



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

EMPRENDIMIENTO

TEMA:

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA DISTRIBUIDORA
“ANSHY” DE PRODUCTOS MASIVOS AL POR MAYOR Y MENOR
EN LA CIUDADELA UNIDA DEL CANTÓN MILAGRO-ECUADOR.

AUTOR:

Sra. PILATAXI LEMA LUCERO ANGÉLICA

TUTOR:

Ec. ROMERO CÁRDENAS ERIKA JADIRA, PHD

MILAGRO, OCTUBRE 2019

ECUADOR

DERECHO DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, **PILATAXI LEMA LUCERO ANGELICA** en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la alternativa de Titulación – Emprendimiento modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Emprendimiento realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación **MODELOS DE DESARROLLO LOCAL AJUSTADOS A LOS ENFOQUES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA; Y SOSTENIBILIDAD (EMPREDIMIENTO) 2019**, de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este Emprendimiento en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, 28 de octubre de 2019

Lucero Pilataxi

PILATAXI LEMA LUCERO ANGELICA

C.I: 095412779-1

APROBACIÓN DEL TUTOR DE EMPRENDIMIENTO

Yo, **ROMERO CARDENAS ERIKA JARIDA** en mi calidad de tutor del Emprendimiento, elaborado por la estudiante **PILATAXI LEMA LUCERO ANGELICA**, cuyo tema de trabajo de Titulación es **PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA DISTRIBUIDORA “ANSHY” DE PRODUCTOS MASIVOS AL POR MAYOR Y MENOR EN LA CIUDADELA UNIDA DEL CANTÓN MILAGRO-ECUADOR**, que aporta a la Línea de Investigación **MODELOS DE DESARROLLO LOCAL AJUSTADOS A LOS ENFOQUES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA; Y SOSTENIBILIDAD (EMPRENDIMIENTO) 2019** previo a la obtención del Grado **LICENCIADA EN GESTIÓN EMPRESARIAL**; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo **APRUEBO**, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de Emprendimiento de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, 28 octubre de 2019



Ec. ROMERO CARDENAS ERIKA JARIDA PHD

C.I: 091657706-7

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Ec. ROMERO CARDENAS ERIKA JADIRA, PHD.

Ing. CAMPUZANO RODRIGUEZ MARIA AUXILIADORA, Mgs.

Ing. MEDINA HINOJOSA DEYSI JANET, Mgs.

Luego de realizar la revisión del Emprendimiento, previo a la obtención del título (o grado académico) de **LICENCIADA EN GESTIÓN EMPRESARIAL** presentado por la estudiante **PILATAXI LEMA LUCERO ANGELICA**.

Con el tema de trabajo de Titulación: **PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA DISTRIBUIDORA "ANSHY" DE PRODUCTOS MASIVOS AL POR MAYOR Y MENOR EN LA CIUDADELA UNIDA DEL CANTÓN MILAGRO-ECUADOR.**

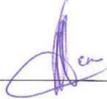
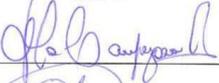
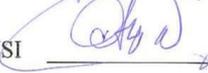
Otorga al presente Emprendimiento, las siguientes calificaciones:

Estructura	[70]
Defensa oral	[30]
Total	[100]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADA

Fecha: 28 de octubre de 2019

Para constancia de lo actuado firman:

Nombres y Apellidos	Firma
Presidente Ec. ROMERO CARDENAS ERIKA JADIRA, PHD.	
Secretario (a) Ing. CAMPUZANO RODRIGUEZ MARIA AUXILIADORA, Mgs.	
Integrante Ing. MEDINA HINOJOSA DEYSI JANET, Mgs.	

DEDICATORIA

Mi deseo es dedicar este trabajo primero a mi Padre Celestial que me ha dado sabiduría e inteligencia para elaborar este proyecto de negocio y de forma constante a mi familia por apoyarme en los momentos más importantes de mi vida, sobre todo por hacerme sentir que puedo lograr lo que me propongo con esfuerzos, dedicación y mucha responsabilidad.

“Mira que te mando que te esfuerces y seas valiente; no temas ni desmayes porque Jehová tu Dios estará contigo donde quieras que vayas” Josué 1:9

Lucero Pilataxi.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, doy gracias a mi Dios, por haber estado siempre conmigo en cada paso que doy día a día, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente, además agradezco a la Universidad Estatal de Milagro, especialmente a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales por abrirme las puertas para formarme profesionalmente para así responder satisfactoriamente en el gran desempeño académico.

También agradezco a mi familia, amigos y en especial a mi madre por brindarme su apoyo incondicional en mis estudios que ha sido mi soporte y a la Econ. Erika Romero Cárdenas por ser mi guía y tutor en el desarrollo de mi trabajo de emprendimiento.

Lucero Pilataxi.

ÍNDICE GENERAL

DERECHO DE AUTOR	I
APROBACIÓN DEL TUTOR DE EMPRENDIMIENTO	II
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
ÍNDICE GENERAL	VI
ÍNDICE DE IMAGEN	IX
ÍNDICE DE GRÁFICO	X
ÍNDICE DE TABLAS	XI
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO 1	4
1. PRESENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	4
1.1. Descripción del negocio.....	4
1.2. Misión	5
1.3. Visión.....	5
1.4. Valores de la Distribuidora Anshy.....	5
1.5. Objetivo General.....	6
1.6. Objetivos Específicos	6
1.6. MATRIZ FODA	7
1.7. MATRIZ FOFA-DODA	8
CAPÍTULO 2	9
2. MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN	9
2.1. Análisis del Mercado	9
2.2. Mercado de Consumo	10
2.3. Mercado de la Demanda	11
2.4. Tipos de Consumidor.....	11

2.5.	Potencial del Mercado	12
2.6.	Caracterización de la Oferta.....	12
2.7.	Ventajas Competitivas	15
2.8.	Investigación de Mercado	15
2.9.	Estrategias de Marketing	27
2.10.	Análisis de la Cinco Fuerzas de “Porter”	29
2.11.	Logo	31
2.12.	Slogan.....	32
2.13.	Costos del Plan de Marketing.....	33
CAPÍTULO 3		34
3.	UBICACIÓN Y UTILIZACIÓN DE FACTORES PRODUCTIVOS	34
3.1.	Diagrama del Flujo del Proceso del Bien o Servicio.....	34
3.2.	Especificaciones de los usuarios/materia prima a utilizarse.....	35
3.3	Instalaciones.....	38
3.4	Modelo del Negocio.....	39
3.5.	Maquinarias y Equipo con sus respectivos costos.....	40
3.6.	Localización del Negocio: macro y micro localización.....	42
3.7.	Tamaño	44
CAPÍTULO 4		45
4.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	45
4.1.	Tipo de Organización.....	45
4.2.	Estructura organizacional	45
4.3.	Funciones y responsabilidades.....	46
4.4	. Flujo de Procesos Administrativo.....	50
4.5.	Instalación, Equipos y Maquinarias para el Personal Administrativo	51
CAPÍTULO 5		52
5.	ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL	52
5.1.	Normativa relacionada con el emprendimiento	52
5.2.	Descripción del Impacto Ambiental	54
5.3.	Principales Impactos Ambientales.....	55
5.4.	Plan de control ambiental (compensación y/o mitigación).....	56

CAPÍTULO 6	58
6. ESTUDIO ECONÓMICO DEL EMPRENDIMIENTO	58
6.1. Inversión y Fuente de Financiamiento	58
6.1.1 Activos Fijos	58
6.1.2 Capital de Trabajo	59
6.1.3 Tabla de Amortización	59
6.1.4. Depreciación	62
6.2. Proyección de Ingresos	62
6.2.1 Proyección de Ventas.....	62
6.3. Proyección de Egresos	65
6.3.1 Costos Directos	65
6.4 Costos Indirectos.....	67
6.4.1 Gastos Administrativo	67
6.4.2 Gatos Generales	68
CAPÍTULO 7	69
7. ESTUDIO FINANCIERO	69
7.1. Estado de Situación Financiera	69
7.2. Estados financieros proyectados	70
7.2.1 Balance General	70
7.2.2 Estado de Resultado.....	71
7.2.3 Flujo de Caja	72
7.2.4 Análisis de la Rentabilidad (VAN – TIR – Tiempo de recuperación – Otros).....	73
7.5. Análisis de Sensibilidad.....	73
7.5.1 Razones Financieras	73
7.5.2 Análisis de Sensibilidad.....	75
CONCLUSIONES.....	77
RECOMENDACIONES	78
BIBLIOGRAFÍA	79
ANEXOS.....	80

ÍNDICE DE IMAGEN

Imagen 1: Logo de la Distribuidora Anshy.....	31
Imagen 2: Instalaciones general de la Distribuidora Anshy.....	38
Imagen 3: Distribuidora Anshy.....	39
Imagen 4: vista satelital Milagro.....	42
Imagen 5: Vista “General” aérea del centro Cantón Milagro.....	42
Imagen 6: Vista satelital ciudadela las Unida, Cantón Milagro.....	43
Imagen 7: Ubicación Distribuidora ANSHY.	43
Imagen 8: Estructura Organizacional.....	45
Imagen 9: Flujo de Procesos.....	50

ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico1: Encargado de realizar las compras	17
Gráfico 2: Lugares de Preferencias.	18
Gráfico 3: Forma de Pago.....	19
Gráfico 4: Productos Masivos.	20
Gráfico 5: Edad de Consumir Productos (Legumbre).....	21
.Gráfico 6: Degustar Productos.....	22
Gráfico 7: Monto de Compra.	23
Gráfico 8: Factores de Importancia al Comprar.....	24
Gráfico 9: Frecuencia de Compra.....	25
Gráfico 10: Grado de Satisfacción.	26
Gráfico 11: Razones Financieras.....	74

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: MATRIZ FODA	7
Tabla 2: ANÁLISIS FOFA-DODA	8
Tabla 3: Productos de Costa-Sierra	13
Tabla 4: Productos de Sierra-Costa	14
Tabla 5: Ubicación del emprendimiento	16
Tabla 6 : Encargado de realizar las compras.	17
Tabla 7 :Lugares de Preferencias.	18
Tabla 8: Forma de pago.	19
Tabla 9: Productos masivos.	20
Tabla 10: Edad de consumir productos (legumbre).	21
Tabla 11: Degustar productos.	22
Tabla 12: Monto de compra.	23
Tabla 13:Factores de importancia al comprar.	24
Tabla 14: Frecuencia de compra.	25
Tabla 15: Grado de satisfacción.	26
Tabla 16: Producto	27
Tabla 17: Precio	27
Tabla 18: Plaza	28
Tabla 19: Promoción	28

Tabla 20: Publicidad.	29
Tabla 21: Cinco Fuerzas de Porter	30
Tabla 22: Costo Marketing	33
Tabla 23: Insumos	36
Tabla 24: Insumos	37
Tabla 25: Maquinarias y equipo	40
Tabla 26: Muebles y Enseres	41
Tabla 27: Clasificación de la Empresa	44
Tabla 28: Manual de Funciones del Gerente	46
Tabla 29: Manual de Funciones del Contador CPA	47
Tabla 30: Manual de Funciones del Vendedor	48
Tabla 31: Manual de Funciones del Cajero.	49
Tabla 32: Equipo de Cómputo.	51
Tabla 33: Equipo de Oficinas.	51
Tabla 34: Matriz, identificación de impactos ambientales.	55
Tabla 35: Matriz de Mitigación Ambiental	56
Tabla 36: Matriz de Compensación Ambiental	57
Tabla 37: Inversión Activos Fijos	58
Tabla 38: Aporte accionista.	59
Tabla 39: Capital de inversiones	59

Tabla 40: Tabla Amortización.	60
Tabla 41: Tabla Amortización.	61
Tabla 42: Depreciación de activos fijos.	62
Tabla 43: Proyección de ventas	63
Tabla 44: Proyección unidades vendidas.	63
Tabla 45: Continuación tabla #44.Proyección unidades vendidas.	64
Tabla 46: Costos de inversión	65
Tabla 47: Unidades Anuales.	65
Tabla 48: Gastos Administrativo.	67
Tabla 49: Gastos Generales.	68
Tabla 50: Costos Indirectos.	68
Tabla 51: Estado de Situación Inicial.	69
Tabla 52: Balance General.	70
Tabla 53: Estado de Resultado Proyectado.	71
Tabla 54: Flujo de Caja.	72
Tabla 55: Análisis de la Rentabilidad.	73
Tabla 56: Razones Financieras.	73
Tabla 57: Punto de Equilibrio.	74
Tabla 58: Dupont.	75
Tabla 59: Escenario de Análisis.	75

RESUMEN

La creciente problemática de empleo y encarecimiento del costo de subsistencia a nivel mundial, ha venido generando grandes estragos en la economía sectorial de cada uno de los países en su desarrollo, a ello se suma el flujo migratorio, condiciones a las cuales no se escapa nuestro país Ecuador, en forma especial el cantón Milagro y sus parroquias.

Por lo cual para poder contribuir en reducir este problema nace la necesidad de implementar un plan de emprendimiento la misma que se basa en la creación y luego la implementación de la **“Distribuidora Anshy”** la cual prevé ofrecer productos de primera necesidad y de alta calidad como legumbres, frutas, abarrotes entre otros, mismos que estarán a disposición de los consumidores que se encuentra ubicados en la ciudadela del sector.

La **“Distribuidora Anshy”**, tiene como meta contribuir a la reducción del desempleo a través de la ejecución del plan emprendedor en la ciudad de Milagro, generando futuros empleos en la cual el empleado y empleador se sientan a gusto realizando su labor al servicio de la sociedad, el cual se efectuará con un alto índice de responsabilidad social y ambiental.

De forma responsable y técnica se ha establecido un margen del 43% de aceptabilidad de las madres de familia mismas que mantienen la responsabilidad doméstica al realizar las compras de su hogar y al mismo tiempo son encargadas de administrar la economía de su casa, para ello se ha podido identificar lugares estratégicos y preferenciales al momento de realizar esta ardua labor los cuales están representados por los pequeños comerciantes con el 38% en dicho sector.

Es necesario mencionar que el proyecto mantiene una alta aceptabilidad por los potenciales clientes ya que la distribuidora mantiene como fortaleza los precios accesibles al público el mismo que se representa con el 44% a diferencia de la competencia, generando un nivel del 38% de satisfacción en la calidad del producto.

Finalmente, en el estudio financiero de la **“Distribuidora Anshy”** para comenzar en vender sus productos debe empezar con un costo de \$82.251,48 para el primer año, un VAN de \$20.631,68 por tanto es mayor a cero y un TIR de 96% lo cual significa que el plan de negocio es factible.

PALABRAS CLAVE: Emprendedor, Progreso, Productos, Calidad, Precios.

ABSTRACT

The growing problem of employment and increase in the cost of living around the world has been generating big havoc in the sectoral of each of the countries economy in its development, Furthermore, the migratory flow, conditions which does not escape our country Ecuador, in a special the canton Milagro and its parishes.

Therefore, to contribute to reduce this problem is the need to implement a plan of entrepreneurship that is based on the creation and the implementation of the "**Distributor Anshy**" which foresees to offer products of first necessity and high quality such as vegetables, fruits, groceries, themselves that they will be available to consumers that is located in the Citadel of the sector.

The "**Distributor Anshy**", aims to contribute to the reduction of unemployment through the implementation of the entrepreneur plan in Milagro city, generating future jobs at which the employee and employer feel at ease doing his work in the service of the society, which shall be carried out with a high level of social and environmental responsibility.

Responsibly and technique has been established a margin of 43% of acceptability of the same mothers who maintain responsibility domestic when making purchases of your home and at the same time are responsible for managing the economy of their home, so is has been able to identify strategic and preferential places at the time of making this arduous work which are represented by small traders with 38% in this sector.

It is worth mentioning that the project maintains a high acceptability by potential customers since the distributor keeps as fortress prices accessible to the public which is represented by 44% as opposed to the competition, generating a level 38% of satisfaction in the quality of the product.

Finally, in the financial study of the "**Distributor Anshy**" to start selling their products should begin with a cost of \$82.251,48 for the first year, a VAN of \$20.631,68 wherefore it is greater than zero and an TIR of 96% which means that the business plan is feasible.

KEY WORDS: Entrepreneur, Progress, Products, Quality, Prices.

INTRODUCCIÓN

Los negocios a nivel nacional son una de las fuentes de alta importancia en la economía del país, ya que abarca tres áreas importantes de la macroeconomía del sector en que se desarrolla como son: negocios comerciales, de servicios e industriales las mismas que contribuye a dinamizar la economía. Sin embargo, cabe señalar que los negocios y la economía del país se han visto afectados por la mala gestión y administración de las autoridades de turno, los mismos que no brindan el apoyo técnico y específico al área afectada.

Por otra parte, es necesario mencionar que las microempresas de Milagro abarcan una gran parte del cantón, mismos que son pequeños negocios que contribuyen a dinamizar la economía local, sin embargo, estos negocios o micro emprendimientos en su mayor parte cuentan con un muchas limitaciones para su correcto crecimiento, cuyo desarrollo de actividades son realizada en gran parte de manera empírica, a causa de los bajos niveles de formación académica que poseen sus propietarios y por consiguiente sus trabajadores.

Es necesario destacar aspectos positivos del sector micro empresarial, los cuales abarcan una amplia participación en el sector financiero y económico del lugar, siendo este aproximadamente el 91% de la actividad comercial en la ciudad de Milagro, pero a pesar de la amplitud y variedad emprendimientos existentes, también localizamos la existencia de actividades comerciales repetitivas que dividen el mercado de clientes, generando niveles muy bajos de rentabilidad además de encarecer el costo de los productos permitiendo solamente ser negocios de subsistencia y no de prosperidad.

Ante esta compleja situación nace la necesidad de implementar un nuevo emprendimiento en la ciudad de Milagro en el sector de la ciudadela Unida una distribuidora-comercial de productos de consumos masivos con el propósito de ofrecer a sus futuros clientes una nueva e innovadora forma de acceder a los bienes y servicios con calidad, de una manera rápida y oportuna. De igual manera se pretende lograr en generar fuentes de trabajos y por supuesto cuidar la economía del consumidor a esto le añadiremos el buen rendimiento financiero para el beneficio de la entidad.

CAPÍTULO 1

1. PRESENTACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO

1.1. Descripción del negocio

Actualmente existen negocios pequeños y distribuidoras dedicadas a las ventas de productos de consumo masivos que son reconocidas por sus precios o modalidad de trabajo, sin embargo, nuestro objetivo es crear un punto de distribución llamado **“Distribuidora Anshy”**, la misma que estará dedicada a la comercialización de bienes y servicios de todos los insumos en sí, ofreciendo a nuestros clientes un fruto de calidad al mejor precio. La distribuidora se ubicará en la ciudad de Milagro donde ofrecerá variedades de productos al por mayor y menor como: legumbres, tubérculos, frutas, huevos, arroz, aceite, azúcar y otros.

Adicionalmente se realizará alianzas estratégicas con empresas que proporcionen beneficios adicionales al negocio por ende a los clientes. Al mismo tiempo se ofrecerá los productos fuera de la ciudad a las diferentes tiendas, supermercados entre otros.

Además, a través de un plan de mercadeo se pretende identificar el tamaño del mercado y de los clientes potenciales, tanto como el precio de los productos y todo el plan de marketing que se ejecutaran para implementar en la microempresa así mismo como son la calidad y precio de los bienes potenciando la elección del consumidor.

1.2. Misión

ANSHY está enfocada en ofrecer la mejor calidad y variedad de productos de consumo masivo, provenientes de las tres regiones del Ecuador Costa, Sierra y Oriente, estableciendo un lazo directo con nuestros clientes para brindarles la mejor opción en su economía y en su satisfacción.

1.3. Visión

Ser una entidad líder en la distribución de productos de amplia adquisición a nivel nacional con precios accesibles para lograr la satisfacción de nuestros clientes a través del ahorro diario en nuestra distribuidora.

1.4. Valores de la Distribuidora Anshy.

Los valores que se aplican en la parte internas y externas de la “**Distribuidora Anshy**” son muy importantes para la entidad ya que son las fuerzas impulsoras del cómo hacemos nuestro trabajo. Por lo cual se detallan los siguientes valores:

Servicio: La Distribuidora Anshy tendrá la disposición en superar las grandes expectativas de los futuros y nuevos clientes por medio de una ayuda amable, honesta y adecuada.

Integridad: Operamos siempre cuidando el interés de la Distribuidora Anshy por lo cual pensamos, decidimos y hacemos lo correcto.

Responsabilidad: Establecer nuestro trabajo con confianza, desempeñándonos con una gran seriedad en el desempeño de los objetivos, responsabilidades y políticas de la distribuidora Anshy y la colectividad.

Honestidad: Este valor es importante dentro de la Distribuidora Anshy por lo cual se desempeñará las labores con honestidad hacia nuestros clientes y trabajadores.

Respeto: Es un valor que se aplica en la parte interna y externa de la distribuidora con los clientes y trabajadores en la cual nos permite reconocer, aceptar y valorar las cualidades del prójimo al igual que sus derechos.

Equipo: Dentro de la Distribuidora Anshy trabajaremos en equipo por lo cual colaboramos, aumentamos esfuerzos y desarrollamos logros.

Calidad: La Distribuidora Anshy ofrecerá productos de consumo masivo y servicios de alta calidad.

1.5. Objetivo General

- Diseñar un programa de negocio para la instauración de una distribuidora de productos de consumo masivo para satisfacer las necesidades de los clientes de la ciudadela Unida del Cantón Milagro de la provincia del Guayas.

1.6. Objetivos Específicos

- Establecer un análisis situacional para el negocio.
- Análisis de mercado.
- Determinar la viabilidad económica, financiera y legal para crear la microempresa.
- Planear y formular estrategias de crecimiento micro empresarial a nivel local y nacional.
- Definir canales de distribución de productos de consumo masivo de forma directa, segura, oportuna y rápida.

1.6. MATRIZ FODA

Tabla 1: MATRIZ FODA

MATRIZ FODA		
INTERNAS	Fortalezas	1_Liderazgo empresarial.
		2_Productos de calidad.
		3_Variiedad de productos.
		4_ Atención personalizada.
	Debilidades	1_ Nuevos en el mercado.
		2_Falta de infraestructura propia.
		3_Inseguridad del sector.
4_Dificultad de acceso a crédito.		
EXTERNAS	Oportunidades	1_Expansión en nuevo mercado.
		2_Incremento de demanda.
		3_Nueva tecnología.
		4_Acceso a más clientes.
	Amenazas	1_Compentencia.
		2_Deterioro de los Productos de corta duración.
		3_Vandalismo y delincuencia del sector.
4_Escasez de productos		

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

1.7. MATRIZ FOFA-DODA

Tabla 2: ANÁLISIS FOFA-DODA

MATRIZ FOFA-DODA	
ESTRATEGIAS FO	F1.O1 Implementar servicios adecuado del talento humano y recursos empresariales para lograr un posicionamiento apropiado de la microempresa.
	F4.O2 Desarrollar nuevas estrategias sobre la atención al cliente y priorizando la selectividad del consumidor dentro de la cadena competitiva del mercado.
	F3. O3 Implementar un catálogo donde se muestre la variedad de productos existente con sus respectivos precios mediante el uso de aplicaciones informáticas para facilitar la elección de sus productos favoritos.
ESTRATEGIAS FA	F3. A1 Mantener productos de buena calidad y accesibilidad de los consumidores generando de esta manera cierta ventaja competitiva ante los grandes supermercados.
	F4. A2 Adecuar el precio de los productos a beneficio del consumidor y de la microempresa, generando ofertas que permita la salida de la mercadería y evitar la pérdida de los mismos.
	F1.A3 Establecer alianzas locales y estratégicas con gente del sector además generar fuente de empleo para reducir el índice de delincuencia.
MATRIZ FOFA-DODA	
ESTRATEGIAS DO	D1.O1 Atraer inversionista que aporten capital en el negocio.
	D3. O3 Colocar cámara de seguridad con el fin de captar al sector de la delincuencia.
	D4. O4 Crear carteras de créditos para clientes afiliados a la microempresa además de brindar bonificaciones a la fidelidad de los consumidores y de esta manera captar compradores incrementando los ingresos de la empresa.
ESTRATEGIAS DA	D2.A2 .Perchar los productos con su respectivos precios con el fin de llamar la atención del cliente.
	D3.A3 Implementar equipos de seguridad en la microempresa para de esta manera identificar a los causantes de vandalismo e inseguridad en el sector y de esta manera poder ponerlos a órdenes de las autoridades.
	D1. A4 Disponer una amplia variedad de productos sustitutos ante los escasos del producto principal.

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

CAPÍTULO 2

2. MERCADEO Y COMERCIALIZACIÓN

2.1. Análisis del Mercado

El análisis de mercado es un punto muy importante para el funcionamiento de la **Distribuidora Anshy**, la cual nos ayuda a tener recaudación de datos sobre los futuros clientes que tendrá la entidad, los competidores, el entorno legal, económico, tecnológico y el mercado en el que queremos desarrollar el emprendimiento.

Para la “**Distribuidora Anshy**” será primordial el análisis de mercado en la que se identifique el tipo de información recolectada como es el sector en el que se desenvolverá la entidad mostrar si es factible para tomar como demanda de los servicios que se ofrecerá y además las principales empresas comerciales que actuaran como competencia directa y determinar su participación en el mercado con el fin definir los servicios complementarios que la entidad ofrecerá como valor agregado que la competencia nos ofrece.

Además, al realizar esta investigación se verificará que los competidores directos que se dedican a la comercialización y satisfacción de la necesidad del cliente, por esta y otras razones el plan de emprendimiento recogerá las necesidades prioritarias de los futuros compradores realizando alianzas con intermediarios como son: proveedores, tiendas, supermercados y comisariatos que están ubicados en el cantón Milagro, para que así nuestro negocio tenga una buena acogida en el mercado y en un futuro ser reconocidas en otras ciudades del país.

Al visualizar el estudio de mercado nuestros mayores competidores son las grandes empresas comerciales la cual son: Devies, Aki, Rosita y otros, ya que son negocios que tienen más acogimiento en el mercado actual y cuenta con una rentabilidad muy aceptables durante su funcionamiento, es por eso que vamos a tomar en cuenta sobre los puntos anteriores que permitirá minimizar el riesgo, identificar las oportunidades de ventas y diseñar un plan de mercadeo efectivo.

2.2. Mercado de Consumo

Los potenciales consumidores son importantes para la “Distribuidora Anshy” los mismos que hacen referencia a todos los clientes que adquieren mercancías para su deleite en este lugar de expendio, sin embargo, es necesario mencionar que en realidad no todos los compradores mantienen un mismo hábito de consumo, favoritismos y costumbres de compras, a causa de la diferencia de etnias las cuales diferencian a los gustos del potencial cliente.

La “**Distribuidora Anshy**” ofrecerá a sus clientes productos de consumos masivo ya que son bienes de beneficios para el consumidor la cual se realizada las ventas con valores accesible para el alcance de sus bolsillos ya que los compradores serán de diferentes recursos económicos al momento de comprar los productos que ofrecerá la microempresa. Se describe unos de los tipos de consumos en la que concuerde con el trabajo de emprendimiento ya propuesto por lo cual es el:

Mercado de bienes de consumo inmediato: Son productos obtenidos por compradores individuales o familiares la cual se realizan con frecuencia de consumirlos en tiempos de adquisición. Por la cual la “**Distribuidora Anshy**” tendrá su propio mercado de consumo ya que cada uno de los clientes compraran los productos como: legumbres, frutas, lácteos y otros.

Al momento de instalar la distribuidora en la ciudadela Unida tendremos los clientes fieles en que ellos mismo se despachen la cual cada uno de ellos buscan su gusto es decir la calidad del producto fresco bonito y barato al alcancé de su bolsillo gracias al consumo masivo que se ofrecerá se obtendrá clientes fieles (Maria, 2002).

Mercado de consumo de preferencia: En la “**Distribuidora Anshy**” se ofrecerá productos como: legumbres, frutas, lácteos y otros, la cual se venderá estos bienes de consumo todos los días de la semana del año en la ciudadela Unida del cantón Milagro y sus alrededores.

La mayor parte de clientes tiene su preferencia de consumir sus productos ya sea legumbres o frutas la cual son bienes más vendida en el mercado y tienen un costo

accesible es decir al alcance de su bolsillo por lo cual cada tipo de cliente pueda pagar a un precio justo.

2.3. Mercado de la Demanda

La “**Distribuidora Anshy**” ya conoce el mercado donde ofrecerá sus productos de consumo masivos por la cual la demanda incrementará en cada semana por que cada cliente pagará en valor efectivo de los bienes, la cual es una ventaja muy buena para la entidad.

Se visualiza que la distribuidora tendrá éxito por la cual se realizara venta y distribuir los productos masivos en las zonas más alejadas de Milagro porque en si comprarán los bienes gracias a estos aumentará la demanda de dicha mercadería y tendrá clientes fieles en que están listo para pagar un precio determinado de un bien comestibles.

2.4. Tipos de Consumidor

Los consumidores son muy importantes dentro de una empresa por la cual la “**Distribuidora Anshy**” tendrá la obligación de estudiar a sus diferentes clientes que llegaran a comprar los productos en la entidad. Detallaremos los tipos de cliente que tendrá la distribuidora Anshy son los siguientes:

Consumidores por tipo de compra

- **Planeado:** Son tipos de clientes que visitarán a la distribuidora en la cual el comprador reflexiona sobre su compra ante de realizar su adquisición ya saben que es los que van a consumir, la marca y en qué lugar van a realizar sus adquisiciones.
- **Sugestionado:** La “**Distribuidora Anshy**” tendrá publicidad por medio de las redes sociales en la cual el cliente se informará a través del anuncio virtual siendo por tanto influenciado por la misma.
- **Impulsivo:** Son clientes que visitarán a la “**Distribuidora Anshy**”, por la cual el comprador adquiere por impulso, es decir sin un análisis previo a sus necesidades.

Consumidores por la fidelidad de la marca o al producto

- **Experimental:** La “**Distribuidora Anshy**”, ofrecerá nuevos productos al mercado por lo tanto el consumidor experimental siempre estará dispuesto a probar distintos alimentos que ha salido a la venta.
- **Habitual:** La entidad comercial también contará con cliente que siempre compra la misma mercadería y marca, sin embargo, en el caso de no hallarlo mantiene otras alternativas de consumo.
- **Fiel:** Dentro de la “**Distribuidora Anshy**”, también encontraremos el tipo de cliente que se sentirán identificados con el producto que oferta la entidad, causando selectividad e identidad del consumidor y los productos en oferta

Compradores por su relación con la plata

- **Ostentosa:** La “**Distribuidora Anshy**”, también contará con el tipo de cliente que mantienen una alta selectividad al momento de adquirir sus productos, dando preferencia a las grandes marcas.
- **Conformista:** La “**Distribuidora Anshy**”, también contará con el cliente conformista, el mismo que buscará precautelar la economía de su hogar y al mismo tiempo satisfacer las necesidades de su familia, por lo tanto, no mantendrá preferencias de productos o marcas selectas.
- **Ahorrador:** La distribuidora también contará con los consumidores ahorrativos quienes buscan economizar sus gastos, por lo tanto, siempre se encontrará en busca de productos en ofertas y mediana calidad.

2.5. Potencial del Mercado

En el negocio propuesto de los productos de consumos masivos que se ofrecerán en la ciudadela Unida del cantón Milagro y sus alrededores como: Bellavista, Nueva Unida, Las Margaritas y otros comenzaremos a vender todos los días de la semana. Los productos que se venderá y distribuirán deben ser totalmente vendidos por ejemplos legumbres, lácteos, frutas y otros totalmente en los días previstos con la finalidad de obtener una ganancia rentable para la distribuidora y el personal.

2.6. Caracterización de la Oferta

En el siguiente cuadro detallaremos los productos que se ofrecerá a los diferentes clientes del sector de las Unidas del cantón Milagro y sus alrededores.

Tabla 3: Productos de Costa-Sierra

PRODUCTOS DE COSTA-SIERRA	
PRODUCTOS	CARACTERÍSTICAS
 <p>Frutas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Contiene vitamina A, B, C. ○ Alto contenido en pulpa de frutas. ○ La mayoría de frutas contiene un alto contenido de agua que oscila el 80% y 95%.
<p>Azúcar</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 100% de caña de azúcar. ○ Se vende en varias cantidades de kilogramos. ○ La azúcar son carbohidratos.
<p>Arroz</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Arroz blanco. ○ 100% grano grueso y seleccionados. ○ 100 libras exactas.

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

PRODUCTOS DE COSTA-SIERRA	
PRODUCTOS	CARACTERÍSTICAS
<p>Yuca</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Su fruto es pulposo. ○ Son arbustos. ○ 100% harinosa.

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Tabla 4: Productos de Sierra-Costa

PRODUCTOS DE SIERRA-COSTA	
PRODUCTOS	CARACTERÍSTICAS
<p>Hortalizas</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tiene vitaminas. ○ Ayuda evitar el riesgo de enfermedades peligrosas. ○ Son comestible.
<p>Frutas</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Contiene vitamina. ○ Tiene contenido de pulpa 100%. ○ Posee alta contenido de hidratos de carbono.
<p>Granos tiernos</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Contiene proteínas. ○ Tiene fibras. ○ No contiene grasas saturadas.
<p>Papa</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Contiene agua del 80%. ○ Tiene vitamina A, B y C. ○ Posee proteína.

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

2.7. Ventajas Competitivas

A diferencia de otras distribuidoras que ofrecen los mismos productos, la entidad tendrá ventajas competitivas los mismos que se describen en los siguientes ítems:

- Abrir la Distribuidora Anshy a la hora exacta que es a la 5 am hasta las 10 pm.
- Ofrecer variedad de productos de alta calidad de las distintas regiones que tiene el país.
- Poseer precios módicos para las distintas clases sociales de dicho sector.
- Tener personal calificado que permite brindar una excelente atención al cliente.
- Contar con una buena ubicación que en si permita tener mayor visibilidad para los compradores.
- Manejar sistema publicitario eficiente que permita llegar a más puntos de ventas.
- Eficiencia en el momento de distribuir los productos a su lugar de destino.

2.8. Investigación de Mercado

La Investigación del mercado es relevante para la “**Distribuidora Anshy**” el mismo que nos permitirá conocer el ambiente interno y externo del nicho de mercado de un determinado producto la cual se realizada mediante una encuesta en el sector donde se pretende instalar la entidad. En la encuesta que se realizara se medirán variables como es el precio que está dispuesto a pagar, preferencia de consumir legumbre, que producto degustan antes de consumir.

Para ejecutar un adecuado estudio de mercados se analizarán diferentes alternativas para determinar la técnica de muestreo y el tamaño de muestra que permita contar con datos confiables. El tamaño de la encuesta se encuestada de forma aleatoria a un grupo de 80 personas, lo que equivale a una selección de muestra de los clientes que visita el negocio de legumbres y verduras. Se utilizada la encuesta con instrumento para investigar los gustos y preferencias de los posibles clientes.

El presente trabajo de emprendimiento se desarrollada en:

Tabla 5: Ubicación del emprendimiento

UBICACIÓN DEL EMPRENDIMIENTO	
País	Ecuador
Región	Costa
Provincia	Guayas
Parroquia	Milagro
Sector	Urbano y Rural
Ciudadela	Unida

Autor: Pilataxi Lucero, 2019.

La investigación realizada mediante las encuestas es clara, precisa y sistematizada, la misma que refleja en la tabulación, análisis y gráfica de las diez preguntas que forman parte de la herramienta que sirve para el análisis del mercado.

ENCUESTA Y TABULACIÓN

PREGUNTA 1

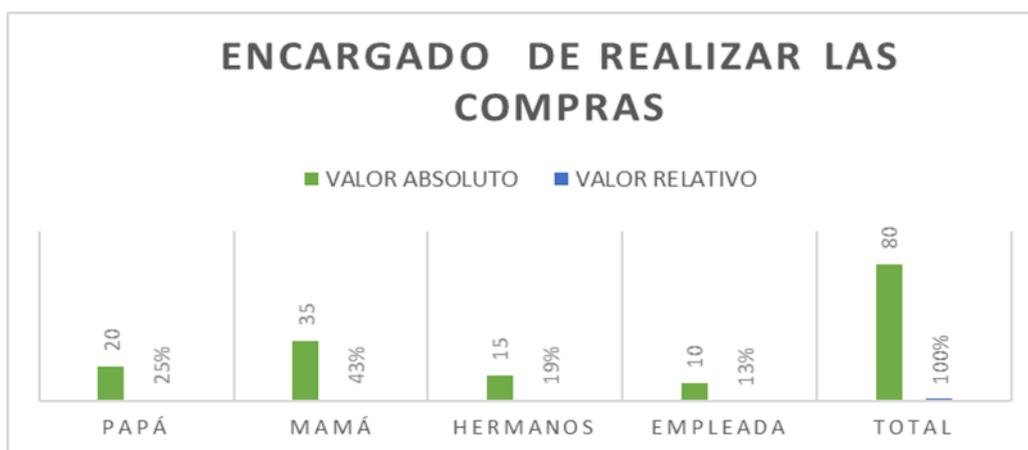
¿Quién es el encargado de realizar las compras de su familia?

Tabla 6 : Encargado de realizar las compras.

ALTERNATIVAS	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
Papá	20	25%
Mamá	35	43%
Hermanos	15	19%
Empleada	10	13%
Total	80	100%

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Gráfico1: Encargado de realizar las compras



Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Análisis:

Aplicada la encuesta #1, se puede observar claramente que las madres de familia mantienen el porcentaje más alto de preferencias para realizar las compras mismo que está representado con el 43%, seguido con el 25% de relación a preferencias del padre a realizar tareas complementarias al hogar, siendo los padres los de mayor responsabilidad al momento de comprar productos de buena calidad en el mercado.

PREGUNTA 2

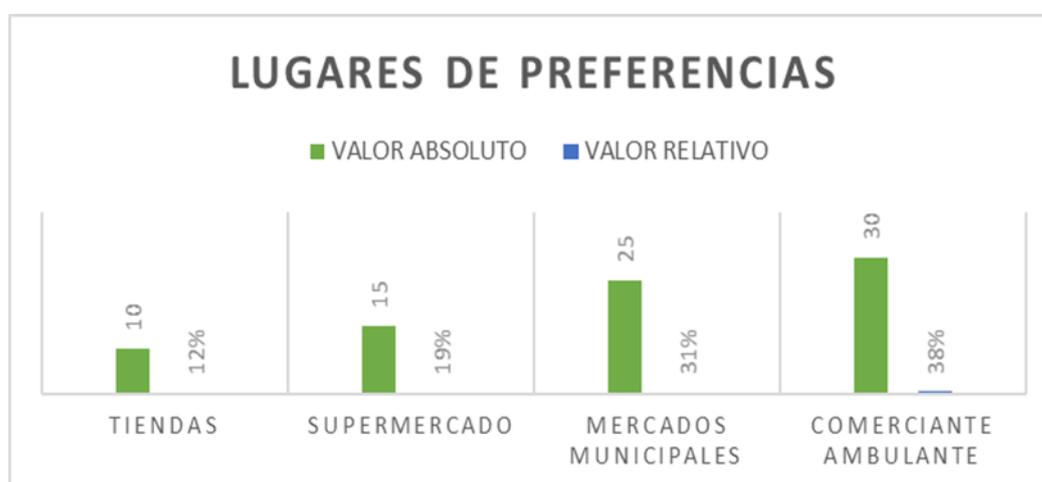
¿Cuál es el lugar de preferencia, al realizar sus compras para el hogar?

Tabla 7 :Lugares de Preferencias.

ALTERNATIVAS	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
Tiendas	10	12%
Supermercado	15	19%
Mercados Municipales	25	31%
Comerciante Ambulante	30	38%
Total	80	100%

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Gráfico 2: Lugares de Preferencias.



Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Análisis:

Realizada la encuesta # 2 podemos encontrar que las madres familia mantienen cierta preferencia de compra a los comerciantes ambulantes representado con el 38%, seguido del 31% de preferencias a mercados municipales, manteniendo las dos ciertas relaciones al bajo costo y fácil accesibilidad de los productos.

PREGUNTA 3

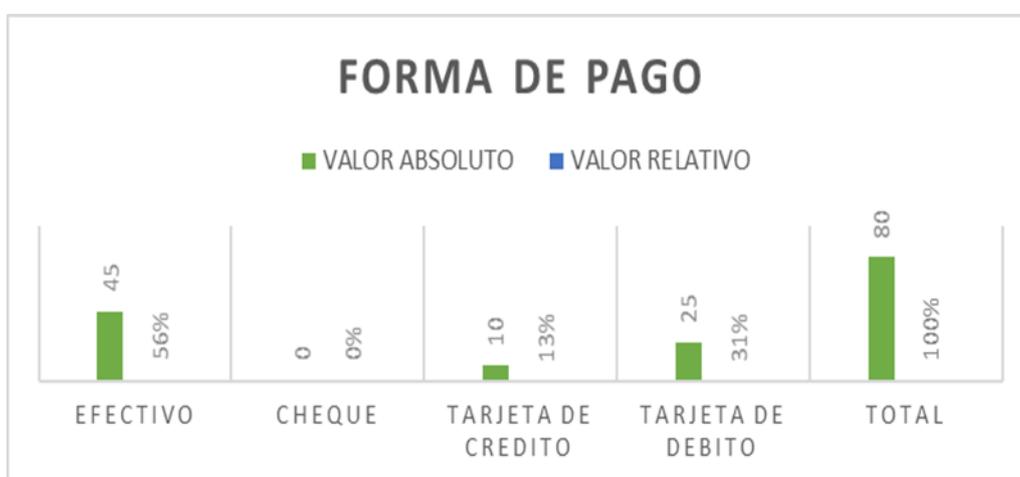
¿Qué medio de pago utiliza cuando hace la compra de legumbre?

Tabla 8: Forma de pago.

ALTERNATIVAS	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
Efectivo	45	56%
Cheque	0	0%
Tarjeta de crédito	10	13%
Tarjeta de debito	25	31%
Total	80	100%

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Gráfico 3: Forma de Pago.



Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Análisis:

Aplicada la encuesta #3 se pudo identificar que el 56% del total de la población encuestada realizan pagos en efectivo, destacando este medio por no tener cargos adicionales y en comparación de la tarjeta de débito, seguido por el 31% que efectúan sus pagos a través de tarjetas de débito, lo cual garantiza el equilibrio y solvencia de la economía social además de la seguridad que brindan en dichos supermercados.

PREGUNTA 4

Consumen usted productos masivos como:

Tabla 9: Productos masivos.

ALTERNATIVAS	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
Hortalizas	10	12%
Cereales	15	19%
Granos Secos	35	44%
Tubérculos	20	25%
Total	80	100%

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Gráfico 4: Productos Masivos.



Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Análisis:

Aplicada la encuesta de la pregunta #4 se pudo medir el nivel de preferencias de consumo por el cliente siendo está representada con el 44%, al consumo de granos secos, por su alto contenido proteico, seguido del 25% de consumo de tubérculos, y la combinación del resto de productos ya que son una buena fuente de nutrientes.

PREGUNTA 5

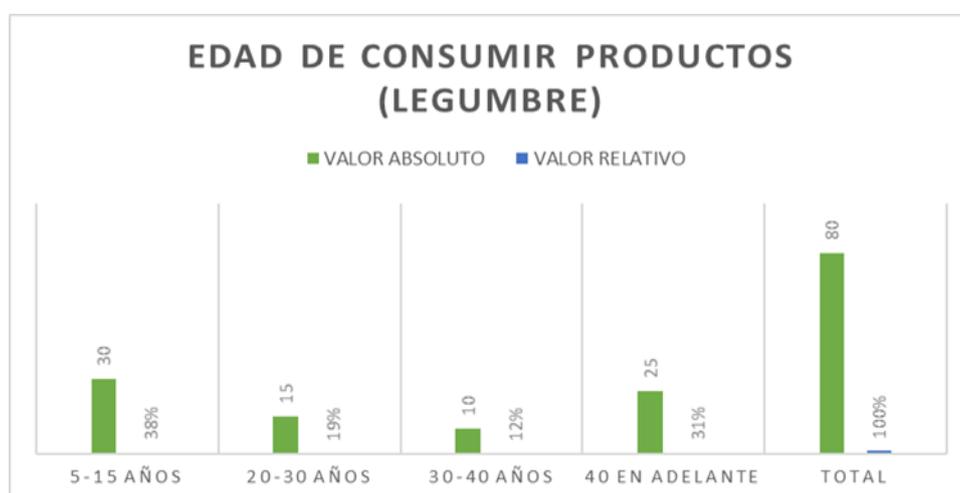
¿Qué rango de edad consumen los productos masivos como por ejemplo legumbre?

Tabla 10: Edad de consumir productos (legumbre).

ALTERNATIVAS	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
5-15 Años	30	38%
20-30 Años	15	19%
30-40 Años	10	12%
40 en adelante	25	31%
Total	80	100%

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Gráfico 5: Edad de Consumir Productos (Legumbre)



Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Análisis:

Efectuado el análisis de la pregunta #5 se puede observar que el rango de preferencias al consumo de legumbre se sitúa entre 5-15 años presentado con el 38% manteniendo el indicador de necesidades de los nutrientes que aportan los mismos, además encontramos una relación directa con el 31% que esta relacionada con el rango de edades de 40 años en adelante donde las personas mantienen mayor necesidad de vitaminas y nutrientes para un buen estilo de vida.

PREGUNTA 6

De los siguientes productos cual le degusta más:

Tabla 11: Degustar productos.

ALTERNATIVAS	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
Hortalizas	10	12%
Cereales	15	19%
Granos Secos	25	32%
Tubérculos	30	37%
Total	80	100%

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

.Gráfico 6: Degustar Productos.



Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Análisis:

El 37% de los encuestados nos indica que el producto que degusta más son los tubérculos porque son más rico por su contenido de almidones y ciertas vitaminas, etc. Seguido del 32% las cuales indican que degustan los granos secos por su alto contenido proteico y vitaminas la cual nos indicaban que son granos frescos y contiene mucho beneficio para el consumidor.

PREGUNTA 7

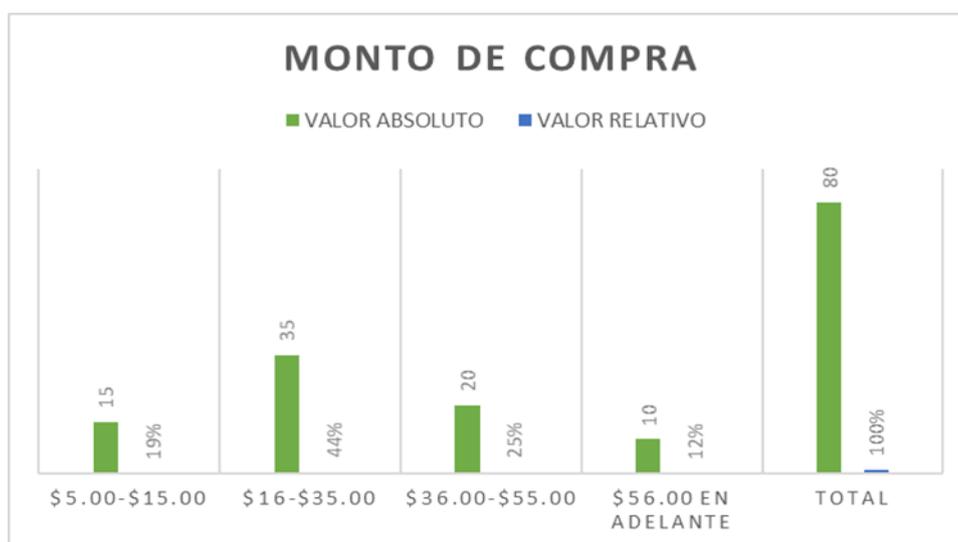
¿Cuánto es el monto que asciende en la compra de legumbre?

Tabla 12: Monto de compra.

ALTERNATIVAS	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
\$5.00-\$15.00	15	19%
\$16-\$35.00	35	44%
\$36.00-\$55.00	20	25%
\$56.00 en adelante	10	12%
Total	80	100%

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Gráfico 7: Monto de Compra.



Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Análisis:

Una vez efectuado el análisis de la pregunta #7 se pudo hallar que el 44% de los encuestados indican que invierten un monto de \$16.00-\$35.00 dólares en legumbres, seguido del 25%, que invierten un monto de \$36.00-\$55.00 dólares dependiendo de los productos que consuma en su hogar y los métodos de conservación que poseen en el hogar.

PREGUNTA 8

Al momento de comprar o seleccionar los productos que le ofrecen a usted cuál es su aspecto importante de adquirir el bien.

Tabla 13: Factores de importancia al comprar.

ALTERNATIVAS	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
Calidad	20	25%
Precio	35	44%
Servicio	15	19%
Sabor	10	12%
Total	80	100%

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Gráfico 8: Factores de Importancia al Comprar.



Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Análisis:

Una vez analizada la pregunta #8 podemos hallar que el 44% de encuestados mantienen relación de preferencia de compra y selección de los productos en torno al precio que mantienen a causa de economía, mientras que el 25% corresponde la calidad, manteniendo relación directa el uno con el otro, manteniendo de preferencias la calidad y el precio.

PREGUNTA 9

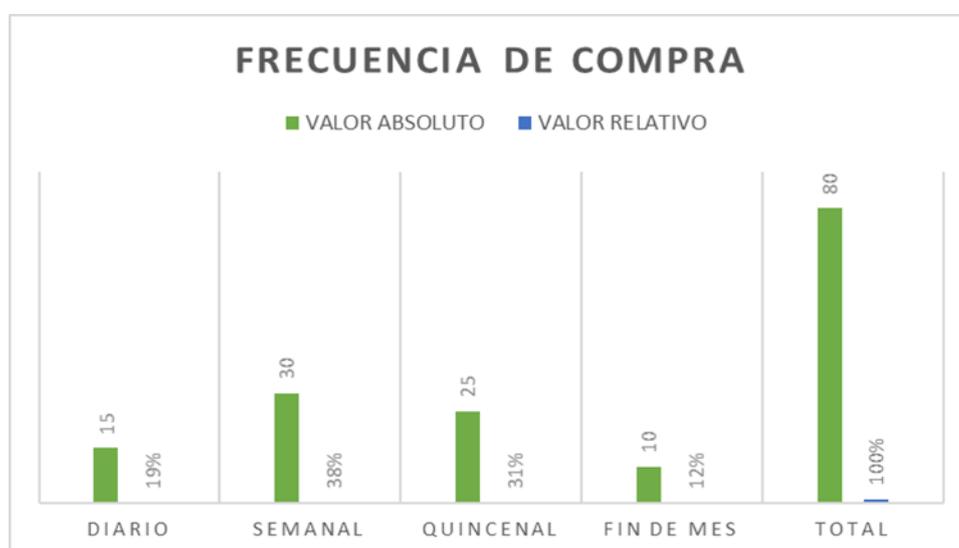
Usted con qué frecuencia compra legumbre.

Tabla 14: Frecuencia de compra.

ALTERNATIVAS	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
Diario	15	19%
Semanal	30	38%
Quincenal	25	31%
Fin de mes	10	12%
Total	80	100%

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Gráfico 9: Frecuencia de Compra.



Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Análisis:

Efectuado el análisis de la pregunta #9, se puede observar que la frecuencia de consumos de legumbres en el cantón Milagro y sus alrededores se la realiza de forma semanal la misma que representa el 38%. Mientras el 31% corresponde las compras quincenales, estando los dos valores ligados de forma directa al factor clima, es decir a su corto periodo de preservación y consumo y a sus ingresos por el déficit laboral.

PREGUNTA 10

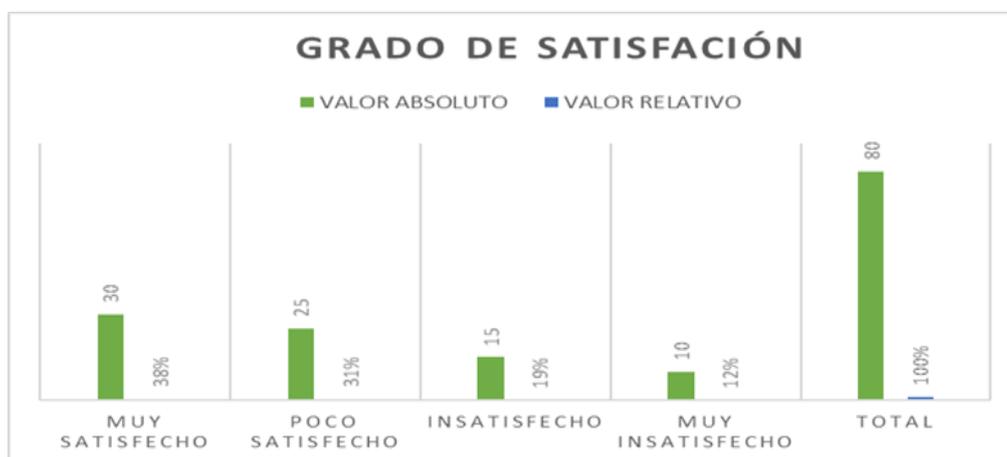
Cuál es su grado de satisfacción al degustar los productos comestibles a la hora de consumir. (Legumbre)

Tabla 15: Grado de satisfacción.

ALTERNATIVAS	VALOR ABSOLUTO	VALOR RELATIVO
Muy satisfecho	30	38%
Poco satisfecho	25	31%
Insatisfecho	15	19%
Muy insatisfecho	10	12%
Total	80	100%

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Gráfico 10: Grado de Satisfacción.



Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Análisis:

Una vez efectuado el análisis de la pregunta #10 en torno al grado de satisfacción, se puede observar el 38% de aceptabilidad y satisfacción a la hora de consumir legumbre a causa de la calidad y frescura y el aporte de nutrientes que estos aportan en su estado de frescura y pureza, seguida del el 31% corresponde que corresponde a poco satisfechos ya que desconocen de los beneficios que aporta el consumo de estos productos y la economía de su hogar.

2.9. Estrategias de Marketing

“Distribuidora Anshy” utiliza estrategias relacionadas con las diferentes “P” con el fin de obtener clientes fieles que se sientan agradables de consumir sus productos y por la cual la empresa tenga éxito en un futuro. (LUQUE, 2015)

Tabla 16: Producto

PRODUCTO		
E1: Dar un nuevo estilo de presentación al producto que ofrecerá la distribuidora.	E2: Ampliar la línea de productos como: legumbre, frutas, víveres y otros la cual sean acogida para el cliente.	E3: Añadir etiquetas a todos tipos de productos la cual sea una forma más de llamar la atención del cliente.

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: Libro Plan de Marketing Empresarial. (LUQUE, 2015)

Tabla 17: Precio

PRECIO	
E1: Colocar precios de lanzamiento a los diversos productos.	E2: Establecer precios exclusivos de distribución al por mayor y al menor.

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: Libro Plan de Marketing Empresarial. (LUQUE, 2015)

Tabla 18: Plaza

PLAZA	
E1: Incrementar el número de vehículo para lograr en distribuir los productos a distintos mercados que se encuentra en el Cantón Milagro y sus alrededores.	E2: Crear sociedades de distribución directa con el fin de alcanzar una mayor cobertura de nuestros productos.

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: Libro Plan de Marketing Empresarial. (LUQUE, 2015)

Tabla 19: Promoción

PROMOCIÓN		
E1: Ofrecer descuento por la compra de productos en días especiales.	E2: Consagrar descuento por la compra de productos en volúmenes.	E3: Dar a nuestros clientes fieles la oferta de adquirir un segundo producto a mitad de precio por la compra que realizo primero.

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: Libro Plan de Marketing Empresarial. (LUQUE, 2015)

Tabla 20: Publicidad.

PUBLICIDAD		
E1: Facilitar al cliente en conocer los productos que ofrece la distribuidora mediante publicidad como tv, radios y revistas.	E2: Dar a conocer el logotipo de la distribuidora sobre los productos que se ofrece.	E3: Contratar modelos para que ofrezca los productos por medio de volantes.

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: Libro Plan de Marketing Empresarial. (LUQUE, 2015)

2.10. Análisis de la Cinco Fuerzas de “Porter”

Porter nos brinda modelo estratégico de mercadeo la cual nos permite comprender la estructura del sector donde se desarrollada para así poder tomar decisiones exactas para la distribuidora, hacernos más rentables y disminuir los riesgos inherentes frente a las estrategias que puedan presentar nuestros competidores. (.PORTER, 2008)

A continuación, se analiza cada una de estas fuerzas, como parte del análisis del entorno y paso previo al diseño de las estrategias para la **“Distribuidora Anshy.”**

Tabla 21: Cinco Fuerzas de Porter

LAS CINCO FUERZAS DE PORTER" DISTRIBUIDORA ANSHY "	
PODER DE LOS CLIENTES	Son la población de la ciudadela Unida del cantón Milagro y sus alrededores.
PODER DE LOS PROVEEDORES	Los proveedores que interviene para la Distribuidora Anshy son: La Espiga de Oro, Legumbre el Riobambeño y otros.
AMENAZAS DE NUEVOS COMPETIDORES	Son los nuevos inversionistas que entra al sector del mercado en la ciudadela Unida y sus alrededores.
AMENAZAS DE PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTOS	La Distribuidora Anshy tendrá sus sustitutos en la ciudadela Unida del cantón Milagro la cuales son: Tienda, Mercado, Supermercado y otros.
RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES	La microempresa tendrá varios competidores en el sector de Milagro la cuales son: Tía, Aki, Devies y otros.

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: Libro Las Cinco Fuerzas Competitiva. (.PORTER, 2008)

2.11. Logo

Imagen 1: Logo de la Distribuidora Anshy.



Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: Diseño de FreeLog Desing.

El origen de **Anshy** proveniente de:

- **An:** Procede con el nombre de la futura empresaria de nombre Lucero Angélica Pilataxi Lema.
- **Shy:** Es proveniente de Shymi del vocablo kichwa que en español significa boca.

El logo de la “**Distribuidora Anshy**” tiene un significado muy importante para la futura propietaria del emprendimiento por lo cual definiremos en las siguientes partes:

Productos de consumo Masivos: El emprendimiento está enfocado en la venta de legumbres, granos secos, frutas, lácteos y otros, ya que son productos de primera necesidad para el consumo humano por lo cual tiene muchos beneficios.

Estos productos son transportados desde la Sierra hasta la Costa, en el cual se va a distribuir en la ciudadela Unida y sus alrededores del cantón Milagro.

Arco: El significado está basado en el lazo directo que mantiene la distribuidora con el productor y el consumidor final significa además del benéfico del consumo de productos naturales provenientes de la ciudad de “Riobamba”.

Color verde del logo: Es el color de la naturaleza, de la hierba, de los árboles, de los campos y del bosque la cual representa armonía, crecimiento, residencia, éxito y frescura. Es el color más relajante para el ser humano ya que resaltara a la vista del cliente es un tono muy agradable para el emprendimiento comercial.

2.12. Slogan

“Ahorro todos los días y vivo mejor junto a ti.”

El slogan será asentará al momento de emprender el negocio la cual será una distribuidora de ventas de productos de consumo masivo en la ciudadela Unida del cantón Milagro por cual se espera en un futuro que la microempresa comercial crezca a nivel local. En este ítem se describirá el significado del slogan de la **“Distribuidora Anshy”**.

Ahorro todos los días: Significa que los clientes al momento de comprar los productos que ofrecerá la distribuidora van ahorrar dinero por motivo que estos bienes tendrá precio módico y serán clientes fieles.

Vivo mejor junto a ti: El significado está enmarcado en el buen vivir de las personas a través del consumo de productos sanos y a precios módicos de fácil accesibilidad y además hace mención a que la distribuidora vive por el cliente ya que un consumidor compra más productos y sustancialmente se incrementa el volumen de ganancia haciendo esto que sea factible para la empresa y en un futuro se expandirá nuevas sucursales gracias a los clientes.

2.13. Costos del Plan de Marketing

Tabla 22: Costo Marketing

DESCRIPCIÓN	VALOR
Video publicitario	\$50,00
Logo	\$30,00
Servicio de redes sociales	\$15,00
Total	\$95,00

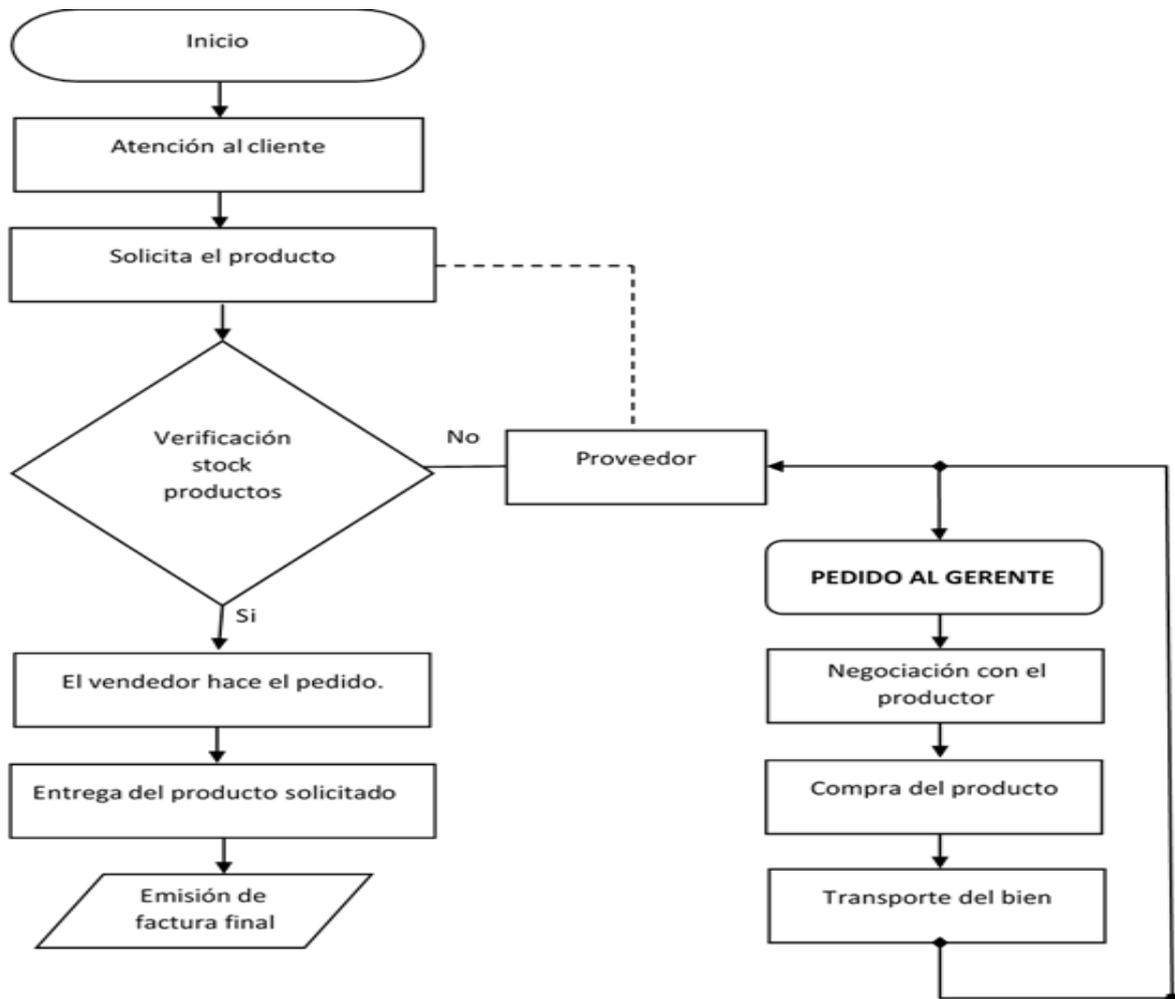
Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

CAPÍTULO 3

3. UBICACIÓN Y UTILIZACIÓN DE FACTORES PRODUCTIVOS

3.1. Diagrama del Flujo del Proceso del Bien o Servicio.

Imagen 2: Flujo de proceso.



Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

3.2. Especificaciones de los usuarios/materia prima a utilizarse

Los productos que se va a ofrecer de ventas al por mayor y menor son bienes de buena calidad, contenidas de vitaminas A, B, C, D, E tanto para adultos y niños, es por eso que se especificaran los tipos de productos (legumbres, lácteos, frutas, abarrotes) que la **“Distribuidora Anshy”** venderá en la ciudadela Unida y mostrando los beneficios que tiene cada uno de los productos masivos, también en el cuadro se detalla las cantidades de bienes que necesita vender en un mes con sus respectivos costos ya que para invertir se necesita \$5.946,25 la cual estos productos deberán ser distribuido a los clientes que se encuentra en las zonas por un precio justo y una buena calidad que son traídos desde la Sierra a la Costa.

INSUMOS QUE OFRECE LA “DISTRIBUIDORA ANSHY”

Tabla 23: Insumos

DESCRIPCIÓN	U.MENSUALES	P.PRODUCTOR	I.C. PRODUCTOR MENSUAL	P.V.P
SACO DE PAPA SEMICHOLA DE 100 LIBRAS.	12	\$ 17,00	\$ 204,00	\$25,00
SACO DE PAPA ÚNICA DE 100 LIBRAS.	10	\$ 19,00	\$ 190,00	\$ 25,00
SACO DE PAPA SANTA ROSA DE 100 LIBRAS.	10	\$ 14,00	\$ 140,00	\$22,00
SACO DE CEBOLLA PERLA DE 100 LIBRAS.	10	\$ 23,00	\$ 230,00	\$29,00
SACO CEBOLLA COLORADA DE 100 LIBRAS.	10	\$ 28,00	\$ 280,00	\$33,00
CAJA TOMATE DE CARNE DE 50 LIBRAS.	14	\$ 8,00	\$ 112,00	\$14,00
CAJA DE NARANJILLA DE 130 UNIDADES.	11	\$ 9,00	\$ 99,00	\$15,00
SACO DE TOMATE ÁRBOL DE 300 UNIDADES.	10	\$ 22,00	\$ 220,00	\$28,00
SACO DE ZANAHORIA DE 50 LIBRAS.	9	\$ 4,50	\$ 40,50	\$10,00
SACO DE VETERABA DE 50 LIBRAS	8	\$ 3,50	\$ 28,00	\$10,00
SACO DE LECHUGA DE 30 UNIDADES.	10	\$ 6,00	\$ 60,00	\$10,00
SACO DE LIMÓN DE 300 UNIDADES.	14	\$ 22,00	\$ 308,00	\$28,00
CARGA DE HIERBITA	12	\$ 6,00	\$ 72,00	\$10,00
MOÑO DE APIO	10	\$ 0,15	\$ 1,50	\$0,30
MOÑO DE PEREJIL	9	\$ 0,15	\$ 1,35	\$0,30
CARGA DE NABO	8	\$ 2,00	\$ 16,00	\$5,00
MOÑO DE ACELGA	8	\$ 0,15	\$ 1,20	\$0,30
MOÑO DE ESPINACA	6	\$ 0,15	\$ 0,90	\$0,30
SACO DE CHOCLO DE 80 UNIDADES.	10	\$ 12,00	\$ 120,00	\$18,00
UNIDADES DE ZAMBO	8	\$ 0,60	\$ 4,80	\$1,00
UNIDADES DE ZAPALLO	9	\$ 0,75	\$ 6,75	\$1,25
SACO DE ALVERJA DE 25 LIBRAS.	8	\$ 14,00	\$ 112,00	\$20,00
SACO DE FLEJOL ROJO DE 25 LIBRAS.	11	\$ 16,00	\$ 176,00	\$22,00
SACO DE HABA DE 50 LIBRAS.	9	\$ 7,50	\$ 67,50	\$12,00
UNIDADES DE CEBOLLA BLANCA	10	\$ 0,75	\$ 7,50	\$1,10
UNIDADES DE BROCOLI	7	\$ 0,20	\$ 1,40	\$0,40
UNIDADES DE COLIFLOR	7	\$ 0,20	\$ 1,40	\$0,40

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019

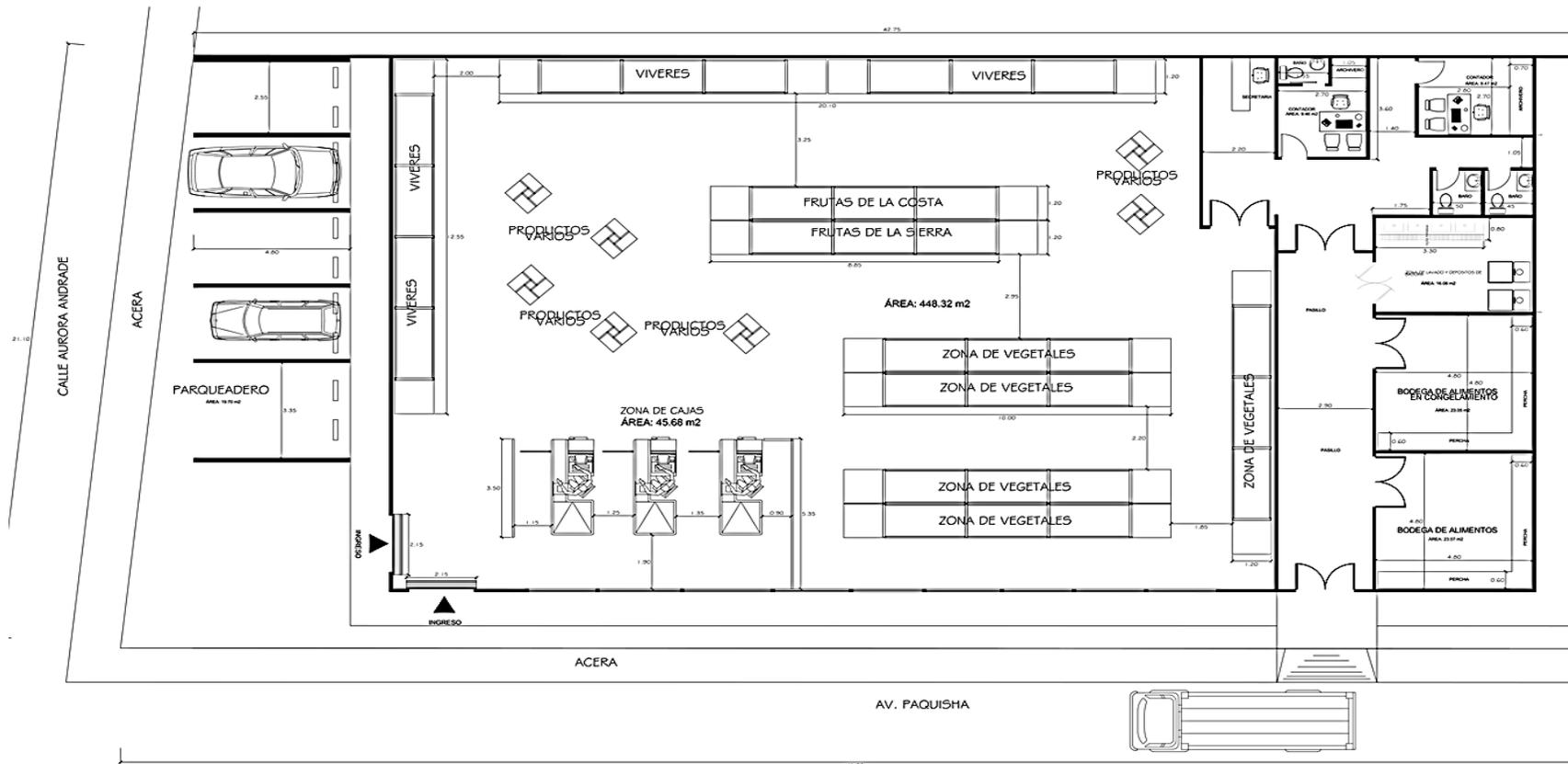
Tabla 24: Insumos

DESCRIPCIÓN	U.MENSUALES	P.PRODUCTOR	I.C. PRODUCTOR MENSUAL	P.V.P
SACO DE RABANO DE 25UNIDADES.	8	\$ 4,00	\$ 32,00	\$8,00
UNIDADES DE LECHUGA CRESPE	9	\$ 0,20	\$ 1,80	\$0,35
UNIDADES DE COL	8	\$ 1,00	\$ 8,00	\$1,30
SACO DE AJO SERRANO DE 100 LIBRAS	9	\$ 60,00	\$ 540,00	\$70,00
CARTÓN DE VAINITA DE 20 LIBRAS	10	\$ 3,50	\$ 35,00	\$6,00
FUNDA DE MELLOCO ROJO DE 25 LIBRAS.	16	\$ 3,50	\$ 56,00	\$7,00
FUNDA DE MELLOCO BLANCO DE 25 LIBRAS.	14	\$ 3,50	\$ 49,00	\$7,00
UNIDADES DE QUESO DE 2 LIBRAS.	16	\$ 2,00	\$ 32,00	\$2,50
CUBETAS DE HUEVO DE 30 UNIDADES.	16	\$ 2,50	\$ 40,00	\$2,80
FUNDA DE LECHE DE 1 LITRO.	10	\$ 0,40	\$ 4,00	\$0,65
CARTÓN DE UVA NEGRA DE 15 LIBRAS.	12	\$ 9,00	\$ 108,00	\$11,50
CARTÓN DE UVA ROJA DE 20 LIBRAS.	10	\$ 12,00	\$ 120,00	\$15,00
CARTÓN DE MANZANA ROJA DE 220 UNIDADES.	8	\$ 22,00	\$ 176,00	\$28,00
CARTÓN DE MANZANA VERDE DE 220 UNIDADES.	12	\$ 35,00	\$ 420,00	\$40,00
CAJA DE MANZANA SERRANA DE 220 U.	13	\$ 18,00	\$ 234,00	\$23,00
UNIDADES DE PAPAYA	14	\$ 0,40	\$ 5,60	\$0,75
UNIDADES DE NARANJA	55	\$ 0,03	\$ 1,65	\$0,10
UNIDADES DE PIÑA	16	\$ 0,40	\$ 6,40	\$0,75
CARTÓN DE FRUTILLA DE 25 LIBRAS.	12	\$ 8,00	\$ 96,00	\$13,00
BALDE DE MORA DE 25 L.	12	\$ 12,00	\$ 144,00	\$17,00
SACO DE ARROZ VIEJO DE 100 LIBRAS.	10	\$ 30,00	\$ 300,00	\$35,00
SACO DE ARROZ CONEJO DE 100 LIBRAS.	12	\$ 11,00	\$ 132,00	\$25,00
SACO DE ARROZ OSO DE 100 LIBRAS.	9	\$ 25,00	\$ 225,00	\$30,00
SACO DE AZÚCAR DE 2KG DE 25 UNIDADES.	8	\$ 30,00	\$ 240,00	\$36,00
SACO DE AZÚCAR VALDEZ DE 1 KG DE 50 U.	9	\$ 30,00	\$ 270,00	\$36,50
CARTÓN DE ACEITE PALMA DE ORO 1 LITRO DE 12 UNIDADES.	8	\$ 10,00	\$ 80,00	\$13,50
CARTÓN DE ACEITE DE PALMA DE ORO DE 1,00 DE 15 UNIDADES.	8	\$ 11,00	\$ 88,00	\$12,50
TOTAL INVERSIÓN			\$ 5.946,25	---

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019

3.3 Instalaciones

Imagen 2: Instalaciones general de la Distribuidora Anshy.



*Autor: Pilataxi Lucero, 2019.
Fuente: Programa AutoCAD 2018.*

3.4 Modelo del Negocio

Imagen 3: Distribuidora Anshy.



Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: Programa Lumion 8.0

La “**Distribuidora Anshy**” es una entidad que ofrecerá productos comestibles, por ejemplo: legumbres, frutas, lácteos y víveres. Por lo cual se ubicada en la ciudadela Unida del cantón Milagro abarcando un área de 800 m², siendo sus dimensiones 20 m² de largo *40 m² de ancho, encontrándose distribuido con sus correspondientes oficinas y áreas.

El modelo del negocio es esencial para los futuros clientes, está diseñado con colores llamativos, adornos atractivos, olores fragantes que agrade a los compradores por lo cual es un lugar cómodo donde el consumidor se sienta como en casa al momento de comprar los productos.

La “**Distribuidora Anshy**” pondrá en disposición todos los productos que se ofrecen por lo cual será instalado en sus respectivas perchas y precios módicos donde el cliente tendrá la facilidad de elegir sus bienes.

La entidad cuenta con departamentos administrativos donde será ubicado el gerente general y un contador donde realizaran sus labores dentro de la distribuidora, también

contará con sus respectivos trabajadores operativos ya que ellos son la parte fundamental dentro de la empresa.

También contará con servicios eficientes para que el cliente se sienta satisfecho por lo cual la Distribuidora Anshy tiene la estrategia de que los empleados tenga capacitación sobre la atención del cliente ya que es importante para la entidad.

3.5. Maquinarias y Equipo con sus respectivos costos.

En la “Distribuidora ANSHY” utilizaremos maquinaria y equipos esenciales para el negocio ya que estos aparatos forman parte muy importante para el emprendimiento la cual detallaremos en la siguiente manera:

Tabla 25: Maquinarias y equipo

MAQUINARIA DE LA “DISTRIBUIDORA ANSHY”					
Maquinaria	Marca	Cantidad	Especificación	Precio	Total
BALANZA ELECTRONICA 	Suxa	3	Balanza de libras con kilogramos se utilizada para pesar los productos comestibles.	\$200,00	\$600,00
EQUIPO DE FACTURACIÓN 	COMPAQ	1	Este equipo será utilizado para hacer factura de los productos de consumo humano.	\$500,00	\$500,00
MÁQUINA DE COSER SACOS 	Orientin d	1	Es una máquina de 110 voltio color negro con plateado se utilizada para coser los sacos de arroz y otros productos.	\$120,00	\$120,00
				TOTAL	\$1220,00

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Tabla 26: Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES DE LA “DISTRIBUIDORA ANSHY”					
Materiales	Marca	Cantidad	Especificación	Precio	Total
CUCHARETA DE METAL 	Cercanita	5	Tiene un tamaño de 22.5 cm será utilizada para coger el arroz cuando se va despachar los productos	\$2,80	\$14,00
PERCHA 	Pepito	15	Tamaño de 3*3 de color verde esto servida para mejor presentación de los productos	\$75,00	\$1125,00
GAVETAS 	Pika	60	Las gavetas serán utilizadas para trasladar los productos.	\$7,00	\$420,00
CONGELADOR 	Indurama	2	Congelador color gris será utilizada para guardar los productos de primera necesidad.	\$300,00	\$600,00
				TOTAL	\$2159,00

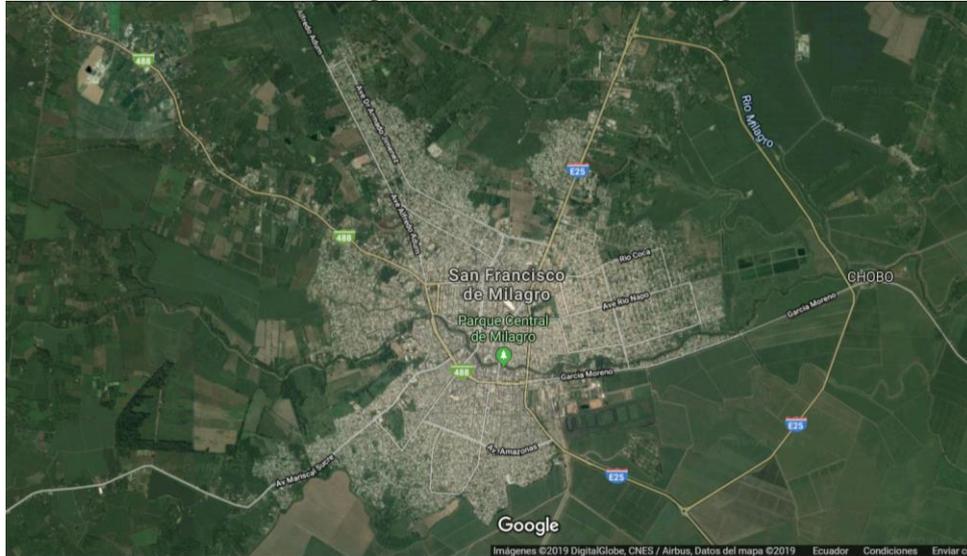
Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

3.6. Localización del Negocio: macro y micro localización

Macro:

La “Distribuidora Anshy” se encontrará ubicada en la provincia del Guayas del cantón Milagro.

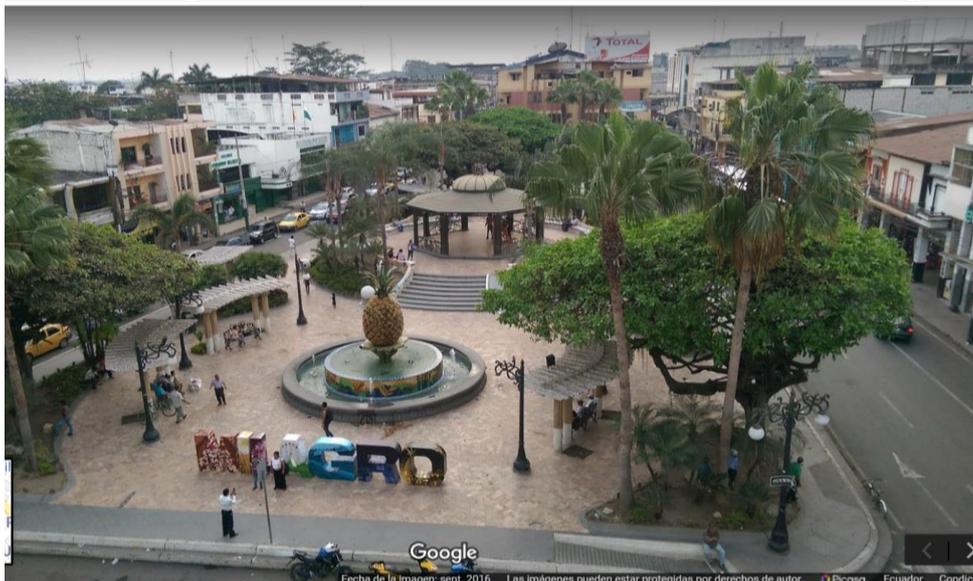
Imagen 4: vista satelital Milagro



Fuente: Google Maps

<https://www.google.com/maps/place/Milagro+Norte,+San+Francisco+de+Milagro/@-2.1210355,-79.5904273>

Imagen 5: Vista “General” aérea del centro Cantón Milagro



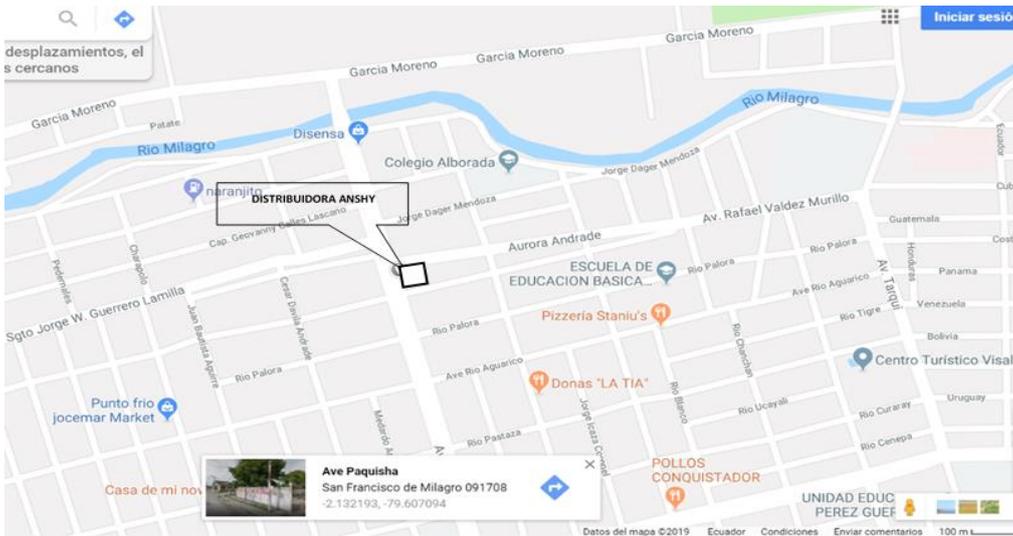
Fuente: Google Maps

<https://www.google.com/maps/place/Milagro+Norte,+San+Francisco+de+Milagro/@-2.1210355,-79.5904273>

Micro:

La “Distribuidora Anshy” se encontrará ubicada en el cantón Milagro, en la ciudadela Las Unidas ubicada entre la Av. Paquisha y Aurora Andrade, frente a la mecánica lubricadora Marco Polo.

Imagen 6: Vista satelital ciudadela las Unida, Cantón Milagro



Fuente: Google Maps

<https://www.google.com/maps/place/Milagro+Norte,+San+Francisco+de+Milagro/@-2.1210355,-79.5904273>.

Imagen 7: Ubicación Distribuidora ANSHY.



Fuente: Google Maps

<https://www.google.com/maps/place/Milagro+Norte,+San+Francisco+de+Milagro/@-2.1210355,-79.5904273>.

3.7. Tamaño

El tamaño de la “**Distribuidora Anshy**” está constituido según a la clasificación de empresas y de acuerdo al número de personas que desarrollaran sus actividades en la misma, considerándose una Micro Empresa local ya que se prevé que el personal necesario no supere un máximo de 5 personas.

Tabla 27: Clasificación de la Empresa

CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS				
POR TAMAÑO	SU	ACTIVIDAD	PERSONAS	IDENTIFICACIÓN
Grandes		Extractivas o primarias	0 a 1000	
Medianas		Secundario ,Industrialización	0 a 100	
Pequeñas		Terciario o servicios	0 a 30	
Micro empresas		Lazo directo	0 a10	X

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: Banco Bilbao Vizcaya Argentaria S.A.-2019,

CAPÍTULO 4

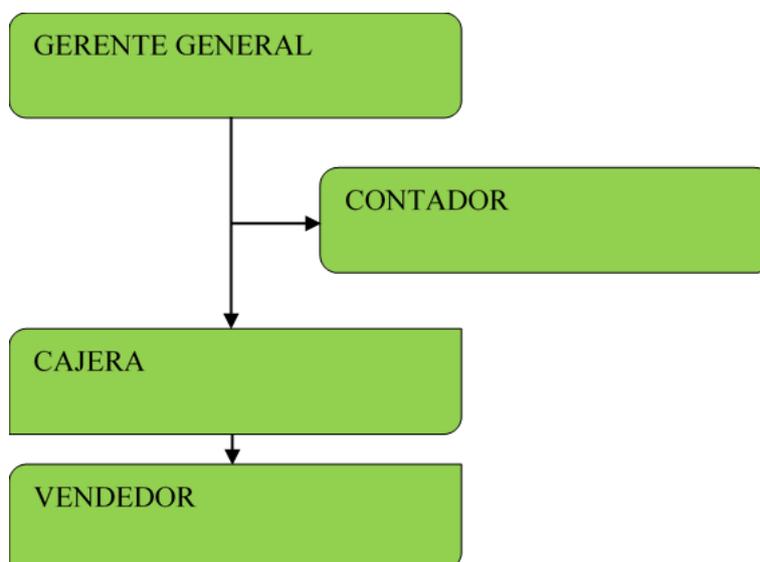
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1. Tipo de Organización

La “Distribuidora Anshy” es una Sociedad Anónima donde ofrecerá los productos masivos al por mayor y menor, ya que será manejado por un socio, ofreciendo así a nuestros clientes los mejores productos y servicios a la vez contaremos con un personal altamente capacitado y alineado a la cultura organizacional para así cumplir con nuestras políticas de calidad con el fin de ser más eficiente y competitivo ante nuestra competencia que se encuentra en la ciudad de Milagro. Además, contara con normas y una responsabilidad social dentro de la organización por lo cual los empleados y propietario deben cumplir su responsabilidad con fin de cumplir sus metas y objetivos para un futuro.

4.2. Estructura organizacional

Imagen 8: Estructura Organizacional.



Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

4.3. Funciones y responsabilidades

Tabla 28: Manual de Funciones del Gerente

MANUAL DE FUNCIONES		
MANUAL DE FUNCIONES DE LA DISTRIBUIDORA ANSHY		
IDENTIFICACIÓN		
CODIGO DE ÀREA	MF-GTE	
NOMBRE DEL CARGO	GERENTE GENERAL	
ÀREA	ADMINISTRATIVA	
COMPETENCIA: Ser responsable por los resultados de las operaciones y el desempeño organizacional; planea, dirige, organiza y controla las actividades, demostrando liderazgo.		
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	PERIODICIDAD	
FUNCIONES PRINCIPALES		
Administración y gestión de la empresa	Diario	
Hacer cumplir los estatutos y reglamento de la empresa	Diario	
Diseñar y ejecutar los planes de desarrollo y crecimiento empresarial	Semestral	
Hacer marketing y publicaciones de los productos que se ofrece	Semanal	
Aprobar nómina y pago de comisiones del personal operativo.	Quincenal	
ESPECIFICACIONES DEL CARGO		
FACTORES	ESPECIFICACIONES	
ACADÉMICOS	Profesional en la carrera administrativa.	
ADAPTACIÓN AL CARGO	Para desempeñar el cargo con total capacidad se requiere un periodo de un año	
REQUISITOS INTELECTUALES		
HABILIDAD MENTAL	Alta, por el análisis de información y toma de decisiones requeridas.	
HABILIDAD MANUAL	Eficiencia al elaborar documentos y el buen manejo de programas de informática.	
INICIATIVA NECESARIA	Comprometido a dar soluciones rápidas y autorizaciones necesarias.	

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Tabla 29: Manual de Funciones del Contador CPA

MANUAL DE FUNCIONES		
MANUAL DE FUNCIONES DE LA DISTRIBUIDORA ANSHY		
IDENTIFICACIÓN		
CODIGO DE ÀREA	MF-CPA	
NOMBRE DEL CARGO	CONTADOR CPA	
ÀREA	ADMINISTRATIVA	
COMPETENCIA: Velar por el correcto desempeño de las finanzas y contabilidad diaria de la empresa, llevando un libro diario, balances económicos y pago de acreedores, ser poli funcional.		
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	PARCIAL	
FUNCIONES PRINCIPALES		
Manejo de inventarios	Mensual	
Ejecutar auditorías internas	Semestral	
Pagos de acreedores	Mensual	
Balance de estados económicos	Mensual	
Cotización de proveedores	Eventual	
ESPECIFICACIONES DEL CARGO		
FACTORES	ESPECIFICACIONES	
ACADÉMICOS	Profesional en contabilidad.	
ADAPTACIÓN AL CARGO	Para desempeñar el cargo con total capacidad se requiere un periodo ocasional.	
REQUISITOS INTELECTUALES		
HABILIDAD MENTAL	Conocimientos general de administración y gestión de personal, de las operaciones económico-financieras y de la información y asesoramiento a clientes o usuarios	
HABILIDAD MANUAL	Alta, la cual deberá realiza el control económico y administrativo de la organización.	
INICIATIVA NECESARIA	Comprometido a dar soluciones rápidas y autorizaciones necesarias.	

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Tabla 30: Manual de Funciones del Vendedor

MANUAL DE FUNCIONES		
MANUAL DE FUNCIONES DE LA DISTRIBUIDORA ANSHY		
NOMBRE DEL CARGO	Vendedor	
ÀREA	P. Operativo	
PROPUESTO GENERAL: Responsabilidad y eficiencia al momento de la atención al cliente		
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	PERIODICIDAD	
FUNCIONES PRINCIPALES		
Puntualidad y responsabilidad a la interna de la empresa.	Diario	
Verificar el correcto funcionamiento de las herramientas asignadas.	Diario	
Velar por la integridad de los productos	Diario	
Orden y limpieza de su lugar de trabajo.	Diario	
Mantener mercadería en stock y correcto perchado.	Diario	
Apoyo al personal operativo	Diario	
ESPECIFICACIONES DEL CARGO		
FACTORES	ESPECIFICACIONES	
ACADÉMICOS	Bachiller.	
ADAPTACIÓN AL CARGO	Para desempeñar el cargo de un año mínimo.	
REQUISITOS INTELECTUALES		
HABILIDAD MENTAL	Alto reflejos visual y mental.	
HABILIDAD MANUAL	Ser eficiente al momento de trabajar dentro de la empresa.	
INICIATIVA NECESARIA	Poli funcional y comprometido a presentar su trabajo con puntualidad.	

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

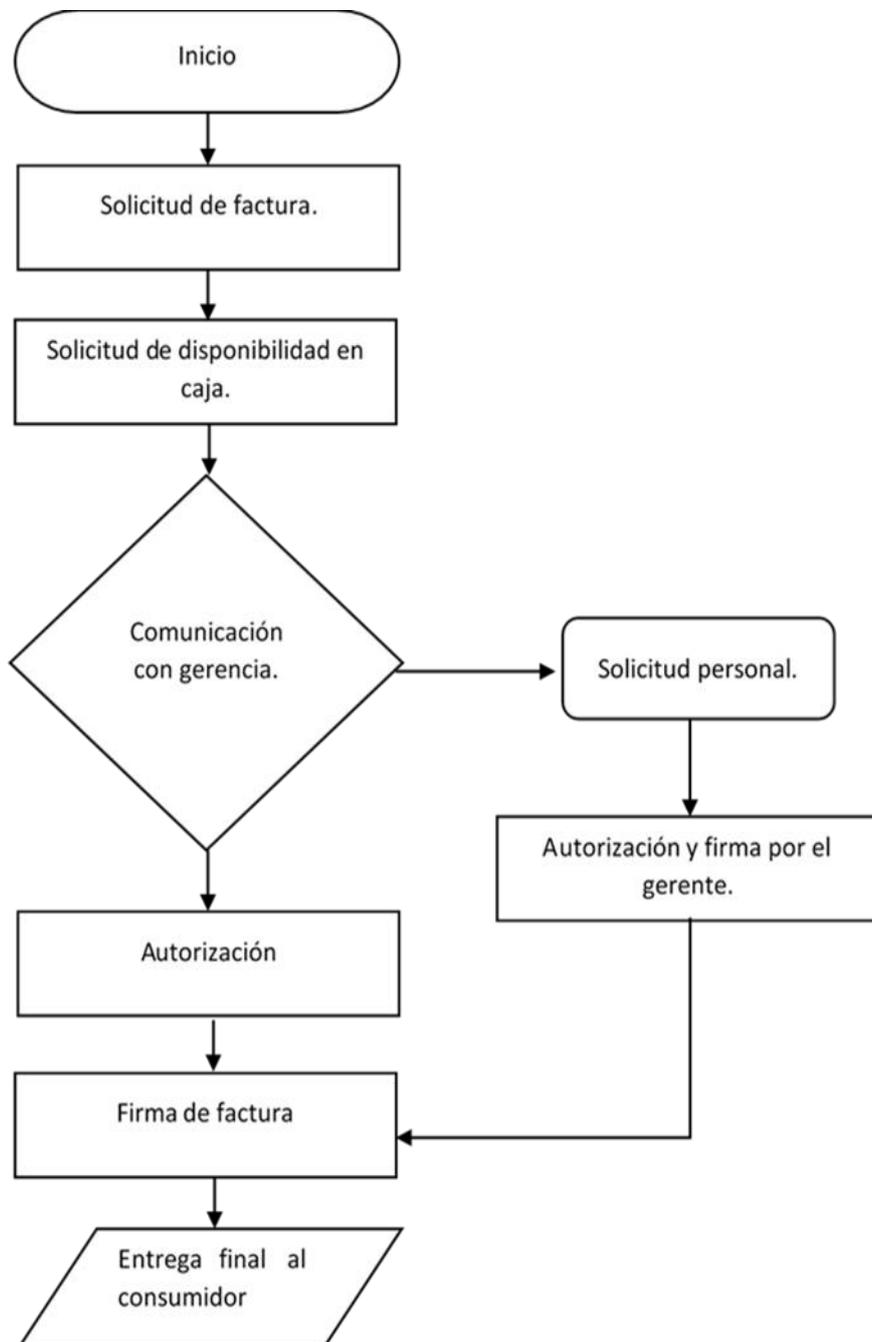
Tabla 31: Manual de Funciones del Cajero.

MANUAL DE FUNCIONES	
MANUAL DE FUNCIONES DE LA DISTRIBUIDORA ANSHY	
NOMBRE DEL CARGO	CAJERO
ÁREA	P. OPERATIVO
PROPISTO GENERAL: Brindar seguridad interna de la empresa y a los clientes.	
DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	PERIODICIDAD
FUNCIONES PRINCIPALES	
Puntualidad y responsabilidad al momento de trabajar.	Diario
Verificar el correcto funcionamiento del equipo asignado.	Diario
Atención eficiente al cliente.	Diario
Cobro exacto de la mercadería despachada.	Diario
Orden y limpieza en su lugar de trabajo.	Diario
Arqueo de caja al cierre de la jornada.	Diario
Apoyo al personal operativo.	Eventual
ESPECIFICACIONES DEL CARGO	
FACTORES	ESPECIFICACIONES
ACADÉMICOS	Bachiller técnico en contabilidad, con conocimiento de paquetes informáticos.
ADAPTACIÓN AL CARGO	Para desempeñar el cargo de 6 meses mínimo.
REQUISITOS INTELECTUALES	
HABILIDAD MENTAL	Alto reflejos visual y mental.
HABILIDAD MANUAL	Alto reflejos motrices.
INICIATIVA NECESARIA	Poli funcional y comprometido a presentar su trabajo con puntualidad.

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

4.4 . Flujo de Procesos Administrativo

Imagen 9: Flujo de Procesos.



Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019

4.5. Instalación, Equipos y Maquinarias para el Personal Administrativo

Tabla 32: Equipo de Cómputo.

EQUIPO DE COMPUTO DE LA “DISTRIBUIDORA ANSHY”					
Artículo	Marca	Cantidad	Especificación	Precio	Total
CELULAR 	Samsung J2	3	Celular J2 color gris con una alta tecnología será utilizada para hacer y recibir llamadas de los clientes.	\$150,00	\$450,00
				TOTAL	\$450,00

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Tabla 33: Equipo de Oficinas.

EQUIPO DE OFICINAS DE LA “DISTRIBUIDORA ANSHY”					
Artículo	Marca	Cantidad	Especificación	Precio	Total
LAPTO 	HP	2	Hp 14 color negro será utilizado para llenar información sobre las ventas, pedido de cliente y otros.	\$300,00	\$600,00
MESA DE ESCRITORIO 	Suarez	2	Color de cerezo sus medidas son de 120 (alto-ancho) se utilizada como escritorio dentro de la distribuidora.	\$150,00	\$300,00
SILLA 	Stefan	10	Silla de color negro tamaño mediano será utilizada para el personal de la distribuidora y clientes.	\$15,00	\$150,00
				TOTAL	\$1050,00

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

CAPÍTULO 5

5. ESTUDIO LEGAL Y AMBIENTAL

5.1. Normativa relacionada con el emprendimiento

La entidad se constituirá bajo la razón social de la “**Distribuidora Anshy**” misma que estará orientada a la comercialización de las mercaderías de mayor demanda, mismos que serán vendidos en la ciudadela Unida del cantón Milagro y sus alrededores, esta a su vez se constituirá como una Sociedad Anónima (S.A) ya que sus socios mantendrán acciones que serán administradas por un socio de entera confianza para todos.

Para esto trabajaremos día a día en el mejoramiento continuo acorde a los requerimientos del entorno y del cliente, modernizando en cada uno de los procesos, cumpliendo con todas las reglas establecidas para la comercialización de los productos masivos, obteniendo así un posicionamiento en los primeros lugares de ventas al por mayor y menor en todo el cantón Milagro y en otras ciudades. La Distribuidora al momento de implementar su negocio en el lugar establecido deberá cumplir reglas y requisitos que la entidad necesita para un buen funcionamiento es este punto detallaremos los siguientes ítems que son los siguientes:

Requisitos para obtener el Registro Único de Contribuyente.

Para la “**Distribuidora Anshy**” deberá adquirir su propio Registro Único De Contribuyente la cual puede obtener en las oficinas del Servicio de Rentas Internas los siguientes requisitos son:

- Copia de cédula original.
- Copia de papel de votación del último transcurso electoral.
- Señalar la actividad comercial que se va dedicar.
- Conceder una copia de dirección de residencia.
- Entregar un correo electrónico. (Financiera, s.f.)

Patentes Municipales.

Los ciudadanos naturales o jurídicos que efectúe una acción productiva, o de alguna otra índole en la ciudad de Milagro deberán cumplir las siguientes obligaciones.

- Copia del permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos de Milagro.
- Registro Único de Contribuyente vigente.
- Rellenar el formulario de patente del ciudadano.
- Copia original del documento de identidad del dueño del establecimiento comercial.
- Copia original del documento de votación del propietario del establecimiento.
(MILAGRO G. M., 2016)

Permiso de funcionamiento del lugar asignado.

La “**Distribuidora Anshy**” deberá obtener el permiso comercial para el funcionamiento en el lugar asignado por la entidad la cual se realizará los tramite en las ventanillas del municipio de Milagro.

- Adquirir la tasa administrativa.
- Comprar solicitud de tasa de habilitación.
- Copia de certificado de uso de suelo.
- Copia de bombero (MILAGRO G. A., 2017).

Certificado de Seguridad del Cuerpo de Bombero de Milagro.

La “**Distribuidora Anshy**” como los otros establecimientos tiene la obligación de obtener el documento que otorga el Cuerpo de Bombero para asegurarse que tenga los medios para así prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que hubiera presentar.

Los requisitos para conceder este documento esencial para la entidad son los siguientes:

- Requerir la inspección del establecimiento del local comercial.
- Copia de certificado de funcionamiento del local comercial.
- Copia original de cedula del propietario de la empresa.

- Copia de Registro Único de Contribuyente.
- Ejecutada la inspección cumplir con las recomendaciones dadas por los señores inspectores y así agregar los consiguientes requisitos
- Mostrar informe de inspección.
- Copia original de factores de compra y recarga de extintores (Rocafuerte, 1835).

Certificado de Salud.

La “**Distribuidora Anshy**” deberá obtener el documento otorgado por un establecimiento presidida por el Ministerio de Salud Pública por la cual se realizan exámenes médicos para comprobar el estado de salud del personal y empleado de la microempresa. (MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA, s.f.).

5.2. Descripción del Impacto Ambiental

La “**Distribuidora Anshy**” al momento de implementar en la ciudadela Unida del cantón Milagro tendrá impacto ambiental hacia el sector, pero se puede recalcar mediante soluciones por la cual deberá respetar al medio ambiente ya que puede contar con sanciones según la ley establecida por la contaminación actualmente la entidad tendrá que comenzar con algo positivo.

Para esta razón de responsabilidad ambiental utilizaremos una herramienta de medición cualitativa ya que nos basaremos en la observación directa y soluciones oportunas ante cualquier situación que afecte al medio ambiente. (ALFARO, 2014)

5.3. Principales Impactos Ambientales

Tabla 34: Matriz, identificación de impactos ambientales.

PRINCIPALES IMPACTOS AMBIENTALES								
ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO AMBIENTAL	TIPO DE IMPACTO DEL PROYECTO						
		Si	No	Reversible	Temporal	Irreversible	Positivo	Negativo
Calidad del aire	Generación de polvo		X				X	
	Emisión de gases de combustión	X			X			
Calidad de agua	Generación de aguas residuales	X		X				
Calidad de suelo	Derrame de aceites y grasas		X				X	
	Compactación del suelo		X				X	
	Inundaciones	X			X			
Generación de desechos sólidos	Contaminación de aguas superficiales							
	Contaminación de suelo	X		X	X			
	Alteración a la calidad visual del paisaje		X				X	
Generación de empleo	Incremento de fuentes de trabajo	X			X		X	
Calidad de vida de los moradores del sector	Revalorización del suelo por la implementación de la distribuidora	X				X		

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019

Fuente: GAD.M.CH

5.4. Plan de control ambiental (compensación y/o mitigación)

Tabla 35: Matriz de Mitigación Ambiental

TIPO DE MEDIDA	PREVENTIVA	CORRECTIVA	MITIGACIÓN	COMPENSACIÓN	
			X		
OBJETIVO	Determinar las medidas a implementar para el manejo adecuado de las molestias que puedan ocasionar la Distribuidora ANSHY				
ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO IDENTIFICADO	MEDIDAS PROPUESTAS		INDICADORES	Costo
Calidad de vida de los moradores del sector	Congestión vehicular	Implementar parqueaderos exclusivos para clientes		Parqueadero del local en el exterior del solar	S/c
	Incremento de la precisión sonora	Concientización y motivación al uso de transportes ecológicos		Uso de bicicleta	\$49.60
Suelo/ Agua	Generación de desechos sólidos/ contaminación del suelo y agua	Ubicación de 3 recipientes con sus respectivas tapas.		Ubicación de recipientes	\$150.00
		Clasificación de los Desechos Comunes			
		Color del Recipiente	Tipo de desecho		
		Color Verde	Materia Orgánica		
	Color Azul	Envases Plásticos y Vidrio			
	Color Gris	Papel y Cartón			
	Incremento del uso de fundas plásticas	Incentivo al uso de fundas biodegradables y el uso de las 3 “ R” (Reúsa , Recicla, Reutiliza)		fundas biodegradables	\$50.00
TOTAL					\$249,60

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: GAD.M.CH

Tabla 36: Matriz de Compensación Ambiental

TIPO DE MEDIDA	PREVENTIVA	CORRECTIVA	MITIGACIÓN	COMPENSACIÓN
				x
OBJETIVO	Impulsar obras sociales en la sociedad y revalorizar al componente social vulnerable			
ASPECTO AMBIENTAL	IMPACTO IDENTIFICADO	MEDIDAS PROPUESTAS	INDICADORES	Costo
Calidad de vida de los moradores del sector	Alteración paisajística urbana	Entrega 100 árboles para sembrar en áreas específicas	Especies nativas	\$100.00
	Incremento del costo de vida por revaloración del suelo.	Obra social con los grupos vulnerables	Adultos mayores, niños , embarazadas , discapacitados	\$200.00
			TOTAL	\$300,00

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019

Fuente: GAD.M.CH

CAPÍTULO 6

6. ESTUDIO ECONÓMICO DEL EMPRENDIMIENTO

6.1. Inversión y Fuente de Financiamiento

La inversión y el análisis financiero son de gran relevancia, ya que se determina como un instrumento, que permite tomar las mejores decisiones, evaluando las ventajas y desventajas de los diferentes rubros financieros. Por lo tanto, la “Distribuidora Anshy” presenta a continuación su análisis financiero.

6.1.1 Activos Fijos

Tabla 37: Inversión Activos Fijos

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	Año 0		
	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MAQUINARIA			
Equipo de facturación	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Balanza electrónica	3	\$ 200,00	\$ 600,00
Máquina de coser sacos	1	\$ 120,00	\$ 120,00
TOTAL DE MAQUINARIA		\$ 820,00	\$ 1.220,00
EQUIPO DE OFICINA			
celular	3	\$ 150,00	\$ 450,00
TOTAL DE EQUIPO DE OFICINA		\$ 150,00	\$ 450,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
LAPTO	2	\$ 300,00	\$ 600,00
TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		\$ 300,00	\$ 600,00
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorios	2	\$ 150,00	\$ 300,00
Sillas	10	\$ 15,00	\$ 150,00
cuchareta de metal	5	\$ 2,80	\$ 14,00
congelador	2	\$ 300,00	\$ 600,00
percha	15	\$ 75,00	\$ 1.125,00
Gaveta	60	\$ 7,00	\$ 420,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES		\$ 549,80	\$ 2.609,00
TOTAL DE ACTIVOS		\$ 1.819,80	\$ 4.879,00

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019

Fuente: <https://empresaygestionbi.weebly.com/31-fuentes-de-financiamiento.html>

Es importante la inversión en activos fijo para un negocio ya que son herramientas necesarias para el desarrollo de las actividades en el mismo. La “**Distribuidora Anshy**” invierte un total de \$ 4.879,00, con la finalidad de aprovechar al máximo su utilización y poder generar los mayores beneficios para la entidad.

6.1.2 Capital de Trabajo

Tabla 38: Aporte accionista.

APORTACIÓN DE ACCIONISTAS	\$ 4.500,00
----------------------------------	-------------

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019

Fuente: <https://empresaygestionbi.weebly.com/31-fuentes-de-financiamiento.html>

La aportación de accionista a la “**Distribuidora Anshy**” es de \$ 4.500, contribuyendo a la inversión total para realizar las funciones necesarias para su operatividad y el alcance de los objetivos propuestos. La distribuidora tiene una inversión total de \$12.379.

Tabla 39: Capital de inversiones

TOTAL DE INVERSIÓN	\$ 12.379,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 4.500,00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 4.879,00

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019

Fuente: <https://empresaygestionbi.weebly.com/31-fuentes-de-financiamiento.html>

6.1.3 Tabla de Amortización

La “**Distribuidora Anshy**” realiza un préstamo con el total de \$ 3.000 dólar, con el fin de incrementar el rendimiento financiero. A una tasa de interés del 11,83% anual al ser una MYPES COMERCIAL, siendo el 0,99% mensual con pagos de \$78,82 por 4 años.

El préstamo se lo realizara el BAN ECUADOR, por los beneficios y el interés más cómodos para los emprendedores.

Tabla 40: Tabla Amortización.

MONTO	3.000,00	11,83		
INTERES	0,99%			
PLAZO	48			
PAGO	78,82			
PERIODOS	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
0				\$ 3.000,00
1	49,12	29,70	\$ 78,82	\$ 2.950,88
2	49,61	29,21	\$ 78,82	\$ 2.901,26
3	50,10	28,72	\$ 78,82	\$ 2.851,16
4	50,60	28,23	\$ 78,82	\$ 2.800,56
5	51,10	27,73	\$ 78,82	\$ 2.749,46
6	51,61	27,22	\$ 78,82	\$ 2.697,86
7	52,12	26,71	\$ 78,82	\$ 2.645,74
8	52,63	26,19	\$ 78,82	\$ 2.593,11
9	53,15	25,67	\$ 78,82	\$ 2.539,96
10	53,68	25,15	\$ 78,82	\$ 2.486,28
11	54,21	24,61	\$ 78,82	\$ 2.432,07
12	54,75	24,08	\$ 78,82	\$ 2.377,32
13	55,29	23,54	\$ 78,82	\$ 2.322,03
14	55,84	22,99	\$ 78,82	\$ 2.266,19
15	56,39	22,44	\$ 78,82	\$ 2.209,80
16	56,95	21,88	\$ 78,82	\$ 2.152,86
17	57,51	21,31	\$ 78,82	\$ 2.095,35
18	58,08	20,74	\$ 78,82	\$ 2.037,26
19	58,66	20,17	\$ 78,82	\$ 1.978,61
20	59,24	19,59	\$ 78,82	\$ 1.919,37
21	59,82	19,00	\$ 78,82	\$ 1.859,55
22	60,42	18,41	\$ 78,82	\$ 1.799,13
23	61,01	17,81	\$ 78,82	\$ 1.738,12
24	61,62	17,21	\$ 78,82	\$ 1.676,50
25	62,23	16,60	\$ 78,82	\$ 1.614,27
26	62,84	15,98	\$ 78,82	\$ 1.551,43
27	63,47	15,36	\$ 78,82	\$ 1.487,97
28	64,09	14,73	\$ 78,82	\$ 1.423,87
29	64,73	14,10	\$ 78,82	\$ 1.359,14
30	65,37	13,46	\$ 78,82	\$ 1.293,77
31	66,02	12,81	\$ 78,82	\$ 1.227,76
32	66,67	12,15	\$ 78,82	\$ 1.161,09
33	67,33	11,49	\$ 78,82	\$ 1.093,76
34	68,00	10,83	\$ 78,82	\$ 1.025,76
35	68,67	10,16	\$ 78,82	\$ 957,09

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: <http://www.creacionempresas.com/plan-de-viabilidad/que-es-un-plan-de-empresa-viabilidad/plan-economico-y-financiero>

Tabla 41: Tabla Amortización.

MONTO	3.000,00	11,83		
INTERES	0,99%			
PLAZO	48			
PAGO	78,82			
PERIODOS	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
36	69,35	9,48	\$ 78,82	\$ 887,74
37	70,04	8,79	\$ 78,82	\$ 817,70
38	70,73	8,10	\$ 78,82	\$ 746,97
39	71,43	7,40	\$ 78,82	\$ 675,55
40	72,14	6,69	\$ 78,82	\$ 603,41
41	72,85	5,97	\$ 78,82	\$ 530,56
42	73,57	5,25	\$ 78,82	\$ 456,98
43	74,30	4,52	\$ 78,82	\$ 382,68
44	75,04	3,79	\$ 78,82	\$ 307,65
45	75,78	3,05	\$ 78,82	\$ 231,87
46	76,53	2,30	\$ 78,82	\$ 155,34
47	77,29	1,54	\$ 78,82	\$ 78,05
48	78,05	0,77	\$ 78,82	\$ (0,00)

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: <http://www.creacionempresas.com/plan-de-viabilidad/que-es-un-plan-de-empresa-viabilidad/plan-economico-y-financiero>

6.1.4. Depreciación

La “Distribuidora Anshy” presenta el cuadro de depreciación, para evaluar los valores de los activos y su utilización, con el fin de reemplazarlos a tiempo, basados en la tabla de depreciación que estipula la ley con respecto a la vida útil de los activos.

Tabla 42: Depreciación de activos fijos.

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	Año 1	
	Costo	%
MAQUINARIA		
Equipo de facturación	\$ 500,00	10%
Balanza electrónica	\$ 600,00	10%
Máquina de coser sacos	\$ 120,00	
TOTAL DE MAQUINARIA	\$ 1.220,00	
EQUIPO DE OFICINA		
Celular	\$ 450,00	10%
TOTAL DE EQUIPO DE OFICINA	\$ 450,00	
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN		
LAPTO	\$ 600,00	33%
TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN	\$ 600,00	
MUEBLES Y ENSERES		
Escritorios	\$ 300,00	10%
Sillas	\$ 150,00	10%
Cuchareta de metal	\$ 14,00	10%
Congelador	\$ 600,00	10%
percha	\$ 1.125,00	10%
Gaveta	\$ 420,00	10%
TOTAL MUEBLES Y ENSERES	\$ 2.609,00	
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 4.879,00	\$ -

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: <http://www.creacionempresas.com/plan-de-viabilidad/que-es-un-plan-de-empresa-viabilidad/plan-economico-y-financiero>

6.2. Proyección de Ingresos

6.2.1 Proyección de Ventas

La “Distribuidora Anshy” presenta su proyección de venta por 5 años con incremento del 4%, en base al análisis de mercado y las estrategias desarrollada en todo el plan de negocio.

La gestión de las negociaciones y los canales de distribución contribuyen a la comercialización, además se debe destacar que los productos que se ofrecen se vende tanto al por mayor y menor ocasionando un alzamiento en las ventas.

Tabla 43: Proyección de ventas

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 109.526,00	\$ 118.463,32	\$ 128.129,93	\$ 138.585,33	\$ 163.100,86

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: <http://pymesfuturo.com/Pronostico.htm>

Tabla 44: Proyección unidades vendidas.

PRODUCTO	PRECIO PVP	Unidades Anuales	USD
SACO DE PAPA SEMICHOLA DE 100 LIBRAS.	\$ 25,00	160	\$4.000,00
SACO DE PAPA ÚNICA DE 100 LIBRAS.	\$ 25,00	136	\$3.400,00
SACO DE PAPA SANTA ROSA DE 100 LIBRAS.	\$ 22,00	136	\$2.992,00
SACO DE CEBOLLA PERLA DE 100 LIBRAS.	\$ 29,00	136	\$3.944,00
SACO CEBOLLA COLORADA DE 100 LIBRAS.	\$ 33,00	136	\$4.488,00
CAJA TOMATE DE CARNE DE 50 LIBRAS.	\$ 14,00	184	\$2.576,00
CAJA DE NARANJILLA DE 130 UNIDADES.	\$ 15,00	148	\$2.220,00
SACO DE TOMATE ÁRBOL DE 300 UNIDADES.	\$ 28,00	136	\$3.808,00
SACO DE ZANAHORIA DE 50 LIBRAS.	\$ 10,00	124	\$1.240,00
SACO DE VETERABA DE 50 LIBRAS	\$ 10,00	112	\$1.120,00
SACO DE LECHUGA DE 30 UNIDADES.	\$ 10,00	136	\$1.360,00
SACO DE LIMÓN DE 300 UNIDADES.	\$ 28,00	184	\$5.152,00
CARGA DE HIERBITA	\$ 10,00	160	\$1.600,00
MOÑO DE APIO	\$ 0,30	136	\$40,80
MOÑO DE PEREJIL	\$ 0,30	124	\$37,20
CARGA DE NABO	\$ 5,00	112	\$560,00
MOÑO DE ACELGA	\$ 0,30	112	\$33,60
MOÑO DE ESPINACA	\$ 0,30	88	\$26,40
SACO DE CHOCLO DE 80 UNIDADES.	\$ 18,00	136	\$2.448,00
UNIDADES DE ZAMBO	\$ 1,00	112	\$112,00
UNIDADES DE ZAPALLO	\$ 1,25	124	\$155,00
SACO DE ALVERJA DE 25 LIBRAS.	\$ 20,00	112	\$2.240,00
SACO DE FLEJOL ROJO DE 25 LIBRAS.	\$ 22,00	148	\$3.256,00
SACO DE HABA DE 50 LIBRAS.	\$ 12,00	124	\$1.488,00
UNIDADES DE CEBOLLA BLANCA	\$ 1,10	136	\$149,60
UNIDADES DE BROCOLI	\$ 0,40	100	\$40,00
UNIDADES DE COLIFLOR	\$ 0,40	100	\$40,00

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: <http://pymesfuturo.com/Pronostico.htm>

Tabla 45: Continuación tabla #44. Proyección unidades vendidas.

PRODUCTO	PRECIO PVP	Unidades Anuales	USD
SACO DE RABANO DE 25 UNIDADES.	\$ 8,00	112	\$896,00
UNIDADES DE LECHUGA CRESPE	\$ 0,35	124	\$43,40
UNIDADES DE COL	\$ 1,30	112	\$145,60
SACO DE AJO SERRANO DE 100 LIBRAS	\$ 70,00	124	\$8.680,00
CARTÓN DE VAINITA DE 20 LIBRAS	\$ 6,00	136	\$816,00
FUNDA DE MELLOCO ROJO DE 25 LIBRAS.	\$ 7,00	208	\$1.456,00
FUNDA DE MELLOCO BLANCO DE 25 LIBRAS.	\$ 7,00	184	\$1.288,00
UNIDADES DE QUESO DE 2 LIBRAS.	\$ 2,50	208	\$520,00
CUBETAS DE HUEVO DE 30 UNIDADES.	\$ 2,80	208	\$582,40
FUNDA DE LECHE DE 1 LITRO.	\$ 0,65	136	\$88,40
CARTÓN DE UVA NEGRA DE 15 LIBRAS.	\$ 11,50	160	\$1.840,00
CARTÓN DE UVA ROJA DE 20 LIBRAS.	\$ 15,00	136	\$2.040,00
CARTÓN DE MANZANA ROJA DE 220 UNIDADES.	\$ 28,00	112	\$3.136,00
CARTÓN DE MANZANA VERDE DE 220 UNIDADES.	\$ 40,00	160	\$6.400,00
CAJA DE MANZANA SERRANA DE 220 UNIDADES.	\$ 23,00	172	\$3.956,00
UNIDADES DE PAPAYA	\$ 0,75	184	\$138,00
UNIDADES DE NARANJA	\$ 0,10	676	\$67,60
UNIDADES DE PIÑA	\$ 0,75	208	\$156,00
CARTÓN DE FRUTILLA DE 25 LIBRAS.	\$ 13,00	160	\$2.080,00
BALDE DE MORA DE 25 LIBRAS.	\$ 17,00	160	\$2.720,00
SACO DE ARROZ VIEJO DE 100 LIBRAS.	\$ 35,00	136	\$4.760,00
SACO DE ARROZ CONEJO DE 100 LIBRAS.	\$ 25,00	160	\$4.000,00
SACO DE ARROZ OSO DE 100 LIBRAS.	\$ 30,00	124	\$3.720,00
SACO DE AZÚCAR DE 2KG DE 25 UNIDADES.	\$ 36,00	112	\$4.032,00
SACO DE AZÚCAR VALDEZ DE 1 KG DE 50 UNIDADES.	\$ 36,50	124	\$4.526,00
CARTÓN DE ACEITE PALMA DE ORO 1 LITRO DE 12 UNIDADES.	\$ 13,50	112	\$1.512,00
CARTÓN DE ACEITE DE PALMA DE ORO DE 1,00 DE 15 UNIDADES.	\$ 12,50	112	\$1.400,00
		8.112	\$109.526,00

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: <http://pymesfuturo.com/Pronostico.htm>

La “Distribuidora Anshy” vende 8.112 unidades en productos generales anuales con una totalidad de \$ 109.526,00 para el primer año.

6.3. Proyección de Egresos

6.3.1 Costos Directos

Los costos directos de la distribuidora son \$ 82.251,48 para el primer año, ya que, al ofrecer diversos productos, consigue los mejores precios a los proveedores, siendo de gran beneficio porque le permite dar a un precio accesible a los consumidores y del negocio ya que aumenta su utilidad bruta.

Tabla 46: Costos de inversión

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS	\$ 82.251,48	\$ 88.963,20	\$ 96.222,60	\$ 104.074,36	\$ 112.566,83

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/presupuestos-ingresos-costos-gastos>.

Tabla 47: Unidades Anuales.

PRODUCTO	Costo de Producto	Unidades Anuales	USD
SACO DE PAPA SEMICHOLA DE 100 LIBRAS.	\$ 17,00	160	\$2.720,00
SACO DE PAPA ÚNICA DE 100 LIBRAS.	\$ 19,00	136	\$2.584,00
SACO DE PAPA SANTA ROSA DE 100 LIBRAS.	\$ 14,00	136	\$1.904,00
SACO DE CEBOLLA PERLA DE 100 LIBRAS.	\$ 23,00	136	\$3.128,00
SACO CEBOLLA COLORADA DE 100 LIBRAS.	\$ 28,00	136	\$3.808,00
CAJA TOMATE DE CARNE DE 50 LIBRAS.	\$ 8,00	184	\$1.472,00
CAJA DE NARANJILLA DE 130 UNIDADES.	\$ 9,00	148	\$1.332,00
SACO DE TOMATE ÁRBOL DE 300 UNIDADES.	\$ 22,00	136	\$2.992,00
SACO DE ZANAHORIA DE 50 LIBRAS.	\$ 4,50	124	\$558,00
SACO DE VETERABA DE 50 LIBRAS	\$ 3,50	112	\$392,00
SACO DE LECHUGA DE 30 UNIDADES.	\$ 6,00	136	\$816,00
SACO DE LIMÓN DE 300 UNIDADES.	\$ 22,00	184	\$4.048,00
CARGA DE HIERBITA	\$ 6,00	160	\$960,00
MOÑO DE APIO	\$ 0,15	136	\$20,40
MOÑO DE PEREJIL	\$ 0,15	124	\$18,60
CARGA DE NABO	\$ 2,00	112	\$224,00
MOÑO DE ACELGA	\$ 0,15	112	\$16,80
MOÑO DE ESPINACA	\$ 0,15	88	\$13,20
SACO DE CHOCLO DE 80 UNIDADES.	\$ 12,00	136	\$1.632,00
UNIDADES DE ZAMBO	\$ 0,60	112	\$67,20
UNIDADES DE ZAPALLO	\$ 0,75	124	\$93,00
SACO DE ALVERJA DE 25 LIBRAS.	\$ 14,00	112	\$1.568,00
SACO DE FLEJOL ROJO DE 25 LIBRAS.	\$ 16,00	148	\$2.368,00
SACO DE HABA DE 50 LIBRAS.	\$ 7,50	124	\$930,00

<i>Continuación de tabla #47</i>			
PRODUCTO	Costo de Producto	Unidades Anuales	USD
UNIDADES DE CEBOLLA BLANCA	\$ 0,75	136	\$102,00
UNIDADES DE BROCOLI	\$ 0,20	100	\$20,00
UNIDADES DE COLIFLOR	\$ 0,20	100	\$20,00
SACO DE RABANO DE 25UNIDADES.	\$ 4,00	112	\$448,00
UNIDADES DE LECHUGA CRESPE	\$ 0,20	124	\$24,80
UNIDADES DE COL	\$ 1,00	112	\$112,00
SACO DE AJO SERRANO DE 100 LIBRAS	\$ 60,00	124	\$7.440,00
CARTÓN DE VAINITA DE 20 LIBRAS	\$ 3,50	136	\$476,00
FUNDA DE MELLOCO ROJO DE 25 LIBRAS.	\$ 3,50	208	\$728,00
FUNDA DE MELLOCO BLANCO DE 25 LIBRAS.	\$ 3,50	184	\$644,00
UNIDADES DE QUESO DE 2 LIBRAS.	\$ 2,00	208	\$416,00
CUBETAS DE HUEVO DE 30 UNIDADES.	\$ 2,50	208	\$520,00
FUNDA DE LECHE DE 1 LITRO.	\$ 0,40	136	\$54,40
CARTÓN DE UVA NEGRA DE 15 LIBRAS.	\$ 9,00	160	\$1.440,00
CARTÓN DE UVA ROJA DE 20 LIBRAS.	\$ 12,00	136	\$1.632,00
CARTÓN DE MANZANA ROJA DE 220 UNIDADES.	\$ 22,00	112	\$2.464,00
CARTÓN DE MANZANA VERDE DE 220 UNIDADES.	\$ 35,00	160	\$5.600,00
CAJA DE MANZANA SERRANA DE 220 UNIDADES.	\$ 18,00	172	\$3.096,00
UNIDADES DE PAPAYA	\$ 0,40	184	\$73,60
UNIDADES DE NARANJA	\$ 0,03	676	\$20,28
UNIDADES DE PIÑA	\$ 0,40	208	\$83,20
CARTÓN DE FRUTILLA DE 25 LIBRAS.	\$ 8,00	160	\$1.280,00
BALDE DE MORA DE 25 LIBRAS.	\$ 12,00	160	\$1.920,00
SACO DE ARROZ VIEJO DE 100 LIBRAS.	\$ 30,00	136	\$4.080,00
SACO DE ARROZ CONEJO DE 100 LIBRAS.	\$ 21,00	160	\$3.360,00
SACO DE ARROZ OSO DE 100 LIBRAS.	\$ 25,00	124	\$3.100,00
SACO DE AZÚCAR DE 2KG DE 25 UNIDADES.	\$ 30,00	112	\$3.360,00
SACO DE AZÚCAR VALDEZ DE 1 KG DE 50 UNIDADES.	\$ 30,00	124	\$3.720,00
CARTÓN DE ACEITE PALMA DE ORO 1 LITRO DE 12 UNIDADES.	\$ 10,00	112	\$1.120,00
CARTÓN DE ACEITE DE PALMA DE ORO DE 1,00 DE 15 UNIDADES.	\$ 11,00	112	\$1.232,00
		8.112	\$82.251,48

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/presupuestos-ingresos-costos-gastos>.

La “**Distribuidora Anshy**” compra 8.112 unidades en productos generales anuales a los respectivos proveedores con una totalidad de \$ 82.251,48 para el primer año.

6.4 Costos Indirectos

6.4.1 Gastos Administrativo

Para el negocio es importante contar con el personal adecuado, y que realicen las actividades y funciones de la mejor forma, la “Distribuidora Anshy” muestra el organigrama y el sueldo correspondiente del cargo de cada uno de sus trabajadores, siguiendo lo establecido por la ley.

Tabla 48: Gastos Administrativo.

							11,15%		
	CARGO	SUELDO BASE	SUB TOTAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL	FONDOS DE RESERVA	TOTAL
1	GERENTE GENERAL	\$ 400,00	\$400,00	\$ 33,33	\$ 32,17	\$ 16,67	\$ 44,60	\$ 33,33	\$560,10
2	CONTADOR	\$ 200,00	\$200,00						
3	VENDEDOR	\$ 394,00	\$394,00	\$32,83	\$ 32,17	\$ 16,42	\$ 43,93	\$ 32,83	\$552,18
4	CAJERA	\$ 394,00	\$394,00	\$ 32,83	\$ 32,17	\$ 16,42	\$ 43,93	\$ 32,83	\$552,18
		\$ 1.388,00	\$1.388,00	\$ 99,00	\$96,50	\$ 49,50	\$132,46	\$ 99,00	\$1.664,46

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: <http://www.mailxmail.com/cursos-proyectos-inversion/presupuestos-ingresos-costos-gastos>.

6.4.2 Gatos Generales

Se debe analizar los elementos más relevantes para el negocio y cotizar los mejores precios, por lo tanto, la compañía presenta su cuadro de gastos generales que son imprescindibles para el funcionamiento de la misma.

Tabla 49: Gastos Generales.

Gastos	Mensual	Anual
ARRIENDO	200,00	2400,00
ENERGIA ELECTRICA	25,00	300,00
SERVICIO TELEFONICO	25,00	300,00
AGUA POTABLE	8,00	96,00
INTERNET	25,00	300,00
PUBLICIDAD	8,00	96,00
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	8,00	96,00
UTILIES DE ASEO	10,00	120,00
PLAN DE MITIGACIÓN	20,80	249,60
PLAN DE COMPENSACIÓN	25,00	300,00
PAPELERIA	10,00	120,00
FUNDAS DE POLIETILENO	20,00	240,00
TRANSPORTE DE MERCADERÍA	100,00	1200,00
TOTAL	484,80	5.817,60

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/presupuestos-ingresos-costos-gastos>.

Tabla 50: Costos Indirectos.

COSTOS INDIRECTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 17.132,46	\$17.132,46	\$17.132,46	\$17.132,46	\$17.132,46
GASTOS GENERALES	\$ 5.817,60	\$ 5.875,78	\$ 5.934,53	\$ 5.993,88	\$ 6.053,82
TOTAL	\$ 22.950,06	\$23.008,24	\$23.067,00	\$23.126,34	\$23.186,28

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: <http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/presupuestos-ingresos-costos-gastos>.

El negocio lleva un control cuidadoso en sus gastos totales, a fin de optimizar recursos y utilizarlos como claves para mantener la rentabilidad y la estabilidad de la distribuidora.

CAPÍTULO 7

7. ESTUDIO FINANCIERO

7.1. Estado de Situación Financiera

El estado de situación Financiera del negocio refleja toda la gestión durante el periodo fiscal, por lo tanto, se manifiesta que posee una estructura sólida, ya que muestra la liquidez de los activos para cubrir los gastos.

Tabla 51: Estado de Situación Inicial.

Estado de Situación Inicial					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS	7.500,00	14.551,89	17.050,41	21.608,82	51.756,69
ACTIVO CIRCULANTE	7.500,00	10.406,79	13.639,21	18.931,52	50.547,19
CAJA	7.500,00	5.581,69	8.420,39	13.286,84	37.340,23
CLIENTES		4.825,10	5.218,83	5.644,68	13.206,97
ACTIVO FIJO NETO	-	4.145,10	3.411,20	2.677,30	1.209,50
ACTIVO FIJO BRUTO		4.879,00	4.879,00	4.879,00	4.879,00
DEPRECIACION	-	733,90	1.467,80	2.201,70	3.669,50
PASIVOS	3.000,00	9.689,57	9.917,05	10.133,47	14.565,58
PASIVO CIRCULANTE	3.000,00	9.689,57	8.240,55	10.133,47	14.565,58
PROVEEDORES		7.248,31	7.839,77	8.479,50	9.919,81
IMPUESTOS X PAGAR	-	-	-	-	1.270,42
15% X PAGAR	-	63,94	400,77	766,23	3.375,35
PRESTAMOS BANCARIOS	3.000,00				
SALDO DE PRESTAMO		2.377,32	1.676,50	887,74	
PATRIMONIO	4.500,00	4.862,32	7.133,37	11.475,35	37.191,11
CAPITAL	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00
UTILIDAD	-	362,32	2.271,05	4.341,98	19.127,00
UTILIDADES NO DISTRIB		-	362,32	2.633,37	13.564,11
PASIVO+PATRIMONIO	7.500,00	14.551,89	17.050,41	21.608,82	51.756,69
DIFERENCIA	-	0,00	-	-	-

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: <https://www.encyclopediainanciera.com/indices/Manual-de-Contabilidad.htm#Estados>

7.2. Estados financieros proyectados

7.2.1 Balance General

La “Distribuidora Anshy” presenta su balance general en una comparación de 5 años de proyección presenta ingresos, saldos del año fiscal, los cuales han sido positivos y manifiesta que las inversiones efectuadas han dados sus mejores resultados.

Tabla 52: Balance General.

BALANCE GENERAL					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS	14.551,89	17.050,41	21.608,82	28.398,26	51.756,69
ACTIVO CIRCULANTE	10.406,79	13.639,21	18.931,52	26.454,86	50.547,19
CAJA	5.581,69	8.420,39	13.286,84	20.349,57	37.340,23
CLIENTES	4.825,10	5.218,83	5.644,68	6.105,29	13.206,97
ACTIVO FIJO NETO	4.145,10	3.411,20	2.677,30	1.943,40	1.209,50
ACTIVO FIJO BRUTO	4.879,00	4.879,00	4.879,00	4.879,00	4.879,00
DEPRECIACION	733,90	1.467,80	2.201,70	2.935,60	3.669,50
PASIVOS	9.689,57	9.917,05	10.133,47	10.334,15	14.565,58
PASIVO CIRCULANTE	9.689,57	9.917,05	10.133,47	10.334,15	14.565,58
PROVEEDORES	7.248,31	7.839,77	8.479,50	9.171,42	9.919,81
IMPUESTOS X PAGAR	-	-	-	-	1.270,42
15% X PAGAR	63,94	400,77	766,23	1.162,72	3.375,35
PRESTAMOS BANCARIOS					
SALDO DE PRESTAMO	2.377,32	1.676,50	887,74		
PATRIMONIO	4.862,32	7.133,37	11.475,35	18.064,11	37.191,11
CAPITAL	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00
UTILIDAD	362,32	2.271,05	4.341,98	6.588,76	19.127,00
UTILIDADES NO DISTRIB		362,32	2.633,37	6.975,35	13.564,11
PASIVO+PATRIMONIO	14.551,89	17.050,41	21.608,82	28.398,26	51.756,69
DIFERENCIA	- 0,00	-	-	-	-

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: <https://www.encyclopediafinanciera.com/indices/Manual-de-Contabilidad.htm#Estados>

7.2.2 Estado de Resultado

El estado de resultado de la distribuidora nos muestra cómo ha sido el desempeño de la operación durante todo el año y observar hasta qué punto se han alcanzado los objetivos, manifestando que la utilidad neta para el primer año es baja, aunque se observa un crecimiento para los próximos.

La gestión administrativa que se ha desarrollado es positiva, ya que la utilidad bruta posee un índice de incremento del 4 % y la rentabilidad de la distribuidora.

Tabla 53: Estado de Resultado Proyectado.

ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO					
	2020	2021	2022	2023	2024
VENTAS	109.526,00	118.463,32	128.129,93	138.585,33	163.100,86
COSTOS DE VENTAS	82.251,48	88.963,20	96.222,60	104.074,36	112.566,83
UTILIDAD BRUTA	27.274,52	29.500,12	31.907,33	34.510,97	50.534,03
GASTOS GENERALES	5.817,60	5.875,78	5.934,53	5.993,88	6.053,82
GASTOS ADMINISTRATIVOS	19.973,54	19.973,54	19.973,54	19.973,54	19.973,54
DEPRECIACIÓN ANUAL	733,90	733,90	733,90	733,90	733,90
U.A.I.I	749,48	2.916,90	5.265,35	7.809,65	23.772,77
INTRESES	323,22	245,08	157,14	58,16	
U.A.I	426,26	2.671,82	5.108,22	7.751,49	23.772,77
IMPUESTOS	-	-	-	-	1.270,42
U.A.R.T	426,26	2.671,82	5.108,22	7.751,49	22.502,35
RT	63,94	400,77	766,23	1.162,72	3.375,35
UTILIDAD NETA	362,32	2.271,05	4.341,98	6.588,76	19.127,00

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: <https://www.encyclopediafinanciera.com/indices/Manual-de-Contabilidad.htm#Estados>

7.2.3 Flujo de Caja

En este informe financiero se detalla cómo han sido los flujos de ingresos y egreso de la distribuidora, analizando desde primera instancia los ingresos por venta siendo estas un 50 % en efectivo y la diferencia a crédito.

El flujo neto para los diversos años se observa un crecimiento, lo que muestra la buena gestión administrativa y la buena utilización de los recursos de la empresa.

Tabla 54: Flujo de Caja.

FLUJO DE CAJA							
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
INGRESOS	-	104.700,90	118.069,59	127.704,07	138.124,72	155.999,18	
VENTAS EN EFECTIVO		54.763,00	59.231,66	64.064,96	69.292,67	81.550,43	
RECUPERACION DE CXK		49.937,90	58.837,93	63.639,11	68.832,06	74.448,76	
OTROS INGRESOS EN EFECT							
APORTACION DE ACCIONISTA							
EGRESOS	4.879,00	100.794,31	114.285,00	121.891,72	130.116,09	139.008,53	
PAGO A PROVEEDORES		75.003,17	88.371,74	95.582,87	103.382,43	111.818,44	
PAGO DE GASTOS		5.817,60	5.875,78	5.934,53	5.993,88	6.053,82	
PAGO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS		19.973,54	19.973,54	19.973,54	19.973,54	19.973,54	
PAGO DE INVERSIONES	4.879,00						
OTROS PAGOS							
PAGO POR DISTRIB DE UTILIDADES			63,94	400,77	766,23	1.162,72	
DIFERENCIA DEL FLUJO DE CAJA	- 4.879,00	3.906,59	3.784,60	5.812,35	8.008,63	16.990,66	
SALDO ACUMULADO DE FLUJO DE CAJA	- 4.879,00	- 972,41	2.812,18	8.624,53	16.633,17	33.623,82	
FLUJO DE CAJA FINANCIADO							
INGRESOS	7.500,00	-	-	-	-	-	
APORTACION DE ACCIONISTAS	4.500,00						
PRESTAMOS BANCARIOS	3.000,00						
OTROS PRESTAMOS							
SOBRE GIRO BANCARIO							
DESEMBOLSOS	-	945,90	945,90	945,90	945,90	-	
PAGO DE CAPITAL AL BANCO		622,68	700,82	788,76	887,74		
PAGO DE INTERESES AL BANCO		323,22	245,08	157,14	58,16		
OTROS PAGOS FINANCIADOS							
DIFERENCIA DE L FLUJO DE CAJA FINANCIADO	2.621,00	2.960,69	2.838,70	4.866,45	7.062,74	16.990,66	
SALDO FINAL ACUMULADO DEL FLUJO DE CAJA	2.621,00	5.581,69	8.420,39	13.286,84	20.349,57	37.340,23	

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: <http://www.creacionempresas.com/plan-de-viabilidad/que-es-un-plan-de-empresa-viabilidad/plan-economico-y-financiero>

7.2.4 Análisis de la Rentabilidad (VAN – TIR – Tiempo de recuperación – Otros)

La inversión realizada por la distribuidora se recupera para el tercer año, demostrando la gestión administrativa, la capacidad de tomar decisiones correctas, la utilización y optimización de recursos, han sido las mejores, por ende, el índice de rentabilidad es de un 9,70 en crecimiento.

El análisis financiero muestra un VAN alto el mismo que es liquidez y utilizado para otras operaciones beneficiosas para la empresa. La TIR es de un 96% alto, por lo tanto, el demuestra que el negocio es viable y atractivo.

Tabla 55: Análisis de la Rentabilidad.

TASA DE DESCUENTO	11,83%
VALOR ACTUAL	25.510,68
VALOR ACTUAL NETO	20.631,68
TASA INTERNA DE RETORNO	96%
INDICE DE RENTABILIDAD	9,70

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: <http://www.creacionempresas.com/plan-de-viabilidad/que-es-un-plan-de-empresa-viabilidad/plan-economico-y-financiero>

7.5. Análisis de Sensibilidad

7.5.1 Razones Financieras

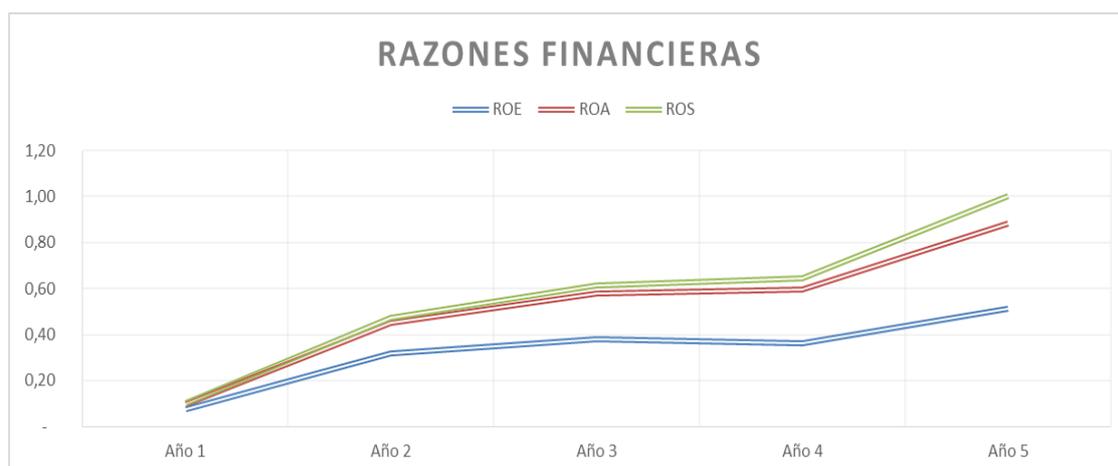
Tabla 56: Razones Financieras.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ROE	0,07	0,32	0,38	0,36	0,51
ROA	0,02	0,13	0,20	0,23	0,37
ROS	0,00	0,02	0,03	0,05	0,12

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: <http://www.creacionempresas.com/plan-de-viabilidad/que-es-un-plan-de-empresa-viabilidad/plan-economico-y-financiero>
2019.

Gráfico 11: Razones Financieras.



Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: <http://www.creacionempresas.com/plan-de-viabilidad/que-es-un-plan-de-empresa-viabilidad/plan-economico-y-financiero>

El análisis de las razones financieras muestra el rendimiento contable, la rotación en activo y el margen en utilidad.

Este proyecto es rentable, debido a que las razones financieras para la proyección de 5 años están en crecimiento, denominadas como bases relevantes para tomar decisiones convenientes para la distribuidora en la cual permita adquirir excelentes índices rentables y una buena posición en el mercado.

Tabla 57: Punto de Equilibrio.

Punto de equilibrio				
costos directos	\$	88.963,20	Valor	\$ 103.802,84
costos indirectos	\$	25.849,32	Porcentaje	88%
Ventas	\$	118.463,32	Unidades	77.954

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: <http://www.pymesfuturo.com/puntodeequilibrio.htm>

El punto de equilibrio de la “Distribuidora Anshy” está rodeada de un 88% que representa \$103.802,84 dólares, es decir que se necesita vender 77.954 unidades en productos totales anuales para mantener su estabilidad.

Tabla 58: Dupont.

Dupont	63%
--------	-----

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

El sistema Dupont es de 63%, representado un alto índice en el cumplimiento de objetivos y eficiencia en la gestión financiera. La empresa utiliza bien los elementos para generar incremento en ventas lo que justifica su porcentaje de crecimiento en la rotación de activos.

7.5.2 Análisis de Sensibilidad

Tabla 59: Escenario de Análisis.

Variable (unidad)	Escenarios de análisis					
	Pesimista		Conservador		Optimista	
	Valor	VAN	Valor	VAN	Valor	VAN
Variación de ingresos del proyecto	1%	- \$2.092,133	6%	\$ 36.537,25	7%	\$ 44.723,67
Índice de rentabilidad	1%	-3,10	6%	18,55	7%	23,08

Elaborado por: Pilataxi Lucero, 2019.

Fuente: <https://www.lifeder.com/analisis-sensibilidad/>.

Se realiza el análisis de sensibilidad de la distribuidora en función de los ingresos, realizando una variación, en la cual permita evaluar los diferentes tipos de escenarios.

En el escenario pesimista los ingresos fueron de \$, -2.092,133 siendo esto negativo para el proyecto, según el VAN y el índice de rentabilidad -3,10 no sería viable, por lo tanto, debería haber un incremento en las ventas, caso contrario el negocio tendrá varias pérdidas.

En el escenario conservador los ingresos fueron de \$ 36.537,25 con un índice de rentabilidad 18,55 y aunque sus resultados no son tan altos se considera viable con

mínimas ganancias, se recomienda tomar las mejores decisiones y aplicación de estrategias para mejorar la rentabilidad de la distribuidora.

Con respecto al escenario optimista los ingresos fueron de \$44.723,67 con un índice de rentabilidad 23,08 manifiesta que está en la mejor etapa financiera y con alto índice de rentabilidad.

Por lo tanto, la “**Distribuidora Anshy**” debe mantener un control en sus ingresos y gastos, que permitan estabilidad y viabilidad para cualquier inversionista, en el cual pueda contribuir con el crecimiento del negocio.

CONCLUSIONES

- Dado el análisis del plan de negocio en la ciudadela Unida, del cantón Milagro es necesario implementar la “Distribuidora Anshy” de productos de consumo masivo por lo cual los clientes del sector requieren una entidad que ofrezca bienes de alta calidad y a un precio accesible para el consumidor.
- Efectuado el análisis situacional para el futuro negocio se definió varios puntos favorables al proyecto, mismos que contribuirán a superar las futuras amenazas, además de aportar rentabilidad a la empresa, manteniéndola en el mercado comercial y diferenciándose de la competencia en su atención y variedad de productos.
- Una vez realizado el análisis de viabilidad económica, financiera se ha podido determinar que es prudente la creación e implementación de la microempresa ya que su rentabilidad se mantiene por encima de los niveles de aceptabilidad y su tasa interna de retorno es de 96%, la misma que se alcanzará de una manera correcta a través de la aplicación de las estrategias de crecimiento.
- Se define que el canal más eficiente de distribución es el expendio directo al por mayor y menor de los productos de consumo masivo de forma directa al consumidor, de forma segura al interior de nuestra empresa, garantizando la integridad y calidad de los productos en oferta.

RECOMENDACIONES

- Para efectivizar lo planteado en el presente documento de emprendimiento se debe desarrollar una investigación de mercado más profunda y singularizada a nivel de todo el cantón el cual nos permita mantener una visión más amplia y clara de la competencia existente.
- Recomiendo a la población en general a que brinden un mayor apoyo a este tipo de emprendimientos, además hacer un llamado de atención al municipio del cantón Milagro, para que fomente incentivos de crecimiento y apoyo micro empresarial, de esta forma se dinamice la economía local, priorizando la mano de obra del sector.
- Se recomienda en manera especial a las instituciones públicas como GAD, SRI, MSP, y demás entidades ligadas al desarrollo de la economía y salud de la población, brinden el apoyo técnico oportuno y ofrezcan las facilidades que requieren los emprendedores para la ejecución de sus emprendimientos.
- Para poder mantener la rentabilidad y estabilidad financiera es necesario que se apliquen estrategias, publicitarias de nivel macro empresarial, además que las instituciones tributarias y legales reduzca sus cargas tributarias, burocráticas y brinden las facilidades de movilidad para la distribución de los productos.

BIBLIOGRAFÍA

.PORTER, M. .. (2008). *LAS CINCO FUZZAS COMPETITIVAS*. AMERICA LATINA: HARVDARD BUSINESS REVIEW.

Ecuador, C. d. (20 de Octubre de 2008). Obtenido de
file:///C:/Users/pc/Desktop/Constitucio_n-de-la-Republica-del-Ecuador.pdf

Financiera, P. G. (s.f.). *Servicio de Rentas Internas del Ecuador*. Obtenido de SRI:
<https://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>

LUQUE, M. P. (2015). MARKETING MIX. En *PLAN DE MARKETING EMPRESARIAL* (pág. 388). Elearning.

Maria, G. (20 de julio de 2002). *Gestiopolis*. Recuperado el 18 de julio de 2019, de
Concepto de mercado y sus tipos: <https://www.gestiopolis.com/concepto-mercado-tipo>

MILAGRO, G. A. (31 de OCTUBRE de 2017). *GAD MILAGRO*. Recuperado el 18 de JULIO de 2019, de PORTAL DE TRAMITE:
http://milagro.gob.ec/archivos/pdf/lotaip/literald/literald_octubre2017.pdf

MILAGRO, G. M. (30 de enero de 2016). *GAD MUNICIPAL MILAGRO, FORMULARIOS O FORMATOS DE SOLICITUD FINAL.XLS*. Recuperado el 18 de julio de 2019, de FORMULARIOS O FORMATOS DE SOLICITUD FINAL.XLS:
http://milagro.gob.ec/archivos/pdf/lotaip/literalf/literalf1_enero2016.pdf

MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA. (s.f.). Recuperado el 19 de JULIO de 2019, de
MINISTERIO DE SALUD PÚBLICA > PROGRAMAS Y SERVICIOS >
EMISIÓN DEL CERTIFICADO ÚNICO DE SALUD:
<https://www.salud.gob.ec/emision-del-certificado-unico-de-salud/#>

Rocafuerte, V. (17 de AGOSTO de 1835). *BENEMERITO CUERPO DE BOMBEROS GUAYAQUIL*. Recuperado el 19 de JULIO de 2019, de SERVICIOS EN LINEA: <https://www.bomberosguayaquil.gob.ec/servicios-en-linea/>

ANEXOS

ANEXO # 1 MODELO DE ENCUESTA.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO



FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES.

**PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE LA DISTRIBUIDORA
“ANSHY” DE PRODUCTOS MASIVOS AL POR MAYOR Y MENOR EN LA
CIUDADELA UNIDA DEL CANTÓN MILAGRO-ECUADOR.**

Objetivo: Implementar una distribuidora en un lugar accesible donde tenga acogida ante los consumidores y ser reconocida a la hora de distribuir los productos.

1_ ¿Quién es el encargado de realizar las compras de su familia?

Papá Mamá Hermanos Empleada

2_ ¿Cuál es el lugar de preferencia, al realizar sus compras para el hogar?

Tiendas Supermercado Mercados Municipales Comerciante ambulante

3_ ¿Qué medio de pago utiliza cuando hace la compra de legumbre?

Efectivo

Cheque

Tarjeta de crédito

Tarjeta de debito

4_ Consume usted productos masivos como:

Hortalizas Cereales Granos secos Tubérculos

5_ ¿Que rango de edad consumen los productos masivos como por ejemplos legumbre?

5-15

20-30

30-40

40-en adelante

6_De los siguientes productos cual le degusta más:

Hortalizas

Cereales

Granos secos

Tubérculos

7_ ¿Cuánto es el monto que asciende en la compra de legumbre?

\$5.00-\$15.00

\$16.00-\$35.00

\$36.00-\$55.00

\$56.00 en adelante

8-Al momento de comprar o seleccionar los productos que le ofrecen a usted cuál es su aspecto importante de adquirir el bien.

Calidad

Precio

Servicio

Sabor

9-Usted con qué frecuencia compra legumbre.

Diario

Semanal

Quincenal

Fin de mes

10-Cuál es su grado de satisfacción al degustar los productos comestibles a la hora de consumir. (Legumbre)

Muy Satisfecho

Poco Satisfecho

Insatisfecho

Muy insatisfecho

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO #2 APLICACIÓN DE ENCUESTAS EN LA CIUDADELA UNIDA.



ANEXO # 3 LÍNEA DE PRODUCTOS.

LOGO DE LA EMPRESA



ANEXO # 4 ACOMPAÑAMIENTO DE TUTORÍAS.



ANEXO # 5 REVISIÓN DE PLAGIO.

PLAN DE NEGOCIO2

INFORME DE ORIGINALIDAD

2%	1%	0%	2%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	www.cbd.int Fuente de Internet	1%
2	es.slideshare.net Fuente de Internet	<1%
3	Submitted to Systems Link Trabajo del estudiante	<1%
4	Submitted to Fundación Universitaria CEIPA Trabajo del estudiante	<1%

Excluir citas Activo Excluir coincidencias < 19 words
Excluir bibliografía Activo