natural	Frito Lay	Ecuador
K-chitos de queso	Frito Lay	Ecuador
K-chitos picantes	Frito Lay	Ecuador
Tostachos	Inalecsa	Ecuador
Platanitos	Frito lay	Ecuador
Platanitos con limòn	Frito Lay	Ecuador
Platanitos picantes	Frito Lay	Ecuador
Platanitos dulcecitos	Frito Lay	Ecuador
Papas fritas "Rychis "	Ecumaiz	Ecuador
Yuquitas	Bonanza	Ecuador
Grizly palitos de queso	Ambrosoli	Chile

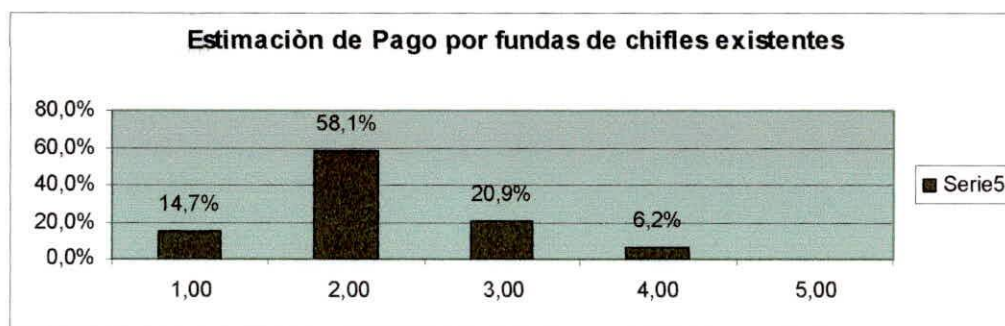
1.5 PLAN DE MERCADEO.-

1.5.1 Estrategias de Precios:

Los precios establecidos para los diferentes chifles de yuca, malanga y camote se fundamentan en los costos variables(materias primas, materiales de empaques, mano de obra directa,insumos varios) costos fijos(administrativos, servicios varios) y un margen de contribución que difiere de cada producto.

PRODUCTO	COSTO VARIABLE (\$)	PRECIO VENTA (\$)	PRECIO PUBLICO (\$)
YUCA	0.1128	0.1650	0.2500-0.3000
MALANGA	0.0912	0.1500	0.2500-0.3000
CAMOTE	0.1444	0.1900	0.2500-0.3000

Segùn las encuestas el precio que el público està dispuesto a pagar por los productos son los siguientes:



RANGO	PRECIOS (\$)	PORCENTAJES (%)
1	00.0 a 0.24	14.7
2	0.25 a 0.30	58.1
3	0.31 a 0.50	20.9
4	Mas de 0.50	6.2

Debido a que son productos innovadores el precio al público de \$0.25 por cada funda de 40 g van a permitir una entrada rápida al mercado. Pero el precio real de venta a las tiendas y distribuidores serán de \$0.20 cada/funda. De acuerdo a los precios que mantienen la competencia para similares productos considero que si se va a poder competir. Si la competencia entra a una guerra de precios podríamos disminuir el precio de venta, ajustando los costos en materias primas y siendo eficiente en el uso de los insumos.

La forma de cobro de los productos a venderse serán al contado (venta directa y a personas naturales) y para clientes que logren un volumen aceptable se les dará hasta 3 días de créditos, especialmente bares de colegios, tiendas, u otros similares.

Por el momento no se efectuarán descuentos por volumen.

1.5.2 Estrategias de Ventas .-

- Se realizarán visitas a los clientes potenciales para dar a conocer el producto .
- Se efectuarán paneles de degustación en los bares de los colegios, escuelas, universidades.
- De igual manera a los sitios de reuniones masivas como mercados, tiendas, comisariatos, etc se les dará la atención debida con visitas personalizadas de los socios fundadores para dar a conocer las bondades del producto y los clientes potenciales.
- Durante la venta se enfatizará en las ventajas competitivas del producto a ofrecer como: características nutricionales, calidad, precio, características del producto.

1.5.3 Estrategias de Promoción-

Las estrategias básicas de promoción son una variable fundamental en la venta, las que se utilizarán serán :

- Entrega de una hoja a full color que describe a los productos.
- Adecuar paneles de degustación en los diferentes puntos que se requieran para dar a conocer los productos.
- Contactos directos con consumidores potenciales (restaurantes, bares de escuelas, colegios, universidades)etc.
- Incluir salsas en fundas de chifles.
- Efectuar promociones e incorporar figuras, calcomanías, tickets,etc dentro de las fundas para posteriormente hacer sorteos entre los consumidores.

- Cuñas radiales

El presupuesto de promoción para el primer año será del 2% de las ventas (sin IVA).

1.5.4 Estrategias de Distribución -

Como los chifles están definidos por ser una demanda de impulsos esto determina la conducta del consumidor y por lo tanto la del canal de distribución. Así tenemos que, las tiendas de barrios o minoristas son los principales lugares donde hay que actuar, adicionalmente los diferentes quioscos urbanos, y otros puntos diferentes a los supermercados.

Otra variable que influye en la determinación de los puntos de ventas es la segmentación de la demanda, los chifles están dirigidos a una gran proporción de la población que abarcan todos los estratos, por lo que las tiendas de barrios abarcan desde los estratos bajos hasta medio alto, el estrato alto se proveen de los supermercados y tiendas de delicatessen.

Podemos también indicar que en Guayaquil hay un 40% de la población de los distintos niveles socioeconómicos que se proveen de los mercados varios (tiendas y mercados populares).

A continuación presentamos la Tabla 12 que nos indica las preferencias de los consumidores respecto al lugar donde hacen sus compras y a niveles socioeconómicos.

Tabla 12

Preferencias respecto a supermercados en la ciudad de Guayaquil.

LUGAR	BAJO (%)	MEDIO (%)	ALTO (%)
Mercados Varios(*)	38.02	40.57	39.29
Mi Comisariato	48.38	13.21	10.71
Supermaxi/Megamaxi	11.28	36.79	41.67
Sta Isabel/Sta Maria	2.32	6.60	4.76
Mercados	-----	2.83	3.57

Referencia: Diario El Universo.- 2005-07-24

Los métodos de despachos serán a diario a los puntos establecidos, se recibirán los pedidos vía telefónica o directamente en el momento de la entrega.

Los productos terminados serán almacenados en el área establecida para el efecto que será seca y fresca, sobre pallets para que no estén en contacto con los pisos.

1.5.5 TACTICAS DE VENTAS.-

Inicialmente se contrataría una persona que efectúe las ventas y entrega del producto, a quien se le capacitaría en las características de los productos. El salario será una parte fija y un variable en función de las ventas y cobros realizados.

De igual manera los socios fundadores tendrán un tiempo disponible para efectuar ventas a los clientes.

También se efectuarán acuerdos con los diferentes bares de escuelas, colegios y restaurantes. Con las tiendas y los distribuidores

potenciales se podrán establecer acuerdos en particular en relación a distribución, exclusividad, descuentos, formas de pagos.

2. ANALISIS TECNICO.-

2.1 DESCRIPCION DEL PROCESO.-

2.1.1 Procesos Térmicos.-

El objetivo final de la fritura de raíces y tubérculos es cocinar el interior del vegetal que se frie, es decir la gelatinización del almidón interior.

La fritura se considera un proceso de secado ya que el agua interna migra desde la parte central hacia las paredes o superficies para reemplazar a la que se va perdiendo por deshidratación del exterior de las superficies.

Característica del proceso térmico:

- Se logra en un periodo relativamente corto, ya que existe una gran diferencia de temperatura entre la fuente de calor-en este caso aceite- y el producto, además el tamaño del producto que se frie es pequeño.
- El aceite o la grasa usada en el proceso se convierte en una componente muy significativo en el producto final (10-40%).
- Infiere característica de fragilidad en su capa superficial de modo que el producto es quebradizo. Se crean diferentes tipos de textura en el mismo producto.
- El medio de transmisión de calor (aceite) está sujeto a cambios en su composición.

2.1.2. Características de materias primas e ingredientes:

Las materias primas que se utilizan son frescas y en algunos casos rechazos de las exportaciones en fresco que tengan características de uniformidad que se ajusten al proceso, con esto se logran disminución de los costos de fabricación.

Los aceites más recomendables son los de oleína de palma, que es una fracción de las grasas extraídas del fruto de la palma y que tiene ciertas ventajas industriales sobre la manteca y el aceite refinado.

Estas ventajas son:

- Menor tendencia a la oxidación
- Mejor escurrido que la manteca
- Permite mayor reutilización debido a su estabilidad
- Menor costo

2.1.3 Proceso Tecnológico

- **Inspección y Selección:** se deben inspeccionar que las materias primas cumplan las características establecidas, como: libre de contaminantes, uniformidad, pudrición, daños mecánicos.

- **Lavado:** eliminaciòn de tierra , impurezas y elementos extraños a travès de la inmersiòn en agua clorada.
- **Pelado:** todos los tubèrculos deberàn ser pelados manualmente utilizando cuchillos, raspadores de papas con suficiente filo.
- **Cortado:** las hojuelas o chips deberàn ser de formas redondas , esfèricas y en algunos casos adquieren la forma de los productos pelados, por eso es importante la uniformidad. Deberà hacerse el corte directo sobre el freidor ajustando las cuchillas de acuerdo al espesor predeterminado.
- **Fritura:** Las hojuelas se frien en aceite caliente, a una temperatura entre 150 a 160 oC por un periodo de 3-5 minutos.
- **Escurreido:** Eliminarà el exceso de aceite utilizando una mesa perforada con doble fondo o perforada, de tal manera que podamos escurrir, recoger, y reutilizar.
- **Sazonado:** Se aplica a la hojuela caliente un condimento específico para darle un sabor definido, factor importante si queremos diferenciarlos de los productos que ofrecen la competencia.
- **Empaque:** Las hojuelas o chips sazonados se dejan enfriando para empacarlos en las fundas de BOPP (polipropileno Bioorientado). Se pesan, sellan las fundas introduciendo nitrògeno gas para eliminar el aire interior dentro de la misma y evitar oxidaciones de la grasa y absorciòn de humedad del producto.
- **Almacenamiento:** Los productos terminados se empacaràn en mangas plàsticas de 12 und c/una y se encartonaràn . Los cartones se almacenaràn sobre pallets plàsticos en una àrea seca y fresca.

2.1.4 Consideraciones importantes

Existen algunas consideraciones a tomar en cuenta en los procesos de frituras de los chifles o chips:

- **Temperatura:** a mayor temperatura la fritura es màs ràpida pero tambièn se deterioran los aceites. A menor temperatura hay una mayor absorciòn de aceite.
- **Los rendimientos para la obtenciòn de los chifles o chips** son variables pero para efecto de càlculos se puede considerar un rendimiento de 25% con base a la materia prima inicial, es decir que de 100 kg de raíces o tubèrculos se obtienen 25 kg de producto terminado.
- **Relaciòn aceite- producto:** es diferente para cada producto. No se debe permitir que baje demasiado porque aumenta los tiempos de fritura y una mayor absorciòn de aceite.
- **El equipo de fritura** debe permitir la ràpida recuperaciòn de la temperatura de cocciòn.

- Mantener el aceite libre de impurezas para lo cual deberá ser filtrado periódicamente.

2.1.5 Especificaciones del Producto.-

ESPECIFICACIONES TECNICAS

PRODUCTOS: CHIFLES DE YUCA

Aspectos generales:

Los chifles son obtenidos de yuca fresca de la variedad patucha morada.

Tecnología de Procesamiento:

Las yucas frescas son lavadas, peladas, cortadas, fritas, seleccionadas, saborizadas y empacadas en atmósfera de nitrógeno.

Ingredientes:

Yuca fresca pelada y aceite vegetal .

Sin preservantes.

No contiene alérgenos

Parámetros Físicos:

- Tamaño (espesor)
- Tamaño (diámetro)
- Grados Brix (oB)
- Peso Promedio
- Materias ausentes

Características Sensoriales

- Tipo de corte
- Color
- Olor
- Sabor
- Textura

Parámetros Químicos

- Grasa Total
- Carbohidrato
- Fibra dietética

Parámetros Microbiológicos

- Aerobios Mesófilos
- Levaduras Mohos
- Coliformes Totales
- Coliformes Fecales
- E.Coli

Almacenamiento:

Mantener el producto a temperaturas ambientes, lugar fresco y seco.

Empacado:

Empaque de polipropileno bioorientado. En presentaciones de 40 g, 85g, 150g.

Sabores:

Se puede hacer con los siguientes sabores: natural, saladito, chilli-jalapeño, entre otros.

ESPECIFICACIONES TECNICAS**PRODUCTO: CHIFLES DE MALANGA****Aspectos generales:**

Los chifles son obtenidos de malanga fresca de la variedad blanca.

Tecnología de Procesamiento:

Las malangas frescas son lavadas, peladas, cortadas, fritas, seleccionadas, saborizadas y empacadas en atmósfera de nitrógeno.

Ingredientes:

Malangas fresca pelada y aceite vegetal .

Sin preservantes.

No contienen alérgenos.

Parámetros Físicos:

- Tamaño (espesor)
- Tamaño (diámetro)
- Grados Brix (°B)
- Peso Promedio
- Materias ausentes

Características Sensoriales

- Tipo de corte
- Color
- Olor
- Sabor
- Textura

Parámetros Químicos

- Grasa Total
- Carbohidrato
- Fibra dietética

Parámetros Microbiológicos

- Aerobios Mesófilos
- Levaduras Mohos
- Coliformes Totales
- Coliformes Fecales
- E.Coli

Almacenamiento:

Mantener el producto a temperaturas ambiente, lugar fresco y seco.

Empacado:

Empaque de polipropileno bioorientado. En presentaciones de 40 g, 85g, 150g.

Sabores:

Se puede hacer con los siguientes sabores: natural, saladito, chilli-jalapeño, entre otros.

ESPECIFICACIONES TECNICAS

PRODUCTO: CHIFLES DE CAMOTE

Aspectos generales:

Los chifles son obtenidos de camote fresco de la variedad

Tecnología de Procesamiento:

Los camotes frescos son lavados, pelados, cortados, fritos, seleccionados, y empacadas en atmòsfera de nitrògeno.

Ingredientes:

Camote fresco pelado y aceite vegetal .

Sin preservantes.

No contienen alergènicos.

Paràmetros Físicos:

- Tamaño (espesor)
- Tamaño (diàmetro)
- Grados Brix (oB)
- Peso Promedio
- Materias ausentes

Características Sensoriales

- Tipo de corte
- Color
- Olor
- Sabor
- Textura

Paràmetros Químicos

- Grasa Total
- Carbohidrato
- Fibra dietètica

Paràmetros Microbiològicos

- Aerobios Mesòfilos
- Levaduras Mohos
- Coliformes Totales
- Coliformes Fecales
- E.Coli

Almacenamiento:

Mantener el producto a temperaturas ambientes, lugar fresco y seco.

Empacado:

Empaque de polipropileno bioorientado. En presentaciones de 40 g, 85g, 150g.

Sabores:

e puede hacer solo natural .

2.2 LOCALIZACION DEL NEGOCIO

Deberà estar ubicado en un sector industrial, de preferencia , por la via a Daule , en un local de 200 mt cuadrado, cuyo alquiler mensual no sobrepase los USD \$400.

Este local deberà contar con los servicios bàsicos tales como : agua potable, energia, alcantarillado, dos lineas telefònicas, iluminaciòn adecuada, con mallas antimosquitos, portones bien seguros, internet, ventilaciòn adecuada.

Se lo deberà adecuar para que se pueda cumplir con las regulaciones de una planta de procesamiento de alimentos: baños, lavabos, desalojos de desperdicios.

2.3.-EQUIPOS Y MAQUINARIAS

Para la correcta operaciòn de la empresa ,se requiere los siguientes equipos y herramientas:

- 1 Freidor estàtico, tipo batch , de 1.0 * 0.8 * 1.2 mt con recipiente de acero inoxidable, tipo 304, y estructura de hierro negro. Quemadores, sistema de tuberias y reguladores de gas licuado industrial.
- 1 Cortadora de chifles , de acero inoxidable, con dos discos de aluminios con sus respectivas cuchillas y 4 juegos de repuestos. Con motor de 220 v monofàsica accionado por poleas.
- 1 Balanza gramera de capacidad de 2000 g con plato de acero inoxidable , de 110 v.
- 1 Selladora manual de pedestal de 110 v.
- 1 computador Pentium 4, procesador de 3.0 Ghertz, disco duro de 80 Gbytes, con programas Microsoft Office.
- 1 impresora multifunciòn.
- 1 Regulador de Voltaje
- 1 UPS de 30 minutos.
- 1 Termòmetro de vidrio con rango de 0-250 oC, de mercurio.
- 1 Carretilla hidràulica de 2 Ton.
- 4 Mesas de acero inoxidable segùn detalles a convenir.
- 10 gabetas caladas y 10 gabetas cerradas.
- 1 Afilador de cuchillas
- Utensilios varios : machetes, cuchillos, peladores de papa, mangueras de agua, cucharetas perforadas de acero inoxidable.
- 1 Sistema de header de gas licuado industrial:mangueras, cilindros, recipiente de calentamiento, vòlvulas de corte.
- 2 Extintores PQS de 10 lb(uno para oficina y otro para planta).
- 1 Juego de herramientas varias.

2.4 DISTRIBUCION DE LA PLANTA

El local a alquilar deberà tener una àrea de 200 metros cuadrado. El personal inicial de la empresa serà ademàs de los socios: 1 chofer-vendedor, 1 secretaria-contadora, 1 supervisor de procesos, 5 operarios para proceso, 1 operador-mecànico, 6 operarios para envasado.

2.5 PLAN DE PRODUCCION

En la Tabla 13 (anexo), se encuentran los detalles del Plan de Producción.

2.6 PLAN DE CONSUMO

En la Tabla 14 (anexo), se encuentran los detalles del Plan de Consumo

2.7 PLAN DE COMPRAS

En la Tabla 15 (anexo), se encuentran los detalles del Plan de Compras

2.8 SISTEMAS DE CONTROL

2.8.1 Desperdicios

Los desperdicios que se generen por el procesamiento de las materias primas se pesarán y se dispondrán en recipientes apropiados para ser desalojados al finalizar el proceso. Las aguas de lavado se evacuarán a través de los canales de drenaje y se colocarán trampas de sólidos y de grasa para cumplir con regulaciones ambientales existentes.

2.8.2.-Condiciones de Calidad

Las materias primas serán inspeccionadas por el personal de calidad y verificará si cumplen con las especificaciones, caso contrario no se aceptarán o se renegociará según sea el caso con el proveedor.

Las inspecciones a lo largo del proceso productivo será frecuente por parte del personal de calidad para verificar si se ajustan los parámetros a los estándares establecidos. Toda hojuela, chips o chifles que no cumplan con las especificaciones se las separará y se registrará en los reportes respectivos.

Los principales parámetros a controlar son : correcto pelado, espesor de hojuela, temperatura de aceite, tiempo de cocción, textura de hojuela, dosificación de sal u otro condimento, pesaje y correcto sellado.

Aspectos importantes a controlar son las Buenas Prácticas de Manufactura, Seguridad e Higiene Industrial y Ambiental.

2.8.3.-Políticas de Inventario de Producto en Proceso

Se procesará de acuerdo a los pedidos confirmados y todo el producto que se procese deberá inmediatamente ser empacado y almacenado en un lugar fresco y cubierto.

3.ANALISIS ADMINISTRATIVO

3.1 GRUPO EMPRESARIAL

La empresa a conformar será una sociedad anónima. La sociedad estará compuesta por tres socios: Edgar Sánchez Sánchez, en calidad de socio gestor y dos en calidad de socios capitalistas. El socio gestor aportará con el 25 % del capital inicial y estará vinculado laboralmente a la empresa. El(os) socio(s) capitalista(s) aportarán el 75% del capital inicial y no tendrá vínculo laboral con la organización.

La Junta Directiva estará compuesta por los tres socios y sus funciones básicas serán la definición de metas y estrategias para la organización. Es necesario que el(os) socio(s) capitalista(s) tenga conocimientos y formación en el área de Marketing y Administración para que pueda contribuir a las decisiones de la Junta.

3.2 PERSONAL EJECUTIVO

El socio gestor hará las labores de Gerente General, con formación en Ingeniería Mecánica, amplia experiencia en el sector de exportación de alimentos congelados y fritos. Las funciones básicas serán de administrar la empresa y será responsable judicial y extrajudicialmente de todos los actos de la misma. Inicialmente se encargará de negociar con los clientes los pedidos.

La Secretaria-Contable llevará el manejo administrativo de los documentos que se elaboraren: Guías de Remisión, kardex de control varios, registros de facturas, atención de llamadas, elaboración de reportes. Laborará 40 horas semanales.

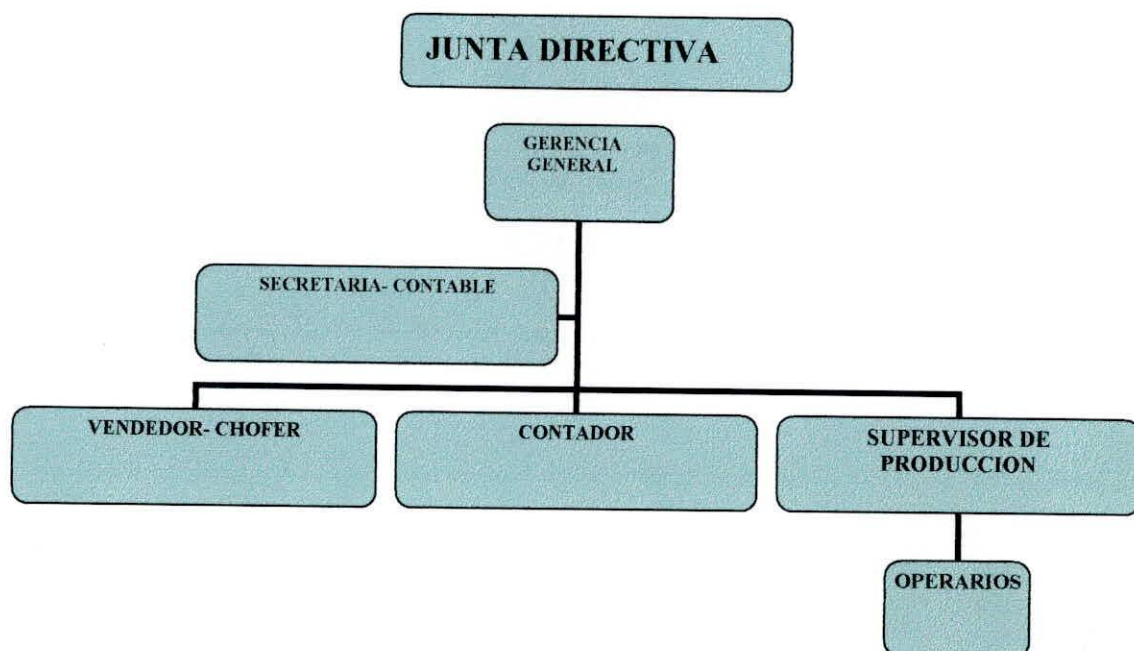
El contador será contratado por honorarios y laborará un día a la semana, sus funciones son: manejo contable y financiero del negocio y mantener actualizado y asesorar en temas de políticas tributarias y fiscales.

El vendedor laborará a tiempo completo, y sus funciones serán de tratar directamente con los clientes, recoger los pedidos, entregarlos, y cobrar valores por facturas.

La Supervisora de Producción deberá ser una persona con experiencia de por lo menos de 5 años en procesos de frituras, preferibles en empresas de chifles. Laborará en jornadas de diurna. Encargará de los procesos productivos y reportará directamente a la Gerencia General.

Los operarios serán de sexo masculino para labores de transporte y operación de equipos y de sexo femenino para labores de proceso específicamente. Laborarán en jornada diurna. Preferiblemente de sitios cercanos a la planta.

3.3 ORGANIGRAMA



4. ANALISIS LEGAL Y SOCIAL

4.1 Aspectos Legales: Se presenta los requerimientos para la constitución de una compañía de Sociedad Anónima

Tabla 16

Constitución de Compañías: tiempo de tramitación y costos de constitución.

TRAMITES	COSTOS (\$).-
a)Aprobación de Constitución	448.00
b)Publicación extracto	70.00
c)Certificación Municipal	0.00
d)Afiliación a la Cámara de Industrias	50.00
e)Registro Mercantil	0.00
f)Notaria anotación Marginal	11.20
g)S.R.L.:Obtención del RUC	0.00
h)Inscripción en Registro Societario	0.00

La constitución de sociedades anónimas requiere la designación de administradores en Junta General de Accionistas y su inscripción en el Registro Mercantil.

* Los valores incluyen IVA (impuesto al valor agregado). Tarifa actual: 12%.

4.2 LEGISLACION URBANA

4.2.1 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO SALUD-

Se deberán obtener los permisos de funcionamiento de la Dirección de Salud, quienes evaluarán la planta y darán sus recomendaciones.

Con los documentos habilitados de Salud y legales se procederán a solicitar los Registros Sanitarios ante el Instituto de Higiene. Costo de cada Registro Sanitario alrededor de \$1000 por producto.

4.2.2 LEGISLACION AMBIENTAL

Se deberá presentar un estudio de impacto ambiental y posteriormente un plan de manejo ambiental. Costo de un estudio ambiental bordea los \$3000. Los desperdicios serán evacuados a diario. Se colocarán trampas de grasa para recolectar las mismas e impedir que se vayan por las alcantarillas. La planta tendrá extractores y ventilación adecuada para los procesos térmicos.

Los gases de la combustión no afectan el entorno, ya que queman gas.

Se elaborará un Reglamento de Seguridad e Higiene Industrial que regulará las actividades del personal y deberá ser aprobado por el IEES (Departamento de Riesgos de Trabajos) Efectuarán análisis trimestrales de las aguas residuales para ver su caracterización y serán presentados al Municipio trimestralmente.

4.3 Patentes y Marcas

Se deberá acudir ante el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual para empezar la búsqueda, que es un trámite, como paso previo para el registro de marca, nombre comercial o lema comercial.

Los valores a cancelar por cada nombre que se desee buscar son los siguientes:

Trámite	Marca	Nombre Comercial	Lema Comercial
a) Registrado	4.00	4.00	4.00
b) En trámite	4.00	4.00	4.00
TOTAL (\$):	8.00	8.00	8.00

Documentación a presentar:

- a) Formulario + 2 copias
- b) Papeleta de depósito + 2 copias

Registro de la marca: Los documentos a presentarse son:

- a) Formulario + 5 copias (firmado junto a un abogado patrocinador).

- b)Papeleta de depòsito por \$54.00 + 2 copias
 - c)Personas juridicas: 1 copia certificada del nombramiento del Representante legal.
 - d)Si la marca es figurativa o mixta: 5 etiquetas a color tamaño 4*4, 1 en blanco y negro en papel couche mate tamaño 4*4.
- Una vez que se revisa si hay registros de marcas, lemas o nombres comerciales parecidos, y se tiene que no hay impedimento alguno se solicita la Emisión del Título.
- Adjuntando los sgüientes documentos:
- a)Escrito solicitando la emisión del título + 2 copias.
 - b)Papeleta de depòsito por \$ 28.00 + 2 copias.

4.4 Registros Sanitarios.-

Con los documentos habilitados de Salud y legales se procederàn a solicitar los Registros Sanitarios ante el In stituto de Higiène. Costo de cada Registro Sanitario alrededor de \$1000 por producto.

5. ANALISIS ECONOMICO.-

5.1 Presupuesto de Inversión en Activos Fijos

La Tabla 17 (anexo)presenta en detalles los requerimientos de inversión en activos fijos (equipos, muebles y enseres, instalaciones, gastos de constitución y capital de operación.

Se utilizarà el método De Linea Recta para depreciar todos los activos nuevos que compre la empresa,ver Tabla 18.

Tabla 18 .-Porcentajes de recuperaciòn autorizados

AÑO	A 3 AÑOS	A 5 AÑOS
1	33.3%	20%
2	33.3%	20%
3	33.3%	20%
4		20%
5		20%

5.2 Gastos de Arranque

Los gastos de arranque cubren: elaboraciòn de escritura de constituciòn, registro mercantil, gastos varios ante distintos organismos gubernamentales como Direcciòn de Salud, Municipio, Cuerpo de Bomberos, Tràmites de Registros Sanitarios, Registros de marcas representan un valor total de \$7.679.2

5.3 Presupuesto de Inversión en Capital de Trabajo

Dado que las materias primas, materiales, insumos, gastos varios tienen que pagarse de contado el requerimiento del Capital de Trabajo lo constituye la suma de todos los gastos generados en el mes.

El aporte inicial como capital de Trabajo serà de \$30..000.

5.4 Presupuesto de Ingresos

La Tabla 19 (anexo) recoge la informaciòn detallada de las

ventas, clasificadas según los porcentajes de ventas de cada producto , igualmente se aplican los efectos tributarios (IVA y Retención a la Fuente), no hay ventas a créditos por lo que no hay cuentas por cobrar, los ingresos en efectivo son los únicos considerados.

El primer año se lo ha desarrollado en forma mensual, posteriormente se lo aplicará en forma anual durante un periodo de 5 años.

5.5 Presupuesto de materias primas, insumos y servicios.-

La Tabla 20 (anexo) presenta las materias primas, insumos y materiales de empaque requeridos para cada producto, su costo unitario y su costo total.

5.6 Presupuesto de Gastos de Personal

La Tabla 21 (anexo) presenta el Presupuesto que invertirá en Personal. Las prestaciones sociales y los aportes están considerados. El valor de nómina mensual asciende a \$ 6708 , por lo que anualmente la cantidad asciende a \$ 80.496.

Parte de las prestaciones sociales se pagan mensual, y anualmente. Parte de esos rubros se quedan como Cuentas por Pagar para el primer trimestre del próximo año.

5.7 Depreciaciones

A los Equipos e Instalaciones se les asigna una depreciación de 5 años y a los Muebles y Enseres se les otorga una depreciación de 3 años, utilizando el Método de Línea Recta. La Tabla 22 (anexo) resume la información

5.8 Presupuesto de Gastos de Operaciones

Los gastos de operación están conformados por arriendo, servicios públicos, seguros, impuestos locales, depreciaciones y amortizaciones. La Tabla 23 (anexo) muestra un resumen de estos gastos.

5.9 Presupuesto de Gastos de Administración y Ventas

En este rubro incluimos los gastos de publicidad, los gastos de transporte y de papelería. La Tabla 24 (anexo) recoge estos datos.

5.10 Análisis de Costos

La Tabla 25, 26 Y 27 (anexo) presenta en detalles el análisis de los costos de cada uno de los productos ; yuca, malanga y camote como si se procesara el 100% de cada uno de ellos.

La Tabla 28 (anexo) nos presenta un Estado de Resultados de cada uno de los productos.

Las tablas nos presenta una estructura de precios y de costos diferentes, se ha calculado el precio de costo unitario y el costo variable unitario de los diferentes productos. Con los datos se ha estimado los puntos de equilibrio de cada uno de los productos, como se muestra numérica y gráficamente en la Tabla 29 (anexo)

6. ANALISIS FINANCIERO

6.1 FLUJO DE CAJA

La Tabla 30 (anexo)presenta el flujo de caja mixto mensual durante el primer año y de ahí en forma anual de la empresa. Con los niveles de ventas proyectadas el negocio no presentará dificultades. Se ha incluido una distribución de excedentes a los socios del 100 % de las utilidades netas.

Como puede apreciarse con las inversiones prevista de \$30000 el proyecto se mantiene en muy buena situación de liquidez.

6.2 ESTADO DE RESULTADOS

La tabla 31(anexo) presenta el Estado de Resultados durante los cinco primeros años en que se ha estimado el proyecto. Como se puede observar el proyecto generará utilidades desde el primer año.

6.3 BALANCE GENERAL

La Tabla 32 (anexo) muestra el Balance General Proyectado durante los 5 años estimado del proyecto.

7. ANALISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES

Los principales riesgos de este negocio son:

La demanda o aceptación que pudieran tener estos productos en la preferencia de los consumidores por cuánto no se ha tenido y creado una cultura de consumo, por lo que el análisis de escenarios nos permitirán comparar los resultados de los peores y mejores caso que pudieran pasar.

Se consideran un aumento de las ventas en un 10% a 146410 unidades con un aumento en el precio unitario del 10% (mejor escenario) y una disminución a 106480 unidades con un 20% menos de precio unitario (peor escenario). Se ha asumido un probabilidad de ocurrencia de los escenarios por parte de la Administración en función de la experiencia de similares productos snacks que están en el mercado.

TABLA 33.-ANALISIS DE ESCENARIOS

Escenarios	Volumen Ventas(und)	Precio de venta (\$)	VPN (\$)	Probabilidad del resultado(PR)	VPN *PR
Mejor	146410	0.22	257232.00	0.20	29682.80
Actual	133100	0.20	148414.00	0.60	51446.40
Peor	106480	0.18	86262.00	0.20	17252.40
				1.00	98381.60
				GVPN=	74677.40
				VC vpn=	0.76

Analizando los VPN de los diferentes escenarios observamos que todos nos dan valores positivos que van en el rango de \$82262 (peor) a \$257232 (mejor). Sin embargo el VPN Esperado (GVPN) del proyecto es de \$98381.60 y el Coeficiente de Variación (VC vpn) es de 0.76. Podríamos asumir que el Coeficiente de Variación (VCvpn) de proyectos promedios son de 1, por lo que afirmamos que el proyecto actual es menos riesgoso que un proyecto promedio similar.

8. EVALUACION INTEGRAL DEL PROYECTO

La tabla 35 (anexo) presenta el Flujo Neto de efectivo del proyecto, bajo la premisa de liquidación del negocio al final de los cinco años.

Al realizar el análisis, se logra una Tasa de Retorno para el proyecto de 162%; es decir, los flujos generados por el proyecto son capaces de recuperar la inversión de los \$ 35000 y de dar cada año sobre capital no-amortizado el 162% de rentabilidad.

Esta rentabilidad es superior al 30% anual que los socios han definido como su Tasa Mínima de Retorno , y por lo tanto el Proyecto es económicamente factible.

El VPN (Valor Presente Neto) asciendo a \$148.414, y el Balance del Proyecto indica que luego de 1.24 años se logra el periodo de pago descontado.

CONCLUSIONES.-

1. La transformación de los excedentes de exportación agrícolas son una alternativa que tienen los agricultores y las pequeñas empresas para darle un valor agregado y contribuir con productos de alto valor nutritivo para los consumidores locales.
2. Los principales métodos de distribución que se deben utilizar para los chifles son : Distribuidores independientes, entrega a bares, discoteca, colegios, universidades y a futura distribución propia, lo que servirán en algún momento para reducir los costos de comercialización.
3. La utilización de empaques que cumplan ciertas características que le permitan a los chifles durar mas tiempo, ser fácilmente utilizable, que no contamine el ambiente , de colores llamativos es de primordial importancia para el éxito de las ventas.
4. Las promociones y publicidad de estos nuevos productos es de vital importancia para crear una cultura de alimentación distinta para los consumidores actuales que prefieren los productos “naturales” y de alto valor nutritivo y con pocas calorías.
5. Se deberá fortalecer las relaciones con los proveedores de materias primas y la cadena de distribución a fin de establecer políticas o estrategias en conjunto que beneficien la industria.

RECOMENDACIONES.-

- Se recomienda que la administración aune esfuerzos por reducir sus costos operativos, sin desmejorar la calidad de los productos, para ser más competitivos en el mercado que se defina actuar.
- Existe localmente una fuerte competencia para este tipo de productos ,tipo snacks y chifles de verde, pero se recomienda trabajar en dar valor agregado a nuevos productos agrícolas, que son más nutritivos, naturales, menos caros que los importados y que están al alcance de los consumidores.
- Se recomienda hacer un buen presupuesto para los rubros de promoción y publicidad para dar a conocer las bondades de los chifles de tubérculos en relación con los otros snacks.
- Se debería aprovechar los bajos costos de materias primas ,excedentes de exportación, que se da durante todo el año para garantizar el suministro al mercado local e integrar a los productores en esta actividad industrial.

TABLAS (anexos)

**TABLA 2.-
LA YUCA.-**

EXPORTACIONES DE YUCA (MANDIOCA).- SUPARTIDA ANDINA:0714100000		
AÑO	VOLUMEN (TM)	VALOR FOB (MILES USD)
1990	146	19
1991	30	5
1992	1153	25
1993	1506	29
1994	1013	258
1995	3528	409
1996	962	125
1997	2475	215
1998	8659	728
1999	249	88
2000	13696	706
2001	14605	1200
2002	6715	1353
2003	944	371
2004	7578	995

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: www.sica.gov.ec

Cultivo: YUCA ECUADOR			
AÑO	AREA COSECHADA (HA)	PRODUCCION (TM)	RENDIMIENTO (TM/HA)
1995	20760	75682	3.63
1996	19391	76790	3.96
1997	6317	138172	21.87
1998	15111	74410	4.92
1999	17199	124560	7.24

Fuente: MAG-Dirección de Información Agropecuaria (datos estimados)

Elaboración: Proyecto SICA/Banco Mundial

**TABLA 4-
LA MALANGA (YAUTIA).-**

EXPORTACIONES DE MALANGA (YAUTIA).- SUPARTIDA ANDINA:0714100000		
AÑO	VOLUMEN (TM)	VALOR FOB (MILES USD)
1990		
1991		
1992		
1993		
1994		
1995	28.30	4.252
1996	37.50	8.319
1997	92.20	40.360
1998	90.00	37.374
1999	295.10	62.984
2000	998.00	236.655
2001	3324.60	1307.865
2002	349.20	100.481
2003	5155.00	
2004		

Fuente:Banco Central del Ecuador

Elaboración:www.sica.gov.ec

http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/comercio/consultaTotXNandinaPais

TABLA 6.-
EL CAMOTE.-

CAMOTE.-Datos mundiales 2003			
	Superficie (miles ha)	Rendimiento (ton/ha)	Producción real
Mundo	9031.05	13.49	121.6
Asia	6126.71	17.56	107.5
Africa	2494.99	4.32	10.7
América	291.05	9.58	2.78
Oceanía	113.35	5.66	0.641
Europa	4.96	10.95	0.054

Fuente:FAO.Elaboración Agro Datos CEPES

EXPORTACIONES : CAMOTES(BATATAS,BONIATO).-subpartida andina: 0714200000		
Año	Peso (kg)* miles	FOB (\$)
2001	0.37	1.13
2002	0.51	1.57
2003	4.85	3.13
2004	7.51	5.45
TOTALES:	13.24	11.18

http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/comercio/consultaTotXNandinaPais

Cultivo: CAMOTE ECUADOR			
AÑO	AREA COSECHADA (HA)	PRODUCCION (TM)	RENDIMIENTO (TM/HA)
1995	260	917	2.26
1996	378	1377	3.64
1997	288	1116	3.88
1998	328	577	1.76
1999	337	1913	5.68

CUESTIONARIO # 01

CUESTIONARIOS

CUESTIONARIO # 01

ESPAE

CUESTIONARIO PARA EL CONSUMIDOR.-

PROYECTO:CHIFLES DE TUBERCULOS

Buenos Días. Trabajo para una empresa que produce chifles:¿Podría hacerle algunas preguntas sobre todo lo que Ud. Piensa acerca de nuestro chifle?

NOMBRE: _____ EDAD: _____

- 1.-¿Consume Ud. y su familia chifles?
Si _____ No _____
- 2.-Podría decirme que clases de chifles ha probado en los últimos meses?
De verde _____ de Maduro _____
De yuca _____ de Malanga _____
De camote _____ Otros _____
- 3.-Quienes son los principales consumidores de chifles en su casa?
Adultos _____ niños _____
- 4.-Aproximadamente cuántas fundas de chifles ha comprado Ud. o su familia en el último mes?
1-2 _____ 3-5 _____ 6-10 _____
11-15 _____ 16-20 _____ más de 20 _____
- 5.-En que lugares Ud. Consume chifles ?
Casa _____ Trabajo _____ Estudio _____
Paseos _____ Fiestas _____ Restaurante _____
- 6.-Que tamaño de fundas de chifles compra usualmente?
40 g _____ 50 g _____ 60 g _____
85 g _____ 150 g _____ no sabe _____
- 7.-Compra chifles durante todo el año o solamente en ocasiones especiales?
Todo el año _____ ocasiones especiales _____
- 8.-De los chifles que ha consumido puede recordar cuántos han sido de tubérculos:
Yuca _____ camote _____ malanga _____
- 9.-Puede recordar las marcas de chifles que usualmente compra su familia?
(mostrarle algunos nombres de marcas que normalmente están en los supermercados)

- 10.-Que les parece las marcas que Ud. Ha mencionado?
Excelente _____ Muy Buenas _____ Buena _____
Aceptable _____ Mala _____ No opina _____
- 11.-Cuales son las razones principales por la que Ud. Compra esa marca y no una diferente?
Es la única disponible en las tiendas _____

El precio es bueno _____
Mi familia prefiere esa marca _____
Me gusta el empaque _____
El producto es bueno _____
Otras _____

12.-Porqué Ud. no ha comprado chifles de tubérculos

No encuentra _____
No le gustan _____
No los conoce _____
Son caros y escasos _____
Otras _____

13.-Si en las tiendas y supermercados hubiera disponible chifles de tubérculos ¿Cree Ud. que los compraría y probaría?

Si _____ No _____

14.-En que lugar normalmente efectúa las compras de chifles?

Tienda del barrio _____	supermercados _____
Cerca del trabajo _____	colegio _____
Universidad _____	escuela _____

15.-Cuánto Ud(s) han pagado por una funda de chifles ?

16.-Estaría dispuesto a consumir chifles de yuca, malanga y/o camote?

17.-Cuánto pagaría por una funda de chifles ?

18.-Como debería ser la presentación?

CUESTIONARIO # 02

ESPAE

CUESTIONARIO DE DEGUSTACION.-

PROYECTO : CHIFLES DE TUBERCULOS

NOMBRE : _____

EDAD: _____

UNIVERSIDAD: _____

1)SEÑALE LAS SIGUIENTES CARACTERISTICAS CON UNA MARCA EN LA COLUMNA DE LOS CHIFLES A, B, C.

(1=MUY BUENO, 2= BUENO ,3= MENOS AGRADABLE)

CARACTERISTICA	CHIFLES A	CHIFLES B	CHIFLES C
SABOR			
COLOR			

2)SEÑALE CON DOBLE X (XX) EL CHIFLE QUE MAS LE HA GUSTADO Y CON UNA X (X) EL QUE MENOS LE GUSTO.

CARACTERISTICA	CHIFLES A	CHIFLES B	CHIFLES C
GUSTO			

3)SEÑALE CON UNA(X) EL CHIFLE QUE UD(S). PODRIAN COMPRAR Y CON UN (-) EL QUE NO PENSARÌA COMPRAR.

CARACTERISTICA	CHIFLES A	CHIFLES B	CHIFLES C
COMPRAR			

4)CUALES SERÌAN SUS SUGERENCIAS PARA ESTOS PRODUCTOS:

CARACTERISTICA	CHIFLES A	CHIFLES B	CHIFLES C
1.-espesor hojuela			
2.-tamaño hojuela			
3.-valor a pagar			

CUESTIONARIO # 03.-

ESPAE

LISTA DE VERIFICACION PARA LAS OBSERVACIONES EN LAS TIENDAS

Nombre: _____

Sector: _____

- 1.-Que marcas de chifles se están vendiendo?
- 2.-Que tamaños se ofrecen?
- 3.-De que son los chifles :
De verde saladitos _____ De verde con chilli _____
De verde con otros sabores _____
De maduro _____
De yuca _____
Otros _____
- 4.-Como aprecia la calidad de los chifles ?
- 5.-Cuales son los precios por marca y por tamaño ?
- 6.-Se están vendiendo productos similares como :
Papas fritas _____ otros snacks _____

- 7.-Están los anaqueles llenos o parece que la oferta del producto es insuficiente?

- 8.-Se están haciendo promociones para el producto que se desea vender o para productos similares?

- 9.-Hay alguna publicidad para estos productos ?

- 10.-Que tipo de empaque se están utilizando :
En los chifles :fundas de polipropileno impresas _____
Fundas laminadas impresas _____
En los otros snacks: _____
- 11.-Que información se suministra en los empaques o etiquetas ?

12.-Cuál es la impresión general de la tienda:

Excelente _____ Muy Buena _____ Buena _____
Mala _____ Otras _____

CUESTIONARIO # 04.-

ESPAE

CUESTIONARIOS PARA MINORISTAS /MAYORISTAS PROYECTO:CHIFLES DE TUBERCULOS

Presentación de apertura:”estoy haciendo un estudio para una empresa, que está pensando en producir chifles de tubérculos y venderlos en esta área por medio de tiendas como la suya.Como Ud. vende esta clases de producto, le importaría si le hago algunas preguntas que ayudarían a la empresa a decidir si empieza o no a producir los chifles y dónde venderlos.

Cualquier información que Ud. me proporcione será tratada en forma confidencial y será usada como ayuda para tomar decisiones.

Permítame empezar preguntándole?

1.-Que productos de este tipo vende ¿

2.-Aproximadamente que cantidad de chifles vendió en los últimos 12 meses?

3.-Que marcas normalmente vende ?

4.-Vende más de una marca que otra? Si es así puede decirme cuánto vendió aproximadamente de cada una?

5.-Han aumentado o disminuido sus ventas de chifles en los últimos meses?

6.-Podría indicarme algunas razones por las cuáles las ventas han aumentado o disminuido?

7.-Si Ud. vende más de un tamaño que otro, podría indicarme cuál es el volumen de cada uno que vendió en los últimos meses?

8.-Tiene Ud. inventarios de todos los tamaños ¿

9.-Como se provisiona de los productos?

Importador/productor: _____

Mayoristas : _____

Minoristas: _____

10.-Cual es su canal más preferido ¿ Por qué ?

11.-Aproximadamente , que cantidades de otros snack :papas fritas, maíz extruídos, k-chitos etc ha vendido durante los últimos meses.

12.-Varían las ventas de chifles de acuerdo con la época del año?

13.-Puede Ud. conseguir suficiente producto o algunas veces hay escases de los mismos?

14.-Le interesaría a Ud. tener inventario de un nuevo producto? Bajo que condiciones vendería el mismo?

15.-Que le dicen los clientes sobre las marcas de chifles que Ud. vende? Se quejan alguna vez de la calidad o del empaque ¿Cree que un nuevo producto se pueda vender bien?

16.-Cuáles de las marcas que vende son las preferidas de la gente :

A que se debe esto :calidad _____, precio _____, presentación _____

17.-Cuál es la consideración más importante para el comprador:

Precio _____ calidad _____ utilidad _____ tamaño _____

18.-A que precios vende estos productos ?

19.-Decide Ud. los precios de ventas o sigue las recomendaciones del proveedor?

Mantiene los mismo margenes de ganancias por igual o los varía de acuerdo a la marca: _____

20.-Que tipo de empaque preferiría Ud(s) para los chifles? Por que?

21.-Recibe Ud. quejas de los clientes sobre los chifles que vende ?

22.-Los productos que Ud. vende tienen fecha de caducidad? _____

Que pasa si expiran? _____

Hay términos de devolución? _____

23.-Con que frecuencia recibe los pedidos de chifles ¿

24.-En envases de que tamaño recibiría los chifles ¿_____

Cuántos fundas por caja ? _____

25.-Acepta entregas a cualquier hora o hay un horario determinado para las entregas? _____

26.-Como paga a sus proveedores? _____

Sus proveedores le conceden créditos ¿_____

27.- Las marcas de los chifles que vende hicieron el año pasado publicidad?

Participó en promociones : _____

Hubo reducción de precios : _____ Publicidad _____

Muestras gratis : _____ Exhibición dentro de tienda _____

Otras : _____

28.-Le beneficia en algo estas promociones ?

29.-Podría efectuar algunas promociones de los chifles que le ofrezco?

ENCUESTAS Y RESULTADOS

ESPAE

RESULTADOS DE LOS CUESTIONARIOS REALIZADOS A MINORISTAS / MAYORISTAS

PROYECTO: CHIFLES DE TUBERCULOS

Resultados obtenidos en una muestra de 25 mayoristas (Bahía, Mercado Central, Parque California 2)

1.-¿Que productos de este tipo vende?

El 75 % de encuestados vende cada uno de los tipos de snacks de las marcas: Inalecsa, FritoLay, Ecuamaiz

El 25 % de encuestados vende solamente Inalecsa.

2.-¿Aproximadamente que cantidad de chifles vendió en los últimos 12 meses?

Los datos correspondientes a 12 meses es difícil con exactitud, por este motivo se realizó la pregunta semanalmente debido a que las compras de dichos productos son diarios.

En los encuestados es un rango de 8 a 10 cajas de chifles semanalmente

3.-¿Que marcas normalmente vende?

Todas

4.-¿Vende más de una marca que otra? Si es así puede decirme cuánto vendió aproximadamente de cada una?

Las más apetecidas en un 80% son tortolines, maduritos, nachos y tostitos, 10% papitas en general, k-chitos en un 3 %, en lo referente en cueritos 3 %, tostachos 2%, 2 % en los demás productos.

5.-¿Han aumentado o disminuido sus ventas de chifles en los últimos meses?

Un 80 % de encuestados comenta que se mantiene igual la demanda de los snacks en general.

Un 20 % de encuestados comentaron que existe una disminución debido a que la economía es bastante baja, entonces la gente compra según sus necesidades

6.-¿Podría indicarme algunas razones por las cuáles las ventas han aumentado o disminuido?

La economía de los clientes no está muy buena.

7.-¿Si UD. vende más de un tamaño que otro, podría indicarme cuál es el volumen de cada uno que vendió en los últimos meses?

El 100 % de los encuestados nos indica que el tamaño pequeño es el más adquirido por los consumidores. De ahí en el tamaño fiesta es enviado a Galápagos. Aproximadamente es un monto de 100 a 150 fundas de chifles por semana

8.-¿Tiene Ud(s). inventarios de todos los tamaños ?

Todos los encuestados son Mayoristas, tienen existencias de todos los tamaños

9.-¿Como se provisión de los productos?

A través de los importadores y productores locales como: Inalecsa, fritolay entre otros .

10.-¿Cual es su canal más preferido ¿Por qué?

INALECSA mayor eficiencia, y la rotación de todos sus productos es excelente.

11.-¿Aproximadamente, que cantidades de otros snack :papas fritas, maíz extraídos, k-chitos etc. ha vendido durante los últimos meses.

Aproximadamente 1500 a 2000 fundas pequeñas semanalmente, es lo que nos muestra un promedio de las personas encuestadas.

12.-¿Varían las ventas de chifles de acuerdo con la época del año?

Todo en lo referente a snacks aumenta en inicio de clases un 100 % de los encuestados opina de esta forma

13.-¿Puede UD. conseguir suficiente producto o algunas veces hay escasez de los mismos?

El 5 % de los encuestados opinan que una u otra vez ha habido escasez por la demanda, de ahí el 95 % espresa que nunca ha tenido problema con los productos.

14.-¿Le interesaría a UD. tener inventario de un nuevo producto? Bajo que condiciones vendería el mismo?

Todos los encuestados opinan que si, pero con ciertas condiciones, que se le de bastante publicidad, mientras haya demanda, oferta de los producto, mientras se lo conozca pues sino es un producto hueso

15.-¿Que le dicen los clientes sobre las marcas de chifles que UD. vende? Se quejan alguna vez de la calidad o del empaque ¿Cree que un nuevo producto se pueda vender bien?

Los encuestados comentan que nunca han tenido problema con la calidad, ni con el empaque, lo unico que en ocasiones se quejan es por los gramos que no son los correctos, y hay más aire.

Si se puede vender un nuevo producto de acuerdo con la oferta y demanda y si tiene publicidad adecuada.

16.-¿Cuáles de las marcas que vende son las preferidas de la gente:

Tortolines, papitas, panchito, craki .

A que se debe esto: calidad __X__, precio __X__, presentación

17.-¿Cuál es la consideración más importante para el comprador:

Precio (X) Calidad (X) Utilidad ____ Tamaño ____

18.-¿A que precios vende estos productos?

Tortolines

Pequeños: \$ 2.30 – 2.50 docena

Medianos: \$ 6.00 docena

Y en los que vienen en tamaño fiesta 0.95 – 1.00 al granel

19.-¿Decide UD. los precios de ventas o sigue las recomendaciones del proveedor?

Debido a que son mayoristas cada uno de ellos ponen los precios de venta y siguen recomendaciones del distribuidor.

Mantiene los mismo márgenes de ganancias por igual o los varía de acuerdo a la marca: Todos indican que de acuerdo a la marca debido a que todos tienen precio diferente, pero no varían mucho.

20.-¿Que tipo de empaque preferiría UD(s) para los chifles? Por que?

Los encuestados no tienen problema con el empaque, puesto son conocidos, pero los metalizados llaman más la atención del cliente.

21.-¿Recibe UD. quejas de los clientes sobre los chifles que vende ?

Nunca se ha tenido quejas

22.-¿Los productos que UD. vende tienen fecha de caducidad?

Todos opinan que sí, excepto los hechos en casa .

Que pasa si expiran?

Los cambian (todos opinan lo mismo)

Hay términos de devolución?

Por lo menos 6 días antes de que venzan

23.-¿Con que frecuencia recibe los pedidos de chifles?

Diariamente

24.-¿En envases de que tamaño recibiría los chifles?

Cuántos fundas por caja ?

48 fundas por caja (pequeño), grandes al granel.

25.-¿Acepta entregas a cualquier hora o hay un horario determinado para las entregas?

Todos prefieren las entregas en la mañana, para en la tarde cancelar

26.-¿Como paga a sus proveedores?

Dependiendo el monto en efectivo o crédito

¿Sus proveedores le conceden créditos

Sí

27.- ¿Las marcas de los chifles que vende hicieron el año pasado publicidad?

sí

Participó en promociones : _____

Hubo reducción de precios : _____ Publicidad : (X)

Muestras gratis : _____ Exhibición dentro de tienda: (X)

Otras : _____

28.-¿Le beneficia en algo estas promociones?

Sí (todos opinan que es una ventaja)

29.-¿Podría efectuar algunas promociones de los chifles que le ofrezco?

Todos opinan que depende del precio, publicidad que se le de, y algo muy importante es la impulsación.

ESPAE

RESULTADOS DE VERIFICACION EFECTUADAS EN LAS TIENDAS

PROYECTO DE CHIFLES DE TUBERCULOS

Resultados de una muestra de 60 tiendas en el sector norte

1.-Que marcas de chifles se están vendiendo?

Tortolines es la marca que más se oferta.

En 100 % de tiendas se venden productos de inalecsa y fritolay

2.-Que tamaños se ofrecen?

Pequeños y medianos.

3.-De que son los chifles :

De verde saladitos X De verde con chilli

De verde con otros sabores

De maduro X

De yuca

Otros

4.-Como aprecia la calidad de los chifles?

Todos expresan que la calidad es buena

5.-Cuales son los precios por marca y por tamaño?

Tortolines

Pequeños : 0.25

Medianos: 0.55

Estos precios son los impresos en las funditas.

6.-Se están vendiendo productos similares como:

Papas fritas X otros snacks k-chitos, tostitos, tostachos, cueritos
(todos los productos de fritolay y inalecsa)

7.-Están los anaqueles llenos o parece que la oferta del producto es insuficiente?

En las tiendas que fueron encuestadas un 60% tiene el producto en las perchas, anaqueles llenos, y en el resto tienen moderadamente los productos, pero hay variedad

8.-Se están haciendo promociones para el producto que se desea vender o para productos similares?

Por el momento no, pero para el consumidor hay una alianza entre pepsi y fritolay.

9.-Hay alguna publicidad para estos productos?

Afiches, pero en un 20 % de las tiendas en donde se realizaron las encuestas

10.-Que tipo de empaque se están utilizando:

En los chifles: fundas de polipropileno impresas _____X_____

Fundas laminadas impresas _____X_____

En los otros snacks:de los dos tipos.

11.-Que información se suministra en los empaques o etiquetas?

Todos los encuestados estan concientes de que se suministra: precio, peso y fecha de vencimiento, características de la nutrición.

12.-Cuál es la impresión general de la tienda:

Las tiendas en su mayoría son abarrotes con legumbres y cosas varias que se necesitan en el hogar, de ahí hay mini markets en los que se encuentra mas diversidad de productos y tiendas pequeñas que tienen variedad de articulos, en un 60 % de las visitadas son buenas y de ahí el 40 % restante son muy buenas.

TABLAS de PROGRAMACION

TABLA 13
MIJITOS CHIPS
DEPARTAMENTO DE PRODUCCION
PLAN DE PRODUCCION

MESES:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

VENTAS PROYECTADAS:

volumen de ventas mensual(kgPP):	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324
volumen de ventas mensual(und):	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100

PLAN DE PRODUCCION

stock (kg PP):	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
produccion (kgPP):	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324
demanda (kg PP):	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324
saldo (kgPP):	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

dias laborados	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
hr/turno	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
kg/hr producto	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22

REQUERIMIENTOS PERSONAL

personal operativo proceso	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
personal operativo envasado	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
secretaria-contable	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
personal fijos:vendedor	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
supervisor	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

DISTRIBUCION PRODUCCION

yuca%	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KG PP	2130	2130	2130	2130	2130	2130	2130	2130	2130	2130	2130	2130
malanga %	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KG PP	2130	2130	2130	2130	2130	2130	2130	2130	2130	2130	2130	2130
camote %	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
KG PP	1065	1065	1065	1065	1065	1065	1065	1065	1065	1065	1065	1065

TABLA 14

MIJITOS CHIPS
DEPARTAMENTO DE PRODUCCION
PLAN DE CONSUMOS

MESES:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

VENTAS PROYECTADAS:

volumen de ventas mensual(kgPP):	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324
volumen de ventas mensual(und):												

PLAN DE PRODUCCION

stock (kg PP):	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
produccion (kgPP):	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324
demanda (kgPP):	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324
saldo (kgPP):	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

DISTRIBUCION PRODUCCION

yuca%	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KG PP	2130	2130	2130	2130	2130	2130	2130	2130	2130	2130	2130	2130
malanga %	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
KG PP	2130	2130	2130	2130	2130	2130	2130	2130	2130	2130	2130	2130
camote %	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
KG PP	1065	1065	1065	1065	1065	1065	1065	1065	1065	1065	1065	1065

PLAN DE CONSUMO

Materia Prima :yuca (kgMP)	8518	8518	8518	8518	8518	8518	8518	8518	8518	8518	8518	8518
rendimiento :25%												
Materia Prima : malanga (kg MP)	8518	8518	8518	8518	8518	8518	8518	8518	8518	8518	8518	8518
rendimiento 25%												
Materia Prima : camote (kgMP)	4259	4259	4259	4259	4259	4259	4259	4259	4259	4259	4259	4259
rendimiento 25%												

INSUMOS

Acetite (kg): (0,35 kg de aceite/kgPP)	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863
sal (kg):(0,01 kg de sal /kgPP)	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
gas (kg): (0,35 kg de gas /kg de PP)	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863
hipoclorito de sodio (kg):(0,91ml/kgPP)	4845	4845	4845	4845	4845	4845	4845	4845	4845	4845	4845	4845
descengrasante (kg):(0,0455 kg/kg PP)	242	242	242	242	242	242	242	242	242	242	242	242
guantes (und):(6 pares/dia)	132	132	132	132	132	132	132	132	132	132	132	132

TABLA 15
MIJITOS CHIPS
DEPARTAMENTO DE PRODUCCION
PLAN DE COMPRAS

MESES:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

VENTAS PROYECTADAS:

volumen de ventas mensual(kgPP):	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324
volumen de ventas mensual(und):	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100

MATERIAS PRIMAS

Yuca (kgMP)	8518	8518	8518	8518	8518	8518	8518	8518	8518	8518	8518	8518
Malanga (kg MP)	8518	8518	8518	8518	8518	8518	8518	8518	8518	8518	8518	8518
Camote (kgMP)	4259	4259	4259	4259	4259	4259	4259	4259	4259	4259	4259	4259

INSUMOS

Aceite (kg):	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863
sal (kg):	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
gas (kg):	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863
hipoclorito de sodio (kg):	4845	4845	4845	4845	4845	4845	4845	4845	4845	4845	4845	4845
desengrasante (kg):	242	242	242	242	242	242	242	242	242	242	242	242
guantes (pares):	132	132	132	132	132	132	132	132	132	132	132	132

MATERIALES DE EMPAQUE

Fundas de bopp yuca 40 g(und):	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240
Fundas de bopp malanga 40 g(und):	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240
Fundas de bopp camote 40 g (und):	10648	10648	10648	10648	10648	10648	10648	10648	10648	10648	10648	106480
fundas de polietileno master (und):	11092	11092	11092	11092	11092	11092	11092	11092	11092	11092	11092	11092

TABLA 17.-PRESUPUESTO DE INVERSION EN ACTIVOS FIJOS.-
1.-EQUIPOS Y MUEBLES Y ENSERES.-

EQUIPOS.-

ITEM	CANTIDAD	DETALLES	V.UNITARIO (\$)	V.TOTAL(\$)
1	1	freidor estático a gas	3000,0	3000,0
2	1	cortadora de chifles	1500,0	1500,0
3	1	balanza electrónica	350,0	350,0
4	1	selladora manual	400,0	400,0
5	1	mesa galvanizada	250,0	250,0
6	1	mesa de a. inoxidable	500,0	500,0
7	1	carretilla hidráulica	250,0	250,0
8	4	mesas a. inox. Pequeñas	125,0	500,0
9	1	Refractómetro	500,0	500,0
10	1	Computador completo	1200,0	1200,0
11	1	Aire Acondicionado	500,0	500,0
12	1	UPS	80,0	80,0
13	1	Impresora	200,0	200,0
14	1	Conjunto Herramientas	100,0	100,0
15	50	gabetas plásticas	7,0	350,0
TOTAL(\$):				9680,0

MUEBLES Y ENSERES

ITEM	CANTIDAD	DETALLES	V.UNITARIO (\$)	V.TOTAL(\$)
1	2	Escritorio	300,0	600,0
2	2	Sillas	1500,0	3000,0
3	1	Archivador	100,0	100,0
4	1	Extintor PQS	60,0	60,0
5	2	Telefonos	50,0	100,0
6	1	Varios Oficinas	100,0	100,0
TOTAL(\$):				3960

2)INSTALACIONES

ITEM	CANTIDAD	DETALLES	V.UNITARIO (\$)	V.TOTAL(\$)
1	1	Instalaciones sistema gas y	1000,0	1000,0
1	1	Instalaciones eléctrica	1000,0	1000,0
1	1	Instalaciones de agua	1000,0	1000,0
1	1	Instalaciones varias	1000,0	1000,0
TOTAL(\$):				4000

4)GASTOS DE CONSTITUCION

ITEM	CANTIDAD	DETALLES	V.UNITARIO (\$)	V.TOTAL(\$)
1	1	Constitución de Compañía	579,2	579,2
2	1	Dirección de Salud	500,0	500,0
3	1	Cuerpo de Bomberos	500,0	500,0
4	3	Registros Sanitarios	1000,0	3000,0
5	1	Registros de Marcas	100,0	100,0
6	1	Estudio Impacto Ambiental	3000,0	3000,0
TOTAL(\$):				7679,2

5)CAPITAL DE OPERACIÓN.-

ITEM	CANTIDAD	DETALLES	V.UNITARIO (\$)	V.TOTAL(\$)
1	1	Capital de Trabajo	30000,0	30000,0
TOTAL(\$):				30000

6)TOTAL DE INVERSION INICIAL

ITEM	CANTIDAD	DETALLES	V.UNITARIO (\$)	V.TOTAL(\$)
1	1	Equipos	9680,0	9680,0
2	1	Muebles y Enseres	3960,0	3960,0
3	1	Instalaciones	4000,0	4000,0
4	1	Gastos de Constitución	7679,2	7679,2
5	1	Capital de Operación	30000,0	30000,0
TOTAL(\$):				55319,2

PROYECTO CHIFLES DE TUBERCULOS
TABLA 19.-PRESUPUESTO DE INGRESOS

MESES:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

VENTAS PROYECTADAS:

volumen de ventas mensual(kgPP):	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324
volumen de ventas mensual(und):	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100

1.-CHIFLES DE YUCA (A)

VOLUMEN A PRODUCIR(%)	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%
CANTIDAD A VENDER(FDAS)	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240
PRECIO UNITARIO(\$/FDA)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
TOTAL DE VENTAS(\$)	10648	10648	10648	10648	10648	10648	10648	10648	10648	10648	10648	10648

2.-CHIFLES DE MALANGA (B)

VOLUMEN A PRODUCIR(%)	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%
CANTIDAD A VENDER(FDAS)	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240
PRECIO UNITARIO(\$/FDA)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
TOTAL DE VENTAS(\$)	10648	10648	10648	10648	10648	10648	10648	10648	10648	10648	10648	10648

3.-CHIFLES DE CAMOTE ©

VOLUMEN A PRODUCIR(%)	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
CANTIDAD A VENDER(FDAS)	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620
PRECIO UNITARIO(\$/FDA)	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
TOTAL DE VENTAS(\$)	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324

TOTAL VENTAS BRUTAS (\$)	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620
IVA 12%	3194.4	3194.4	3194.4	3194.4	3194.4	3194.4	3194.4	3194.4	3194.4	3194.4	3194.4	3194.4
TOTAL VENTAS+IVA (\$)	29814.4	29814.4	29814.4	29814.4	29814.4	29814.4	29814.4	29814.4	29814.4	29814.4	29814.4	29814.4
RETENCION 1%	266.2	266.2	266.2	266.2	266.2	266.2	266.2	266.2	266.2	266.2	266.2	266.2
VENTAS NETAS (\$)	29548	29548	29548	29548	29548	29548	29548	29548	29548	29548	29548	29548

VENTAS AL CONTADO 100%(\$)	29548	29548	29548	29548	29548	29548	29548	29548	29548	29548	29548	29548
VENTAS A PLAZO (\$)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
RECUPERACION DE CARTERA (\$)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
INGRESOS DE EFECTIVO (\$)	29548	29548	29548	29548	29548	29548	29548	29548	29548	29548	29548	29548
CUENTAS POR COBRAR (\$)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

IMPUESTO A LA RENTA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
RET.FUENTE EN VENTAS	266.2	266.2	266.2	266.2	266.2	266.2	266.2	266.2	266.2	266.2	266.2	266.2
IMPUESTOS POR PAGAR (\$):	266.2	266.2	266.2	266.2	266.2	266.2	266.2	266.2	266.2	266.2	266.2	266.2

TABLA 20 .-PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS, INSUMOS Y SERVICIOS.-

MESES:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

VENTAS PROYECTADAS:

volumen de ventas mensual(kgPP):	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324	5324
volumen de ventas mensual(und):	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100

DISTRIBUCION DE VENTAS:

YUCA .- VOLUMEN A PRODUCIR(%)	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%
MALANGA .- VOLUMEN A PRODUCIR(%)	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%
CAMOTE .- VOLUMEN A PRODUCIR(%)	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%

MATERIAS PRIMAS

Yuca (kgMP)	3872	3872	3872	3872	3872	3872	3872	3872	3872	3872	3872	3872
Costo (\$/kg MP):	0,093	0,093	0,093	0,093	0,093	0,093	0,093	0,093	0,093	0,093	0,093	0,093
Costo Total (\$)	361	361	361	361	361	361	361	361	361	361	361	361

Malanga (kg MP)	3276	3276	3276	3276	3276	3276	3276	3276	3276	3276	3276	3276
Costo (\$/kg MP):	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067	0,067
Costo Total (\$)	218	218	218	218	218	218	218	218	218	218	218	218

Camote (kgMP)	1638	1638	1638	1638	1638	1638	1638	1638	1638	1638	1638	1638
Costo (\$/kg MP):	0,400	0,400	0,400	0,400	0,400	0,400	0,400	0,400	0,400	0,400	0,400	0,400
Costo Total (\$)	655	655	655	655	655	655	655	655	655	655	655	655

TOTAL COSTO MP (\$)	1235	1235	1235	1235	1235	1235	1235	1235	1235	1235	1235	1235
IVA 0 %	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
TOTAL COMPRAS+IVA (\$)	1235,1	1235,1	1235,1	1235,1	1235,1	1235,1	1235,1	1235,1	1235,1	1235,1	1235,1	1235,1
RETENCION 1%	12,4	12,4	12,4	12,4	12,4	12,4	12,4	12,4	12,4	12,4	12,4	12,4
COMPRAS NETAS DE MP (\$) (1)	1223	1223	1223	1223	1223	1223	1223	1223	1223	1223	1223	1223

INSUMOS

Aceite (kg):	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863
Costo (\$/kgoil)	0,911	0,911	0,911	0,911	0,911	0,911	0,911	0,911	0,911	0,911	0,911	0,911
Total aceite (\$):	1697	1697	1697	1697	1697	1697	1697	1697	1697	1697	1697	1697
sal (kg):	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53	53
Costo (\$/kg sal)	0,300	0,300	0,300	0,300	0,300	0,300	0,300	0,300	0,300	0,300	0,300	0,300
Total sal (\$):	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16
gas (kg):	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863	1863
Costo (\$/kgas)	0,133	0,133	0,133	0,133	0,133	0,133	0,133	0,133	0,133	0,133	0,133	0,133
Total gas (\$):	248	248	248	248	248	248	248	248	248	248	248	248
hipoclorito de sodio (kg):	4845	4845	4845	4845	4845	4845	4845	4845	4845	4845	4845	4845
Costo (\$/kghipoclorito de sodio)	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40
Total hipoclorito de sodio (\$):	1938	1938	1938	1938	1938	1938	1938	1938	1938	1938	1938	1938
desengrasante (kg):	242	242	242	242	242	242	242	242	242	242	242	242
Costo (\$/kg desengrasante)	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50
Total desengrasante (\$):	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121	121
guantes (pares):	132	132	132	132	132	132	132	132	132	132	132	132
Costo (\$/par de guantes):	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75
Total guantes (\$)	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

TOTAL DE INSUMOS (\$) (a+b+c+d+e+f)	4119	4119	4119	4119	4119	4119	4119	4119	4119	4119	4119	4119
IVA 12 %	494,3	494,3	494,3	494,3	494,3	494,3	494,3	494,3	494,3	494,3	494,3	494,3
TOTAL COMPRAS+IVA (\$)	4613,5	4613,5	4613,5	4613,5	4613,5	4613,5	4613,5	4613,5	4613,5	4613,5	4613,5	4613,5
RETENCION 1%	41,2	41,2	41,2	41,2	41,2	41,2	41,2	41,2	41,2	41,2	41,2	41,2
COMPRAS NETAS DE INSUMOS (\$)(2)	4572	4572	4572	4572	4572	4572	4572	4572	4572	4572	4572	4572

MATERIALES DE EMPAQUE

Fundas de bopp yuca 40 g(und):	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240
Fundas de bopp malanga 40 g(und):	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240	53240
Fundas de bopp camote 40 g (und):	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620
total fundas (und):	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100	133100
costo de fundas (und):	0,029	0,029	0,029	0,029	0,029	0,029	0,029	0,029	0,029	0,029	0,029	0,029	0,029
total costo (\$) (a)	3860	3860	3860	3860	3860	3860	3860	3860	3860	3860	3860	3860	3860
fundas de polietileno master (und):	11092	11092	11092	11092	11092	11092	11092	11092	11092	11092	11092	11092	11092
costo de fundas (und):	0,025	0,025	0,025	0,025	0,025	0,025	0,025	0,025	0,025	0,025	0,025	0,025	0,025
total costo (\$) (b)	277	277	277	277	277	277	277	277	277	277	277	277	277

TOTAL DE MAT. EMPAQUE (\$) (a+b)	4137	4137	4137	4137	4137	4137	4137	4137	4137	4137	4137	4137	4137
IVA 12 %	496,5	496,5	496,5	496,5	496,5	496,5	496,5	496,5	496,5	496,5	496,5	496,5	496,5
TOTAL COMPRAS+IVA (\$)	4633,7	4633,7	4633,7	4633,7	4633,7	4633,7	4633,7	4633,7	4633,7	4633,7	4633,7	4633,7	4633,7
RETENCION 1%	41,4	41,4	41,4	41,4	41,4	41,4	41,4	41,4	41,4	41,4	41,4	41,4	41,4
COMPRAS NETAS DE MAT.EMP (\$) (3)	4592	4592	4592	4592	4592	4592	4592	4592	4592	4592	4592	4592	4592

TOTAL COMPRAS BRUTAS (\$)	9491	9491	9491	9491	9491	9491	9491	9491	9491	9491	9491	9491	9491
IVA 12%	990,8	990,8	990,8	990,8	990,8	990,8	990,8	990,8	990,8	990,8	990,8	990,8	990,8
TOTAL COMPRAS + IVA (\$)	10482,2	10482,2	10482,2	10482,2	10482,2	10482,2	10482,2	10482,2	10482,2	10482,2	10482,2	10482,2	10482,2
RETENCION 1%	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9
COMPRAS NETAS (\$)	10387	10387	10387	10387	10387	10387	10387	10387	10387	10387	10387	10387	10387

COMPRAS AL CONTADO 100%\$(1+2+3)	10387	10387	10387	10387	10387	10387	10387	10387	10387	10387	10387	10387	10387
COMPRAS A PLAZO (\$)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
COMPRAS DE CONTADO (\$)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
PAGO DE EFECTIVO (\$)	10387	10387	10387	10387	10387	10387	10387	10387	10387	10387	10387	10387	10387
CUENTAS POR PAGAR (\$)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

IVA POR PAGAR	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
IVA COBRADO VENTAS	3194,4	3194,4	3194,4	3194,4	3194,4	3194,4	3194,4	3194,4	3194,4	3194,4	3194,4	3194,4
(-)IVA PAGADO COMPRAS	990,8	990,8	990,8	990,8	990,8	990,8	990,8	990,8	990,8	990,8	990,8	990,8
IVA POR PAGAR (\$):	2203,6	2203,6	2203,6	2203,6	2203,6	2203,6	2203,6	2203,6	2203,6	2203,6	2203,6	2203,6

RETENCIONES EN LA FUENTE	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
RET.FUENTE EN COMPRAS	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9
IMPUESTOS POR PAGAR(\$)	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9

TABLA 21

PRESUPUESTO DE GASTOS DE PERSONAL

ITEM	RUBROS	PORCENTAJE	G. GENERAL	SECRETARIA	VENDEDOR	CONTADOR	SUPERVISOR	OPERARIOS
1	SUELDO NOMINAL	SN	1000	250	350	300	350	202,4
2	COMPENSACION	CTE	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
3	DECIMO TERCER	(SN/12)	162,50	20,83	29,17	25,00	29,17	16,87
4	DECIMO CUARTO	(SBU/12)	11,3	11,3	11,3	11,3	11,3	11,3
5	VACACIONES	(SBU/24)	41,67	10,42	14,58	12,50	14,58	8,43
6	FONDO RESERVA	(SN/12)	162,50	20,83	29,17	25,00	29,17	16,87
7	APORTE PATRONAL	(12,15%SBU)	121,50	30,38	42,53	36,45	42,53	24,59
	TOTAL MENSUAL		1507	352	485	418	485	288
	# PERSONAS		1	1	1	1	1	12
	TOTAL ROL MENSUAL		1507	352	485	418	485	3461
		% BENEFICIOS	50,7%	40,7%	38,5%	39,4%	38,5%	42,5%
TOTAL MENSUAL(\$)		=====>	6708					

TABLA 22 .-DEPRECIACIONES

TIPO DE DEPRECIACIÓN : LINEA RECTA

PERIODO: 5 AÑOS						
AÑO	VALOR	1	2	3	4	5
PORCENTAJES(%)	(\$)	20%	20%	20%	20%	20%
TIPO						
EQUIPOS	9680	1936	1936	1936	1936	1936
INSTALACIONES	4000	800	800	800	800	800
(A)	TOTAL(\$)	2736	2736	2736	2736	2736

PERIODO: 3 AÑOS						
AÑO	VALOR	1	2	3	4	5
PORCENTAJES(%)	(\$)	33%	33%	33%		
TIPO						
MUEBLES Y ENSERES	3960	1320	1320	1320		
(B)	TOTAL(\$)	1320	1320	1320	0	0

(A)+ (B):	TOTAL(\$)	4056	4056	4056	2736	2736
------------	-----------	------	------	------	------	------

TABLA 23 .-PRESUPUESTO DE GASTOS DE OPERACIÓN

MESES:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
ARRIENDO	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
TELEFONIA	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
INTERNET	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70	70
SEGUROS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
IMPUESTOS LOCALES	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
DEPRECIACION DE EQUIPOS	228	228	228	228	228	228	228	228	228	228	228	228
TOTAL GASTOS DE OPERACIÓN	978	978	978	978	978	978	978	978	978	978	978	978

TABLA 24 .-PRESUPUESTO DE GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS.-

MESES:	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
GASTOS DE PUBLICIDAD	532,4	532,4	532,4	532,4	532,4	532,4	532,4	532,4	532,4	532,4	532,4	532,4
GASTOS DE TRANSPORTE	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220	220
GASTOS DE PAPELERIA	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110	110
TOTAL GASTOS DE ADM. Y VENTAS	962	962	962	962	962	962	962	962	962	962	962	962

TOTAL VENTAS BRUTAS (\$)	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620	26620
GASTOS DE PUBLICIDAD (2%)ventas Brutas	532,4	532,4	532,4	532,4	532,4	532,4	532,4	532,4	532,4	532,4	532,4	532,4

1940
1602

TABLA 25 .- Costo Estimado de Chifles de Yuca

(Expresado en Dólares)

Liquidación del Costo por Rubros Significativos

MATERIA PRIMA

Costo Materia prima	\$/kgMP	rend. (%)	
Yuca pelado cif Guayaquil	0,22	0,25	
Costo Materiales	\$/kgoil	kgoil/kgPP	
Aceite	0,91	0,35	
	\$/kg gas	kggas/kgPP	
Gas	0,12	0,35	
	\$/kgsal	kgsal/kgPP	
Sal	0,30	0,01	
Empaques y Envoladuras	\$/kgLám	Fda/ kglám	KgPP/fda
Funda de Polietileno	5,80	200	0,040
	\$/mes	días/mes	kg/día
Químicos	66,8	22	132

MANO DE OBRA

Proceso Pelado	\$/hr	hr/día
Proceso Fritura	\$/hr	12
Proceso de Envasado	\$/hr	12

OTROS GASTOS FABRICACION

	\$/mes	días/mes	kgPP/día
Energia Electrica	100	22	242
Agua	50	22	242
Alimentacion	220	22	242
Otros Gastos Fab.	1087	22	242

Total Costo Variables			
Total Costo Fijos	1711	22	242
Total Gastos Administrativos	2761,7	22	242

Costo Total

kilo	Libra	%
\$/kgPT		
0,8800	0,4000	22,88%
0,3187	0,1449	8,29%
0,0420	0,019	1,09%
0,0030	0,001	0,08%
0,7250	0,330	18,85%
0,0230	0,010	0,60%
0,0000	0,0000	0,00%
0,3705	0,1684	9,63%
0,3705	0,1684	9,63%
0,0188	0,0085	0,49%
0,0094	0,0043	0,24%
0,0413	0,0188	1,07%
0,2042	0,0928	5,31%
3,0064	1,3665	78%
0,3214	0,1461	8%
0,5187	0,2358	13%
3,8465	1,7484	100,00%

Componentes

Materia Prima y Materiales
 Mano Obra
 Otros Costos variables
Sub_Total Costo
 Gastos Fijos
 Gastos Admin.y Vtas
Total

Mijito's Chips

1000 Gramo:	40 Gramos	
1 Kgs.	1 Fda 40	%
1,9917	0,0797	66,25%
0,7410	0,0296	24,65%
0,2737	0,0109	9,10%
\$ 3,0064	\$ 0,1203	100,00%
0,3214	0,0129	78,16%
0,5187	0,0207	21,84%
\$ 3,8465	\$ 0,1539	100,00%

TABLA 26 .- Costo Estimado de Chifles de Maianga

(Expresado en Dólares)

Liquidación del Costo por Rubros Significativos

MATERIA PRIMA

Costo Materia prima	\$/kgMP	rend.(%)	
malanga cif Guayaquil	0,07	0,25	
Costo Materiales	\$/kgoil	kgoil/kgPP	
Aceite	0,91	0,35	
	\$/kg gas	kggas/kgPP	
Gas	0,12	0,35	
	\$/kgsal	kgsal/kgPP	
Sal	0,30	0,01	
Empaques y Envoladuras	\$/kgLám	Fda/ kglám	KgPP/fda
Funda de Polietileno	5,80	200	0,040
	\$/mes	dias/mes	kg/dia
Químicos	66,8	22	132

MANO DE OBRA

Proceso Pelado	\$/hr	0,7500	
Proceso Fritura	\$/hr		
Proceso de Envasado	\$/hr		

OTROS GASTOS FABRICACION

	\$/mes	dias/mes	kgPP/dia
Energia Electrica	100	22	242
Agua	50	22	242
Alimentacion	220	22	242
Otros Gastos Fab.	100	22	242

Total Costo Variables			
Total Costo Fijos	1711	22	242
Total Gastos Administrativos	2761,7	22	242

Costo Total

4472,7

kiilo	Libra	%
\$/kgPT		
0,2640	0,1200	8,46%
0,3187	0,1449	10,21%
0,0420	0,019	1,35%
0,0030	0,001	0,10%
0,7250	0,330	23,24%
0,0230	0,010	0,74%
0,0750	0,0341	2,40%
0,3705	0,1684	11,87%
0,3705	0,1684	11,87%
0,0188	0,0085	0,60%
0,0094	0,0043	0,30%
0,0413	0,0188	1,32%
0,0188	0,0085	0,60%
2,2799	1,0363	73%
0,3214	0,1461	10%
0,5187	0,2358	17%
3,1200	1,4182	100%

Componentes

Materia Prima y Materiales

Mano Obra

Otros Costos variables

Sub_Total Costo

Gastos Fijos

Gastos Admin.y Vtas

Total

Mijito's Chips

1000 Gramos	40 Gramos	
1 Kgs.	1 Fda 40	%
1,3757	0,0550	60,34%
0,8160	0,0326	35,79%
0,0883	0,0035	3,87%
\$ 2,2799	\$ 0,0912	100,00%
0,3214	0,0129	73,07%
0,5187	0,0207	26,93%
\$ 3,1200	\$ 0,1248	100,00%

TABLA 27 .- Costo Estimado de Chifles de Camote

(Expresado en Dólares)

Liquidación del Costo por Rubros Significativos

MATERIA PRIMA

Costo Materia prima

	\$/kgMP	rend.(%)
Camote MP en Guayaquil	0,40	0,25

Costo Materiales

	\$/kgoil	kgoil/kgPP
Aceite	0,91	0,35

	\$/kg gas	kkgas/kgPP
Gas	0,13	0,35

	\$/kgsal	kgsal/kgPP
Sal	0,30	0,01

Empaques y Envoladuras

	\$/kgLám	Fda/ kglám	KgPP/fda
Funda de Polietileno	5,80	200	0,040

	\$/mes	dias/mes	kg/dia
Químicos	66,8	22	132

MANO DE OBRA

	\$/hr
Proceso Pelado	

	\$/hr
Proceso Fritura	

	\$/hr
Proceso de Envasado	

OTROS GASTOS FABRICACION

	\$/mes	dias/mes	kgPP/dia
Energia Electrica	100	22	242

Agua	50	22	242
------	----	----	-----

Alimentacion	220	22	242
--------------	-----	----	-----

Otros Gastos Fab.	100	22	242
-------------------	-----	----	-----

Total Costo Variables

Total Costos Fijos	1711	22	242
--------------------	------	----	-----

Total Gastos Administrativos	2761,7	22	242
------------------------------	--------	----	-----

Costo Total

0,0800

kilo	Libra	%
\$/kgPT		
1,5838	0,7199	35,59%
0,3187	0,1449	7,16%
0,0467	0,021	1,05%
0,0030	0,001	0,07%
0,7250	0,330	16,29%
0,0230	0,010	0,52%
0,0800	0,0364	1,80%
0,3705	0,1684	8,33%
0,3705	0,1684	8,33%
0,0188	0,0085	0,42%
0,0094	0,0043	0,21%
0,0413	0,0188	0,93%
0,0188	0,0085	0,42%
3,6094	1,6407	81%
0,3214	0,1461	7%
0,5187	0,2353	12%
4,4495	2,0220	100%

Componentes

Materia Prima y Materiales

Mano Obra

Otros Costos variables

Sub_Total Costo Variable

Gastos Fijos

Gastos Admin.y Vtas

Total Costos

Mijito's Chips

1000 Gramos 40 Gramos

1 Kgs.	1 Fda 40	%
2,7002	0,1080	74,81%
0,8210	0,0328	22,75%
0,0883	0,0035	2,45%
\$ 3,6094	\$ 0,1444	100,00%
0,3214	0,0129	81,12%
0,5187	0,0207	18,88%
\$ 4,4495	\$ 0,1780	100,00%

Tabla 28 .- Estado de Resultados por Productos

(en Miles de Dólares)

	Chifle de Yuca		Chifle de Malanga		Chifle de Camote	
Precio de venta (\$/fda):	0,2000		0,2000		0,2000	
Costo Variable /unidad (\$/und):	0,1203		0,0912		0,1444	
PRODUCCION MENSUAL(kgPP):	5324		5324		5324	
% de ventas	100%		100%		100%	
fundas de 40 g/mes:	133100		133100		133100	
fundas de 40 g/dia:	6050		6050		6050	
	Chifle de Yuca		Chifle de Malanga		Chifle de Camote	
	\$	%	\$	%	\$	%
VENTAS NETAS	26.620	100	26.620	100	26.620	100
(-)COSTOS VARIABLES	16.012	60	12.139	46	19.220	72
MARGEN DE CONTRIBUCION	10.608	39,9	14.481	54,4	7.400	27,8
GASTOS FIJOS FABRICACION						
Depreciación de equipos e instalaciones	228	0,86%	228	0,86%	228	0,86%
Amortiz.Diferidos	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Repuestos y Mantenimiento	50	0,19%	50	0,19%	50	0,19%
Otros	750	2,82%	750	2,82%	750	2,82%
Total	1.028	3,9	1.028	3,9	1.028	3,9
UTILIDAD BRUTA	9.580	36,0	13.453	50,5	6.372	23,9
GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS						
Costos del Personal	2.762	10%	2.762	10%	2.762	10%
Depreciación de muebles y enseres	110	0%	110	0%	110	0%
Publicidad	532	2%	532	2%	532	2%
Amortiz.Diferidos	0	0%	0	0%	0	0%
Seguros	0	0%	0	0%	0	0%
Transporte	220	1%	220	1%	220	1%
Total	3.624	13,6	3.624	13,6	3.624	13,6
UADII	5.956	22,4%	9.829	36,9%	2.748	10,3%
Intereses	0	0%	0	0%	0	0%
UADI	5.956	22%	9.829	37%	2.748	10%
Impuestos 40%	2.382	9%	3.932	15%	1.099	4%
UTILIDAD/(PERDIDA) NETA	3.574	13,4%	5.898	22,2%	1.649	6,2%

TABLA 30.- FLUJO DE CAJA MENSUAL Y ANUAL.-

RUBROS	MESES:	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Caja Inicial															4680,8	109509,0	106727,7	103946,3	101165,0
+ Ingresos Ventas contado															29548,0	354576,0	354576,0	354576,0	354576,0
+ Ingresos Recuperación de cartera																			
TOTAL DISPONIBLE			34228,8	44718,29	53004,13	61290	69575,8	77861,68	86147,5	94433,4	102719,2	111005,1	119290,9	127576,8	359256,8	464085,0	461303,7	458522,3	455741,0
-Inversiones Activos Fijos		17640,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
-Compras de Materias primas			1223,0	1223,0	1223,0	1223,0	1223,0	1223,0	1223,0	1223,0	1223,0	1223,0	1223,0	1223,0	14676,0	14676,0	14676,0	14676,0	14676,0
-Mano de Obra			6708,0	6708,0	6708,0	6708,0	6708,0	6708,0	6708,0	6708,0	6708,0	6708,0	6708,0	6708,0	80496,0	80496,0	80496,0	80496,0	80496,0
-Insumos			4572,0	4572,0	4572,0	4572,0	4572,0	4572,0	4572,0	4572,0	4572,0	4572,0	4572,0	4572,0	54864,0	54864,0	54864,0	54864,0	54864,0
-Materiales de Empaque			4592,0	4592,0	4592,0	4592,0	4592,0	4592,0	4592,0	4592,0	4592,0	4592,0	4592,0	4592,0	55104,0	55104,0	55104,0	55104,0	55104,0
-GASTOS DE FABRICACION																			
-Arriendo			500,0	500,0	500,0	500,0	500,0	500,0	500,0	500,0	500,0	500,0	500,0	500,0	6000,0	6000,0	6000,0	6000,0	6000,0
-Servicios Públicos			250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	250,0	3000,0	3000,0	3000,0	3000,0	3000,0
-Seguros			0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
-GASTOS DE ADM. Y VENTAS																			
-Gastos de Publicidad			532,4	532,4	532,4	532,4	532,4	532,4	532,4	532,4	532,4	532,4	532,4	532,4	6388,8	6388,8	6388,8	6388,8	6388,8
-Gastos de transporte			220,0	220,0	220,0	220,0	220,0	220,0	220,0	220,0	220,0	220,0	220,0	220,0	2640,0	2640,0	2640,0	2640,0	2640,0
-Gastos de papelería			100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	1200,0	1200,0	1200,0	1200,0	1200,0
-PAGOS DE IMPUESTOS																			
-Escritura de Constitución		7679,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
-IVA 12%			0,0	2203,6	2203,6	2203,6	2203,6	2203,6	2203,6	2203,6	2203,6	2203,6	2203,6	2203,6	24240,0	26443,6	26443,6	26443,6	26443,6
-Retención en la fuente			94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	94,9	1139,0	455,4	455,4	455,4	455,4
-Impuesto de renta			266,2	266,2	266,2	266,2	266,2	266,2	266,2	266,2	266,2	266,2	266,2	266,2	0	30.398,8	30.398,8	30.398,8	30.398,8
-PRESTACIONES SOCIALES																			
-Cesantías																			
-Intereses sobre cesantías																			
TOTAL DE EGRESOS		25319,2	19058,5	21262,2	21262,2	21262,2	21262,2	21262,2	21262,2	21262,2	21262,2	21262,2	21262,2	21262,2	249747,8	281666,6	281666,6	281666,6	281666,6
NETO DISPONIBLE		-25319,2	15170,3	23456,1	31742,0	40027,8	48313,7	56599,5	64885,4	73171,2	81457,1	89742,9	98028,8	106314,6	109509,0	182418,4	179637,0	176855,7	174074,3
+ Aporte de Socios																			
+ Distribución de excedentes																			
CAJA FINAL		4680,8	15170,3	23456,1	31742,0	40027,8	48313,7	56599,5	64885,4	73171,2	81457,1	89742,9	98028,8	106314,6	109509,0	106727,7	103946,3	101165,0	97591,6

TABLA 31.- ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS
AL 31 DE DICIEMBRE DEL AÑO 1,2,3,4,5
 Expresado en Dólares Americanos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RUBROS					
VENTAS NETAS	354576	354576	354576	354576	354576
(-)COSTOS DE VENTAS	214140	214140	214140	214140	214140
UTILIDAD BRUTA	140436	140436	140436	140436	140436
(-)DEPRECIACION	4056	4056	4056	2736	2736
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	10229	10229	10229	10229	10229
(-)INGRESOS POR INVERSIONES	0	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS E INTERESES	126151	126151	126151	127471	127471
(-)INTERESES PAGADOS	0	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	126151	126151	126151	127471	127471
15% PARTICIPACION DE EMPLEADOS	18923	18923	18923	19121	19121
25% IMPUESTO A LA RENTA	31538	31538	31538	31868	31868
UTILIDAD(PERDIDA) NETA	75691	75691	75691	76483	76483

TABLA 32.- BALANCE GENERAL PROYECTADO
AL 31 DE DICIEMBRE DE LOS AÑOS 1,2,3,4,5
 Expresados en Dólares Americanos

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVO CORRIENTE						
Caja y Bancos	4680,8	109509,0	106727,7	103946,3	101165,0	97591,6
Cuentas por Cobrar (clientes)		0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Anticipo para impuestos a la renta		19.254	27.100	34.945	43.913	52.549
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	4680,8	128763,0	133827,6	138891,3	145078,0	150140,6
ACTIVO FIJO						
Maquinaria y Equipos	13680	13680	13680	13680	13680	13680
(-)Depreciación		-2736	-5472	-8208	-10944	-13680
Equipos de oficina	3960	3960	3960	3960	3960	3960
(-)Depreciación		-792	-1584	-2376	-3168	-3960
Gastos Pagados por anticipado						
TOTAL ACTIVOS FIJOS	17640,0	14112,0	10584,0	7056,0	3528,0	0,0
ACTIVOS DIFERIDOS						
Gastos de Constitución	7679	7679	7679	7679	7679	7679
(-)Depreciación		-1536	-3072	-4608	-6144	-7679
TOTAL DE ACTIVO NO CORRIENTE	7679	6143	4607	3071	1535	0
TOTAL ACTIVOS	30000	149018	149019	149018	150141	150141
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE						
Prestaciones sociales por pagar	0					
Cuentas por pagar (proveedores)	0	9491	9491	9491	9491	9491
Impuesto de renta por pagar	0	31538	31538	31538	31868	31868
Retenciones fuente por pagar	0	95	95	95	95	95
Iva por pagar	0	2204	2204	2204	2204	2204
Otros Pasivos Corrientes						
TOTAL PASIVO CORRIENTE	0	43327	43328	43328	43658	43658
TOTAL PASIVOS	0	43327	43328	43328	43658	43658
PATRIMONIO						
Capital Social	30000	30000	30000	30000	30000	30000
Reserva legal		0				
Reserva Facultativa		0				
Resultados acumulados				0	0	0
Utilidades o Pérdidas del ejercicio	0	75691	75691	75691	76483	76483
TOTAL DEL PATRIMONIO	30000	105691	105691	105691	106483	106483
TOTAL DEL PASIVO Y PATRIMONIO	30000	149018	149019	149019	150141	150141

30000	149018	149019	149018	150141	150141
30000	149018	149019	149019	150141	150141
0	0	0	0	0	0

TABLA 35 .- FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DEL PROYECTO

(en Miles de Dólares)						
PERIODO (AÑO)	0	1	2	3	4	5
I.-DESEMBOLSO INICIAL DE INVERSION						
Costo de activos	-13640,0					
Instalaciones	-4000,0					
Capital de Trabajo Neto	-30000,0					
	<u>-47640,0</u>					
II.-FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO ADICIONAL						
Ingreso por Ventas		354.576,0	354.576,0	354.576,0	354.576,0	354.576,0
Costos Variables		214.140,0	214.140,0	214.140,0	214.140,0	214.140,0
Costos Fijos		14.284,8	14.284,8	14.284,8	14.284,8	14.284,8
Depreciación de equipos		4.056,0	4.056,0	4.056,0	2.736,0	2.736,0
Utilidades Antes de Impuestos(UAI)		122.095,2	122.095,2	123.415,2	123.415,2	123.415,2
Impuestos 40%		-48838,1	-48838,1	-48838,1	-49366,1	-49366,1
Utilidad Neta		73.257,1	73.257,1	73.257,1	74.049,1	74.049,1
Adición de la depreciación		4056,0	4056,0	4056,0	2736,0	2736,0
Flujos de Operativos Adicionales		77.313,1	77.313,1	77.313,1	76.785,1	76.785,1
III.-FLUJO DE EFECTIVO TERMINAL						
Rendimiento del Capital Trabajo Neto						30000,0
Flujo de efectivo terminal						<u>30000,0</u>
IV.-FLUJO NETO DE EFECTIVO ANUAL.-						
Flujo Neto de efectivo total por año	-47640,0	77.313,1	77.313,1	77.313,1	76.785,1	106.785,1
TIR: 162%						
TASA: 30%						
VALOR PRESENTE NETO: \$ 148.414						
BALANCE DEL PROYECTO -47640,0 15.381,1 97.308,6 203.814,3 341.743,7 551.051,9						
PERIODO DESCONTADO 1,24						

