

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

**MAESTRÍA EN GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIO
PRODUCTIVOS**

TEMA:

**NIVEL DE PRODUCCIÓN DE CHIFLES Y SU INCIDENCIA
EN LA PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA DE LA
ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA "PRODUARTE"**

**Trabajo de Investigación previo a la obtención del Grado de Magister en
Gestión de Proyectos Socio Productivos.**

Autora:

Toala Tubay Patricia del Carmen

Tutor:

Ing. Daniel Mancero Espinoza Mgs.

Quito – Ecuador

2017

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor, designado por la Dirección de Posgrados de la Universidad Tecnológica Indoamérica:

CERTIFICO:

Que el Trabajo de Investigación “**NIVEL DE PRODUCCIÓN DE CHIFLES Y SU INCIDENCIA EN LA PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA DE LA ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA PRODUARTE**”, presentado por la maestrante Toala Tubay Patricia del Carmen, estudiante del Programa de Maestría en Gestión de Proyectos Socio Productivos, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Jurado Examinador que la Dirección de Posgrado designe.

Quito, Octubre de 2017

TUTOR

Ing. Daniel Mancero Espinoza Mgs.
C.C. 1801682921

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Toala Tubay Patricia del Carmen, declaro ser autora del Trabajo de Investigación, titulado “NIVEL DE PRODUCCIÓN DE CHIFLES Y SU INCIDENCIA EN LA PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA PRODUARTE”, como requisito para optar por el Grado de Magister en Gestión de Proyectos Socio Productivos, autorizo al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI).

Los usuarios del RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, octubre del dos mil diecisiete, firmo conforme:

Autora: Toala Tubay Patricia del Carmen

Firma _____

Número de Cédula: 1304613878

Dirección: Avenida 15 de Abril y M.Cevallos

Portoviejo – Manabí

Correo Electrónico: patoala2007@hotmail.com

Teléfono: 0984636720

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

APROBACIÓN TRIBUNAL DE GRADO

El Trabajo de Investigación Científica, ha sido revisado, aprobado y autorizado su impresión y empastado, previa la obtención del Grado de Magister en Gestión de Proyectos Socio Productivos, por lo tanto, autorizamos al postulante la presentación de su sustentación pública.

Quito,.....

EL JURADO

PRESIDENTE DEL JURADO

EXAMINADOR

DIRECTOR

DEDICATORIA

A Dios, por su infinita bondad, amor y bendición para lograr este objetivo.

A mi madre por su apoyo incondicional consejos, valores, motivación constante que ha permitido ser una persona de bien.

A mis hermanos por ser pilar fundamental en la construcción de mi vida profesional.

Patricia Toala

AGRADECIMIENTO

A la Universidad y maestros, por permitir formarme en ella y ser partícipes y responsables en la culminación de la tesis de Posgrado. A los compañeros de aula, Aso. PRODUARTE y tutor de tesis por sus aportes.

A mi madre, hermanos y familiares por su Constante apoyo para la culminación de mi meta propuesta

Patricia Toala.

ÍNDICE GENERAL

| PRELIMINARES | Pág. |
|--|-------------|
| PORTADA | i |
| APROBACIÓN DEL TUTOR..... | ii |
| AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR..... | iii |
| APROBACIÓN TRIBUNAL DE GRADO | iv |
| DEDICATORIA | v |
| AGRADECIMIENTO | vi |
| ÍNDICE GENERAL | vii |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS | xii |
| ÍNDICE DE CUADROS | xiii |
| ÍNDICE DE IMÁGENES | xiv |
| RESUMEN EJECUTIVO | xv |
| EXECUTIVE SUMMARY | xvi |
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| | |
| CAPÍTULO I | 4 |
| EL PROBLEMA | 4 |
| Tema | 4 |
| Línea de Investigación con la que se relaciona | 4 |
| Planteamiento de Problema | 5 |
| Contextualización | 5 |
| Macro | 5 |
| Meso..... | 6 |
| Micro..... | 7 |
| Árbol de Problemas | 9 |
| Análisis Crítico | 10 |

| | |
|--|----|
| Prognosis | 11 |
| Formulación del Problema | 11 |
| Delimitación de la Investigación | 11 |
| Justificación..... | 13 |
| Objetivos | 15 |
| Objetivo General..... | 15 |
| Objetivos Específicos..... | 15 |
| | |
| CAPÍTULO II | 16 |
| MARCO TEÓRICO | 16 |
| Antecedentes Investigativos | 16 |
| Fundamentaciones | 18 |
| Fundamentación Filosófica | 18 |
| Fundamentación Sociológica | 19 |
| Fundamentación Política | 20 |
| Fundamentación Organizativa..... | 21 |
| Fundamentación Legal..... | 22 |
| Organizador Lógico de Variables | 24 |
| Constelación de Ideas de la Variable Independiente | 25 |
| Desarrollo de la variable independiente | 27 |
| Producción de chifle | 27 |
| Procedimientos de Producción | 28 |
| Instalaciones | 29 |
| Variedad de Snack | 31 |
| Variable dependiente | 33 |
| Administración | 33 |
| Marketing | 35 |
| Productividad..... | 35 |

| | |
|---|-----------|
| Buenas Prácticas de Manufactura..... | 38 |
| Canales de Distribución y comercialización | 39 |
| Hipótesis..... | 40 |
| Variables en Estudio | 40 |
| | |
| CAPÍTULO III | 41 |
| METODOLOGÍA..... | 41 |
| Enfoque de la Modalidad | 41 |
| Modalidad de la Investigación..... | 41 |
| Asociación de Variables..... | 42 |
| Población..... | 42 |
| Muestra..... | 43 |
| Diseño Experimental..... | 45 |
| Operacionalización de Variables | 45 |
| Matriz de Operación de Variables | 46 |
| Plan de Recolección de la Información..... | 48 |
| Planes de procesamiento y análisis de la información..... | 48 |
| Planes de procesamiento y análisis de la información..... | 50 |
| | |
| CAPÍTULO IV | 51 |
| ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS | 51 |
| Entrevista a Gerente de PRODUARTE | 51 |
| Encuestas a Comerciantes y Distribuidores..... | 53 |
| Verificación de Hipótesis | 60 |
| Planteamiento de la Hipótesis | 60 |
| Modelo Matemático | 61 |

| | |
|---|-----|
| CAPÍTULO V | 66 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 66 |
| Conclusiones..... | 66 |
| Recomendaciones | 67 |
| | |
| CAPÍTULO VI | 68 |
| PROPUESTA | 68 |
| Título..... | 68 |
| Datos informativos del beneficiario de la propuesta | 68 |
| Justificación..... | 68 |
| Análisis de Factibilidad..... | 69 |
| Metodología..... | 71 |
| Objetivo General:..... | 72 |
| Objetivos Específicos:..... | 72 |
| Plan de mejoramiento en la producción de chifles | 72 |
| Estructura Organizativa de PRODUARTE | 73 |
| Análisis de Involucrados | 76 |
| Matriz de Marco Lógico..... | 77 |
| Recursos | 92 |
| Presupuesto del Plan de Mejoras | 93 |
| Viabilidad de la Propuesta..... | 94 |
| Determinación de Costos | 95 |
| Cálculo del VAN | 99 |
| Calculo del TIR | 99 |
| Evaluación de Impacto de la Propuesta | 101 |
| Evaluación de Impacto Financiero | 101 |
| Evaluación de Impacto Social | 102 |

| | |
|--------------------------------------|-----|
| Evaluación de Impacto Ambiental..... | 102 |
| Resultados Esperados..... | 102 |
| BIBLIOGRAFÍA | 104 |
| ANEXOS | 109 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Pág.

| | |
|--|----|
| Gráfico 1: Relación Causa Efecto..... | 9 |
| Gráfico 2: Red de Inclusiones Conceptuales..... | 24 |
| Gráfico 3:Constelación de Ideas de la Variable Independiente..... | 25 |
| Gráfico 4:Constelación de Ideas de la Variable Dependiente..... | 26 |
| Gráfico 5. Comercialización de chifles en tienda o distribuidora..... | 53 |
| Gráfico 6. Marcas de snack de plátano o chifles que comercializa..... | 54 |
| Gráfico 7. Razones de comercialización de marcas de chifle de plátano..... | 55 |
| Gráfico 8. Compra de chifles de plátano a la empresa PRODUARTE..... | 56 |
| Gráfico 9. Adquisición de chifles PRODUARTE..... | 57 |
| Gráfico 10. Presentación de snack de plátano..... | 58 |
| Gráfico 11. El marketing cómo herramienta..... | 59 |
| Gráfico 12. Valores críticos CHI Cuadrado..... | 65 |
| Gráfico 13: Modelo de gestión del proyecto..... | 82 |
| Gráfico 14: Flujograma del procesamiento de elaboración de snack de plátano .. | 84 |

ÍNDICE DE CUADROS

| | Pág. |
|---|-------------|
| Cuadro 1 producción y rentabilidad actual | 27 |
| Cuadro 2: Población..... | 43 |
| Cuadro 3: Muestra | 44 |
| Cuadro 4. Variable Independiente: Producción de snacks de plátanos | 46 |
| Cuadro 5. Variable Dependiente | 47 |
| Cuadro 6. Plan de Recolección de Información | 49 |
| Cuadro 7. Comercialización de chifles en tienda o distribuidora..... | 53 |
| Cuadro 8. Marcas de snack de plátano o chifles que comercializa | 54 |
| Cuadro 9: Razones de comercialización de marcas de chifle de plátano..... | 55 |
| Cuadro 10. Compra de chifles de plátano a la empresa PRODUARTE | 56 |
| Cuadro 11. Adquisición de chifles PRODUARTE..... | 57 |
| Cuadro 12. Presentación de snack de plátano | 58 |
| Cuadro 13: Valores tabulados de Distribución CHI | 62 |
| Cuadro 14: Frecuencias observadas..... | 63 |
| Cuadro 15: Frecuencias esperadas..... | 64 |
| Cuadro 16: Cálculo CHI Cuadrado..... | 64 |
| Cuadro 17. Análisis de involucrados | 76 |
| Cuadro 18. Matriz de Marco Lógico | 77 |
| Cuadro 19: Presupuesto del Plan de Mejoras | 93 |
| Cuadro 20. Monto Total de la Inversión | 95 |
| Cuadro 21. Costos de producción del producto actual | 95 |
| Cuadro 22. Costo de venta del Chifle por unidad..... | 95 |
| Cuadro 23. Cuadro de ventas actuales | 96 |
| Cuadro 24. Demanda insatisfecha actual | 96 |
| Cuadro 25. Demanda Total Insatisfecha | 96 |
| Cuadro 26. Proyección de ingresos..... | 97 |
| Cuadro 27. Flujo de Caja | 98 |
| Cuadro 28. Indicadores Económicos y Financieros | 100 |
| Cuadro 29. Periodo de recuperación..... | 100 |
| Cuadro 30. Resultados Esperados..... | 103 |

ÍNDICE DE IMÁGENES

| | Pág. |
|---|-------------|
| Imagen N° 1: Ubicación Geografía PRODUARTE | 12 |
| Imagen N° 2: Estructura Empresarial PRODUARTE. | 75 |

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

CENTRO DE ESTUDIOS DE POSGRADO

MAESTRÍA GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIO PRODUCTIVOS

TEMA:

Nivel de Producción de Chifles y su Incidencia en la Productividad de la Empresa de la Economía Popular y Solidaria “Produarte”.

AUTORA:

Patricia del Carmen Toala Tubay

TUTOR:

Ing. Daniel Mancero Espinoza Mg.

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente trabajo investigativo, analiza el nivel de producción y comercialización de chifles dentro de la empresa PRODUARTE, ubicada en el sitio Pimpiguasi de la Parroquia Riochico del Canton Portoviejo, actualmente esta trabajando de tres a cuatro días a la semana, generando desabastecimiento en los lugares de acopio que requieren el producto, afectando la productividad de la empresa y por ende a sus 38 socios, por poseer una estructura organizativa, administrativa y financiera deficiente, al no contar con los equipos necesario, mano de obra calificada suficiente, y un plan de marketing, lo que conlleva a una baja producción del snack de plátano (chifle). La metodología aplicada permitió realizar encuestas a los distribuidores y comercializadores de chifles y entrevista al gerente de la empresa, el análisis de los datos estadísticos permitieron verificar la hipótesis con la aplicación de la prueba del CHI cuadrado, de tal forma que los resultados reflejaron que la empresa se encuentra en dificultades organizativas puesto que su producción se considera insuficiente en base a la capacidad productiva instalada identificando como problema el limitado nivel producción del snack de plátano (chifle) por parte de PRODUARTE. Esto implica que la empresa desaprovecha su nivel productivo y la oportunidad de captar nuevos mercados potenciales a nivel local y cantonal. Ante los problemas identificados es necesario desarrollar una propuesta que de solución a la problemática existente, por lo que se planteó la implementación de un plan de mejoramiento en la producción de chifles de PRODUARTE, que permita incrementar sus ventas, la productividad-rentabilidad y la sostenibilidad dentro de la empresa. Este plan se basa en el desarrollo de un modelo operativo que fortalezca las capacidades organizativas y productivas mediante la aplicación de un plan de marketing que permita difundir la empresa a nivel local, cantonal y provincial.

DESCRIPTORES: Investigación, producción, rentabilidad, marketing, estrategias.

TECHNOLOGY UNIVERSITY INDOAMÉRICA

CENTRE OF POSGRADUATE

MASTERS IN GESTIÓN DE PROYECTOS SOCIOS PRODUCTIVOS

TOPIC:

Chifles production level and its impact on the productivity of the company of the Popular economy and solidarity "produarte".

AUTHOR:

Patricia del Carmen Toala Tubay

TUTOR:

Ing. Daniel Mancero Espinoza Mg.

EXECUTIVE SUMMARY

In this research work, he analyzes the level of production and commercialization of chifles within the company PRODUARTE, located in the Pimpiguasi site of the Parish of Riochico del Canton Portoviejo, currently working three to four days a week, generating shortages in the storage places that require the product, affecting the productivity of the company and therefore its 38 partners, by having a poor organizational, administrative and financial structure, not having the necessary equipment, sufficient skilled labor, and a plan of marketing, which leads to a low production of the banana snack (chifle). The methodology applied allowed to conduct surveys to the distributors and marketers of chifles and interview the company manager, the statistical data analysis allowed to verify the hypothesis with the application of the square CHI test, in such a way that the results reflected that the The company is in organizational difficulties since its production is considered insufficient based on the installed production capacity, identifying as a problem the limited production level of the banana snack (chifle) by PRODUARTE. This implies that the company does not take advantage of its productive level and the opportunity to capture new potential markets at local and cantonal level. In view of the problems identified, it is necessary to develop a proposal to solve the existing problem, which is why the implementation of an improvement plan was proposed in the production of PRODUARTE chifles, which would increase sales, productivity-profitability and sustainability Inside the company. This plan is based on the development of an operational model that strengthens organizational and productive capacities through the application of a marketing plan that allows the company to spread to the local, cantonal and provincial levels.

DESCRIPTORS: Research, production, profitability, marketing, strategies.

INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un país con abundantes tierras fértiles y un clima favorable para el cultivo de muchas clases de productos de consumo interno y de exportación. El plátano es uno de los productos de mayor producción por lo que se ha hecho indispensable buscar productos alternos que generen ingresos y a la vez satisfaga las necesidades alimenticias de los ciudadanos.

De ahí parte la iniciativa de mujeres de la Comunidad Pimpiguasí, las cuales al notar la gran producción del plátano en esta zona, se unieron para elaborar un producto alternativo como es el snack de plátano y ser distribuido entre los comercios y restaurantes de la zona y el cantón.

Sin embargo, con el paso del tiempo han presentado algunos inconvenientes en la producción y distribución del producto por lo que la empresa ha sido motivo de estudio a fin de poder disminuir la problemática existente.

Este estudio permitirá analizar el proceso de producción de los chifles de plátano y la forma de cómo la empresa PRODUARTE lo está comercializando, a fin de brindar un chifle de calidad, fresco y cumpliendo con las normas de calidad establecidas por el estado ecuatoriano al consumidor final.

La microempresa PRODUARTE, se encuentra ubicada en la Comunidad Pimpiguasi, perteneciente a la Parroquia Riochico del Cantón Portoviejo –Provincia de Manabí, ubicada en la vía Portoviejo – Pichincha a 15 Km de la ciudad de Portoviejo, 3 Km de la Cabecera Parroquial Riochico y 30 Km de la ciudad de Junín, es una zona ecológica con excelente microclima con temperatura entre 25° a 30°, por cuyo territorio se encuentra establecida la Ruta del Encanto, donde sus habitantes acreditan conciencia ambiental. Es un punto estratégico ya que está en la vía principal sitio conocido como el desvío a Junín, y en razón de que cada familia cuenta con pequeñas áreas de producción y en sus parcelas producen plátano barraganete, y que a pesar de ser producido sin contaminantes agroquímicos se lo destina a intermediarios que pagan bajos precios y al alimento de sus animales, sin dar el verdadero valor a la producción orgánica.

La Organización de la Economía popular y solidaria PRODUARTE, nace gracias al interés de una grupo de mujeres emprendedoras del sector Pimpiguasi, que pertenece a la Parroquia Riochico del Cantón Portoviejo, este grupo de mujeres inicia realizando artesanías con la cascara del tallo del plátano, sin embargo, por problemas de bajo precio en las racimas de plátano, deciden montar la micro empresa en producción del snack de plátano, generando fuente de ingreso para ellas, sus familias y el entorno donde desarrollan esta actividad.

Es así que, se ha evidenciado la falta de organización dentro de la empresa, puesto que sus integrantes en especial el personal dedicado a la administración del mismo, no han logrado consolidar y fortalecer la producción y comercialización del producto generando una limitada capacidad productiva y por ende un bajo ingreso o rentabilidad por dicha actividad.

En base a lo acotado se realizaron los siguientes capítulos, con el propósito de investigar directamente la problemática y establecer una propuesta factible para el mejoramiento continuo de la empresa PRODUARTE.

CAPÍTULO I. EL PROBLEMA.- Este capítulo abarca el planteamiento del problema, contextualización, macro, meso micro, árbol de problemas, análisis crítico prognosis, formulación del problema, interrogantes de la investigación, delimitación de la investigación, justificación y objetivos de la investigación.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.- Consta de antecedentes investigativos, fundamentación, marco conceptual, proceso productivo, organizador lógico de variables, constelación de ideas de la variable independiente y dependiente, hipótesis y variables en estudio.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.- Aquí se trata el enfoque investigativo, modalidad de la investigación, tipos de investigación, asociación de variables, población, muestra, diseño experimental, Operacionalización de variables plan para la recolección de la información.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.- En este capítulo se presenta la estructura organizativa, encuestas dirigida a socios, comerciantes y distribuidores, análisis e interpretación de resultados, componente organizativo y productivo, verificación de hipótesis, regla de decisión.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.- Se establecen las conclusiones y recomendaciones de acuerdo con los resultados obtenidos del análisis estadístico.

CAPÍTULO VI. PROPUESTA.- Contiene datos informativos, antecedentes, justificación, objetivos, modelo operativo, gestión y presupuesto del plan de mejoras, flujos de procesos, evaluación de impacto de la propuesta, bibliografía, anexos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Tema

Nivel de producción de chifles y su incidencia en la productividad de la empresa de la economía popular y solidaria “PRODUARTE”

Línea de Investigación con la que se relaciona

El presente trabajo investigativo esta relacionando con la línea de investigación Empresarialidad y Productividad. Como se establece en las líneas de investigación de la Universidad Tecnológica Indoamérica (2011),

Empresarialidad y Productividad.- Esta línea de investigación se orienta por un lado al estudio de la capacidad de emprendimiento empresarial de la región así como un entorno jurídico-empresarial es decir; es decir, de repotenciación y/o creación de nuevos negocios o industrias que ingresan al mercado con un componente de innovación. Por otro lado, el estudio de las empresas existentes en un mercado, en una región, se enmarcaba en la productividad de este tipo de empresas, los factores que condicionan su productividad, la gestión de la calidad de las mismas, y que hacen que estas empresas crezcan y sobrevivan en los mercados. En este ámbito es de interés estudiar aspectos como importaciones, diversificaciones de su producción y afines.

El fortalecer los procesos productivos y organizativos, permitirá que las áreas técnicas, administrativas, económicas y de venta de la empresa, generen mejores ingresos económicos incluso a nivel familiar, contribuyendo de esta manera con el buen vivir establecido constitucionalmente en nuestra carta magna, el cual es un derecho para todas y todos los ecuatorianos.

Planteamiento de Problema

Contextualización

Macro

En la última edición de la revista internacional “Organic and Wellness News” de productos orgánicos y de Comercio Justo que circula en las ferias de promoción, se destacó el trabajo y calidad con que la empresa ecuatoriana PLATAYUC elabora el snack de plátano y yuca porque además de tener un snack 100% orgánico, la empresa impacta positivamente en el aspecto social ya que ayuda a 180 pequeños productores ecuatorianos, no sólo comprando la producción sino asesorándolos y acompañándolos en todo el proceso para garantizar un producto de excelente calidad, convirtiéndose en parte fundamental del Comercio Justo. Así también es oportuno destacar el apoyo que ha recibido la empresa por parte de PRO ECUADOR para la internacionalización de sus snacks (PROECUADOR , 2015).

El hecho de contar con criterios favorables con respecto a la calidad del snack de plátano que se produce por determinadas empresas ecuatorianas, por parte de revistas especializadas, es positivo, deja abierta la posibilidad de abrir nuevos mercados; sin embargo es oportuno destacar que la condición de plátano orgánico es un plus que influye dentro de los procesos comerciales, identificando mercados descremados y mejores precios.

A nivel del país es importante destacar la participación de pequeños productores que al organizarse han generado verdaderos emprendimientos productivos y sostenibles, uno es el ejemplo de (Agro-negocios, 2010) donde expone que: 300 pequeños productores producen plátano que se convierte en chifle.

Cada mes, salen desde la costa ecuatoriana unos 15. 000 kilogramos de plátano crudo con destino a Guayaquil. Ecofrut, con sede en Guayas, procesa el plátano y produce cerca de 3.400 kilogramos de chifles que se envían, vía marítima, hasta Bagnolet (Francia). El producto llega a ese destino, en Europa, en 22 días. El

volumen de exportación del chifle elaborado con el plátano de las organizaciones zamoranas creció de ocho contenedores en el 2008 a 12 en el 2009. En cada contenedor se transportan 72 cajas de 12 unidades de 85g cada una, cada caja cuesta USD 5,90. (Agro-negocios, 2010)

A pesar de la creciente producción y comercialización del snack de plátano a nivel nacional, los pequeños emprendimientos han presentado grandes dificultades en la comercialización de sus productos, según datos presentados por (Briones, 2014), las grandes empresas acaparan la mayor producción de productos derivados del plátano dejando a los emprendimientos con altas dificultades de crecimiento empresarial.

Meso

En Manabí, se encuentran 3 empresas exportadoras de snack de chifle de plátano, destacando las empresas Prodalec Cía. Ltda. Gran chifle productores de snack- chifles de plátano verde plátano maduro, etc. La empresa agüita.S.A. Planta procesadora de yuca, plátano macho en chifles o pelado y empaquetado para exportar a cualquier parte del mundo la yuca o malanga y el plátano macho los procesa de diversas formas según el pedido del cliente y la distancia de entrega. (Sánchez D. , 2016), ambas empresas laboran en el Carmen, cantón referente de la producción de plátano en la provincia.

La empresa Sol Chifles es una industria dedicada a la elaboración de snacks naturales de plátano verde y maduro, utiliza aceite con certificaciones internacionales, Sol Chifle produce Snacks de plátano verde maduro. Snack de yuca. Snacks de banano verde (Sánchez D. , 2016) está ubicado en Portoviejo.

En Manabí la mayor producción de plátano se encuentra en el cantón el Carmen, quienes a su vez han aprovechado su coyuntura internacional, para la producción y comercialización de chifles a nivel internacional.

De acuerdo al informe de (PRO ECUADOR , 2016), en el Ecuador la mayor producción de snacks se concentra principalmente en la provincia de Manabí,

debido a la disponibilidad de materia prima mediante las plantaciones de plátano, yuca y malanga. No obstante, las empresas ecuatorianas continúan a la vanguardia, desarrollando snacks de alta calidad, los que actualmente cuentan con certificaciones ISO, BPM's, las cuales permiten que los productos cumplan los diferentes estándares de calidad exigidos en distintos mercados.

Con frecuencia estas pequeñas empresas presentan dificultades para administrar sus negocios a pesar de contar con la suficiente materia prima para la elaboración del producto y con un amplio mercado el cual es netamente consumidor del plátano y sus diferentes derivados como el snack.

Micro

(Vargas, 2014):

La parroquia rural de Riochico se encuentra ubicado en el centro de la provincia de Manabí, a 15 Km. de la capital de Portoviejo y a 37 Kilómetros del puerto marítimo y aéreo internacional de Manta. Tiene el código geográfico 130155 y sus coordenadas geográficas son 1°0'0" del Sur, 80°26'0" Oeste.

PRODUARTE está constituido por 38 representantes de hogares, de los cuales 36 son mujeres y 2 son hombres, todas las familias son cercanas a la Comunidad Pimpiguasi; se destaca el trabajo solidario y responsable de quienes conforman la empresa de la EPS, de igual manera es rescatable el compromiso por el trabajo, el espíritu emprendedor, demostrado aspiraciones “colectivas – grupales”.

Es importante que familias de los sectores rurales, se organicen y conformen empresas de la EPS, pues estas acciones evitan la emigración de jóvenes por abandono del campo, gracias a la generación de empleos e incremento de ingresos, por incremento del precio de la racima de plátano, por el valor agregado, lo que contribuye al buen vivir de las familias. PRODUARTE genera entre cargadores, peladores, freidores, empacadores y comercializadores, al menos 10 empleos, con lo cual les da oportunidad a personas de la comunidad para que mejoren sus

ingresos, además de mejorar su autoestima al sentirse parte de un emprendimiento productivo, liderado por ellos mismos.

En la actualidad PRODUARTE posee infraestructura para producir los 5 días a la semana, sin embargo la falta de incentivos en la utilización de estrategias empresariales y de marketing no permite un apropiado equilibrio entre la oferta y la demanda de los chifles que se comercializa. Esto genera una limitada capacidad productiva de la empresa, puesto que se conoce que la empresa mantiene una maquinarias que solo trabajan el 50% de su capacidad.

La empresa ha presentado problemas en el área administrativa debido al escaso nivel académico de sus integrantes, puesto que sus socios y trabajadores en su mayoría son mujeres locales que decidieron emprender este negocio sin poseer estudios ni experiencia en el manejo empresarial. Esto también ha influido en los procesos operativos desarrollados para obtener el snacks puesto que utilizan tecnología básica y un limitado control de producción en base a la demanda existente en el cantón.

Árbol de Problemas

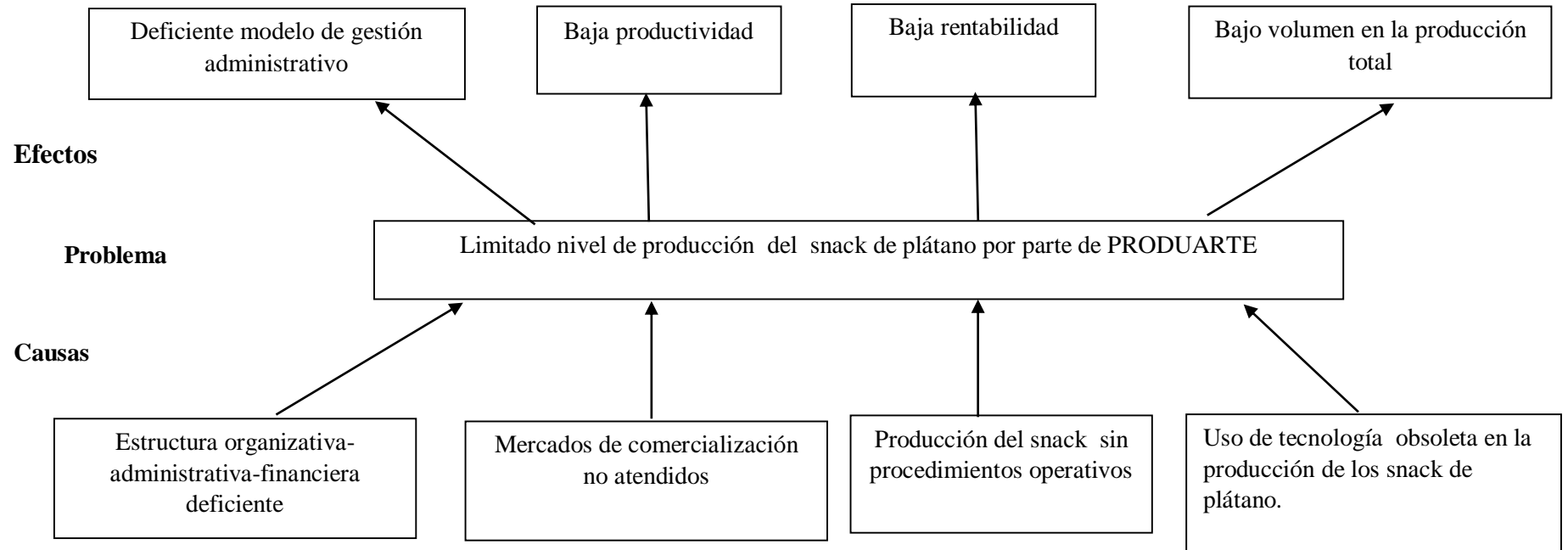


Gráfico 1: Relación Causa Efecto.
Elaborado por: Patricia Toala Tubay.

Análisis Crítico

La Asociación micro-empresarial PRODUARTE, está ubicada en el sitio Pimpiguasi de la Parroquia Ricochico del Cantón Portoviejo, para un adecuado análisis de la problemática concerniente a la producción de snack de plátano, por parte de PRODUARTE, se planteó la elaboración de un árbol de problemas, el mismo que se levantó de manera participativa.

A pesar de ser un grupo con vida jurídica, se estableció que uno de los problemas que mayor afectación provoca, es la deficiente estructura organizativa, administrativa y financiera, la cual es evidente, puesto que los roles de administrativos y trabajadores no están plenamente definidos lo que trae como consecuencia un deficiente modelo de gestión y que muchos de los trabajadores no comprenden la importancia de estandarizar el procesamiento del snack de plátano.

La organización presenta limitaciones como es el caso de los mercados de comercialización que no son atendidos y que van a repercutir en la limitada producción que tienen lo que trae como efecto también que exista una baja productividad y por consiguiente limitados ingresos económicos para la empresa.

También se ha podido evidenciar que existe la producción del snack sin procedimientos adecuados y operarios que no cumplen con funciones específicas dentro de la empresa lo que trae como efecto que exista baja rentabilidad lo que afecta el normal desarrollo de la empresa.

Se pudo detectar también que la empresa posee tecnología obsoleta en la producción de los snack de plátano lo que trae como consecuencia que exista un bajo volumen en la producción total de los chifles de plátano.

Los problemas descritos provocan que la producción de chifles de plátano disminuya significativamente, afectando el ingreso económico de la empresa como tal y a consecuencia de esto el ingreso de las familias que son parte de ella.

Prognosis

De no presentarse alternativas de solución a los problemas de producción en PRODUARTE, al emprendimiento de valor agregado al plátano en snack (chifles), esta se vería afectada lo que conllevaría a cerrar la empresa; afectando a productores, empleados, directivos, y demás familias, que son parte de la economía popular y solidaria.

Al tener baja productividad PRODUARTE, puede ver afectado sus ingresos, sostenibilidad del negocio, así como su rentabilidad que es la razón de los socios de la organización.

Por lo descrito es importante que se desarrolló el proceso investigativo, a fin de establecer la problemática en torno a la producción de chifles en PRODUARTE, de esta manera se contribuirá con la sostenibilidad y desarrollo de tan importante emprendimiento para el sector de Pimpiguasi.

Formulación del Problema

¿El bajo nivel de producción del snack de plátano (chifles) incide en la productividad de la empresa de la economía popular y solidaria PRODUARTE?

Interrogantes de la Investigación

- Variable independiente: ¿La producción de snack de plátano de la empresa PRODUARTE es baja?
- Variable dependiente: ¿Cuál es el principal factor que limita la productividad de la empresa?
- ¿Cuál es la propuesta que pueda fortalecer la producción de chifles en la microempresa PRODUARTE?

Delimitación de la Investigación

Campo.- Empresarial y Productividad.

Área.- Producción

Aspecto.- Empresa de la economía popular y solidaria

Delimitación Espacial.- Comunidad Pimpiguasi, parroquia Riochico a 15 minutos del cantón Portoviejo - Manabí.

Delimitación Temporal.- Enero a Junio de 2017.

Ubicación geográfica de proyecto.- Vía Alajuela, comunidad cercana a la Cárcel El Rodeo. Se marca el área donde está ubicada la empresa PRODUARTE, en la siguiente imagen.



Imagen N° 1: Ubicación Geografía PRODUARTE

Unidades de Observación: La investigación plantea como unidades de observación, la empresa de la economía popular y solidaria PRODUARTE, sus directivos, trabajadores, administrativos, socios y comerciantes.

Justificación

PRODUARTE es una organización de base que pertenece a la economía popular y solidara y está conformada por 38 familias, de las cuales 36 son mujeres y 2 son hombres. Por tratarse de un grupo conformado en su mayoría por mujeres, considerado como un grupo vulnerable por temas de género, y por ser familias cuyos ingresos diarios son inferiores a 3 dólares diarios (quintil uno y dos), han recibido proyectos del Instituto de Economía Popular y Solidaria y gracias a tal intervención lograron consolidar su organización e implementar mecanismos en la elaboración del snacks de plátano.

A pesar de las bondades agronómicas del sector y contar con plantaciones de coco, cacao, cítricos y por su puesto plátano, muchas familias del sector, han tenido limitadas oportunidades de desarrollo, en este caso de manera particular las mujeres, por esta razón que es fundamental investigar a fondo la problemática, la cual es “el limitado nivel de producción del snack de plátano en PRODUARTE”, lo cual afecta en gran medida al grupo asociado. Es por ello la necesidad de plantear medidas de solución, que se enfoquen a incrementar los ingresos de quienes participan de manera directa del emprendimiento e incluso de quienes viven en el sector.

La investigación se justifica en base a la **importancia** que presenta la empresa en el sector de Pimpiguasi, puesto que es una alternativa para los productores de plátano permitiéndoles comercializar su producto a un precio justo; el hecho de ser la primera empresa de valor agregado que se monta en el sector, le da ventaja de la experiencia frente a otras, por tal razón y por lo que representa para el grupo de familias que la conforman es importante fortalecer la empresa.

Los principales **beneficiarios** son todos los productores de plátano involucrados directamente con PRODUARTE, los profesionales hijos de socios, que a futuro podrían ser los administrativos de la empresa, los trabajadores y las mujeres que participan activamente en la producción y valor agregado del snack de plátano.

El trabajo es **factible**, puesto que se cuenta con la absoluta participación de los integrantes de la empresa, debido a que sienten la necesidad de contar con un plan de mejoramiento que les permita incrementar el volumen de producción y por ende la productividad de la misma.

La investigación presenta un **impacto** real, siempre que las acciones de mejoramientos sean realizadas bajo absoluta planificación y enfocadas a cumplir los objetivos generales de la empresa, que es la incrementación de producción y productividad de PRODUARTE.

La **utilidad teórico práctico** del trabajo es el apoyo realizado a los resultados obtenidos mediante la aplicación de las técnicas de entrevistas y encuestas dirigidas a los miembros activos de la empresa. De igual forma este estudio puede servir en el futuro como base para consultas a estudiantes interesados en este tema.

La investigación aportara a la solución de los problemas de la organización, particularmente los de índole administrativos y organizativos, de mercado y los que tiene que ver con la producción de variedades adecuadas para la fabricación del snack de plátano, apuntando a su sostenibilidad, social, técnico y económico.

Objetivos

Objetivo General

Investigar el nivel de producción de chifles y su incidencia en la productividad de la empresa de la economía popular y solidaria “PRODUARTE”.

Objetivos Específicos

- Identificar la producción actual de snack de plátanos realizada por la empresa PRODUARTE.
- Analizar la capacidad productiva instalada en la empresa PRODUARTE, y su mercado potencial.
- Desarrollar un plan de mejoramiento en la producción de Snack de plátano, que permita incrementar la producción y rentabilidad generada por PRODUARTE.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes Investigativos

Con respecto a los antecedentes investigados, se identificaron varios estudios realizados a nivel de la provincia y el país, y a continuación se detallan sus resultados alcanzados.

En el 2015 se realizó un trabajo titulado “Proyecto de elaboración y exportación de chifles de banano hacia el mercado Chileno” elaborado por Fuentes Henry y Perazo Diana, en el cual pudieron concluir lo siguiente:

La producción y exportación de Chifles de banano hacia Chile tiene tres grandes ventajas; primero, la producción de banano en Chile es nula pero importa grandes cantidades de esta fruta del Ecuador; segundo, los Chifles de Banano es un producto conocido y preferido en ese mercado ya que son consumidos esporádicamente; y tercero, el factor tiempo se ha vuelto un bien escaso por lo que el consumidor chileno busca productos de fácil uso y que sean “naturales”.

Nuestros chifles de banano tienen características de ser prácticamente nuevo, novedosos y de buena calidad, por lo que se podría pensar, que tendrá una buena aceptación en los consumidores que desean diversificar los sabores existentes. (Fuentes, 2015)

En el 2016 se realizó un estudio titulado “Gestión administrativa y su incidencia en la calidad de la producción y comercialización de los chifles de plátano en Santo Domingo” elaborado por Obando Karina, la misma que concluyo lo siguiente:

La producción de la organización UDODIC, demuestra la falta de control y por ende la deficiente productividad con una pérdida de 79,4% superior a lo recomendado. No se aplica talleres permanentes al personal operativo en cuanto al mejoramiento de la calidad, lo que repercute tanto en la producción como en la comercialización. Se carece de procesos técnicos aplicables en la comercialización de la UDODIC, lo que conlleva a la disminución de oferta del producto (Obando, 2016)

En el 2014 en la Universidad Estatal de Milagro, se realizó un trabajo titulado “Factibilidad para la creación e implementación de una micro empresa dedicada a la elaboración de productos derivados del plátano” elaborada por Núñez Romero y González Ivonne, quienes concluyeron lo siguiente:

La creación de esta micro empresa es una propuesta factible en todos los resultados evaluados, puesto que el producto tiene alta demanda en el mercado, su contenido posee un alto grado de nutrientes, aptos para el consumo humano. Los chifles cuenta con un alto nivel de competencia, según el análisis de las cinco fuerza PORTER y FODA y sobre todo porque su precio será accesible al de la rivalidad comercial en el mercado. Por ser un producto nuevo e innovador los clientes se muestran un poco indecisos en el momento de la decisión de compra, por el desconocimiento que tienen sobre los beneficios saludables de este derivado del plátano. Para la producción de los chifles, existen una variedad de proveedores puesto que este sector en su gran mayoría se dedica al cultivo del plátano. Los consumidores y comercializadores tienen diversos comportamientos referentes al producto, en la decisión de la compra, debido a que es un producto que no está en el mercado. (Análisis de factibilidad para la creación e implementación de una micro empresa dedicada a la elaboración de productos derivados del plátano., 2014)

En el 2014 se realizó un trabajo investigativo titulado “Producción, comercialización y rentabilidad del plátano y su relación con la economía del cantón La Maná.” Elaborada por Briones Lucía, la misma que concluyo lo siguiente:

La producción, comercialización y rentabilidad del plátano desempeña un papel trascendental en nuestro Cantón, proporcionando una economía estable, ya que permite generar las fuentes de ingreso que el hombre necesita para solventar su familia mediante los conceptos de las categorías fundamentales ayudo a formar un mejor criterio acerca de las condiciones en las que ha venido operando, como se ha desempeñado y que resultados ha alcanzado, pero esta información generada permite visualizar de mejor manera a futuro definiendo las medidas a tomar y el curso de acción a seguir. Mediante la investigación el Cantón La Maná es una zona muy productora de plátano existiendo un gran número de productores ellos planifican la producción, bajo criterios de planificación regional ya que existe un mercado potencial, que está dispuesto a adquirir y comercializar todos los productos agropecuarios. Con respecto a la comercialización una vez realizado el análisis se puede determinar que esta actividad es

rentable siempre que apliquen técnicas específicas para el desarrollo del cultivo, las mismas que permitan satisfacer las exigencias del mercado, los ingresos que se obtienen por la venta del plátano podrían ser mayores si se buscan nuevos mercados. (Briones, 2014)

Fundamentaciones

El tema de investigación, nivel de producción de chifles y su incidencia en la productividad de la empresa de la economía popular y solidaria “PRODUARTE” se encuentra fundamentada con definiciones de reconocidos autores, con una información confiable, con conceptos claros de los temas presentados.

Fundamentación Filosófica

Los sistemas organizativos inmersos en el sector de la economía popular y solidaria, representan no solo una estructura empresarial, sino también un proceso socio cultural, donde se establece que el recurso humano es tan o más importante que el económico, sin embargo es importante reconocer que las entidades de la EPS, si buscan mejorar sus ingresos económicos, estableciendo claramente que es para beneficio común, incluyendo a los clientes. En este sentido se comparte lo expuesto por (Armstrong & Kotler, 2012) “Crear valor y satisfacción para los clientes, son el corazón de la filosofía y la práctica de la mercadotecnia moderna”.

La administración y productividad de una empresa relacionada con la filosofía, es una herramienta de inspiración y motivación, por lo que mueve a la mercadotecnia moderna, a crear un valor justificativo, en base a la satisfacción del cliente, acerca del producto que adquirió y las expectativas del mismo, con el fin de obtener una utilidad rentable, todo el esfuerzo de la mercadotecnia, está relacionada con la organización y administración de la empresa.

(Sánchez L. F., 2012) Menciona que “el ámbito de la filosofía empresarial, se basa en identificar "la forma de ser" de una empresa, respecto a la cultura relacionada con los principios y valores, con el objetivo de difundir "la visión compartida de una organización". Es así que para el desarrollo productivo de una

empresa, es vital la planificación, organización y estrategias de gestión, para fortalecer el núcleo del trabajo organizacional fundamentándose en valores, creando un sentido de identidad y pertenencia en ella, propiciando un comportamiento ético y una capacidad flexible de consensuar metas comunes.

Fundamentación Sociológica

(Rozhin, 2015):

La sociología estudia las leyes más generales del desarrollo y funcionamiento de la sociedad, considerada en su objeto más amplio; en el cual se halla comprendido el estudio de las leyes del desarrollo y funcionamiento de las diferentes formaciones sociales.

En este sentido y ante el hecho de ser PRODUARTE una organización social, tiene el deber de fortalecer la capacidad organizativa y administrativa de quienes le conforman.

Los niveles de producción de una empresa, se enlazan con la sociología que es la ciencia de la vida en la sociedad que comprende las relaciones de los hechos sociales y culturales por medio de la historia; mediante el empleo de métodos de investigación, en busca del origen de los problemas en la sociedad y la inter-relación con los individuos ya sea en el ámbito social y político. Todo ello es importante para el crecimiento interno de la empresa.

(Rosenmann, 2011) Manifestó que “La sociología en oposición al positivismo, es una ciencia histórica que trata de comprender la acción social a través de la interpretación.” La sociología se ocupa del estudio de la realidad social. Su unidad de análisis es la sociedad y los individuos en ellas por medio de la observación, análisis e interpretación del conjunto de estructuras y relaciones que se halla en toda sociedad Además, procura predecir sus transformaciones y procesos con el fin, de realizar diagnósticos que permitan mejorar las políticas públicas y sociales propuestas por los gobiernos y las instituciones privadas y estatales.

Para todo ello, la Sociología trata de encontrar los métodos y técnicas que le resultan más eficaces, creando teorías propias para su adecuada comprensión para cualquier formación empresarial ya que se basa en la inter-relación de vendedor y consumidor.

Fundamentación Política

En toda empresa es necesario aplicar un régimen de políticas internas que reglamenten dictámenes jerárquicos de poder, basados en una cultura de creencias y valores compartidos, referentes a la vida en sociedad y al rol de las actividades políticas en la conservación y la orientación de la cohesión social.

(Sánchez J. , 2014):

Es fundamental trabajar desde el ámbito público de una manera integral, considerando tanto la transversalidad de políticas de acción afirmativa de la EPS en los niveles macroeconómicos y sectoriales, sobre lo que se comentó ya algunas iniciativas, como en las políticas activas de la EPS. En esta parte se abordarán políticas sectoriales que en el marco de la transformación productiva incluyan a la EPS, y políticas activas para la EPS.

En el caso ecuatoriano se ha avanzado en la creación de instituciones y normativas pero menos en las políticas. A nivel institucional se cuenta con instituciones especializadas o de corte más general pero que incluyen el sector de la EPS: Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS); Corporación Nacional de Finanzas Populares (Conafips); Comité Interinstitucional de Economía Popular y Solidaria; Junta Monetaria y Financiera para la regulación monetaria y financiera que incluye la regulación en las finanzas populares, y Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS). También se han creado normativas para el desarrollo, regulación y control de la EPS: ley de economía popular y solidaria, reglamento de la ley EPS, Código Monetario y Financiero. Sin embargo, todavía hay mucho trabajo por desarrollar en el nivel del diseño de políticas y particularmente de su implementación. Hay un trabajo técnico y operativo que debe ir madurando y acumulando experiencia en dimensiones clave como los sistemas de información, el diseño de políticas especializadas, los modelos de gestión e implementación de políticas en territorio. Este es un gran desafío sobre todo para el Instituto de Economía Popular y Solidaria como para la Corporación Nacional de Finanzas Populares.

Las políticas económicas respaldan a las organizaciones de la economía popular y solidaria, por lo que es una ventaja para PRODUARTE, fortalecer su actividad productiva, sin embargo para alcanzar sus metas, es oportuno que gestionen capacitaciones que les permitan conocer su situación, para de esta forma aprovechar de mejor manera, las políticas estatales.

Fundamentación Organizativa

(Munch, 2015):

La organización es la unión y la coordinación de los recursos humanos, financieros, físicos, de la información y otros necesarios para la consecución de las metas. La organización de las actividades incluyen atraer a las personas a la organización, especificar las responsabilidades de trabajo, agrupar las tareas en unidades de trabajo, discernir y asignar los recursos y crear las condiciones para que las personas y las cosas funcionen juntas con el objeto de alcanzar el máximo éxito.

Se puede decir que la organización es el régimen fundamental para el crecimiento, fortalecimiento en la distribución de las distintas áreas entre los trabajadores, delegando funciones y responsabilidades, es importante la formación profesional innovadora de cada uno, para evitar que la productividad de la empresa reduzca y así garantizar un manejo eficiente entre personal.

(Batteman & Scott., 2012): mencionan que “La organización consiste en el diseño y determinación de las estructuras, procesos, funciones y responsabilidades así como el establecimiento de métodos, y la aplicación de técnicas tendientes a la simplificación del trabajo”.

De tal forma que las organizaciones se basan en diseñar con exactitud que colaborador es responsable del cumplimiento de una función, de manera efectiva cumpliendo con los parámetros idóneos, logrando de esta manera promover y fortalecer cada meta u objetivo para el desarrollo de la empresa.

Sin embargo (Vargas, 2014) manifiesta que es oportuno mencionar el nivel de deficiencia organizativa a nivel comunitario, diagnosticándose falta de liderazgo, expresando el siguiente comentario: La mayoría de las comunidades tienen organizaciones comunitarias que representan al sector ante las instancias del gobierno parroquial. Es necesario resaltar que es conveniente fortalecer a los líderes de estas organizaciones para que sus acciones sean realmente efectivas, pues como se mencionó en el análisis de la gestión comunitaria, las comunidades participan parcialmente en la toma de decisiones y lo hacen a través de sus representantes comunitarios.

Fundamentación Legal

La ejecución de la presente investigación se fundamenta en los siguientes artículos de la Constitución Política de la República del Ecuador, expedida por la Asamblea Nacional Constituyente.

Primera parte de las formas de organización de la economía popular y solidaria título primero normas generales capítulo primero marco conceptual y clasificación economía popular y solidaria.

Art.- 1.- Se entiende por economía popular y solidaria, al conjunto de formas y prácticas económicas, individuales o colectivas, auto gestionadas por sus propietarios que, en el caso de las colectivas, tienen, simultáneamente, la calidad de trabajadores, proveedores, consumidores o usuarios de las mismas, privilegiando al ser humano, como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre el lucro y la acumulación de capital.

El Buen Vivir se planifica, no se improvisa y la respuesta de Ecuador al reto de conseguirlo, se materializa en el Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa y concretamente en sus instrumentos. Los mismos aportan al desarrollo integral, contemplando el crecimiento en los ámbitos económicos y socioculturales, a través de la correcta localización de sus actividades y permitiendo así reducir los desequilibrios territoriales existentes.

Objetivo 8: Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible.

La economía popular y solidaria, base social y económica, son el mayor empleador del país y cuentan con millones de socios. La economía popular y solidaria que empleó en 2009 el 64% de los ocupados a nivel nacional (MIES, 2011), constituye un ejemplo palpable de que un sistema económico que privilegie al ser humano sobre el capital es posible. Por ello es fundamental insistir en la urgencia de cambiar las conductas individuales (los patrones consumistas), que son las que provocan y aceleran la insostenibilidad del consumo capitalista en el mediano plazo, aunque sean el fundamento de las utilidades del capital en el corto plazo.

Organizador Lógico de Variables

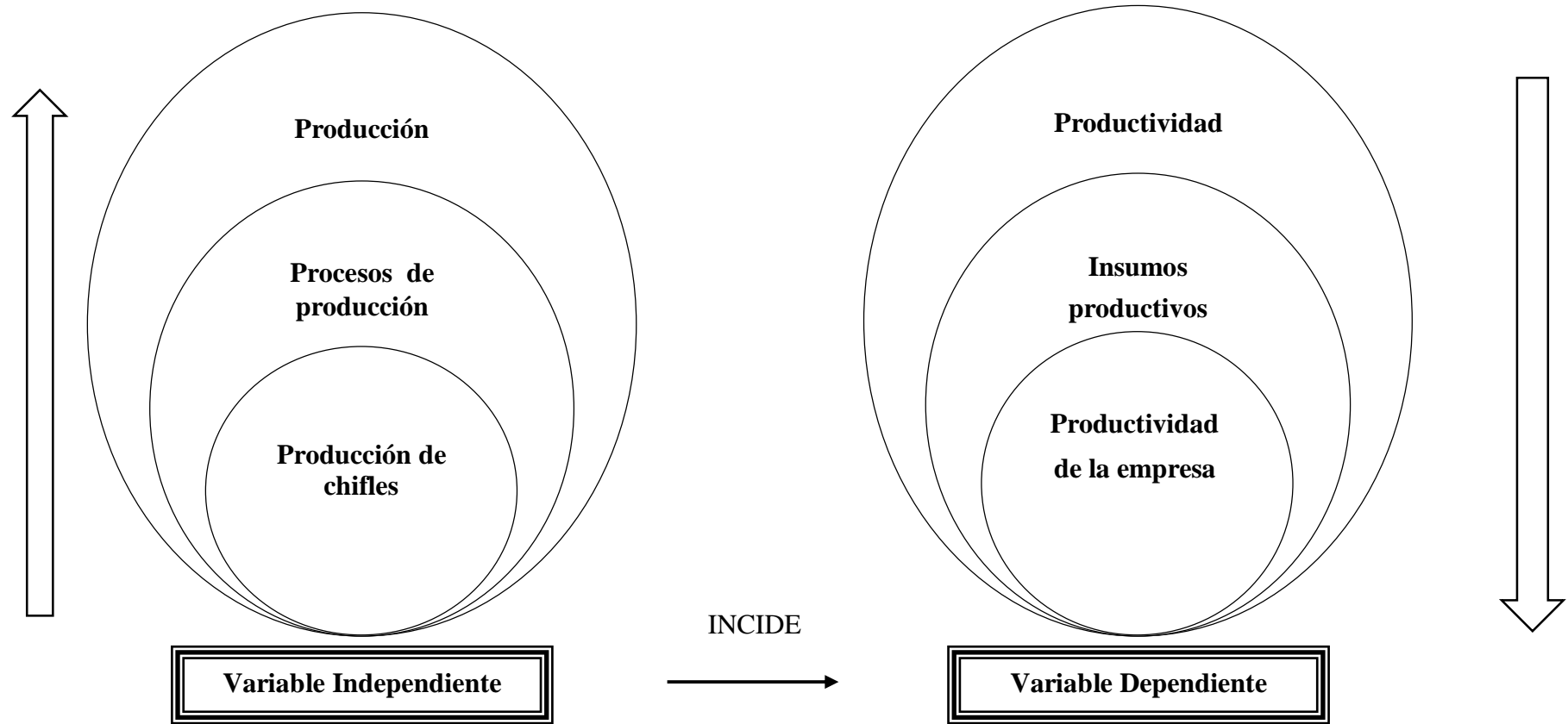


Gráfico 2 Red de Inclusiones Conceptuales
Elaborado por: Patricia Toala Tubay

Constelación de Ideas de la Variable Independiente

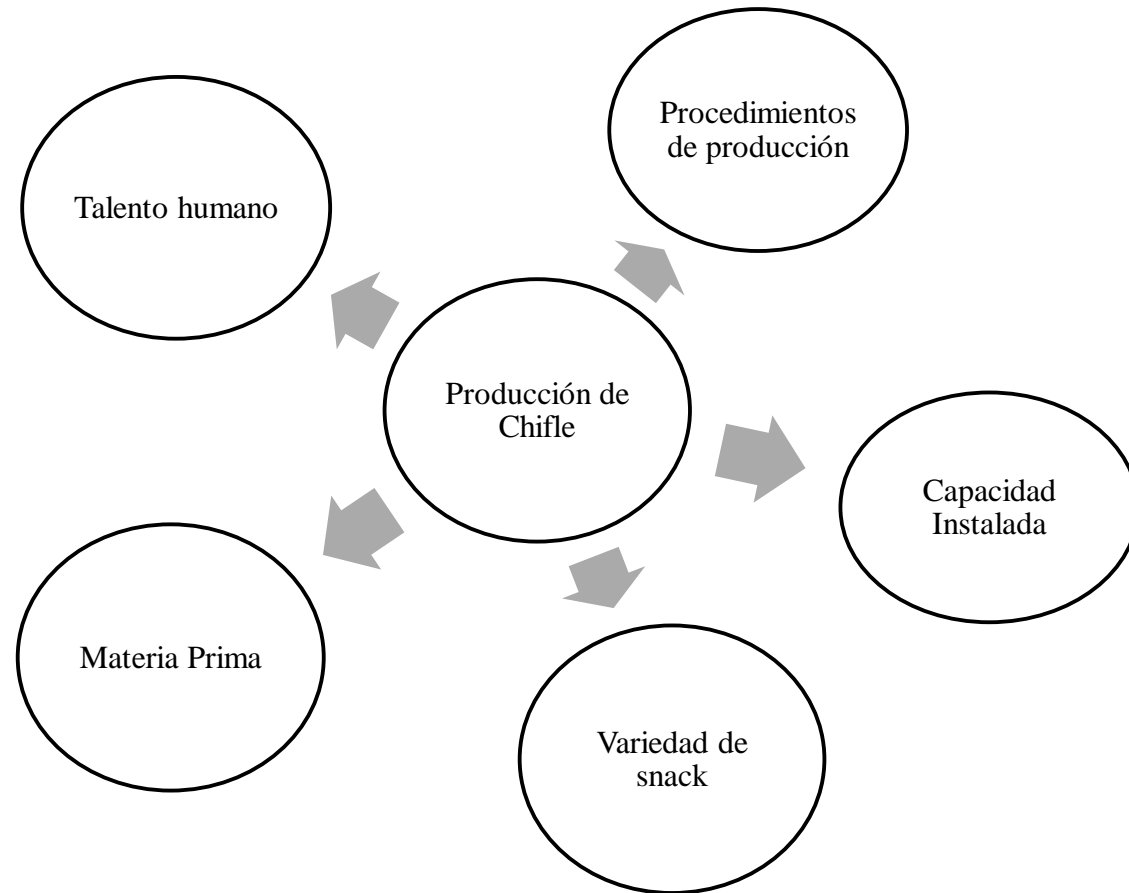


Gráfico 3: Constelación de Ideas de la Variable Independiente
Elaborado por: Patricia Toala Tubay.

Constelación de Ideas de la Variable Dependiente

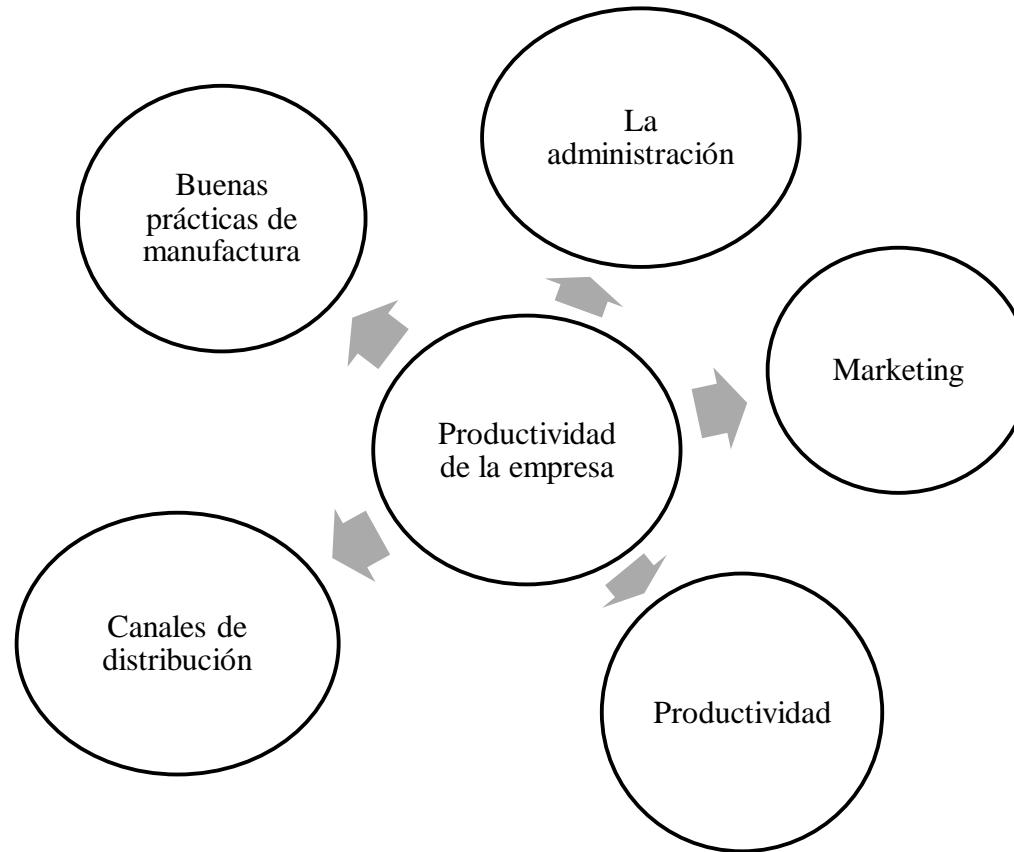


Gráfico 4: Constelación de Ideas de la Variable Dependiente
Elaborado por: Patricia Toala Tubay.

DESARROLLO DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

Producción de chifle

Los chifles de plátano sin duda alguna son los más producidos para consumo local y para exportación. Dado que el plátano es un producto emblemático de la cultura ecuatoriana (especialmente en la región costa) por lo que es apetecido. Las exportaciones de chifles de plátano representan aproximadamente el 96% del total de exportaciones de snacks de acuerdo al período 2008-2014 (julio 2014). Las empresas ecuatorianas también manejan altos estándares de calidad, manteniendo estrictas normas de aseo y seguridad. Estos procesos vienen sustentando de manera directa por las certificaciones internacionales con las que muchas de las empresas respaldan su producto. La elaboración del snack genera un impacto inclusivo puesto que se logra beneficiar a pequeños productores que proveen de la materia prima, creando fuentes de trabajo y desarrollando pequeños cantones en los que se asientan (PROECUADOR , 2014).

En PRODUARTE mantiene una producción actual 2.500 fundas de chifle semanales, es decir producen 10.000 mensual obteniendo un total de 120.000 al año. A un precio de venta de 0.40 centavos de dólar. No obstante el precio de producción es de 0.31 centavos, obteniendo una rentabilidad de 0.09 centavos por cada funda de chifle vendida.

De tal forma que de las 2.500 fundas semanales se obtiene una rentabilidad de 225 dólares. Lo que se expone en el siguiente cuadro.

Cuadro 1 producción y rentabilidad actual

| PRODUCCIÓN ACTUAL DE PRODUARTE | | | | | |
|--------------------------------|----------|-----------------|-----------------|-------------------|--------------------|
| producción | cantidad | precio de costo | precio de venta | rentabilidad/unt. | rentabilidad total |
| producción semanal | 2.500 | 0,31 | \$ 0,40 | 0,09 | \$ 225,00 |
| producción mensual | 10.000 | 0,31 | \$ 0,40 | 0,09 | \$ 900,00 |
| producción anual | 120.000 | 0,31 | \$ 0,40 | 0,09 | \$ 10.800,00 |
| rentabilidad total | 38 | | | | 284,21 |

Fuente: PRODUARTE.

Elaborado por: Patricia Toala Tubay.

De acuerdo al cuadro No. 1 los ingresos de la empresa son de 10.800 USD anuales, por lo cual cada socio recibe una rentabilidad anual de 284.21 dólares; este ingreso es relativamente bajo puesto que el trabajo que ellos realizan podría generar un mayor ingreso reorganizándose para incrementar su producción en base a su capacidad instalada.

Procedimientos de Producción

(Sagarpa, 2012) Manifiesta que “son los recursos naturales que utiliza la industria en su proceso productivo para ser transformados en producto semielaborado, en bienes de equipo o de consumo”. La producción de los snacks conlleva a una serie de procesos, los cuales se detallan a continuación:

Selección: En esta operación deberá separarse todo el producto que se presente grados de maduración y que presente defectos que impidan su procesamiento tales como rotura o daños.

Lavado: Se realiza con el fin de eliminar todo tipo de material extraño o contaminante.

Pelado: Este proceso resulta un poco complejo debido a la adherencia de la cáscara con la pulpa y la presencia de látex.

Rebanado: Consiste en cortar transversalmente el producto en finas rodajas de 2-3 mm de ancho de la forma que se requiera.

Fritura: Consiste en cocinar las rodajas a una temperatura de 150° C por 3 minutos.

Transporte y enfriamiento: Su objetivo es eliminar el exceso de grasa superficial del producto, con el fin de obtener un producto con mínimo de grasa superficial.

Sazonador: consiste en la agregación de sal.

Empaquetado y embalado: El producto debe ser empaquetado en las bolsas de polipropileno y embalado en las cajas

Almacenamiento: El producto ya empaquetado y embalado deberá mantenerse en un ambiente fresco y seco durante su almacenamiento y distribución con el fin de mantener su calidad.

Instalaciones

Son un conjunto de equipos que permiten el suministro y operación de servicios que facilitan al desarrollo de actividades a concretar como diseño y tipo de construcción.

Los equipos que se requieren para elaborar chifles son:

- Rebanadora
- Freidora
- Banda de transporte y enfriamiento
- Tambor sazonador
- Empaquetadora

Mueble y enseres

- Mesa de recepción
- Recipientes
- Pinzas
- Pala diestra acero
- Estantes
- Movilizares
- Guantes de látex

- Botas
- Gorros de látex
- Tapa bocas
- Mandiles.
- Dispensador de jabón
- Desarmadores
- Focos
- Alambres (Rubina, 2014)

Cada uno de las instalaciones, son la base para la producción de la planta procesadora de chifles, estos aparatos, tienen movimientos constantes, circunscritos y regulados por sus piezas, su importancia en la producción es indiscutible e inmensa, pues aumentan, aceleran los procedimientos, perfeccionan los trabajos, abaratan los costos y ahorran esfuerzos, junto con la tecnología de punta que globaliza estándares de calidad. (Rubina, 2014):

Capacidad Instalada

(Capacidad de Producción, 2015)

La importancia de conocer la capacidad del sistema de producción radica en que este conocimiento define los límites competitivos de la empresa. De manera específica, establece la tasa de respuesta de la empresa a un mercado, su estructura de costos, la composición de su personal, y la estrategia general de inventarios. Si la capacidad no es adecuada, una compañía puede perder clientes, si su servicio es lento o si permite que entre la competencia al mercado. Si la capacidad es excesiva, es probable que la compañía tendrá que reducir precios para estimular la demanda, subutilizar su personal, llevar un exceso de inventario o buscar productos adicionales, menos rentables, para seguir en actividad. Algunos conceptos importantes de la capacidad tienen que ver con su efectividad de operación, por ejemplo, un mejor nivel operativo, definido como el punto de la capacidad donde es menor el costo promedio por unidad. De la misma forma, las economías de escala afectan su eficiencia, ya que, al aumentar el tamaño de una planta y su volumen, baja el costo promedio por unidad producida, puesto que cada unidad absorbe parte de los costos fijos.

Es importante que Produarte tenga su capacidad instalada con un volumen máximo de producción, en período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia, conocimientos.

Variedad de Snack

Los snack son productos fáciles de manipular que no requieren preparación, es así, como la oferta de alimentos llamados "Snack" o bocadillos, que se definen como productos fáciles de manipular, constituidos en porciones individuales, que no requieren preparación y satisfacen el apetito en corto plazo y los cuales no debieran superar el 10 % del total de calorías requeridas en un día. Zamorano et al., (2010)

En el mercado es posible encontrar snack de chifles en diferentes variedades como: picantes, salados e incluso dulces. El plátano utilizado para este producto se conoce como barraganete. Los chifles que se elaboran en la planta de industrialización de la Asociación Agropecuaria y Piscícola (Udodic), ubicada en el kilómetro 6 de la vía a Quevedo, en Santo Domingo de los Tsáchilas, aquí se construyó el centro de acopio, e instalar la infraestructura apropiada para la planta de industrialización de chifles de sal y dulce, y mejorar la producción (Asociación Agropecuaria y Piscícola (Udodic), 2015).

Los socios de la Udodic cuentan con una selladora semiautomática de fundas, una freidora a diésel y una máquina cortadora dos en uno con cuchillas de acero inoxidable para rebanar el producto. “La fábrica tiene maquinaria necesaria y de primera calidad, la infraestructura adecuada y se cumplen con las normas y registros para la producción de chifles. En sus presentaciones de sal y de dulce, de 1.000, 500, 200, 85 y 45 gramos, el chifle ‘Tsachibanana’ y de yuca es distribuido en tiendas de Santo Domingo de los Tsáchilas y de Quito. Diariamente se producen 2.000 fundas (Asociación Agropecuaria y Piscícola (Udodic), 2015).

Uno de los emprendimientos dignos de mencionar es el de 'Chifles del Campo', una pequeña fábrica artesanal dedicada desde hace tres años a la elaboración de este apetecido producto alimenticio rico, principalmente en hidratos de carbo- nos complejos y de almidones que actúan como fibra muy asimilables y muy beneficiosas para el cuerpo humano. Además, apetecidos entre ecuatorianos y extranjeros. El costo de 'Chifles del Campo' es de un \$1.25 centavos por funda de 190 gramos, tiene dos presentaciones, en corte largo y corte circular. También existen las empaquetaduras más grandes, de 280 gramos a \$ 1.80 centavos. Y las más pequeñas, de 70 gramos a 60 centavos (Martínez J. , s.f.).

El diagnóstico del sector agropecuario del Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) señala que en Manabí existen 24 talleres artesanales para la elaboración de la harina de plátano, producto que es comercializado solo dentro del país. Se estima que para la elaboración del chifle existen 60 talleres artesanales en Portoviejo y Manta. Además están registradas dos empresas que exportan chifle a Estados Unidos, Venezuela y pequeñas cantidades a España. Éstas son Mister Chifle, de Portoviejo y Exporta Chifle, de Manta (Solórzano, 2016).

Materia Prima

Se conoce como materia prima a los materiales extraídos de la naturaleza que nos sirve para transformar la misma y construir según su origen: producto, vegetal, animal y mineral. Ejemplos de materias primas, plátano, madera, hierro. Las materias primas que ya han sido manufacturadas pero todavía no constituyen definitivamente un bien de consumo se denominan productos semielaborados o semiacabados. (JORGE, 2014).

Talento Humano

(ORGANIZACIONES, 2011)

El Talento Humano está conformado por personas que la mayor parte de sus vidas se la dedica a las Organizaciones en las cuales se desempeñan. Estas Organizaciones no pueden procesar sus productos y/o servicios sin la colaboración del Talento Humano. Sin importar el tipo de Organización o su razón social, requieren de las personas para llegar a las metas que se han establecido, por consiguiente, las Organizaciones y las personas dependen entre sí para poder subsistir, se crea entonces un sistema, que va a variar de Organización en Organización y del Talento Humano que la integre.

En la actualidad las personas son vistas como socios o colaboradores de las Organizaciones, con la visión y la misión llevarlas al éxito y a la excelencia. La reciprocidad entre el Talento Humano y la Organización se logra con incentivos económicos, independencia en sus labores y en ser personas activas en las decisiones que puedan asumir frente a las actividades que desarrollan. Igualmente dependiendo del paquete socioeconómico que beneficia al personal, estos tendrán una mayor identificación con la empresa y su clima organizacional.

VARIABLE DEPENDIENTE

Administración

La administración implica el manejo del recurso humano que labora en las diferentes áreas de la empresa, por lo que su comprensión es importante para cualquier gerente, pues sus decisiones son las que permitirán el cumplimiento de los objetivos, más aún si tenemos claro que el recurso humano, es quien da sostenibilidad a la empresa.

(Reyes, 2011):

En este sentido, podríamos decir que la dirección es el punto central de la administración, e implica la realización efectiva de todo lo planeado, por medio de la autoridad del administrador, quien a su vez vigila que se cumplan de manera adecuada todas las órdenes emitidas. Destacando que el administrador debe tener la habilidad de hacer que cada miembro

del grupo se proponga lograr el o los objetivos, de acuerdo con los planes y la organización, hechos por el jefe administrativo.

(García J. , 2013) expreso que la administración se define como: el acto de administrar, gestionar o dirigir empresas, negocios u organizaciones, personas y recursos, con el fin de alcanzar los objetivos definidos”.

Cuando se hace referencia a la administración de un área funcional específica, debemos entender como tal la aplicación del proceso administrativo (planeación, organización, integración, dirección y control) al área funcional de que se trate, por ejemplo, (Sánchez P. , 2012)

Administración de la producción: es la aplicación del proceso administrativo en las actividades encaminadas hacia la producción de bienes o servicios.

Administración financiera: es la aplicación del proceso administrativo en las actividades que se realizan para lograr el óptimo manejo de los recursos financieros de un organismo social.

Administración de mercadotecnia: es la aplicación del proceso administrativo en las actividades destinadas a la realización de la venta de bienes y/o servicios a determinadas personas u organizaciones.

Administración de recursos humanos: en general, es la aplicación del proceso administrativo en las actividades orientadas hacia la actuación eficiente, el desarrollo y la realización personal del elemento humano que pertenece a un organismo social.

(Ponce, 2010) considera que el área financiera, es normalmente manejada por un contador/ra, que es considerada como un profesional que lleva un registro de contabilidad y movimientos financieros en una empresa, a menudo produciendo informes y propuestas de inversión dirigidos a los directivos de la misma. De tal forma lo empresarial es un proceso con fines comerciales o industriales para el beneficio de cualquier empresa, con el fin de conseguir aumentar sus ganancias y su potencial en un mercado competitivo.

Marketing

(FAO, 2015):

Para Lamb, Hair y McDaniel, el concepto de marketing es una filosofía sencilla e intuitivamente atractiva que articula una orientación de mercado. Afirma que, en los aspectos social y económico, la razón fundamental de la existencia de una organización consiste en satisfacer los deseos y necesidades del cliente a la par que se alcanzan los objetivos de esa empresa.

El marketing parte de la necesidad que presentan las empresas por satisfacer al público al que está orientada su producción, por lo que se debe tener en claro las dimensiones, características, motivaciones y hábitos de compra de la demanda inmediata. Al iniciar un proceso de marketing se utilizan los productos que presentan mayor probabilidades de éxito a fin de llamar la atención del cliente basándose en el precio, la calidad del producto y sus características que satisfagan las necesidades de los clientes.

Productividad

La productividad es la relación entre el resultado de una actividad productiva y los medios que han sido necesarios para obtener dicha producción. En el campo empresarial se define la productividad empresarial como el resultado de las acciones que se deben llevar a término para conseguir los objetivos de la empresa y un buen clima laboral, teniendo en cuenta la relación entre los recursos que se invierten para alcanzar los objetivos y los resultados de los mismos.

Aumentar la productividad debe ser una estrategia fundamental para cualquier empresa ya que permite conseguir ingresos, crecimiento y posicionamiento. Para ello es imprescindible medir y monitorizar de forma continua la actividad mediante los indicadores de productividad empresarial.

(Farfan, 2016):

La mejora de la productividad también es de vital importancia para la calidad de vida de un país ya que repercute en el incremento de salarios y logra hacer rentable el capital invertido lo que incentiva cada vez más la inversión, el aumento de empleo y el crecimiento de la economía. El aumento de la productividad impulsa el crecimiento de la economía y la competitividad.

(Medina Fernández , 2010):

La productividad se puede definir como “la forma de utilización de los factores de producción en la generación de bienes y servicios para la sociedad”, la busca mejorar la eficiencia y la eficacia con que son utilizados los recursos. La productividad es un objetivo estratégico de las empresas, debido a que sin ella los productos o servicios no alcanzan los niveles de competitividad necesarios en el mundo globalizado.

Históricamente, la productividad en los Estados Unidos de América ha crecido en un 2.5% anualmente, del cual, la mano de obra contribuye con un 0.5%, el capital con un 0.4% y la gestión con 1.6%. Para los países en desarrollo, la gestión puede ser uno de los factores más importantes para la medición y el mejoramiento de la productividad. Esta gestión parte del reconocimiento de los entornos que afectan a las empresas y la generación de estrategias adecuadas para el logro de los objetivos.

Factores que influyen en la productividad empresarial

Conocer cuáles son los factores influyentes en este ámbito, te ayudará a mejorar la productividad empresarial de tu empresa y conseguir una organización mucho más eficiente.

Factores externos de la productividad empresarial

(Farfan, 2016):

- La calidad y disponibilidad de los recursos ya que afecta a la producción de productos y servicios.

- La disposición de la industria, los cambios en el sector y la aparición de nuevos competidores lo que hace es que aumente la competitividad incentivando la mejora continua en la clima y la cultura organizacional.
- El nivel de capital y su aumento, el cual facilita o no el nivel de inversión futuro
- Los avances tecnológicos ya que mejoran el nivel y calidad de los conocimientos y los equipos utilizados
- El entorno macroeconómico y microeconómico
- Factores internos de la productividad empresarial
- Un óptimo mantenimiento de todo el equipo para asegurar un funcionamiento en perfectas condiciones y continuado, evitando paradas que afecten a la productividad.
- Adopción de las medidas correctivas necesarias para evitar embudos o cuellos de botella que hagan descender la producción.
- Uso eficaz de todas las máquinas y capacidades.
- Realizar inversión con el fin de sustituir la maquinaria obsoleta o muy anticuada y mejorar la automatización y la utilización de la tecnología de la información.
- Mejorar los procesos de manipulación de materiales, almacenamiento, sistemas de comunicación y control de calidad
- Prestar atención al rendimiento del material, sustituyéndolo cuando pierde eficacia o utilidad.
- Elección de las materias primas más adecuadas.
- Optimización del uso de la energía, poniendo en prácticas sistemas de ahorro.
- Control adecuado de los desechos y las sobras. Utilizar sistemas de reciclaje.
- Motivación de los empleados mediante incentivos salariales, reconocimientos y promoción personal y laboral, por ejemplo implantando políticas de recursos humanos que faciliten nuevos modelos de trabajo.
- Formación adecuada y continua.

- Promoción y cuidado constante del bienestar de los trabajadores, la salud y la prevención de riesgos.
- Facilitar un buen ambiente laboral, conocido como clima laboral.
- Técnicas de mejora continua consistentes en la introducción de pequeños cambios, corrección de errores y detección de áreas de mejora de forma constante, sin que supongan cambios traumáticos o difíciles de asimilar por los empleados.
- Implicación de los empleados en equipos de trabajo con el objetivo de mejorar las áreas que más conocen por su experiencia de trabajo diario.
- Implantación de sistemas enfocados a una mayor y mejor especialización y división del trabajo pero que, al mismo tiempo, favorezcan la coordinación entre departamentos.

Buenas Prácticas de Manufactura

(Sagarpa, 2012) manifestó que las buenas prácticas de Manufacturas “son los principios básicos y prácticas generales de higiene en la manipulación, preparación, elaboración, envasado y almacenamiento de alimentos para consumo humano, con el objeto de garantizar que los alimentos se fabriquen en condiciones sanitarias adecuadas y se disminuyan”.

(Díaz A. , 2014):

Las nuevas tendencias en el consumo mundial de alimentos se orientan a la demanda de productos que cumplan cada vez más estrictas normas de sanidad, inocuidad y calidad. Este panorama es producto de un entorno comercial que se torna más exigente y competitivo en razón de la globalización de los mercados y la interdependencia económica, por ello es de gran importancia la aplicación de las buenas prácticas de manufactura de alimentos, a tal punto, que en la actualidad, es una necesidad y obligación cumplir con las condiciones legalmente mínimas de higiene y correcta operación no solo para las grandes industrias, sino para la pequeña y mediana empresa, con una visión y misión, bien estructuradas, para el progreso y desarrollo de la misma.

(Betancourth, 2012):

Hoy en día, la inocuidad de los alimentos ha desarrollado un enfoque analítico y sistemático para la determinación de los peligros y su control. Está basada en una visión integrada “de la granja al consumidor”; es decir, a lo largo de toda la cadena alimentaria. Además, otorga una responsabilidad compartida a todos los actores de la cadena. El enfoque actual de la inocuidad de los alimentos brinda al productor mayor responsabilidad y autonomía para el manejo de la inocuidad y una mayor flexibilidad para responder a los requerimientos diversos y cambiantes de los mercados. En relación a los consumidores, reconoce su responsabilidad para almacenar, manipular y preparar los alimentos de manera apropiada.

Concluyendo que las Buenas Prácticas de Manufactura son un conjunto de normas y principios, según las regulaciones de cada país, que son obligatorios dentro de las empresas que trabajan con alimentos ya que de éstas dependerá en gran parte que se asegure la calidad en los procesos y del producto final, garantizando así la inocuidad de los alimentos.

Canales de Distribución y comercialización

El punto de partida del canal de comercialización es el productor. El punto final o de destino es el consumidor. El conjunto de personas u organizaciones que están entre productor y usuario final son los intermediarios. En este sentido, un canal de distribución está constituido por una serie de empresas o personas que facilitan la circulación del producto elaborado hasta llegar a las manos del comprador o usuario y que se denominan genéricamente intermediarios (Hidalgo, 2013).

La distribución desempeña un importante papel social, en la medida que tiene efectos sobre la economía de un país en conjunto. Los intermediarios son los que realizan las funciones de distribución, son empresas de distribución situadas entre el productor y el usuario final; en la mayoría de los casos son organizaciones independientes del fabricante. Según los tipos de canales de distribución que son "Directos" e "Indirectos" enfatizan los canales cortos y largos mismos que traen beneficios diferentes, puesto que es parte de la logística buscar beneficio en ambas partes, es decir, dependiendo del tipo de canal.

El **Canal Directo**, se usan canales cortos, mismos que benefician a los consumidores principalmente ya que los costos de producción tienden a bajar, y beneficia a los productores o empresarios ya que el producto para llegar a manos del consumidor o usuario final gasta menos recursos y esto beneficia tanto al consumidor como al productor o empresario. Y en los **Canales Indirectos** donde existen intermediarios la empresa enfatiza mayores gastos y el producto, por ende tiende a tener un costo mayor (Hidalgo, 2013).

Hipótesis

La limitada producción del snack de chifle, reduce la rentabilidad generada por PRODUARTE.

VARIABLES EN ESTUDIO

Variable Independiente

Producción de chifles.

Variable Dependiente

Productividad de la empresa.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Enfoque de la Modalidad

Para el desarrollo de la investigación se empleó como enfoque la modalidad cuantitativa, dirigiendo el accionar a la recopilación de información de las fuentes primarias que sustentaron la problemática en el marco teórico, y a partir de un análisis estadístico de tipo descriptivo, que permitió sustentar la hipótesis.

Modalidad de la Investigación

Se aplicó la modalidad **de campo**, a fin de garantizar el contacto directo con la realidad, mediante técnicas de entrevistas y encuestas a los principales actores, decir con los y las productores/as, directivos, socios/as de la Asociación Microempresarial PRODUARTE, así como las personas naturales y jurídicas involucradas con la cadena productiva del plátano y particularmente con el snack.

Bibliográfica, para reforzar los resultados obtenidos, se obtuvieron datos de revistas, libros, artículos científicos, artículos de periódicos, manuales, y documentos de páginas web.

Tipos o niveles de la investigación

En el desarrollo de los tipos de investigación, se aplicaron los siguientes niveles:

Exploratorio

El nivel exploratorio permitió reconocer las variables de interés investigativo, así como la problemática que afecta a la empresa PRODUARTE, los actores involucrados en la cadena productiva del plátano. Su aplicación permitió explorar las particularidades socio productivas de PRODUARTE, y para esto se realizaron

visitas planificadas, que en lo posterior dieron lugar a la aplicación de encuestas y entrevistas con dirigentes y socios de la organización.

Descriptivo

Se aplicó el tipo de investigación descriptiva, permitiendo crear las condiciones necesarias, estableciendo cantidades establecidas según el ejercicio maestral, para la realización de la investigación aplicada a las diferentes unidades de observación, permitiendo determinar modelos de comportamiento a nivel de la comunidad.

La aplicación de la estadística descriptiva permitió analizar los datos, facilitando la descripción de los diferentes resultados con sus respectivos análisis e interpretaciones, los cuales permitieron definir la hipótesis.

Asociación de Variables

Finalmente se aplicó el nivel de asociación de variables, que permitió predicciones estructuradas a través de la comparación de las mismas, dando la tendencia de comportamiento mayoritario, aplicando para esto el método estadístico chi cuadrado, el cual se explica al final del capítulo IV en el que se presentan los resultados de la investigación de campo.

Población y Muestra

Población

(Rojas, 2010) establece que la población es “Conjunto finito de personas u objetos que presentan características comunes. Una población es el conjunto de todos los elementos que se estudian, dentro de los cuales se tiene la intención de obtener conclusiones”.

La población identificada para el desarrollo de esta investigación se define en función al número de socios/as de PRODUARTE, el cual es de 38 socias/os destacando que el 90% son mujeres, y las que tomaron la iniciativa de dar valor agregado al plátano, resaltando que no solo se preveía hacer snack de plátano en la

zona. Además es necesario considerar a los comercios formales que distribuyen snack de plátano, en la ciudad de Portoviejo.

A continuación se detalla la población identificada para el desarrollo investigativo.

Cuadro 2: Población

| Unidades de Observación | Nº Total Población |
|--------------------------------|---------------------------|
| Tiendas y distribuidoras | 400 |

Elaborado por: Patricia Toala Tubay

Muestra

(Tamayo, 2011) expresa que la muestra es aquella que puede determinar la problemática, generando los datos que identifiquen el proceso, por lo que es tomada de un grupo de la población para ser estudiada mediante métodos estadísticos; para tal efecto la población deberá constar de más de 30 individuos, caso contrario es necesario estudiar el fenómeno en su totalidad.

El mercado meta de la empresa son las tiendas, supermercados, distribuidoras, restaurantes, picanterías, cevicherías u otros negocios de estas características, y no las personas naturales directamente, se consideró como población el total de estos comercios, cuyos registros establecen un promedio de 400 negocios.

Para el muestreo se utiliza la fórmula de muestreo aleatoria simple, la cual es un procedimiento por medio del cual se estudia una parte de la población obtenida mediante su uso, de acuerdo a (Gómez, 2011) la fórmula es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 pQ + Ne^2}$$

Dónde:

n: tamaño de la muestra

Z: nivel de confiabilidad 95% → 1.96

P: Probabilidad de ocurrencia 0.5

Q: Probabilidad de no ocurrencia 1 - 0.5 = 0.5

e: error de muestra 0.05 (5 %).

$$n = \frac{(1.96 * 1.96)0.5 * 0.5 * 400}{(1.96 * 1.96) * 0.5 * 0.5 * 400 * (0.05 * 0.05)}$$

$$n = \frac{(3.8416)0.5 * 0.5 * 400}{(3.8416) * 0.5 * 0.5 * 400 * (0.0025)}$$

$$n = \frac{334}{1.96} = 195.91$$

R./. De acuerdo a la fórmula de muestreo, es necesario encuestar a 196 personas.

Cuadro 3: Muestra

| Unidades de Observación | Nº Muestra |
|--------------------------------|-------------------|
| Tiendas y distribuidoras | 196 |
| Total de muestras | 196 |

Elaborado por: Patricia Toala Tubay

El resultado de la aplicación de la fórmula es 195, 91 que equivalen a 196 encuestas.

Los resultados de la aplicación de esta actividad se muestran en el capítulo cuatro, y el propósito es determinar, una visión interna de su estructura organizativa, así como los requerimientos de la demanda, a fin de facilitar la toma de decisiones con respecto a medidas de crecimiento empresarial u otras que prevén soluciones a sus problemas.

Diseño Experimental

Con respecto al diseño experimental y considerando que la investigación alcanza el nivel de comparación de variables, se aplicara para la prueba de hipótesis el cálculo de chi cuadrado, el cual está acorde al tipo de investigación.

Operacionalización de Variables

La Operacionalización de las variables, nos permite hacer observables y medibles: Para tal fin se aplica la siguiente matriz.

Matriz de Operación de Variables

Cuadro 4. Variable Independiente: Producción de snacks de plátanos

| CONCEPTUALIZACIÓN | DIMENSIONES | INDICADORES | ÍTEMS BÁSICOS | TÉCNICAS | INSTRUMENTOS |
|---|-------------------------|---|--|----------------------------------|--|
| La producción se conceptúa como: Proceso por medio del cual se crean los bienes y servicios económicos. Es la actividad principal de cualquier sistema económico que está organizado precisamente para producir. | 1. Nivel de producción | Días de trabajo / Días esperado de trabajo | ¿Cuántos días se produce snack de plátano ? | Encuesta a socios de la empresa. | Cuestionario y entrevista estructurada |
| | 2. Capacidad productiva | Capacidad real / Capacidad Esperada | ¿cuál es la capacidad productiva de PRODUARTE? | Encuesta a socios de la empresa. | Cuestionario estructurado |

Elaborado por: Patricia Toala Tubay

Variable Dependiente: Productividad de la empresa

| CONCEPTUALIZACIÓN | DIMENSIONES | INDICADORES | ÍTEMS BÁSICOS | TÉCNICAS | INSTRUMENTOS |
|--|---|---|--|-------------|---------------------------|
| La productividad de una microempresa se conceptúa como: Incremento de la producción, con los mismos recursos o en menos tiempo, y bajo mejores condiciones comerciales. | 1. Convenios de comercialización | Comercialización realizada / Comercialización esperados | ¿Cuántos convenios comerciales tiene PRODUARTE? | Encuestas | Cuestionario estructurado |
| | 2. Comercialización de nuevas presentaciones proveyendo cantidad y calidad. | Presentación actual / Presentación esperada | ¿Cómo se incrementará la oferta de nuevas presentaciones de snack de plátano por parte de PRODUARTE? | Entrevistas | Cuestionario estructurado |

Elaborado por: Patricia Toala Tubay.

Cuadro 5. Variable Dependiente

Plan de Recolección de la Información

En la investigación se utilizó como técnicas la encuesta y la entrevista con sus respectivos instrumentos.

La encuesta es una técnica de recolección de información, donde los encuestados responden a las preguntas en forma escrita, para efectuarla fue necesario elaborar un cuestionario, el mismo que obedeció a las variables y objetivos planteados. Las encuestas se aplicaron a los socios /as de PRODUARTE, así como los productores de plátano y comerciante o distribuidores de snack de plátano; la entrevista se aplica al presidente de PRODUARTE. Esta acción permitirá conocer la preferencia sobre los productos, sus compromisos comerciales, frecuencia de compra, cantidad, forma de pago, así como la intención de compra de los distribuidores.

La encuesta y entrevista aplicada a socios/as de PRODUARTE, busca identificar la problemática de la empresa, así como las medidas de solución.

Planes de procesamiento y análisis de la información

Para el procesamiento de los datos obtenidos, se realizó una revisión crítica de la información recogida, limpiando la defectuosa o incompleta, etc.

La información se procesa estableciendo los resultados de manera tabular y gráfica, y siguiendo un orden se analizan y se interpretan, de esta manera se sacan conclusiones y se vierten recomendaciones según las variables de investigación.

Cuadro 6. Plan de Recolección de Información

| Preguntas Básicas | Explicación |
|---------------------------------|--|
| 1.- ¿Para qué? | Para determinar la incidencia del nivel de producción de chifle, en la productividad de la Asociación Microempresarial PRODUARTE,. |
| 2.- ¿De qué personas objetos? | De los Productores y Distribuidores de PRODUARTE. |
| 3.- ¿Sobre qué aspecto? | Variable Independiente: Producción de chifles Variable Dependiente: Productividad de la empresa PRODUARTE |
| 4.- ¿Quién y quiénes? | -Investigador |
| 5.- ¿Cuándo? | Febrero 2017 |
| 6.- ¿Dónde? | En la Asociación Microempresarial PRODUARTE. |
| 7.- ¿Cuántas veces? | Una vez |
| 8.- Qué técnicas de recolección | Encuestas y entrevista |
| 9.- ¿Con qué? | Cuestionario. |
| 10.- ¿En qué situación? | Normal |

Elaborado por: Patricia Toala Tubay

Planes de procesamiento y análisis de la información

- Revisión crítica de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa y contradictoria.
- Tabulación o cuadros según variables.
- Estudios estadísticos de datos para presentación de resultados.
- Análisis de los resultados estadísticos.
- Interpretación de los resultados, a partir del marco teórico.
- Determinación de conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Entrevista a Gerente de PRODUARTE

¿Cuál es la capacidad productiva de chifle de plátano de PRODUARTE?

La capacidad productiva de la empresa es de 5000 fundas semanales es decir 20000 mensual. Sin embargo la empresa solo trabaja al 50% de su capacidad, obteniendo 2500 fundas semanales y 10000 mensuales a un precio de venta de 0.40 centavos la unidad. El precio de costo es de 0.31 centavos claro que esto varia dependiendo al precio en que se encuentre el platano el cual es el producto principal para la elaboración del chifle.

¿Por qué razón no está produciendo a su máxima capacidad?

Debido a ingresos económicos que no han sido factibles, necesitamos ampliarnos con mercados nacionales e incluso internacionales para consolidarnos y poder generar rentabilidad sostenibilidad en la comercialización procesamiento de producto ventas y tener nuestros canales de distribución potenciados.

¿Han gestionado con instituciones públicas como PROECUADOR, MIPRO, la posibilidad de exportar el chifle de plátano?

Se ha tratado pero aun requerimos mejorar cada uno de las áreas para poder gestionar ya que dichas instituciones, solicitan requisitos a cumplir para poder exportar hacia un mercado internacional. La exportación permite diversificar mercados y productos, generando alianzas estratégicas con empresas extranjeras.

¿Cuáles son las limitantes para alcanzar el objetivo de exportar?

Obtención de certificado de buenas prácticas de manufactura, obtención de patentes, obtención de certificados de licencias de exportación, certificados de control de calidad y varios de requisitos que limitan el desarrollo empresarial de PRODUARTE.

¿Qué dificultades comerciales han encontrado a nivel de la provincia, para la distribución de su producto?

La presencia de intermediarios, impuestos elevados, permisos públicos, certificados que avalen la calidad del producto, inestabilidad de precios, limitado apoyo por parte del gobierno, capital inadecuados y canales de distribución inestables que generan un déficit de comercialización de los snack de plátano a cada una de las ciudades de la provincia de Manabí.

¿Considerando que su micro empresa que es de la EPS y por tanto ha recibido aportes económicos del estado, que apoyo considera necesitan para salir adelante con su micro empresa?

Se requiere accesos de créditos sin embargo consideran que como organización se les haría muy complejo, por la cantidad de documentos que les pedirían, y por el temor a que socios no cumplan y queden mal con el crédito, también la adquisición de equipos de alta tecnología y mayor facilidad de comercializar el producto.

Análisis de la entrevista efectuada al gerente de PRODUARTE

Se puede apreciar que existe predisposición por parte de quien dirige PRODUARTE, de mejorar la productividad del snack de plátano, e incluso de poder exportar su producto, sin embargo está conscientes que deben mejorar su tecnología así como las relaciones con instituciones públicas y privadas que con mayor experiencia y contactos, les permitan aprovechar sus coyunturas comerciales.

Objetivo 3.- Diseñar un proyecto sostenible, que permita explotar las variedades adecuadas para la producción de snack de plátano, a fin de garantizar el incremento productivo.

ENCUESTAS A COMERCIANTES Y DISTRIBUIDORES

Pregunta N° 1. ¿Comercializan chifles en su tienda o distribuidora?

Cuadro 7. Comercialización de chifles en tienda o distribuidora

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 150 | 77% |
| NO | 46 | 23% |
| TOTAL | 196 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes y distribuidores de PRODUARTE

Elaborado por: Patricia Tóala Tubay

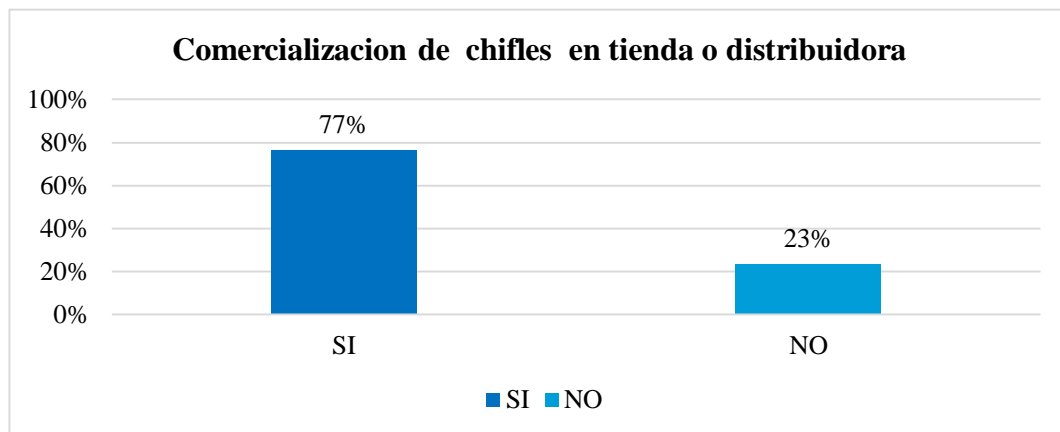


gráfico 5. Comercialización de chifles en tienda o distribuidora

Elaborado por: Patricia Tóala Tubay

Interpretación de Datos

De los 196 comerciantes y distribuidores representan el 100%, 150 que corresponden al 77% dispuesto a comercializar los chifles en tiendas o distribuidoras, a diferencia del 23% que muestran un desinterés en la comercialización de sus productos.

En función a las respuestas emitidas, existen un nivel mayor de interés y motivación por parte de los involucrados en mejorar sus canales de distribución y estrategias de comercialización fundamentales para obtener una sincronización en precios y promociones idóneas que atraigan a los consumidores.

Pregunta N° 2. ¿Qué marcas de snack de plátano o chifles comercializa?

Cuadro 8. Marcas de snack de plátano o chifles que comercializa

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| Mr. Chifle | 60 | 31% |
| Sol Chifle | 51 | 26% |
| Nutrí chifle | 55 | 28% |
| Tortolines | 30 | 15% |
| TOTAL | 196 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes y distribuidores de PRODUARTE

Elaborado por: Patricia Tóala Tubay

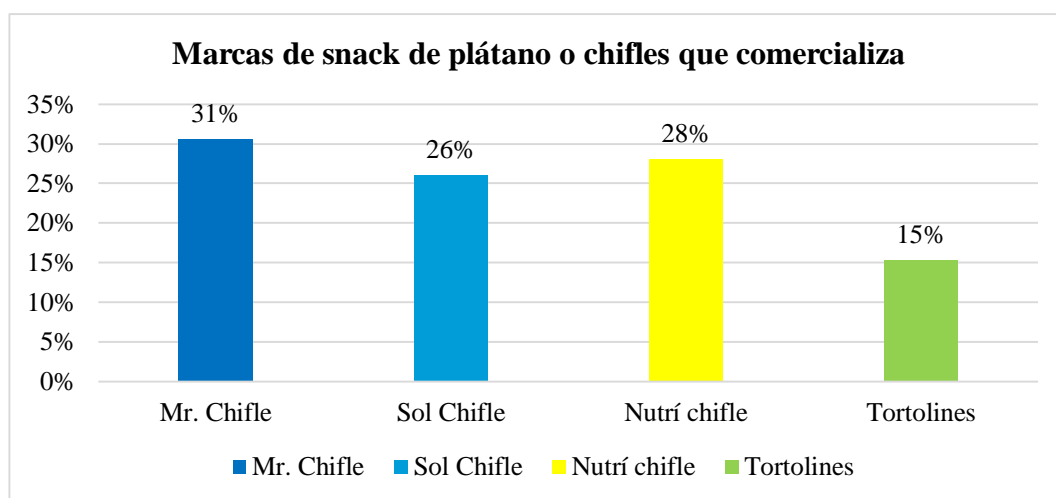


gráfico 6. Marcas de snack de plátano o chifles que comercializa

Elaborado por: Patricia Tóala Tubay

Interpretación de Datos

De los 196 comerciantes y distribuidores representan el 100%, 60 que corresponden al 31% dispuesto a comercializar la marca de Mr. Chifle, el 26% indica la preferencia por la marca de Sol chifle, el 28% indicando el uso de la marca Nutrí chifle y el 15% de la marca Tortolines.

Por las respuestas emitidas, la marca de preferencia es la de Mr. Chifle debido a su calidad, precio estable y accesible al consumidor por tener un nivel alto de publicidad que atrae a las principales distribuidoras comerciales a preferir esta marca.

Pregunta N° 3. ¿Indique las razones por las que usted adquiere y comercializa esas marcas de chifle de plátano?

Cuadro 9: Razones de comercialización de marcas de chifle de plátano

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| Calidad | 50 | 26% |
| Presentación | 40 | 20% |
| Precio | 80 | 41% |
| Publicidad | 26 | 13% |
| Demanda | 30 | 15% |
| Cantidad | 50 | 26% |
| TOTAL | 196 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes y distribuidores de PRODUARTE

Elaborado por: Patricia Tóala Tubay

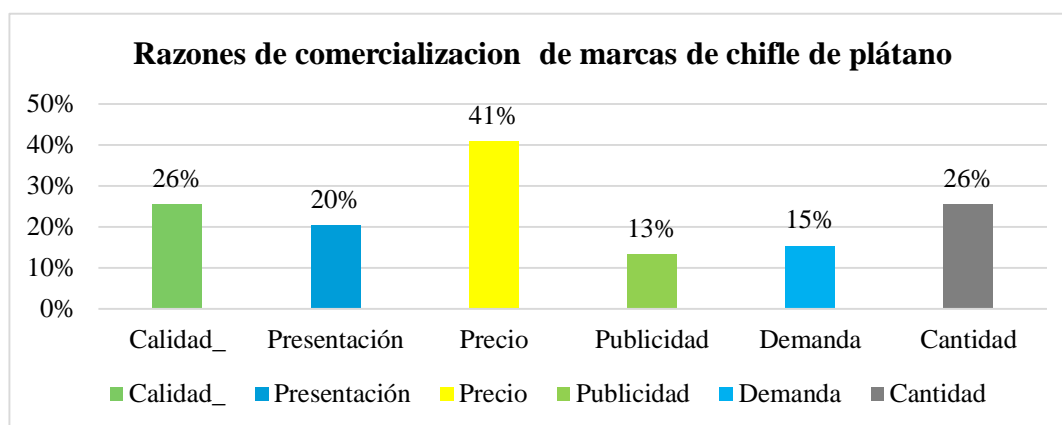


gráfico 7. Razones de comercialización de marcas de chifle de plátano

Elaborado por: Patricia Toala Tubay

Interpretación de Datos

De los 196 comerciantes y distribuidores representan el 100%, 50 que corresponden al 26% indicaron que unas de las razones de adquisición y comercialización es la calidad del producto, el 20% en el ámbito de presentación, el 41% en el aspecto de precio, el 13% en publicidad, el 15% en demanda y el 26% en cantidad.

Se aprecia de las respuestas en su mayoría, que una de las razones primordiales es el precio factor, esencial en deducir la estrategia de publicidad para generar estabilidad en la demanda y oferta del producto.

Pregunta N° 4. ¿Estaría dispuesto a comprar chifles de plátano a la empresa PRODUARTE?

Cuadro 10. Compra de chifles de plátano a la empresa PRODUARTE

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 140 | 71% |
| NO | 56 | 29% |
| TOTAL | 196 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes y distribuidores de PRODUARTE

Elaborado por: Patricia Tóala Tubay

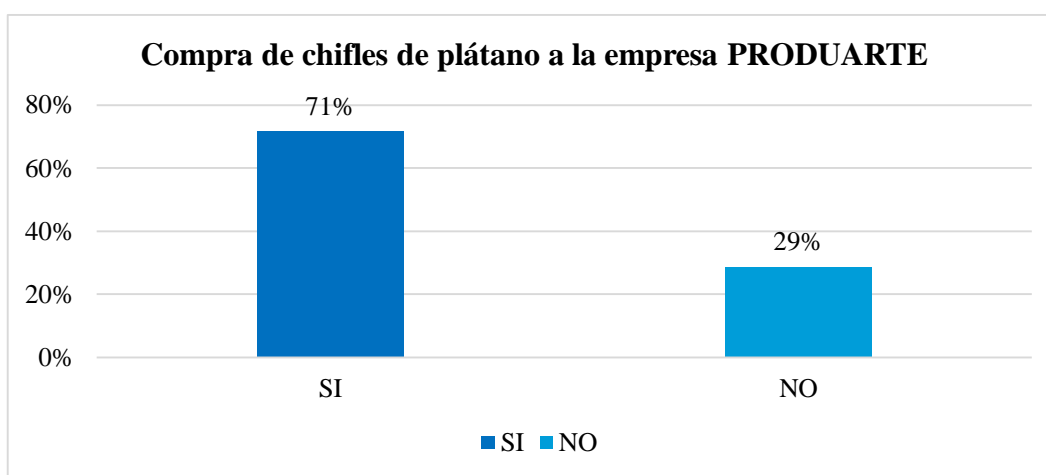


gráfico 8. Compra de chifles de plátano a la empresa PRODUARTE

Elaborado por: Patricia Tóala Tubay

Interpretación de Datos

De los 196 comerciantes y distribuidores representan el 100%, 140 que corresponden al 71% indicaron la aceptación de comprar los snack de plátano a diferencia del 29% que no estuvieron de acuerdo con la compra del producto.

Sin embargo es muy relevante el nivel de aceptación por parte de los consumidores en generar confianza al preferir el producto que no solo es marketing si no es un trabajo arduo de todo las áreas de la empresa para brindar un servicio eficaz y de calidad.

Pregunta N° 5. ¿Qué razones le motivarían a adquirir el chifle de PRODUARTE?

Cuadro 11. Adquisición de chifles PRODUARTE

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| Calidad | 38 | 19% |
| Presentación | 28 | 14% |
| Precio | 90 | 46% |
| Publicidad | 40 | 20% |
| Demanda | 50 | 26% |
| Cantidad | 12 | 6% |
| TOTAL | 196 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes y distribuidores de PRODUARTE

Elaborado por: Patricia Tóala Tubay

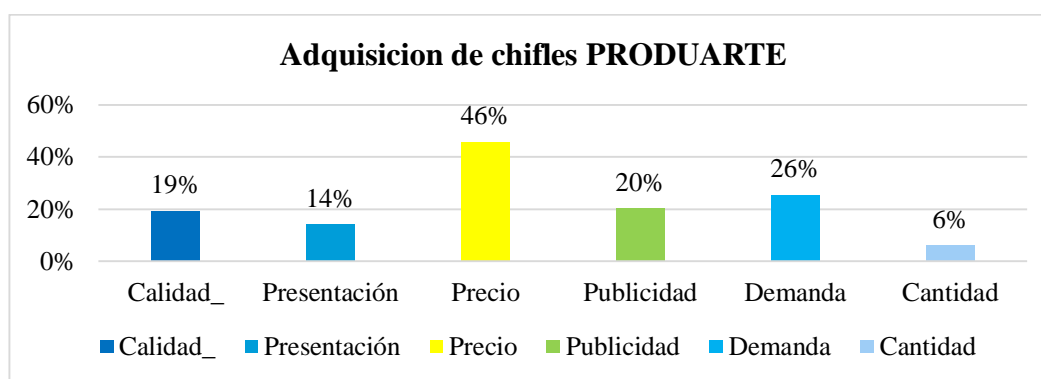


gráfico 9. Adquisición de chifles PRODUARTE

Elaborado por: Patricia Tóala Tubay

Interpretación de Datos

De los 196 comerciantes y distribuidores representan el 100%, 38 que corresponden al 19% indicaron que una de las motivaciones de adquirir el producto es por la calidad, el 14% corresponde a la presentación, el 46% indicara mayoritariamente por el precio, el 20% por publicidad, el 26% por demanda y el 6% por cantidad del producto a ofertarse.

Sin embargo el éxito de la adquisición del producto es por el precio indudablemente y por la publicidad que se establezca para generar competitividad con empresas vecinas y mostrar mayor balance en los ingresos económicos de la empresa.

Pregunta N° 6. ¿Qué presentación de snack de plátano es preferida por sus clientes?

Cuadro 12. Presentación de snack de plátano

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|-----------------|------------|-------------|
| Fundas de 500 g | 25 | 13% |
| Fundas de 100g | 53 | 27% |
| Fundas de 50 g | 100 | 51% |
| Otras | 18 | 9% |
| TOTAL | 196 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes y distribuidores de PRODUARTE

Elaborado por: Patricia Tóala Tubay

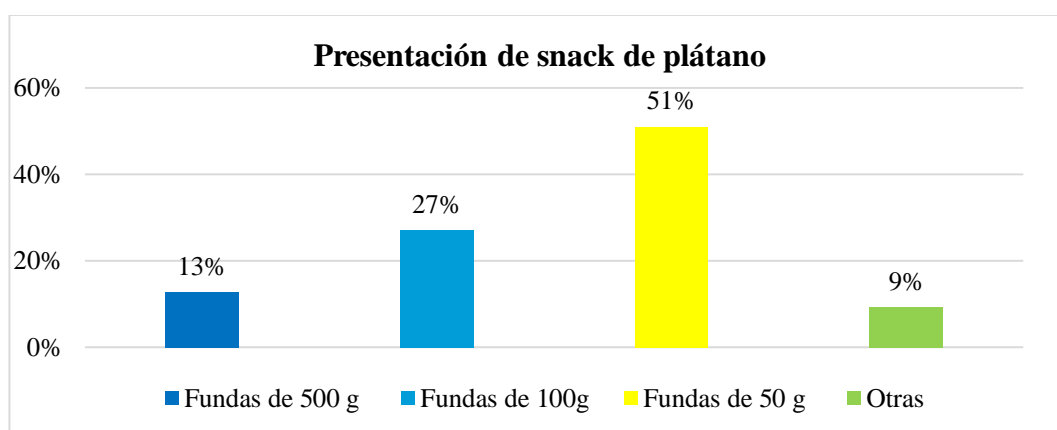


Gráfico 10. Presentación de snack de plátano

Elaborado por: Patricia Tóala Tubay

Interpretación de Datos

De los 196 comerciantes y distribuidores representan el 100%, 25 que corresponden al 13% indicaron usar las fundas de 500 gr, seguidas por el 27% en usar fundas de 100 gr, el 51% con presentaciones en fundas de 50 gr por ultimo un 9% en otras presentaciones como en tachos de snack de plátanos

En cuanto a las preguntas realizadas, se deduce que las fundas de 50 gr son las que más generan demanda a diferencia del resto de presentaciones, generando un desbalance de la empresa PRODUARTE que mejore sus estrategias de ventas con un merchandaising idóneo.

Pregunta N° 7. ¿Cree usted que el marketing es una herramienta indispensable para fortalecer la venta de chifles que elabora la empresa PRODUARTE?

Cuadro 12. Marketing como herramienta indispensable para fortalecer la venta de chifles

| ALTERNATIVA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| SI | 80 | 41% |
| NO | 116 | 59% |
| TOTAL | 196 | 100% |

Fuente: Cuestionario aplicado a comerciantes y distribuidores de PRODUARTE

Elaborado por: Patricia Tóala Tubay

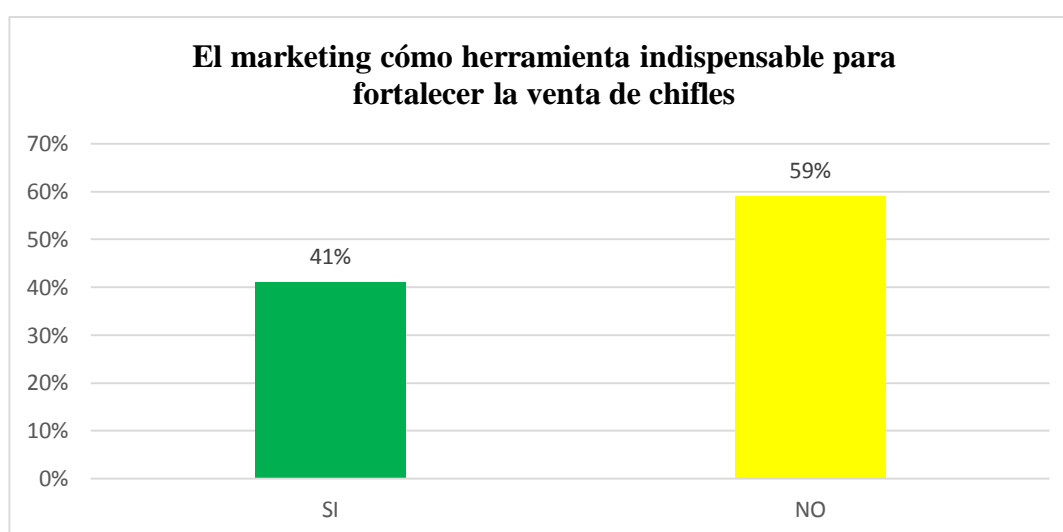


Gráfico 11. El marketing cómo herramienta indispensable para fortalecer la venta de chifles

Elaborado por: Patricia Tóala Tubay

Interpretación de Datos

De los 196 comerciantes y distribuidores que representan el 100%, 80 de ellos que representan el 41 % indicaron que Si y 116 encuestados que representa el 59 % indicaron No es necesario el marketing como herramienta indispensable para fortalecer la venta de chifles.

La pregunta realizada permite indicar que el marketing no es indispensable pero si importante dentro del desarrollo de las ventas de chifles, por eso es necesario dar un espacio importante para promocionar el producto.

Verificación de Hipótesis

La hipótesis planteada en el proceso investigativo fue “La limitada producción del snack de chifle, reduce la rentabilidad generada por PRODUARTE”, la misma que se pudo comprobar mediante la utilización de los instrumentos de investigación, tales como entrevista dirigida al administrador de la empresa, orientando en aspectos relevantes como la capacidad productiva de la empresa, estructura socio-organizativa, comercialización, marketing, guardando relación con las variables en estudio. Y encuestas enfocadas a los distribuidores del producto, a fin de poder conocer directamente las necesidades adquisitivas del producto y el nivel de la demanda existente.

Planteamiento de la Hipótesis

Modelo lógico

Hipótesis nula

Ho. La limitada producción del snack de chifle, no reduce la rentabilidad generada por PRODUARTE.

Hipótesis alternativa

Hi. La limitada producción del snack de chifle, reduce la rentabilidad generada por PRODUARTE.

Modelo Matemático

H1: $O \neq E$ (si existe diferencia estadística significativa entre los datos observados y los esperados)

H0: $O = E$ (no existe diferencia significativa entre los datos observados y los esperados)

Modelo estadístico

$$X^2 = \Sigma \left[\frac{(O - E)^2}{E} \right]$$

Nivel de significación α

$\alpha = 0,05$ 95% de probabilidad

Zona de Rechazo de la H0

GL = (F-1) (C-1) GL = (3-1) * (2-1) GL= 2

Cuadro 13: Valores tabulados de Distribución CHI

Distribución CHI Cuadrado X^2

P = Probabilidad de encontrar un valor mayor o igual que el chi cuadrado tabulado, v = Grados de Libertad

| v/p | 0,001 | 0,0025 | 0,005 | 0,01 | 0,025 | 0,05 | 0,1 | 0,15 | 0,2 | 0,25 | 0,3 | 0,35 | 0,4 | 0,45 | 0,5 |
|-----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 1 | 10,8274 | 9,1404 | 7,8794 | 6,6349 | 5,0239 | 3,8415 | 2,7055 | 2,0722 | 1,6424 | 1,3233 | 1,0742 | 0,8735 | 0,7083 | 0,5707 | 0,4549 |
| 2 | 13,8150 | 11,9827 | 10,5965 | 9,2104 | 7,3778 | 5,9915 | 4,6052 | 3,7942 | 3,2189 | 2,7726 | 2,4079 | 2,0996 | 1,8326 | 1,5970 | 1,3863 |
| 3 | 16,2660 | 14,3202 | 12,8381 | 11,3449 | 9,3484 | 7,8147 | 6,2514 | 5,3170 | 4,6416 | 4,1083 | 3,6649 | 3,2831 | 2,9462 | 2,6430 | 2,3660 |
| 4 | 18,4662 | 16,4238 | 14,8602 | 13,2767 | 11,1433 | 9,4877 | 7,7794 | 6,7449 | 5,9886 | 5,3853 | 4,8784 | 4,4377 | 4,0446 | 3,6871 | 3,3567 |
| 5 | 20,5147 | 18,3854 | 16,7496 | 15,0863 | 12,8325 | 11,0705 | 9,2363 | 8,1152 | 7,2893 | 6,6257 | 6,0644 | 5,5731 | 5,1319 | 4,7278 | 4,3515 |
| 6 | 22,4575 | 20,2491 | 18,5475 | 16,8119 | 14,4494 | 12,5916 | 10,6446 | 9,4461 | 8,5581 | 7,8408 | 7,2311 | 6,6948 | 6,2108 | 5,7652 | 5,3481 |
| 7 | 24,3213 | 22,0402 | 20,2777 | 18,4753 | 16,0128 | 14,0671 | 12,0170 | 10,7479 | 9,8032 | 9,0371 | 8,3834 | 7,8061 | 7,2832 | 6,8000 | 6,3458 |
| 8 | 26,1239 | 23,7742 | 21,9549 | 20,0902 | 17,5345 | 15,5073 | 13,3616 | 12,0271 | 11,0301 | 10,2189 | 9,5245 | 8,9094 | 8,3505 | 7,8325 | 7,3441 |
| 9 | 27,8767 | 25,4625 | 23,5893 | 21,6660 | 19,0228 | 16,9190 | 14,6837 | 13,2880 | 12,2421 | 11,3887 | 10,6564 | 10,0060 | 9,4136 | 8,8632 | 8,3428 |
| 10 | 29,5879 | 27,1119 | 25,1881 | 23,2093 | 20,4832 | 18,3070 | 15,9872 | 14,5339 | 13,4420 | 12,5489 | 11,7807 | 11,0971 | 10,4732 | 9,8922 | 9,3418 |
| 11 | 31,2635 | 28,7291 | 26,7569 | 24,7250 | 21,9200 | 19,6752 | 17,2750 | 15,7671 | 14,6314 | 13,7007 | 12,8987 | 12,1836 | 11,5298 | 10,9199 | 10,3410 |
| 12 | 32,9092 | 30,3182 | 28,2997 | 26,2170 | 23,3367 | 21,0261 | 18,5493 | 16,9893 | 15,8120 | 14,8454 | 14,0111 | 13,2661 | 12,5838 | 11,9463 | 11,3403 |
| 13 | 34,5274 | 31,8830 | 29,8193 | 27,6882 | 24,7356 | 22,3620 | 19,8119 | 18,2020 | 16,9848 | 15,9839 | 15,1187 | 14,3451 | 13,6356 | 12,9717 | 12,3398 |
| 14 | 36,1239 | 33,4262 | 31,3194 | 29,1412 | 26,1189 | 23,6848 | 21,0641 | 19,4062 | 18,1508 | 17,1169 | 16,2221 | 15,4209 | 14,6853 | 13,9961 | 13,3393 |
| 15 | 37,6978 | 34,9494 | 32,8015 | 30,5780 | 27,4884 | 24,9958 | 22,3071 | 20,6030 | 19,3107 | 18,2451 | 17,3217 | 16,4940 | 15,7332 | 15,0197 | 14,3389 |
| 16 | 39,2518 | 36,4555 | 34,2671 | 31,9999 | 28,8453 | 26,2962 | 23,5418 | 21,7931 | 20,4651 | 19,3689 | 18,4179 | 17,6646 | 16,7795 | 16,0425 | 15,3385 |
| 17 | 40,7911 | 37,9462 | 35,7184 | 33,4087 | 30,1910 | 27,5871 | 24,7690 | 22,9770 | 21,6146 | 20,4887 | 19,5110 | 18,6330 | 17,8244 | 17,0646 | 16,3382 |
| 18 | 42,3119 | 39,4220 | 37,1564 | 34,8052 | 31,5264 | 28,8693 | 25,9894 | 24,1555 | 22,7595 | 21,6049 | 20,6014 | 19,6993 | 18,8679 | 18,0860 | 17,3379 |
| 19 | 43,8194 | 40,8847 | 38,5821 | 36,1908 | 32,8523 | 30,1435 | 27,2036 | 25,3289 | 23,9004 | 22,7178 | 21,6891 | 20,7638 | 19,9102 | 19,1069 | 18,3376 |
| 20 | 45,3142 | 42,3358 | 39,9969 | 37,5663 | 34,1696 | 31,4104 | 28,4120 | 26,4976 | 25,0375 | 23,8277 | 22,7745 | 21,8265 | 20,9514 | 20,1272 | 19,3374 |
| 21 | 46,7963 | 43,7749 | 41,4009 | 38,9322 | 35,4789 | 32,6706 | 29,6151 | 27,6620 | 26,1711 | 24,9348 | 23,8578 | 22,8876 | 21,9915 | 21,1470 | 20,3372 |
| 22 | 48,2676 | 45,2041 | 42,7957 | 40,2894 | 36,7807 | 33,9245 | 30,8133 | 28,8224 | 27,3015 | 26,0393 | 24,9390 | 23,9473 | 23,0307 | 22,1663 | 21,3370 |
| 23 | 49,7276 | 46,6231 | 44,1814 | 41,6383 | 38,0756 | 35,1725 | 32,0069 | 29,9792 | 28,4288 | 27,1413 | 26,0184 | 25,0055 | 24,0689 | 23,1852 | 22,3369 |
| 24 | 51,1790 | 48,0336 | 45,5584 | 42,9798 | 39,3641 | 36,4150 | 33,1962 | 31,1325 | 29,5533 | 28,2412 | 27,0960 | 26,0625 | 25,1064 | 24,2037 | 23,3367 |
| 25 | 52,6187 | 49,4351 | 46,9280 | 44,3140 | 40,6465 | 37,6525 | 34,3816 | 32,2825 | 30,6752 | 29,3388 | 28,1719 | 27,1183 | 26,1430 | 25,2218 | 24,3366 |
| 26 | 54,0511 | 50,8291 | 48,2898 | 45,6416 | 41,9231 | 38,8851 | 35,5632 | 33,4295 | 31,7946 | 30,4346 | 29,2463 | 28,1730 | 27,1789 | 26,2395 | 25,3365 |
| 27 | 55,4751 | 52,2152 | 49,6450 | 46,9628 | 43,1945 | 40,1133 | 36,7412 | 34,5736 | 32,9117 | 31,5284 | 30,3193 | 29,2266 | 28,2141 | 27,2569 | 26,3363 |
| 28 | 56,8918 | 53,5939 | 50,9936 | 48,2782 | 44,4608 | 41,3372 | 37,9159 | 35,7150 | 34,0266 | 32,6205 | 31,3909 | 30,2791 | 29,2486 | 28,2740 | 27,3362 |
| 29 | 58,3006 | 54,9662 | 52,3355 | 49,5878 | 45,7223 | 42,5569 | 39,0875 | 36,8538 | 35,1394 | 33,7109 | 32,4612 | 31,3308 | 30,2825 | 29,2908 | 28,3361 |

Fuente: http://labrad.fisica.edu.uy/docs/tabla_chi_cuadrado.pdf

Elaborado por: Patricia Toala.

Regla de decisión

Se rechaza H_0

Si CHI^2 Calculado > CHI^2 Tabulado (Chi Cuadrado calculado es mayor que Chi Cuadrado tabulado).

Cálculo Estadístico

Frecuencias observadas de las variables

Cuadro 14: Frecuencias observadas

| FRECUENCIAS OBSERVADAS | | | |
|---|------------------|------------|-----------------|
| PREGUNTAS | VARIABLES | | |
| | SI | NO | SUBTOTAL |
| ¿Comercializan chifles en su tienda o distribuidora? | 150 | 46 | 196 |
| ¿Estaría dispuesto a comprar chifles de plátano a la empresa PRODUARTE? | 140 | 56 | 196 |
| ¿Cree usted que el marketing es una herramienta indispensable para fortalecer la venta de chifles que elabora la empresa PRODUARTE? | 80 | 116 | 196 |
| TOTAL | 370 | 218 | 588 |

Fuente: Investigación

Elaborado por: Patricia Toala.

Frecuencias esperadas de las variables

$$fe = \frac{Tc * Tf}{T}$$

Donde:

fe= Frecuencia del valor esperado

Tc= Total de columnas

Tf= Total de filas

T= Suma total

Desarrollo

$$fe = \frac{196 \times 370}{588} = \frac{72520}{588} \quad fe = 123$$

$$fe = \frac{196 \times 218}{588} = \frac{42728}{588} \quad fe = 73$$

Cuadro 15: Frecuencias esperadas

| Frecuencias esperadas | | | |
|---|-----------|----|----------|
| Preguntas | Variables | | SUBTOTAL |
| | SI | NO | |
| ¿Comercializan chifles en su tienda o distribuidora? | 123 | 73 | 196 |
| ¿Estaría dispuesto a comprar chifles de plátano a la empresa PRODUARTE? | 123 | 73 | 196 |
| ¿Cree usted que el marketing es una herramienta indispensable para fortalecer la venta de chifles que elabora la empresa PRODUARTE? | 123 | 73 | 196 |

Fuente: investigación.

Elaborado por: Patricia Toala

Cálculo del CHI Cuadrado

Cuadro 16: Cálculo CHI Cuadrado

| CALCULO DE CHI CUADRADO | | |
|-------------------------|----------|-----------------------|
| F OBS | F ESP | $\frac{(O - E)^2}{E}$ |
| 150 | 123 | 5,77 |
| 140 | 123 | 2,25 |
| 80 | 123 | 15,23 |
| 46 | 73 | 9,79 |
| 56 | 73 | 3,82 |
| 116 | 73 | 25,84 |
| | Σ | 62,69 |

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Patricia Toala.

Decisión Estadística

Según los resultados obtenidos el valor de Chi Cuadrado Calculado es 62,69 que es mayor a Chi Cuadrado Tabulado que corresponde a 5.99, por lo que de acuerdo a la regla de decisión de la prueba se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa donde se indica que: “La limitada producción de snack de plátano reduce la rentabilidad generada por PRODUARTE”.

Campana de GAUS

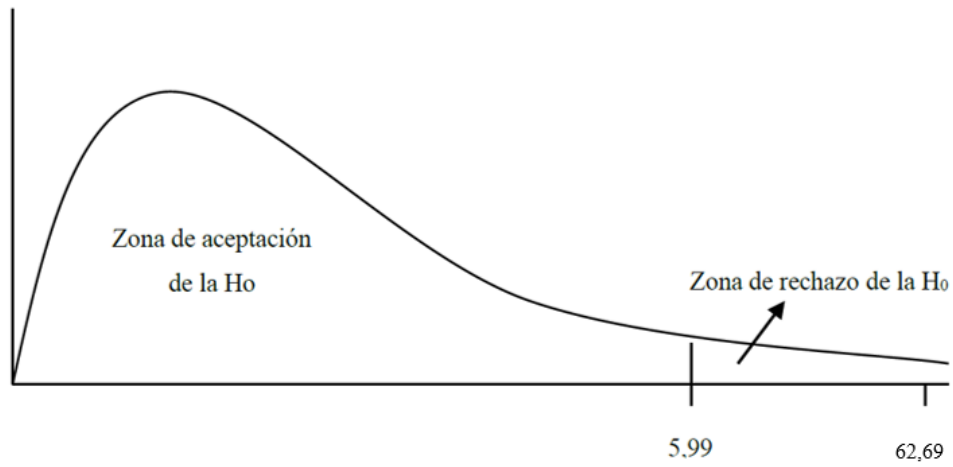


Gráfico 12. Valores críticos CHI Cuadrado

Fuente: Investigación

Elaborado por: Patricia Toala.

De acuerdo a la gráfica de la campana de GAUS, se puede concluir que X^2 se encuentra en la zona de rechazo del H_0 . Por lo que es aprobada la H_1 con un valor de $X^2 = 62.69$

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- La producción actual de snack de plátanos de la empresa PRODUARTE es de 2.500 unidades semanales, 10.000 mensuales y 120.000 anuales; con un precio de producción de 0.31 ctv., y un precio de venta de 0.40 ctv., de tal forma que obtienen una rentabilidad de 0.09 ctv. por cada unidad, es decir 10.800 USD anualmente. Considerando que la empresa está conformada por 38 socios se puede concluir que cada uno adquiere una utilidad de 284.21 dólares anuales en base a la producción realizada por la empresa.
- La capacidad productiva instalada en la empresa PRODUARTE permite tener actividades productivas los 5 días a la semana, sin embargo la producción se encuentra limitada a la demanda existente, lo que genera una sub utilización de sus equipos, trabajando solo en un 50% de su capacidad total instalada; esto implica que la empresa desaprovecha su nivel productivo y la oportunidad de captar nuevos mercados potenciales a nivel cantonal y provincial.
- PRODUARTE requiere fortalecer el proceso de producción y comercialización del snack de plátano a fin de poder mejorar la utilización de la capacidad instalada y por ende incrementar su producción y rentabilidad en cada proceso, de esta forma satisfacer las necesidades de sus socios y justificar el trabajo realizado diariamente.

Recomendaciones

- Es necesario incrementar la producción semanal de la empresa, puesto que cuenta con los equipos necesarios para realizar una producción constante y en especial con la mano de obra necesaria para tal efecto. Además es indispensable conocer la demanda insatisfecha a fin de poder establecer los porcentajes que la empresa puede ir incrementando en su producción y comercialización del snack de plátano.
- Se debe incrementar la capacidad productiva, debido a que la empresa trabaja solo en un 50% de su capacidad. Así mismo es necesario implementar capacitaciones a los socios y trabajadores a fin de optimizar la producción y tener un manejo eficiente de la materia prima con la cual se elabora el chifle.
- Es indispensable desarrollar un plan de mejoramiento para la producción de snack de plátano (Chifle) en la empresa PRODUARTE, a fin de incentivar la producción, promoción y comercialización a través de un plan de marketing que facilite la difusión de la empresa y permita incrementar los ingresos por producción de acuerdo a la capacidad instalada y a la demanda existente del producto.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

Título

Plan de Mejoramiento en la producción de Chifles de la microempresa PRODUARTE.

Datos informativos del beneficiario de la propuesta

Institución ejecutora: empresa de economía popular y solidaria “PRODUARTE”

Beneficiarios: 38 Socios de la empresa PRODUARTE, ubicada en la Comunidad Pimpiguasi, perteneciente a la Parroquia Riochico del Cantón Portoviejo

Ubicación: Comunidad Pimpiguasi, perteneciente a la Parroquia Riochico del Cantón Portoviejo

Tiempo estimado para la ejecución DEL PLAN (inicio y fin): Enero – Junio de 2017.

Equipo Técnico responsable: Presidente, Área administrativa, Área de Planificación y Marketing de la empresa PRODUARTE.

Costo: USD 30.300,00

Justificación

El desarrollo del trabajo evidenció que PRODUARTE cuenta con recursos humanos, mercado local - definido, materia prima, infraestructura, laborando de 3 a 4 días a la semana. Ofertando productos con innovadoras presentaciones de snack de plátano, que son requeridos por las picanterías, cevicherías, tiendas, restaurantes puntos estratégicos de demanda del producto dependiendo de la calidad, precio y presentación que exige el consumidor.

En PRODUARTE, los ingresos mensuales de sus socios no superan los 100 dólares, afectando el buen vivir de las familias, las cuales a su vez indicaron que lo ganado lo invierten en; salud, alimento, educación y en vivienda.

Mediante la entrevista realizada al gerente de Produarte, y encuesta a los comerciantes y distribuidores, determinó debilidades técnicas, productivas, organizativas, administrativas, socio económicas, deficiente uso de su infraestructura, y un mercado que se requiere extender con más firmeza y decisión; por lo cual es necesario desarrollar un plan de mejoramiento en la empresa que permita fomentar capacitaciones de manejo técnico en la elaboración de chifles, que requieren fortalecer la parte productiva y generar rentabilidad-sostenibilidad en la empresa, haciéndola competitiva frente a la competencia, y por tanto le permita ampliar su mercado.

Por lo expuesto, con la implementación de la presente propuesta, PRODUARTE podrá repotencializar la producción, procesamiento y ventas, generando un incremento en la productividad, que les permita mejorar los ingresos económicos a favor de las familias que la conforman. Que dentro de los seis meses de ejecución de este plan, deben de proyectarse a cinco años el incremento en las ventas del snack de chifles, mediante la producción y productividad, garantizando su sostenibilidad y rentabilidad.

Análisis de Factibilidad

La propuesta presenta una factibilidad de índole social, debido a que mediante su implementación se podrá mejorar indirectamente la vida de las personas que se encuentran inmersa a la empresa, es decir con el incremento de la producción de snack se incrementaran las horas laborables, por tanto los ingresos de los socios y empleados se incrementará notablemente proporcionando un mejor estilo de vida para ellos y sus familiares.

Presenta una factibilidad ambiental ya que la producción se la realiza considerando todos los parámetros a fin de que el medio externo de la empresa no

se vea afectado de ninguna manera, por lo que sus residuos son reutilizados para otros efectos como la venta para la alimentación porcina de la zona, reduciendo al mínimo el desgaste ambiental que podría generar PRODUARTE.

Finalmente, se presenta una factibilidad económica debido a que las microempresas de producción de plátano en las parroquias rurales, son consideradas como una de las actividades económicas que solucionan los problemas de desempleo local. Además la inversión que la empresa deberá realizar para la implementación de la propuesta es baja, puesto que su principal gasto es la adquisición de materia prima debido a que en la actualidad PRODUATE cuenta con los equipos necesarios para el trabajo de forma diaria o consecutiva.

Fundamentación Científico – Técnica

(Jaramillo, 03):

El plan de mejoramiento se realiza con la finalidad de desarrollar una cultura organizacional orientada al mejoramiento permanente de su función, efectuando las acciones correctivas en las Políticas y en los distintos procesos y procedimientos propios de la gestión de manera oportuna, a fin de garantizar el buen uso de los recursos y una eficiente prestación del servicio que le ha sido encomendado.

También se realiza con el propósito de mejorar el desempeño de la entidad y garantizar el uso transparente generar conductas positivas y proactivas de acatamiento a las normas y de mejoramiento institucional por parte de los servidores públicos, que mejoren la efectividad de la gestión e incrementen la satisfacción de los grupos de interés.

(Miranda, 2012):

Los Planes de mejoramientos son aquellos que consolidan las acciones de mejoramiento derivadas de la autoevaluación, de las recomendaciones generadas por la evaluación independiente y de los hallazgos del Control, como base para la definición de un programa de mejoramiento de la función administrativa de la entidad a partir de los objetivos definidos, la aprobación por la autoridad competente, la asignación de los recursos necesarios para la realización de los planes, la definición del nivel responsable, el seguimiento a las acciones trazadas, la fijación de las fechas límites de implementación y la determinación de los indicadores de logro y seguimiento de las mejoras,

con lo cual se establecen las especificaciones de satisfacción y confiabilidad.

Metodología

Para la realización de la propuesta ha sido indispensable realizar una investigación previa de la empresa a fin de conocer de primera mano los inconvenientes y deficiencias de la misma, de igual forma fue necesario conocer el volumen de producción de snack de plátano y el nivel de venta para poder determinar si la empresa se encuentra en capacidad técnica, tecnología e infraestructura para elevar la producción y ampliar su mercado.

El desarrollo de la propuesta se fundamenta en la elaboración de un plan de mejoramiento en la producción de chifles, con el propósito de orientar a PRODUARTE a realizar una reestructuración organizativa que se vea reflejada en sus indicadores financieros y por ende en su productividad.

Para lograr obtener resultados en la propuesta se realizará lo siguiente:

Se determinará los procedimientos de la producción de chifles mediante un modelo operativo que fortalezca su capacidad productiva y se comprara equipos, maquinarias y herramientas necesarias para ser más eficientes en la producción de chifles.

Se desarrollaran estrategias de marketing para incrementar las ventas y por consiguiente la rentabilidad por venta de chifles de la empresa PRODUARTE.

Objetivo General:

Desarrollar un plan de mejoramiento para la producción de Chifles que permita incrementar la producción y rentabilidad dentro de la empresa PRODUARTE.

Objetivos Específicos:

- Determinar los procedimientos de la producción de chifles mediante un modelo operativo que fortalezca su capacidad productiva.
- Desarrollar un plan de marketing que contenga estrategias y actividades que coadyuve en el incremento de la rentabilidad por venta de chifles de la empresa PRODUARTE.

Plan de mejoramiento en la producción de chifles

Luego del análisis realizado en relación a la problemática planteada se pudo determinar que existe la presencia de elementos fundamentales que permiten mejorar el desempeño de la organización lo que incluye la producción, para mejorar esta área se va a desarrollar un procedimiento de las actividades de la misma. Así mismo la comercialización de snack de plátano se debe incrementar por lo que se realiza un plan de marketing el mismo que se determinan más adelante.

Esta propuesta inicia con el diseño de la estructura organizativa la misma que está enfocada a que los miembros de la organización puedan realizar una labor más eficiente y que este dirigida a la toma de decisiones efectivas. Para poder fortalecer esta estructura se realizará un programa de capacitación para el personal que está al frente de la Asociación.

Luego se desarrolla el proceso que debe seguir la microempresa para producir los snack de plátano, el cual esta representado con un flujograma de procesos. Es importante mencionar que se realiza la propuesta de adquisición de

nueva maquinaria y la adecuación de las áreas que actualmente utilizan. También se desarrolla un plan de marketing para forcate las ventas y luego se va a realizar un análisis financiero para determinar la rentabilidad de la propuesta. Y, fortalecer la sostenibilidad con una proyección a cinco años, después de ejecutado el plan de mejoras.

Estructura Organizativa de PRODUARTE

La Asociación Microempresarial PRODUARTE, se encuentra ubicada en el Cantón Portoviejo Provincia de Manabí, está integrada por familias procedentes de diferentes comunidades rurales del cantón, la Asociación agrupa actualmente a 38 familias pertenecientes a Comunidades aledañas a Pimpiguasi.

La Asociación se encuentra conformada por hombres y mujeres de escasos recursos económicos que tienen como objetivo emprender acciones que fomenten las actividades productivas y comerciales que beneficien directamente a sus socios/os. Entre sus actividades están: la producción de chifles y artesanías en zapan, que es un subproducto de la planta de plátano, misma que la venían realizando durante algunos años, como una actividad particular de cada socia, y cuya producción era vendida en forma individual, principalmente a sus familiares y amigos, se destaca que esta actividad la realizan incluso desde antes de formalizar la estructura organizativa.

Considerando que el grupo no contaba con vida jurídica, para la ejecución del proyecto gestionado ante el Proyecto de Desarrollo Corredor Central-IEPS, fueron apadrinados por la Unión de Organizaciones Campesinas de Portoviejo (UOCP), mediante tal proyecto firmado el 8 de diciembre del año 2011 para un período de 12 meses.

Con la ejecución de este proyecto, alcanzaron algunos objetivos:

- Infraestructura propia para la producción de chifles de plátano
- Equipo, maquinaria y herramientas mínimas, estandarizadas
- Constituyeron su organización de nombre Asociación Micro empresarial PRODUARTE, obtenida en el MIPRO el 6 de febrero de 2013. A.M # 13022
- Estudio de mercado, que evidencia y justifica la actividad como rentable
- Diseño y marca de los productos – Registro Sanitario

Al final del año 2013 con la creación de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria “SEPS”, se obliga a todas las asociaciones productivas que hubieran obtenido su vida jurídica en el MAGAP, MIPRO, y MIES, deberían registrarse en la SEPS.

PRODUARTE al identificarse como parte de la EPS, y con la creación de la Ley de la EPS, reestructuro su reglamento, otorgándoles la ventaja de poder realizar como actividad principal las actividades económicas y como secundarias las de producir y comercializar tanto a nivel nacional como internacional, junto a estos cambios la estructura organizativa propicio el siguiente orden: Órgano de Gobierno (Asamblea de socios), Órgano Directivo (cuerpo directivo), Órgano de control interno (organismo de control) descrito en el artículo 19 de la LOEPS; las áreas productivas, contables y comerciales la crearon según vieron su necesidad.

A pesar del aporte recibido por parte del Estado Ecuatoriano, PRODUARTE no logró consolidar su estructura organizativa y por ende su proceso productivo comercial, situación que motivo la realización de una investigación que permita definir las causas del problema y por tanto qué medidas tomar para sacar adelante su empresa.

MODELO DE LA ESTRUCTURA EMPRESARIAL DE PRODUARTE



Imagen N° 2: Estructura Empresarial PRODUARTE.
Elaborado por: Patricia Toala Tubay.

Nivel Directivo:

En este nivel se encuentra la Junta Directiva de PRODUARTE, conformada las autoridades de la asociación y su principal función es la toma de decisiones que guiarán el presente y futuro de la organización.

Nivel Ejecutivo:

Está comprendido por los representante de los departamento administrativo financiero, ventas, y producción los cuales trabajarán conjuntamente coordinando las actividades a realizar, para alcanzar el incremento de la rentabilidad.

Nivel Operativo:

Está conformado por el departamento el personal operativo el cual es el responsable de la producción y las actividades acordes a este, garantizando la calidad de los productos.

Análisis de Involucrados

Cuadro 17. Análisis de involucrados

| Actores involucrados | Intereses sobre la problemática | Problemas percibidos | Recursos y Mandatos |
|-----------------------------|--|---|---|
| IEPS | <ul style="list-style-type: none">- Social- Organizativa- De inclusión Económica | Debilidad organizativa. Limitados conocimientos administrativos financieros Déficit de equipos de comercialización. Limitadas técnicas de ventas | 80% de la inversión que estime el proyecto. |
| PRODUARTE | <ul style="list-style-type: none">- Organizativa- Económica- Social | | 20% de los recursos que demande la propuesta. Predisposición de mano de obra |

Elaborado por: Patricia Toala Tubay.

Matriz de Marco Lógico

Cuadro 18. Matriz de Marco Lógico

| Jerarquía de objetivos | Indicadores | Fuente de Verificación | Supuestos |
|--|--|--|--|
| <p>Fin (Objetivo de desarrollo) Contribuir a mejorar los ingresos de los socios de PRODUARTE mediante el incremento de la capacidad productiva de snack de plátanos.</p> | <p>Socios de PRODUARTE, a partir del primer semestre incrementan sus ingresos en un 30%.</p> | <p>Contabilidad de la empresa, facturas, recibos de pago.</p> | <p>Socios de la empresa procesan y comercializan los snack.</p> |
| <p>Propósito (Objetivo general) Desarrollar un plan de mejoramiento en la producción de snacks de plátano de PRODUARTE.</p> | <p>En el 6to mes de ejecutado el proyecto PRODUARTE, implementara estrategias en organización, planificación y distribución financiera de la empresa.</p> | <p>Contratos de trabajo, roles de pago, facturas, contabilidad de la empresa.</p> | <p>Socios de PRODUARTE, desarrollan sus trabajos de manera eficiente y eficaz.</p> |
| <p>Resultado 1.- Determinar los procedimientos de la producción de chifles mediante un modelo operativo que fortalezca su capacidad productiva.</p> | <p>Al tercer mes de ejecutado el proyecto PRODUARTE se adquiere equipos :</p> <ul style="list-style-type: none"> -Selladora -Freidora modelo FTS 200 kg/hora -Enfriador de cinta -Cintas de inspección | <p>Facturas de compras, actas de entrega recepción, Fotos, registros de asistencia, Memoria técnica de talleres, contratos de facilitadores.</p> | <p>Socios de PRODUARTE, asisten a los talleres procesan y comercializan nuevas variedades de plátano con el fin de aumentar su productividad</p> |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> -Envasadora Vertical potencia 220v,60Hz -Tambor -Zaranda vibratoria Elevador Z <p>Al cuarto mes de ejecutado el proyecto. Los socios de PRODUARTE se han capacitado en gestión de riesgos laborales</p> | | |
| Resultado 2.- Desarrollar las estrategias de marketing para incrementar la rentabilidad por venta de chifles de la empresa PRODUARTE | A partir del primer trimestre se implementará el plan de marketing una vez que haya sido aprobado por los socios de la empresa | Acuerdos establecidos con empresas publicitarias | Personal de planificación coordina con el presidente los procesos del marketing. |
| | En el segundo trimestre se presentarán los resultados | Ventas realizadas por medio de la aplicación del marketing. | Coordinación de los socios al momento de presentar a la empresa a nivel provincial. |

| Acciones | Actividades principales - tareas | Costo |
|--|---|--|
| <p>Resultado 1.- Determinar los procedimientos de la producción de chifles mediante un modelo operativo que fortalezca su capacidad productiva.</p> | <p>- Adquisición de equipos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selladora de banda continua • Freidora modelo FTS 200 kg/hora • Enfriador de cinta • Cintas de inspección • Envasadora Vertical potencia 220v,60Hz • Tambor saborizada rotativo • Zaranda vibratoria <p>- Capacitación en gestión de riesgo laboral.</p> | <p>\$ 1700 \$4000 \$ 1800 \$ 1500 \$ 3000 \$ 1300 \$ 200 \$ 1500</p> |
| <p>Resultado 2.- Desarrollar las estrategias de marketing para incrementar la rentabilidad por venta de chifles de la empresa PRODUARTE</p> | <p>- Verificación de la plaza existente - Verificar el precio por volúmenes de venta - Mantener e incrementar los diferentes tipos de productos - Evaluar los medios por el cual se realiza la publicación.</p> | <p>\$ 300 \$ 200 \$ 150 \$ 500</p> |

Elaborado por: Patricia Toala Tubay

Objetivo 1.- Determinar los procedimientos de la producción de chifles mediante un modelo operativo que fortalezca su capacidad productiva.

Para el cumplimiento de este objetivo del plan de mejoras se han considerado la ejecución de tres etapas.

Incremento de la producción de snack

Se contemplan como alternativas para el desarrollo de esta etapa las siguientes actividades:

- Adquisición de equipos:
 - Selladora de banda continua
 - Freidora modelo FTS 200 kg/hora
 - Enfriador de cinta
 - Cintas de inspección
 - Envasadora Vertical potencia 220v,60Hz
 - Tambor saborizada rotativo
 - Zaranda vibratoria

Etapas 1:

Estas actividades permitirán aprender, aplicar, fortalecer los conocimientos y habilidades de los productores para poder incrementar la producción de snack de plátano, garantizando calidad y buen precio a través de la adquisición de equipos tecnológicos que permiten elaborar productos rápidos y eficaces debido a sus múltiples funciones que permiten un procesamiento estándar con los debidos controles de calidad.

Para el incremento productivo del snack de plátano es relevante aplicar registros contables de producción, para verificar los estados de egreso e ingresos monetarios para obtener una rentabilidad sostenible, así garantizar un status de venta y precios

óptimos del producto también brindar capacitaciones de riesgo laboral idóneas para los empleadores, con los reglamentos definidos en permisos, licencias que garanticen un nivel óptimo de producción-productividad del cultivo de plátano incentivando a las socias a comercializar, generando oportunidades de empleo y por ende de incrementa sus ingresos.

Es oportuno señalar que con estos equipos PRODUARTE, estará en condiciones de producir hasta 1600 g diarios, sin embargo se plantea iniciar con una producción de 600 g, hasta llegar al 100% de su capacidad operativa, lo cual se cumplirá en la medida que vaya ganado espacios en el mercado.

Etapa 2:

Se prevé realizar una capacitación de un módulo establecido en tres talleres, en temas de gestión de riesgo laboral, requisito indispensable para la obtención de permisos laborales e incluso para el visto bueno del Ministerio del Ambiente, estableciendo además que tal conocimiento garantiza el mantenimiento del registro sanitario, pues va de mano con las normas de buenas prácticas de manufactura.

Etapa 3: Gestión del Plan de Mejoras

Como estrategia de gestión del plan de mejoras, se propone la conformación de un Comité de gestión, constituido por el Presidente, Contadora, Técnico y 3 personas participantes del proyecto.

Considerando que el IEPS dispone la participación de un equipo técnico mínimo para la administración del plan de mejoras, se incluye la contratación de un coordinador del proyecto que es técnico y la contadora-secretaria.

El Presidente como líder de la organización vigilará el cumplimiento de la ejecución el plan de mejoras y gestionará los recursos ante los cofinanciadores.

El Coordinador, que es el técnico se encargará de ejecutar las actividades garantizando la consecución de los resultados dentro de los seis meses de ejecución

del plan de mejoras. Entre las responsabilidades está la presentación de informes mensuales del avance y ejecución del plan de mejoras, coordinará los procesos de adquisiciones de bienes y de servicios, liderará el proceso de comercialización, presentación de informes finales previo al cierre, entre otras responsabilidades que se derivan durante la ejecución del mismo, entre las que destacan las gestiones ante diferentes organismos del estado o ONGs, que permitan consolidar este proceso socio productivo.

El/la profesional en contabilidad, tendrá la responsabilidad de apoyar al comité de gestión en la aplicación de los procesos de adquisiciones de bienes y servicios, cumplirá la función de secretaria en el comité, elaborando las actas y llevando de manera ordenada la carpeta de procesos y la contabilidad de la empresa, presentará informes mensuales, así como informe final de los procesos realizados dentro de los seis meses previo al cierre del plan de mejoras.

Para la contratación del indicado equipo técnico, se recomienda hacerlo bajo la modalidad de concursos de méritos, solicitando no menos de tres carpetas para cada cargo. El Monitoreo permanente será llevado mediante un programa de visitas que será liderado por los técnicos del IEPS, en coordinación con la directiva de la entidad ejecutora y el técnico responsable de la administración del proyecto, este proceso permitirá medir constantemente su avance.

A continuación se presenta el modelo de gestión del plan de mejoras:

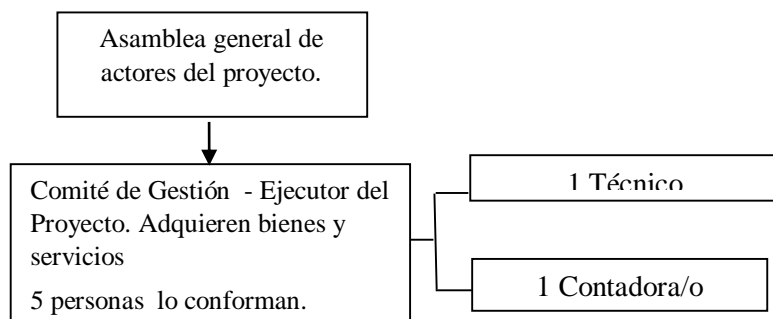


Gráfico 13: Modelo de gestión del proyecto
Elaborado por: Patricia Toala Tubay

Flujo de procesos de PRODUARTE

La investigación realizada a PRODUARTE, reveló deficiencias técnicas productivas, organizativas-administrativas, socio económico, equipamiento limitado, y un mercado que requiere potencializarse; fomentando capacitaciones de manejo técnico y manufactura que fortalezcan la parte productiva generando rentabilidad y sostenibilidad a la empresa en ser competitiva, previendo las respectivas capacitaciones para las personas que las administren.

Con la implementación del plan de mejoras, se propone un sistema de procesos con visión y estructura empresarial, que permitirá a PRODUARTE llevar un mejor control económico financiero, técnico, de procesos y de ventas, de manera articulada.

A continuación se presenta la propuesta de Flujograma, sea aplicado en PRODUARTE con el fin de garantizar un eficiente y eficaz proceso administrativo.

El proceso comienza con la selección cuidadosa de los plátanos a ser utilizados. Los estándares son: (Musa ABB), aceite vegetal (maíz y/o de palma y/o de girasol), sal o especias naturales que depende de la variedad de chifle a producirse.

A continuación, los plátanos y/o bananos son pelados y rebanados donde pasan inmediatamente a una freidora industrial para ser cocidas (aproximadamente 2 minutos) hasta alcanzar el punto óptimo de doración (color amarillo intenso), se continúa con el proceso de control de calidad donde se escogen los chifles que sean redondos con buena cocción y no maduros.

Luego los chifles pasan a un tambor donde se les agrega sal o algún otro tipo de condimento tipo picante o cebolla. Finalmente, el último paso es el empaque del producto en diferentes tamaños y variedades usando una máquina empaquetadora.

Los chifles procesados son envasadas en funditas de polipropileno metalizado con el objetivo de brindar una adecuada barrera al oxígeno a fin de mantener un producto fresco y dar un tiempo de vida entre 150 – 180 días.

A continuación son empaquetados en cajas de cartón de 0.56 mts. (Largo) x 0.27 mts. (altura) x 0.49 mts. (Ancho). Cada caja puede contener aproximadamente entre 60 unidades de 100 grs. El producto es finalmente almacenado en lugares secos, ocultos a la luz solar, libres de la contaminación como es el polvo.

El snack de plátano tiene la cualidad de ser un producto de venta muy versátil, ya que se encuentra disponible en el mercado a lo largo de todo el año, y sus características nutricionales son ampliamente conocidas. Los tipos de variantes que se van a producir son Chifles de sal, picante y dulce (maduro) en su presentación de 100 gr.

Objetivo 2. Desarrollar las estrategias de marketing para incrementar la rentabilidad por venta de chifles de la empresa PRODUARTE.

Para alcanzar este objetivo se prevé la ejecución de un marketing mix estableciendo estrategias de plaza, precio, producto y promoción. La implementación del marketing busca que las empresas incrementen la comercialización de sus productos mediante el uso de estrategias planificadas que permitan direccionar al mercado al cual desean dirigirse.

Marketing de producto.

Satisfacer los requerimientos degustativos de los clientes, mediante un producto de calidad y diversidad.

Estrategias.

Adquirir empaques con etiquetas propios de la empresa a fin de establecer el producto en el mercado.

Mantener un riguroso control de calidad antes, durante y después de la producción del snacks.

Actividades

Mejorar la presentación del producto.

Adquirir los empaques por volúmenes a fin de minimizar el costo de adquisición.

Utilizar empaques de diferentes tamaños para proveer chifles en distintas presentaciones de acuerdo a la demanda del consumidor final.

Se debe elaborar una marca con la finalidad de ser ubicada en los empaques de los chifles y de esta manera el consumidor final pueda diferenciar y comprarlos en las tiendas o los mercados donde se los expendan.

Marketing de precio

Mantener precios competitivos del producto de acuerdo al mercado y al volumen de venta.

Estrategias.

Plantear una reducción del precio a los clientes de acuerdo al volumen de compra que realicen.

Mantener un menor precio que el de la competencia y concentrarse al volumen de venta.

Actividades

Conocer el precio del producto dentro del mercado.

Indagar sobre los principales competidores

Promocionar el producto por volumen de compra.

Captar a los distribuidores de la zona y del cantón.

Estrategia de plaza

Mejorar los canales de comercialización existentes a fin de ingresar el producto con mayor fuerza.

Estrategia.

Aumentar los canales directos de venta con la finalidad de garantizar y llegar con un producto fresco al consumidor final.

Mantener convenios de mediano plazo con los principales clientes, para tener un abastecimiento permanente y de esta manera planificar el volumen de producción semanal y mensual.

Actividades

Conocer las necesidades de los consumidores.

Implementar un sistema de entrega del producto a clientes fuera de la parroquia.

Mejorar las negociaciones realizadas periódicamente.

Estrategia de promoción

Implementar una campaña publicitaria en medios locales que permita difundir el producto tanto a los distribuidores como a los consumidores finales.

Estrategias

Elaborar un logotipo que muestre la imagen de PRODUARTE en los empaques de los snacks.

Implementar una página web de la empresa que permita dar a conocer los productos que oferta al mercado nacional.

Distribuir volantes, afiches y ubicar pancartas con el logotipo de la empresa PRODUARTE promocionando los chifles en sus diferentes presentaciones para facilitar la identificación del producto por parte del consumidor final.

Realizar una campaña agresiva de promoción de la marca de chifle especialmente en lugares de mayor afluencia de personas como terminal terrestre, centros comerciales, entre otros, con afiches y pancartas.

Efectuar promoción de la marca de chifles PRODUARTE a través de vallas publicitarias que ayudaran a llegar al consumidor final por la búsqueda de la marca en tiendas, mercados, supermercados entre los principales.

Actividades

Ampliar la información de la empresa en la página web a fin de que las personas puedan ingresar y conocer los productos que oferta PRODUARTE

Distribuir los volantes mediante los mismos clientes que distribuyen el producto a fin de llegar al consumidor final para que reconozcan la marca del chifle y de esta manera puedan adquirirlos en lugares de expendio que estén a su alcance.

Colocar publicidad en las tiendas donde comercializan el producto, además de los lugares de afluencia masiva, lo que permitirá que el consumidor final conozca la marca y acceda a consumir los chifles de PRODUARTE.

Marca del producto



Diseño de Valla publicitaria para promocionar producto



Diseño de afiche para promocionar el chifle PRODUARTE



Diseño de pancarta para promocionar el chifle PRODUARTE



Recursos

Los recursos que se necesitaron para el desarrollo del plan de mejoras son los siguientes:

Talento Humano

Socios de PRODUARTE

Materiales

Materiales de oficina, fotocopios, suministros de impresión, encuadernación.

Tecnológicos

Equipos de computación, Impresora, Internet, Pen drive

Económicos

El Costo de la propuesta de: \$ **30.300**

Responsables:

Investigador: Patricia del Carmen Toala Tubay

Tutor: Ing. Daniel Mancero Mgs.

Co-financiador de la propuesta: Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria - IEPS

Tiempo de ejecución: 6 meses - de enero a junio de 2017.

Presupuesto del Plan de Mejoras

Cuadro 19: Presupuesto del Plan de Mejoras

| COMPONENTE | ACTIVIDADES | UNIDADES | CANT | COSTO UNITARIO (\$) | COSTO TOTAL (\$) |
|--|---|----------|------|---------------------|---------------------|
| Componente .-1 Fortalecer la capacidad productiva del snack de plátano de Produarte | Adquisición de equipos Selladora de banda continua | Equipo | 1 | 1700 | 1.700,00 |
| | Freidora modelo FTS 100 kg/hora | Equipo | 1 | 3000 | 3.000,00 |
| | Enfriador de cinta | Equipo | 1 | 1800 | 1.800,00 |
| | Cintas de inspección | Equipo | 1 | 1000 | 1.000,00 |
| | Envasadora Vertical potencia 220v,60Hz | Equipo | 1 | 2000 | 2.000,00 |
| | Tambor saborizador rotativo | Equipo | 1 | 1300 | 1.300,00 |
| | Zaranda vibratoria | Equipo | 1 | 200 | 200,00 |
| | Etapa 1 | | | | |
| | Capacitación en gestión de riesgo laboral. | Modulo | 1 | 1500 | 1.500,00 |
| | Sub Total | | | | 12.500,00 |
| Componente 2.- Fortalecimiento socio organizativo | Capacitación empresarial para formar las áreas administrativas. | Modulo | 1 | 1500 | 1.000,00 |
| | Capacitación en contabilidad | Modulo | 1 | 1500 | 1.000,00 |
| | Etapa 2 | | | | |
| | Capacitación en asociatividad y cooperativismo | Modulo | 1 | 500 | 500,00 |
| | Capacitación en liderazgo emprendedor | Modulo | 1 | 500 | 500,00 |
| | Sub Total | | | | 3.000,00 |
| Componente 3.- Plan de Marketing | Canales de Comercialización | Modulo | 1 | 200 | 200,00 |
| | Página web | Global | 1 | 1500 | 1.500,00 |
| | Distribución de volantes-afiches | Global | 1 | 500 | 500,00 |
| | Capital de Operación | Global | 1 | 5000 | 5.000,00 |
| | Sub Total | | | | 7.200,00 |
| Gestión del proyecto | Contador - Secretaria de proyecto y empresa | Global | 1 | 2.000 | 2.000,00 |
| | Coordinador del Proyecto - gerente de ventas | Global | 1 | 5.600 | 5.600,00 |
| | Sub total | | | | 7.600,00 |
| | TOTAL | | | | \$ 30.300,00 |

Elaborado por: Patricia Toala Tubay

Viabilidad de la Propuesta

Plazo

La ejecución de la propuesta contempla un periodo de seis meses, tiempo en que PRODUARTE deberá fortalecer la estructura organizativa mediante capacitaciones, incrementar la producción del snack de plátano garantizando calidad y buen precio, por ende aumento de la productividad mediante la implementación del plan de marketing mix, que luego de la ejecución se proyectará su producción, productividad-rentabilidad y sostenibilidad en cinco años, hasta alcanzar su capacidad productiva en las ventas de chifles.

Monto del Financiamiento

El monto de la inversión es financiado por el IEPS en un 83,5% que representa el valor de \$ 25.300 y PRODUARTE con el 16,5% que es el aporte de los socios, quienes a través de préstamo aportarán para la ejecución del plan de mejoras por un monto de \$ 5,000,00 sumando un 100% del monto total del presupuesto de \$ 30.300,00.

Cuadro 20. Monto Total de la Inversión

| APORTE | TOTAL | PORCENTAJE | EFFECTIVO |
|-------------------------|---------------------|----------------|---------------------|
| IEPS | \$ 25.300,00 | 83,50% | \$ 25.300,00 |
| ASOCIACION PRODUARTE | \$ 5.000,00 | 16,50% | \$ 5.000,00 |
| Total | \$ 30.300,00 | 100,00% | \$ 30.300,00 |

Elaborado por: Patricia Toala Tubay

Determinación de Costos

Cuadro 21. Costos de producción del producto actual

| COSTO DE PRODUCCION UNITARIO | | | |
|---|-----------------------|----------------|----------------|
| Costo de fundas 100gr de chifle PRODUARTE | | | |
| | Rubros | Costos Totales | Costo unitario |
| Costos de operación | Costo Fijo | 26.095 | 0,15 |
| | Costo Variable | 25.320 | 0,13 |
| | Equipos | 2.200 | 0,03 |
| | Total unitario | 53.615 | 0,31 |

Elaborado por: Patricia Toala Tubay.

Sumados los costos de producción para la elaboración del snack de plátano (chifle), como se demuestra en el cuadro 21, el valor del costo por cada funda de 100gr es de 0,31 centavos de dólar.

Cuadro 22. Costo de venta del Chifle por unidad

| COSTO DE PRODUCCION UNITARIO | % MARGEN UTILIDAD | Valor de Utilidad | Precio de venta |
|------------------------------|-------------------|-------------------|-----------------|
| 0,31 | 30% | 0,09 | 0,40 |

Elaborado por: Patricia Toala Tubay.

El precio de venta se determina en base al margen de utilidad que la empresa establece adquirir, en este caso el porcentaje establecido es de 30% sobre el valor de producción establecido en 0.31 USD, es decir el precio de venta se establece en 0.40 USD por cada unidad vendida, lo que se demuestra mediante la siguiente fórmula.

$$\text{Precio} = \text{costo de producción} + \text{porcentaje de utilidad} = \text{precio de venta}$$

$$\text{Precio} = 0.31 + 30\% = 0.40$$

$$\text{Precio} = 0.31 + 0.09 = 0.40$$

Cuadro 23. Cuadro de ventas actuales

| Ingresos por la Producción Actual | | | | | | |
|-----------------------------------|-----|---------|--------|---------|-----------------------|------------------------|
| PRODUCCIÓN/ DESCRIPCION | U/M | Semanal | Mes | Año | Precio de Venta | Venta actual año |
| Fundas de chifle de 100 gr | U | 2.500 | 10.000 | 120.000 | 0,4 | 48.000 |

Elaborado por: Patricia Toala Tubay

Cuadro 24. Demanda insatisfecha actual

| COMPETIDORES | OFERTA | DEMANDA | DEMANDA INSATISFECHA |
|---------------|----------------|----------------|-------------------------|
| Mr. Chifles | 205.000 | 250.000 | 45.000 |
| Sol Chifle | 190.000 | 265.000 | 75.000 |
| Nutri Chifles | 110.000 | 150.000 | 40.000 |
| Tortolines | 115.000 | 140.000 | 25.000 |
| Otros | 95.000 | 135.000 | 40.000 |
| | 640.000 | 745.000 | 225.000 |

Elaborado por: Patricia Toala Tubay

Considerando el cuadro 23, se puede evidenciar que en la actualidad existe una demanda insatisfecha de 225.000 adquirentes del producto, el mismo que no ha sido cubierto por los competidores de la zona.

Cuadro 25. Demanda Total Insatisfecha

| Productores | Oferta | Demanda | Demanda Insatisfecha |
|--------------|----------------|------------------|----------------------|
| Competidores | 640.000 | 865.000 | 225.000 |
| PRODUARTE | 120.000 | 200.000 | 80.000 |
| TOTAL | 760.000 | 1.065.000 | 305.000 |

Elaborado por: Patricia Toala Tubay

Como se demuestra en el cuadro No. 24, PRODUARTE presenta una demanda insatisfecha de 80.000 y las empresas competidoras de la zona suman una demanda insatisfecha de 225.000, obteniendo un total de 225.000 consumidores insatisfechos del producto. De ahí es que la propuesta apunta en implementar la producción de PRODUARTE con el firme propósito de cubrir paulatinamente la demanda insatisfecha antes determinada, y realizar alianzas estratégicas con las ciudades de la sierra para posicionar su producto. Por lo que se presenta la siguiente fórmula:

$$\frac{OFERTA\ ACTUAL}{DEMANDA\ INSATISFECHA} = \frac{760.000}{895.000} = 0.85 = 85\%$$

En base a la fórmula presentada de la oferta sobre la demanda, se puede evidenciar que las empresas productoras de chifle de plátano están cubriendo el 85% de la demanda actual de este producto, por lo que es necesario cubrir o satisfacer las necesidades del porcentaje faltante.

$$\frac{DEMANDA\ ACTUAL}{DEMANDA\ INSATISFECHA\ TOTAL} = \frac{895.000}{135.000} = 0.15 = 15\%$$

Considerando el porcentaje obtenido mediante la fórmula de demanda insatisfecha, se puede observar que el 15% corresponde a la demanda insatisfecha por lo que la propuesta se enfoca en cubrir paulatinamente este porcentaje mediante la siguiente producción.

Cuadro 26. Proyección de ingresos

| años | mensual | p. producción | utilidad | cant. Anual | precio de venta | proyección de ingresos |
|-------|---------|---------------|----------|-------------|-----------------|------------------------|
| 1 año | 17.000 | 0,31 | 0,09 | 204.000 | 0,40 | 81.600 |
| 2 año | 18.700 | 0,34 | 0,12 | 224.400 | 0,46 | 103.224 |
| 3 año | 20.570 | 0,36 | 0,14 | 246.840 | 0,50 | 123.420 |
| 4 año | 22.627 | 0,37 | 0,17 | 271.524 | 0,54 | 146.622 |
| 5 año | 24.889 | 0,39 | 0,20 | 298.676 | 0,59 | 176.219 |

Elaborado por: Patricia Toala Tubay.

Mediante la implementación de la propuesta, PRODUARTE podrá incrementar su volumen de producción elevándolo de 10.000 fundas a 17.000 fundas mensuales con un precio de producción de \$0.31 y una rentabilidad de 30%, es decir que el precio de venta será de \$0.40. En el 5 año de implementación, la empresa podrá producir 298.676, fundas de chifles a un precio de venta de \$ 0.59; obteniendo una rentabilidad del 50% sobre el precio de producción.

Cuadro 27. Flujo de Caja

| CONCEPTOS | Inversión Inicial | Primer Año | Segundo Año | Tercer Año | Cuarto Año | Quinto Año |
|-------------------------------|-------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| INGRESOS | | | | | | |
| TOTAL INGRESOS | | | | | | |
| Ingresos generados por ventas | | 81.600,00 | 103.224,00 | 123.420,00 | 146.622,96 | 176.219,08 |
| EGRESOS | | | | | | |
| Costos Fijos | | 28.695,00 | 30.167,85 | 31.072,89 | 32.005,07 | 32.965,22 |
| Costo Variables | | 26.490,00 | 32.047,40 | 38.765,92 | 46.883,66 | 56.716,15 |
| Costos de Comercializacion | | 3.000,00 | 3.300,00 | 3.630,00 | 3.993,00 | 4.392,30 |
| Pago de Credito | | 1.635,25 | 1.635,25 | 1.635,25 | 1.635,25 | 1.635,25 |
| Depreciación | | 2.000,00 | 2.000,00 | 2.000,00 | 2.000,00 | 2.000,00 |
| Total Egresos | | 61.820,25 | 69.150,50 | 77.104,06 | 86.516,99 | 97.708,92 |
| UTILIDAD BRUTA | | 19.779,75 | 34.073,50 | 46.315,94 | 60.105,97 | 78.510,16 |
| 15% de Trabajadores | | 2.966,96 | 5.111,02 | 6.947,39 | 9.015,90 | 11.776,52 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | | 16.812,79 | 28.962,47 | 39.368,55 | 51.090,08 | 66.733,63 |
| 25% Impuesto a la Renta | | 4.203,20 | 7.240,62 | 9.842,14 | 12.772,52 | 16.683,41 |
| UTILIDAD NETA | | 12.609,59 | 21.721,86 | 29.526,41 | 38.317,56 | 50.050,22 |
| Depreciación | | | | | | |
| FLUJO ACTUALIZADO | -30.300,00 | 12.609,59 | 21.721,86 | 29.526,41 | 38.317,56 | 50.050,22 |
| TASA DE DESCUENTO | 0,12 | | | | | |

Elaborado por: Patricia Toala Tubay.

El Flujo de Caja indica que las utilidades presupuestadas son positivas, es decir los ingresos superan a los gastos. Como se demuestra, la utilidad bruta que en el año 1 es de \$ 19.779,75 y en el año 5 de \$ 78.510,16. el flujo de fondo en el año (0) es de (\$30.300,00). Esto indica que la inversión del año (0) se recupera en los años posteriores en los que se obtiene flujos superiores. Ver anexo 2 (costos)

Se determinó para el cálculo de los indicadores del plan de mejoras, tienen un costo de operatividad del 12%, en vista que esta rentabilidad en promedio obtienen los productores de chifle en la provincia.

Cálculo del VAN

VAN = VALOR ACTUAL NETO, corresponde al valor presente de todos los flujos, generando ingresos superiores a la tasa del 12 %. El VAN para el presente Plan de Mejoras es de \$ 72.042,75 siendo este mayor a cero por lo que se concluye que el negocio es rentable. Para obtener este valor fue necesario utilizar la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \left(\frac{Ft}{1+i}^{^t} \right) - I_0$$

$$VAN = \frac{f1}{(1+i)^{n1}} + \frac{f2}{(1+i)^{n2}} + \frac{f3}{(1+i)^{n3}} + \frac{f4}{(1+i)^{n4}} + \frac{f5}{(1+i)^{n5}} - I_0$$

$$VAN = \frac{12.609,59}{(1+0.12)^1} + \frac{21.721,86}{(1+0.12)^2} + \frac{29.526,41}{(1+0.12)^3} + \frac{38.317,56}{(1+0.12)^4} + \frac{50.050,22}{(1+0.12)^5} - 30300$$

$$VAN = \frac{12.609,59}{1.12} + \frac{21.721,86}{1.2544} + \frac{29.526,41}{1.4049} + \frac{38.317,56}{1.5735} + \frac{50.050,22}{1.7623} - 30300$$

$$VAN = (11.258,56 + 17.316,53 + 21.016,74 + 24.351,80 + 28400,51) - 30300$$

$$VAN = 102.342,75 - 30.300$$

$$VAN = 72.042,75$$

Calculo del TIR

TIR = TASA INTERNA DE RETORNO, es la tasa de interés que rendirá la inversión o la tasa de retribución de la inversión, como regla una inversión cuyo TIR sea mayor que el coste del capital es aceptable. En el vigente plan de mejoras el TIR alcanza un 67%, demostrando de esta manera viabilidad financiera.

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

$$TIR = \frac{f1}{(1+i)^{n1}} + \frac{f2}{(1+i)^{n2}} + \frac{f3}{(1+i)^{n3}} + \frac{f4}{(1+i)^{n4}} + \frac{f5}{(1+i)^{n5}} - I_0 = 0$$

$$TIR = \frac{12.609,59}{(1 + 0.64)^1} + \frac{21.721,86}{(1 + 0.64)^2} + \frac{29.526,41}{(1 + 0.64)^3} + \frac{38.317,56}{(1 + 0.64)^4} + \frac{50.050,22}{(1 + 0.64)^5} - 30300$$

$$TIR = \frac{12.609,59}{1.64} + \frac{21.721,86}{2.69} + \frac{29.526,41}{4.4109} + \frac{38.317,56}{7.2339} + \frac{50.050,22}{11.8637} - 30300$$

$$TIR = (7688,77 + 7550,65 + 7788,68 + 6339,59 + 4926,42 + 3853,21) - 30.300 = 0$$

$$TIR = 0.67$$

$$TIR = 67\%$$

Cuadro 28. Indicadores Económicos y Financieros

| | |
|--------------|--------------|
| TIR | 67% |
| VAN | \$ 72.042,75 |
| R B/C | 1,32 |

Elaborado por: Patricia Toala Tubay.

RELACIÓN BENEFICIO COSTO, criterio apoyado en el valor presente, se calcula el coeficiente entre el valor presente de los ingresos y valor presente de los costos. Indicando que con el plan de mejoras su relación Beneficio Costo es de 1,32

Cuadro 29. Período de recuperación

| Periodo de recuperación | | |
|-------------------------|-------------|-----------------|
| Año | Flujo Anual | Flujo Acumulado |
| 0 | 30.300,00 | |
| 1 | 12.609,59 | 12.609,59 |
| 2 | 21.721,86 | 34.331,45 |
| 3 | 29.526,41 | 63.857,86 |
| 4 | 38.317,56 | 102.175,42 |
| 5 | 50.050,22 | 152.225,64 |

Elaborado por: Patricia Toala Tubay.

Según el análisis efectuado en el Cuadro Período de recuperación, se refleja que la inversión se recuperará a partir del segundo año, como lo indica el cálculo realizado para el efecto.

Evaluación de Impacto de la Propuesta

El término impacto considerado como criterio de valoración de una acción de cooperación para el desarrollo, hace referencia al análisis de los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general. Las acciones inherentes a la ejecución de este plan de mejoras, incidirán positivamente sobre la Parroquia Riochico del Cantón Portoviejo; mejorando los niveles de vida de sus habitantes, ya que adquirirán los snack de plátanos con precios accesibles al consumidor. Generará empleo directo (vendedores, obreros) e indirecto (mantenimiento de equipos, compra de víveres, etc.), Contribuirá a solventar la situación económica de muchos padres de familia en condiciones de empleados/as de PRODUARTE.

Evaluación de Impacto Financiero

En lo que respecta a la evaluación financiera, los índices de rentabilidad nos muestran su comportamiento: Con una tasa interna de retorno del 67% y el valor actual neto de \$72.042,75. Con estos datos se afirma que la inversión de los beneficiarios es altamente rentable.

La iniciativa por lo tanto, muestra una viabilidad desde el punto de vista financiero para los beneficiarios, generando trabajo, incrementando ingresos por medio de las ventas, alcanzando así la sostenibilidad.

En esta línea, y desde el punto de vista de la evaluación ex post, el estudio de los factores financieros se reduce al análisis de los flujos de bienes y servicios de la intervención en términos de beneficios y costos, expresados en algún tipo de unidades comparables, para determinar si el balance entre ambos flujos ha sido positivo (lo que asegurará la viabilidad en esos términos).

Evaluación de Impacto Social

El Impacto social será positivo porque va a producir bienes y servicios para satisfacer las necesidades de la sociedad. Al ser parte de un nuevo sector de la economía tiene que asumir nueva responsabilidad de administrar los recursos escasos de la sociedad para lograr el óptimo en cuanto a satisfacción de sus necesidades. Éste es un desafío desde el punto de vista social que debe ser enfrentado y abarcado desde la actividad empresarial misma.

Evaluación de Impacto Ambiental

Las actividades previstas en el plan de mejoras no afectan el medio ambiente, y aunque tampoco es en un 100% amigable con la naturaleza, el tamaño de la microempresa no implica riesgos al medio ambiente, más aún si se considera que por tratarse de un producto agrícola, cuyos desperdicios se utilizan para la elaboración de abonos orgánicos como el compost, que ya transformado es útil para enriquecer el suelo.

Por otro lado los desperdicios de tipo industrial como el aceite, son limitados en su uso por el alto costo, y se procura utilizar lo necesario. No se genera contaminación por ruidos, así como del aire, puesto que durante el proceso productivo no se generan malos olores. Sin embargo es recomendable que PRODUARTE cuente con un plan de contingencia, que le permita no solo evitar multas, sino que además garantice la obtención de un producto de alta calidad, y que por tanto cuente con los permisos pertinentes para la comercialización a nivel nacional e incluso internacional.

Resultados Esperados

Determinado los procedimientos de la producción de chifles mediante un modelo operativo que fortalece su capacidad productiva se podrá incrementar notablemente la rentabilidad adquirida por la actividad de producción y comercialización del snack de plátano (chifles) en PRODUARTE, con la ejecución del plan de mejoras en los seis meses, que después de esta ejecución se incrementará en sus ingresos

con el aumento de la producción, por ende sus ventas lo que generará el incremento de la productividad, rentabilidad y sostenibilidad de los socios.

Desarrollada las estrategias de marketing se podrá divulgar la empresa ante toda la población de Portoviejo y su entorno, el cual es netamente consumidor de este producto y a la vez se podrá apreciar el trabajo realizado por los socios de la empresa.

Se presenta el siguiente cuadro con los resultados esperados tanto en el volumen de producción como en el margen de rentabilidad, el cual se incrementará propocionalmente cada año.

Cuadro 30. Resultados Esperados

| años | Mensual | p. producción | utilidad | utilidad % | cant. Anual | precio de venta | proyección de ingresos |
|-------|---------|---------------|----------|------------|-------------|-----------------|------------------------|
| 1 año | 17.000 | 0,31 | 0,09 | 30% | 204.000 | 0,40 | 81.600 |
| 2 año | 18.700 | 0,34 | 0,12 | 35% | 224.400 | 0,46 | 103.224 |
| 3 año | 20.570 | 0,36 | 0,14 | 40% | 246.840 | 0,50 | 123.420 |
| 4 año | 22.627 | 0,37 | 0,17 | 45% | 271.524 | 0,54 | 146.622 |
| 5 año | 24.889 | 0,39 | 0,20 | 50% | 298.676 | 0,59 | 176.219 |

Elaboración: Patricia Toala Tubay.

En base al cuadro presentado se puede evidenciar que la utilidad de la empresa se incrementará en un 5% anual logrando obtener una rentabilidad del 50% al quinto año proyectado, así mismo el volumen de producción se incrementará en un 10% anual llegando a producir 298.676 fundas de chifles anualmente.

BIBLIOGRAFÍA

- Agro-negocios. (24 de 09 de 2010). *El chifle de Zamora Chinchipe se exporta vía asociación*. Obtenido de <http://agronegociosecuador.ning.com/page/el-chifle-de-zamora-chinchipe>.
- Análisis de factibilidad para la cración de implementación de una micro empresa dedicada a la elaboración de productos derivados del plátano*. (2014). Milagros: Universidad Estatal de Milagro.
- Andrade, R. R. (2013). *El liderazgo comunitario y su importancia en la intervención comunitaria*. Mexico: Universidad del Mar Calama, Chile.
- Armstrong, & Kotler. (2012). *Filosofía de la Mercadotecnia*. Mexico: Universidad Interamericana Para El Desarrollo.
- Asamblea Nacional. (2008). *Constitución de la Republica del Ecuador*. Montecristi: Asamblea Nacional Constituyente.
- Asociación Agropecuaria y Piscícola (Udodic). (2015). *116 familias le dan valor agregado al chifle*. Obtenido de Todos los derechos reservados 2017. El Telégrafo: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/116-familias-le-dan-valor-agregado-al-chifle>
- Batteman, & Scott. (20012). *Planeación estratégica y gestión organizacional para la productora y comercializadora de plátano “valmen” de la ciudad del carmen, provincia de Manabí, 2012*. Santo Domingo: UNIANDES.
- Betancourth, F. (2012). *Buenas practicas de Manufactura*. Honduras: EMVASA.
- Businees service center. (2010). *Tipos de empresas*. Canada: Ontario.
- C. Clement y John C. Pool. (2009). *“Economía: Enfoque América Latina”*. Lima: McGraw-Hill,.
- Capacidad de Producción*. (18 de 09 de 2015). Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo: www.uaeh.edu.mx
- Castro Arias, S. (2011). *Estudio técnico - economico para la producción y comercializacion de snack de plátano*. Guayaquil, Ecuador: Universidad de Guayaquil. Facultad de Ingeniería industrial.
- Chininin, Y. (21 de 10 de 2016). *Plan de Exportación de snacks (chifles)*. Obtenido de [http://www.academia.edu/13446314/plan_de_exportaci%
c3%93n_de_snacks_de_pl%
c3%81tanos_chifles_facultad_de_ciencias_administrativas_y_c
ontables_universidad_peruana_los_andes](http://www.academia.edu/13446314/plan_de_exportaci%c3%93n_de_snacks_de_pl%c3%81tanos_chifles_facultad_de_ciencias_administrativas_y_contables_universidad_peruana_los_andes)
- Comercio. (02 de 04 de 2011). *Varietades de platano. Tres tipos de plátano se cosechan*, pág. www.comercio.com.

- Cortez Bedón, C. (2015). *Análisis de los costos de producción y rentabilidad del chifle de banano (Musa paradisiaca) y su incidencia en la economía familiar de las madres solteras del cantón Mocache, provincia de los Ríos año 2014*. Los Ríos: Universidad Estatal Tecnica de Quevedo.
- Díaz, A. (2014). *Buenas Practicas de Manufactura*. Colombia: IICA.
- Duif, T. (2013). Liderazgo Empresarial. *European school heads association*, 1-25.
- Eco. Milton Maya. (2015). *LEY DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA*. Quito: MIES.
- Elías, G., & Alfonso, I. (2015). *Diseño de un plan de negocio para la fabricación, comerlización y exportación de chifles hacia el mercado chileno, e impulsar la transformacion de la matriz productiva a través del plan nacional del buen vivir*. Obtenido de Universidad de Guayaquil. Facultad de Ciencias Administrativas. Ingeniería en Comercio Exterior. .
- ESPAÑA, P. A. (2013). *“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DE PRODUCCION DE CHIFLES, UBICADA EN EL SECTOR DE SAN MATEO, PARROQUIA DE ESMERALDAS Y SU COMERCIALIZACION EN CEVICHERIAS Y ASADEROS EN LOS CANTONES DE: ESMERALDAS, ATACAMES Y RIOVERDE, DE LAP*. Loja: Universidad Estatal de Loja .
- Fao. (2014). *Liderazgo empresarial*. Mexico: Fao.
- FAO. (2015). *Los fertilizantes y su uso*. Roma: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.
- FAO. (2016). *Fortalecimiento de las políticas agroambientales en los países de américa latina y el caribe. Experiencias de aplicación de políticas públicas que fomentan la agricultura sostenible en Costa Rica: Identificación, sistematización y análisis*. San José, Costa Rica: Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y Agricultura .
- Farfan, D. (2016). *¿Qué es la productividad empresarial?* Obtenido de <http://www.emprendepyme.net/que-es-la-productividad-empresarial.html>: www.emprendepyme.net
- Fuentes, H. P. (2015). *Proyecto de elaboración y exportación de chifles de banano hacia el mercado chileno*. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas. (2007). *Productividad, competitivida y empresas*. Argentina: FIEL.
- Galindo, L. M. (2010). *La empresa*. Colombia: space.

- Gonzales, J. (Septiembre de 2013). *El chifle de Zamora Chinchipe se exporta vía asociación*. Obtenido de <http://agronegociosecuador.ning.com/page/el-chifle-de-zamora-chinchipe>: <http://agronegociosecuador.ning.com>
- Guerrero, P., & Guerrero, S. (2012). *Proyecto de inversión para la creación de una empresa procesadora de chifles de plátano (musa paradisiaca, musaceae) en el cantón quinsaloma, provincia los ríos, año 2010*. Obtenido de Universidad Estatal de Bolívar. Facultad de Ciencias Administrativas ¿, Gestión Empresarial e Informática. Escuela de Gestión Empresarial. .
- Hernandez, F. A. (2010). Productividad y valor de la empresa. En F. A. Hernandez, *Productividad y valor de la empresa* (págs. 179-184). Colombia: udlap.
- Hidalgo, F. (2013). *Comercialización* . Quito: SIPAE.
- Hualpa , L., & Meza, P. (2013). “*Proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa de producción de chifles, ubicada en el sector de san mateo, parroquia de esmeraldas y su comercialización en cevicherías y asaderos en los cantones de: esmeraldas, atacames y rioverde, de la*. Esmeraldas: Universidad Nacional de Loja.
- Jaramillo, J. (2016 de 17 de 03). *La Gestión Administrativa Empresarial* . Obtenido de Gestión Administrativa : <http://grupo3gestionadministrativa.blogspot.com/2016/02/el-plan-de-mejoramiento.html>
- JORGE, A. C. (2014). Metodología investigadora de métodos empresariales. Chiclayo, Perú.
- López Rubina, A., Muchari Cordova, D., Ticona Mamani, C., & Osoario De la Torre, Y. (2014). *Plan de exportación. Plan de negocios para exportar snack de plátanos*. Huancayo , Perú: Universidad Peruana Los Andes. Facultad de Ciencias Administrativas.
- López, E., & Ochoa, J. (2014). *Análisis de la cadena productiva de plátano para chifle en los cantones: Palanda, Chinchipe, Centinela del Cóndor, Yantzaza, El Pangui y Nangaritza; provincia de Zamora Chinchipe y Gualaquiza; provinciade Morona Santiago*. Zamora Chinchipe: <http://www.asocam.org/biblioteca/pdf>.
- Martínez, J. (s.f.). *Chifles del campo símbolo de superación*. Obtenido de Revista El Agro: <http://www.revistaelagro.com/chifles-del-campo-simbolo-de-superacion/>
- Medina Fernández , J. E. (Diciembre de 2010). Modelo Integral de Productividad, aspectos importantes para su implementación. *Revista EAN- N° 69*, 110 - 119. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n69/n69a07.pdf>
- Menendez, C. (31 de enero de 2014). *Cadena productiva del plátano diagnóstico de libre competencia*. *Industria y Comercio Superintendencia*. Obtenido de

<http://www.sic.gov.co/drupal/sites/default/files/files/Estudio%20economico%20Plantano%20%2B%2B.pdf>: <http://www.sic.gov.co>

- Michael, D. I. (2013). *Administración estratégica competitividad y globalización*. México: CENGACE.
- Miranda, K. (5 de 02 de 2012). *Plan de mejoramiento empresarial* . Obtenido de <http://yerojusa2009.blogspot.com/2012/02/plan-de-mejoramiento-empresarial.html>
- Munch, L. (2015). *Planeación estratégica y gestión organizacional para la productora y comercializadora de plátano “valmen” de la ciudad del carmen, provincia de Manabí, 2012*. Santo Domingo: UNIANDES.
- Muñiz, J. (2013). *Productividad , competitividad en empresas*. Argentina: Fundación de Investigaciones Económicas Latinoamericanas.
- Obando, K. (2016). *Gestión administrativa y su incidencia en la calidad de la producción y comercialización de los chifles de platano en Santo Domingo* . Quevedo.: Universidad Técnica Estatal de Quevedo .
- Ortiz Gómez, Rosa Amalia. (2008). *El liderazgo empresarial para la innovación tecnológica en las micro, pequeñas y medianas empresas*. Barranquilla: <http://www.scielo.org.co/>.
- Ortiz, R. A. (2008). *el liderazgo empresarial para la innovación tecnológica en las micro, pequeñas y medianas empresas*. Mexico: Instituto Politécnico Nacional Escuela Superior de Comercio.
- Ortiz, R. A. (2008). *El liderazgo empresarial para la innovación tecnológica en las micro, pequeñas y medianas empresas*. Mexico: works.
- Paz, R. C. (2009). *Productividad* . Argentina: Universidad Nacional del Mar de la Plata.
- Ponce, A. R. (2010). *Administración de empresas*. Madrid: Alianza SIDALC.
- PRO ECUADOR . (21 de Septiembre de 2015). *El Ecuador cuenta con el primer chifle orgánico en el mundo*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/2015/09/21/el-ecuador-cuenta-con-el-primer-chifle-org%C3%A1nico-en-el-mundo/>: www.proecuador.gob.ec
- PRO ECUADOR . (20 de 11 de 2016). *Estudio Introductorio de Snachs al mercado internacional* . Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/09/PROEC_EI2016_SNACKS_EMIRATOS_ARABES_UNIDOS.pdf
- PROECUADOR . (2014). *PERFIL SECTORIAL DE SNACKS DE SAL GOURMET*. Elaborado por: Sectorialista de Alimentos Procesados - Dirección de Promoción de Exportaciones Dirección de Inteligencia

Comercial. Obtenido de Ministerio de Comercio Exterior. PROECUADOR Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.

- PROECUADOR . (21 de 09 de 2015). *El Ecuador cuenta con el primer chifle orgánico en el mundo*. Obtenido de www.proecuador.gob.ec
- Reyes, A. (2011). *Administracion de empresas. Teoría y práctica/ Business Administration* (Vol. doa). México: Limusa. Noriega Editores.
- Rodríguez Valencia, J. (2010). *Administración de pequeñas y medianas empresas* (Sexta Edición ed.). México: Cengage Learning Editores.
- Rojas, F. (14 de 06 de 2010). *Población y muestra*. Obtenido de Metodología de la investigación:
<http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>
- Romero, R. (2010). *Marketing*. España: academia.edu.
- Rosenmann, M. R. (2011). *Teoría y Praxis Sociológica*. Mexico: Centro de Investigaciones Interdisciplinarias de Ciencias y Humanidades.
- Rozhin. (2015). *Estudio de la sociologia*. Chile: Universidad de Chile.
- Rubina, A. L. (2014). *Plan de exportación de snacks de plátanos (chifles) facultad de ciencias administrativas y contables Universidad peruana los Andes*. Peru: Universidad Peruana los Andes.
- Sagarpa. (2012). *BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA*. Mexico: sidalc.net.
- Sánchez, J. (2014). *Políticas públicas para la economía social y solidaria en un contexto de transformación productiva: el caso ecuatoriano*. Obtenido de <http://www.vocesenelfenix.com/content/pol%C3%ADticas-p%C3%BAblicas-para-la-econom%C3%ADa-social-y-solidaria-en-un-contexto-de-transformaci%C3%B3n-prod>.
- Sánchez, L. F. (2012). *Filosofía Empresarial*. Colombia: Universidad piloto de Colombia.
- Sánchez, P. (3 de Abril de 2012). *Áreas funcionales de una empresa. Unidad cinco*. Obtenido de http://ual.dyndns.org/Biblioteca/Fundamentos_Admon/Pdf/Unidad_05.pdf
http://ual.dyndns.org/Biblioteca/Fundamentos_Admon/Pdf/Unidad_05.pdf
<http://ual.dyndns.org>
- Valdivia García, J. (2015). *Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas*. México: IC Editorial.
- Vargas, V. (2014). *Plan de Ordenamiento Territorial de Río Chico*. Portoviejo: Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Riochico.

ANEXOS

ANEXO N. 1

Encuesta aplicada a familias que conforman PRODUARTE

OBJETIVO 1.- DETERMINAR LA ESTRUCTURA SOCIO - ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA PRODUARTE.

Entrevista a gerente de PRODUARTE

¿Cuál es la capacidad productiva de chifle de plátano de PRODUARTE?

Mil plátanos diarios

¿Por qué razón no está produciendo a su máxima capacidad?

Por el tema de comercialización

¿Han gestionado con instituciones públicas como PROECUADOR, MIPRO, la posibilidad de exportar el chifle de plátano?

No, aun no tienen el registro sanitario

¿Cuáles son las limitantes para alcanzar el objetivo de exportar?

- No contar con el registro sanitario
- No estar posicionado en el mercado

¿Qué dificultades comerciales han encontrado a nivel de la provincia, para la distribución de su producto?

La competencia

Mientras no se notifique de la aprobación del registro sanitario

¿Considerando que su micro empresa que es de la EPS y por tanto ha recibido aportes económicos del estado, que apoyo considera necesitan para salir adelante con su micro empresa?

Fortalecer la comercialización

Estructura organizativa

Estructura empresarial

Objetivo 3.- Diseñar un plan de mejoras sostenible, que permita explotar las variedades adecuadas para la producción de snack de plátano, a fin de garantizar el incremento productivo.

PREGUNTAS A COMERCIANTES Y DISTRIBUIDORES

Pregunta 1

¿Comercializan chifles en su tienda o distribuidora?

Sí_____ No_____

Pregunta 2

¿Qué marcas de snack de plátano o chifles comercializa?

Mr. Chifle_____

Sol Chifle_____

Nutrí chifle_____

Tortolines_____

Pregunta 3

¿Indique las razones por las que usted adquiere y comercializa esas marcas de chifle de plátano?

Calidad_____

Presentación_____

Precio_____

Publicidad_____

Demanda_____

Cantidad_____

Pregunta 4

¿Estaría dispuesto a comprar chifles de plátano a la empresa de la EPS PRODUARTE?

Sí_____ No_____

Pregunta 5

¿Qué razones le motivarían a adquirir el chifle de PRODUARTE?

Calidad_____

Presentación_____

Precio_____

Publicidad_____

Demanda_____

Cantidad_____

Micro empresa de la EPS_____

Pregunta 6

¿Qué presentación de snack de plátano es preferida por sus clientes?

Fundas de 500 g _____

Fundas de 100g _____

Fundas de 50 g _____

Otras_____

Pregunta N° 7

¿Cree usted que el marketing es una herramienta indispensable para fortalecer la venta de chifles que elabora la empresa PRODUARTE?

Sí _____

No_____

ANEXO NO. 2

COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES

| Costos FIJOS | Cantidad | Costo Mensual | Costo Total Anual | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---------------------------------|-----------------|----------------------|--------------------------|---------------|------------------|---------------|---------------|---------------|
| Administrador/a | 1 | 700 | 10500 | 0 | 10.500,00 | 10.815 | 11.139 | 11.474 |
| Servicios basicos | 1 | 120 | 120 | 120 | 123,60 | 127 | 131 | 135 |
| Asistencia técnica del Proyecto | 12 | 800 | 9.600 | 9.600 | | | | |
| Mano de Obra | 1 | 625 | 7.500 | 7.500 | 7.725,00 | 7.957 | 8.195 | 8.441 |
| Mantenimiento equipos | 1 | 500 | 6.000 | 6.000 | 6.180,00 | 6.365 | 6.556 | 6.753 |
| Guardiania | 1 | 456 | 5.475 | 5.475 | 5.639,25 | 5.808 | 5.983 | 6.162 |
| total | | | 39.195 | 28.695 | 30.167,85 | 31.073 | 32.005 | 32.965 |

| Costos VARIABLES | Cantidad | Costo | Costo Total Anual | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---------------------------------|-----------------|--------------|--------------------------|---------------|------------------|---------------|---------------|---------------|
| Plátano (Materia Prima) | 1 | 19.890,00 | 19.890 | 19.890 | 24.066,90 | 29.121 | 35.236 | 42.636 |
| Aceite en tanques de 200 litros | 10 | 150,00 | 1.500 | 1.500 | 1.815,00 | 2.196 | 2.657 | 3.215 |
| Fundas con logotipo | 1 | 2.000,00 | 2.000 | 2.000 | 2.420,00 | 2.928,20 | 3.543,12 | 4.287,18 |
| Sal | 10 | 10,00 | 100 | 100 | 115,50 | 128 | 132 | 147 |
| Gastos de transporte | 1 | 2.000,00 | 2.000 | 2.000 | 2.420,00 | 2.928,20 | 3.543,12 | 4.287,18 |
| Gastos de envasado | 1 | 1.000,00 | 1.000 | 1.000 | 1.210,00 | 1.464,10 | 1.771,56 | 2.143,59 |
| TOTAL | | | | 26.490 | 32.047,40 | 38.766 | 46.884 | 56.716 |