



INSTITUTO TECNOLÓGICO
"CORDILLERA"

Proyecto previo a la obtención del título: **TECNÓLOGO EN DESARROLLO DEL
TALENTO INFANTIL**

TEMA:

Crear una microempresa destinada a la elaboración de cupcakes nutritivos para
favorecer el desarrollo cognitivo de los niños y niñas ubicada en el Distrito
Metropolitano de Quito en el año 2015 – 2016.

AUTORAS:

Rosero Cadena Diana Carolina

Soria Fernández María Isabel

TUTOR:

Ing. Angélica Aldaz

LECTOR:

Dra. Karina Fonseca

Ciudad, fecha

Quito, 09 de Mayo del 2016



DECLARATORIA

Declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal, que se ha citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigente. Las ideas, doctrinas resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

María Isabel Soria Fernández

C.I 172234216-7

Diana Carolina Rosero Cadena

C.I 172661290-4



DECLARACIÓN DE CESIÓN DE DERECHOS A LA INSTITUCIÓN

Nosotras, Diana Carolina Rosero Cadena y María Isabel Soria Fernández estudiantes de la Carrera de Desarrollo del Talento Infantil, libre y voluntariamente sedemos los derechos de autoría de nuestra investigación a favor del Instituto Tecnológico Superior Cordillera.

María Isabel Soria Fernández

C.I 172234216-7

Diana Carolina Rosero Cadena

C.I 172661290-4



CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELLECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, las estudiantes **DIANA CAROLINA ROSERO CADENA Y MARÍA ISABEL SORIA FERNÁNDEZ** por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el “CEDENTE”; y, por otra parte, el INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el “CESIONARIO”. Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.-

- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera Desarrollo del Talento Infantil que imparte el Instituto Tecnológico Superior Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Desarrollo del Talento Infantil, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado ***“Crear una microempresa destinada a la elaboración de cupcakes nutritivos para favorecer el desarrollo cognitivo de los niños y niñas ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito en el año 2015-2016”***. La cual permitirá no solo a niños y niñas sino también a toda la población en general obtener una alimentación saludable.

b) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Tecnológico Superior Cordillera se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena socialización a la comunidad.

c) Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Tecnológico Superior Cordillera se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena socialización a la comunidad.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del proyecto de elaboración de cupcakes nutritivos a base de hortalizas y vegetales, descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial. El Cesionario podrá explotar el proyecto de nuestro producto para beneficiarse y gozar de una excelente salud rica en nutrientes, tanto en niños, niñas, jóvenes, adultos y adultos mayores; tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La reproducción de la guía por cualquier forma o procedimiento; b) La comunicación pública de la guía l; c) La distribución



pública de ejemplares o copias, la comercialización de la guía. d) Cualquier transformación o modificación del manual. e) La protección y registro en el IEPI de la guía a nombre del Cesionario f) Ejercer la protección jurídica de la una microempresa destinada a la elaboración de cupcakes nutritivos para favorecer el desarrollo cognitivo de los niños y niñas. g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la sesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.-El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del proyecto que se basa en crear una microempresa destinada a la elaboración de cupcakes nutritivos para favorecer el desarrollo cognitivo de los niños y niñas que es objeto del presente contrato.

Como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad de la guía a favor del Cesionario.

CUARTA: CUANTÍA.-La cesión objeto del presente contrato, se realiza a título gratuito y por ende el Cesionario ni sus administradores deben cancelar valor alguno o regalías por este contrato y por los derechos que se derivan del mismo.

QUINTA: PLAZO.-La vigencia del presente contrato es indefinida.



SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.-

Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito.

En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo-.

Las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas:

- a)** El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; **b)** Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; **c)** Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; **d)** El procedimiento será confidencial y en derecho; **e)** El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; **f)** El idioma del arbitraje será el español; y, **g)** La



reconvenición, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

SÉPTIMA: ACEPTACIÓN.-

Las partes contratantes aceptan el contenido del presente contrato, por ser hecho en seguridad de sus respectivos intereses.

En aceptación firman a los veinticinco días del mes de abril del dos mil dieciséis.

María Isabel Soria Fernández

C.I 172234216-7

Diana Carolina Rosero Cadena

C.I 172661290-4

CEDENTES

f _____

Instituto Tecnológico Superior Cordillera

CESIONARIO



AGRADECIMIENTO

Mediante este presente proyecto queremos agradecer en primera instancia a Dios por brindarnos fuerza, salud y el don de la vida, para continuar con todos los sueños y metas que nos proponemos alcanzar, a nuestros padres por ser los motores esenciales, ya que ellos han sido quienes nos han dado fuerzas para seguir adelante y cumplir con nuestras metas propuestas.



DEDICATORIA

A nuestros padres por todo el apoyo que nos han brindar a lo largo de nuestras vidas y de este periodo académico, ya que eso nos motiva e impulsan a seguir adelante, no desmayar frente a las oportunidades que se ofrecen en nuestra vida, pero sobre todo cumplir nuestros sueños y alcanzar las metas propuestas.

A nuestros amigos los cuales nos guían, brindan consejos, motivan, alientan a no desmayar y no darnos por vencidas frente a todas las adversidades o falencias que se han presentado a lo largo de este gran camino.

ÍNDICE

CAPÍTULO I	1
INTRODUCCIÓN	1
1.1 Justificación.....	1
1.2 Antecedentes	4
CAPÍTULO II	8
ANÁLISIS SITUACIONAL	8
2.1 Ambiente Externo	8
2.1.1 Factor económico	9
2.1.1.1 Tasa de interés.....	9
2.1.2 Factor Social.....	10
2.1.3 Factor Legal	12
2.1.3.1 Servicio de Rentas Internas (SRI):.....	13
2.1.3.2 Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE).....	13
2.1.3.3 Requisitos para obtener el RISE	13
2.1.3.4 Requisitos para obtener: Registro sanitario.....	14
2.1.3.5 Requisitos para: Permiso de funcionamiento	15
2.1.3.6 Requisitos para obtener: Patente	15
2.1.3.7 Beneficios de los artesanos	16
2.1.3.8 Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE).....	17
2.1.4 Factor Tecnológico.....	18
2.2 ENTORNO LOCAL	22
2.2.1 Clientes.....	22
2.2.2 Proveedores	23
2.2.3 Competidores	25
2.3 ANÁLISIS INTERNO	27
2.3.1 Propuesta Estratégica	27
2.3.1.1 Misión	28
2.3.1.2. Visión	28
2.3.1.3 Objetivos	29
2.3.1.3.1 Objetivo General	29
2.3.1.3.2 Objetivo Específico	29
2.3.1.4 Principios y/o valores	30
2.3.2 Gestión administrativa	35
2.3.2.1 Funciones	35
2.3.3 Gestión comercial.....	37



2.3.3.1 Producto:	37
2.3.3.2 Precio:	37
2.3.3.3 Plaza	38
2.3.3.4 Promoción:	38
2.3.3.5 Logo	39
2.3.3.6 Slogan:	40
2.3.3.7 Colores	40
2.3.3.8 Publicidad.....	42
2.3 ANÁLISIS FODA	43
CAPÍTULO III.....	44
ESTUDIO DE MERCADO	44
3.1 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	44
3.1.1 Determinación de la población.....	45
3.1.1.2 Población:.....	45
3.1.1.3 Muestreo.....	45
3.1.1.4 Fórmula	46
3.1.2 Técnicas de Obtención de Información o Técnicas de Investigación	47
3.1.1.5 Modelo de Encuesta	52
3.1.3 Análisis e interpretación de los resultados obtenidos	56
3.2 DEMANDA	70
3.2.1 Demanda histórica:.....	70
3.2.2 Demanda proyectada:.....	71
CAPÍTULO IV	78
ESTUDIO TÉCNICO	78
4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	79
4.1.1 Capacidad de instalada:.....	79
4.1.2 Capacidad óptima.....	81
4.2 Localización	82
4.2.1 Macro - localización.....	83
4.2.2. Micro – localización.....	86
4.2.3 Localización Óptima	88
4.3 INGENIERÍA DEL PRODUCTO	92
4.3.1. Definición del bien y servicio.	92
4.3.1.1. Características del producto	93
4.3.2 Distribución de la planta	94
4.3.3. Proceso Productivo	101

4.3.3.1 Diagrama de flujo – proceso productivo de los cupcakes.....	101
4.3.3.2 Diagrama de servicio.....	103
4.3.3.3 Proceso de elaboración de los cupcakes nutritivos a base de hortalizas y vegetales.....	104
4.3.3.4 Tiempo proceso de producción	105
4.3.3.5 Determinación De Maquinaria Y Equipos	110
4.3.4 Infraestructura	116
4.3.4.1 Maquinaria	116
4.3.4.2 Muebles	119
4.3.4.3 Equipos de oficina.....	120
4.3.4.4 Equipos tecnológicos	122
CAPÍTULO V.....	124
ESTUDIO FINANCIERO	124
5.1 INGRESOS OPERACIONES Y NO OPERACIONALES.....	125
5.1.1 Ingreso operacionales.....	125
5.1.1.1. Mano de obra directa.....	126
5.1.2 Ingresos No Operacionales	127
5.2 COSTOS Y GASTOS	127
5.2.1 Costos.....	127
5.2.1.1 Costos Directos	129
5.2.1.1.1 Mano de obra directa.....	130
5.2.1.2 Costos Indirectos.....	131
5.2.1.3 Costo de producción.....	132
5.2.1.4 Costo fijo.....	133
5.2.2 Gastos.....	133
5.2.2.1 Gastos administrativos	134
5.3 INVERSIONES	134
5.4. EVALUACIÓN	135
5.4.1 Estado de Situación Inicial.....	135
5.4.2 Estado De Resultados.....	137
5.4.2.1 Componentes del estado de resultados.....	137
5.4.3 Rentabilidad	142
CAPÍTULO VI.....	144
ANÁLISIS DE IMPACTOS.....	144
6.1 Impacto Ambiental	144
6.2 Impacto Económico.....	145



6.3 Impacto Productivo.....	146
6.4 Impacto Social	146
CAPITULO VII.....	148
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	148
7.1 Conclusiones	148
7.2 Recomendaciones	150
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	152
ANEXOS	155

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Proveedores	23
Tabla 2. Competidores	26
Tabla 3; FODA.....	43
Tabla 4. Población.....	46
Tabla 5. Población de la parroquia.....	46
Tabla 6. Consumo del postre.....	56
Tabla 7. Alergia al ingrediente.....	57
Tabla 8. Tipo de postre.....	59
Tabla 9. Frecuencia de consumo	61
Tabla 10. Lugar de compra	62
Tabla 11. Factores relevantes	63
Tabla 12. Importancia del consumo de hortalizas y vegetales.....	64
Tabla 13. Postre a base de hortaliza y vegetales	65
Tabla 14. Costo del producto	66
Tabla 15. Tipo de idea.....	68
Tabla 16. Aceptación de nuestro producto.....	71
Tabla 17. Aceptación	72
Tabla 18. Frecuencia de compra según el costo.....	73
Tabla 19. Frecuencia del costo.....	73
Tabla 20. Frecuencia de compra	74
Tabla 21. Frecuencia de compra por semanas	74
Tabla 22. Competencia.....	75
Tabla 23. Competencia del producto	75
Tabla 24. Oferta y demanda	76



Tabla 25. Demanda Proyectada.....	76
Tabla 26. Oferta Proyectada.....	77
Tabla 27. Demanda – Oferta	77
Tabla 28. Capacidad del proyecto	80
Tabla 29. Capacidad óptima.....	81
Tabla 30. Macro – localización	84
Tabla 31. Matriz de localización	89
Tabla 32. Tiempo Proceso De Producción – Cupcake De Zanahoria.....	107
Tabla 33. Tiempo Proceso De Producción – Cupcake De Zuquini	108
Tabla 34. Tiempo Proceso De Producción – Cupcake De Brócoli	109
Tabla 35. Tiempo Proceso De Producción – Cupcake De Espinaca.....	110
Tabla 36. Cuadro de activos.....	111
Tabla 37. Maquinaria	116
Tabla 38. Muebles	119
Tabla 39. Equipos de oficina.....	120
Tabla 40. Equipos tecnológicos	122
Tabla 41. Gastos de elaboración	123
Tabla 42. Mano de obra directa – anual.....	126
Tabla 43. Materia prima	129
Tabla 44. Mano de obra directa – anual	130
Tabla 45. Costos indirectos	131
Tabla 46. Costos de producción	132
Tabla 47. Costo fijo.....	133
Tabla 48. Gastos administrativos	134
Tabla 49. Estado de situación Inicial	136
Tabla 50. Estado de resultados.....	140

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Batidora industrial.....	19
Gráfico 2. Horno Industrial Eléctrico.....	19
Gráfico 3. Refrigeradora	20
Gráfico 4. Báscula digital.....	20
Gráfico 5. Caja registradora	21
Gráfico 6. Horno microondas.....	21
Gráfico 7. Soplete de cocina	22
Gráfico 8. Gestión Administrativa	35
Gráfico 9. Logo	39
Gráfico 10. Consumo del postre.....	56
Gráfico 11. Alergia al ingrediente.....	57
Gráfico 12. Tipo de postre	59
Gráfico 13. Frecuencia de consumo.....	61
Gráfico 14. Lugar de compra	62
Gráfico 15. Factores relevantes.....	63
Gráfico 16. Importancia del consumo de hortalizas y vegetales.....	64
Gráfico 17. Postre a base de hortaliza y vegetales	65
Gráfico 18. Costo del producto	66
Gráfico 19. Tipo de idea.....	68
Gráfico 20. Mapa del Ecuador	84
Gráfico 21. Mapa Provincia de Pichincha.....	85
Gráfico 22. Cantón Quito	86
Gráfico 23. Comité del Pueblo.....	87



Gráfico 24. Distribución de la planta	95
Gráfico 25. Área administrativa	96
Gráfico 26. Área de ventas	96
Gráfico 27. Área de producción	97
Gráfico 28. Baño	98
Gráfico 29. Bodega de aseo.....	98
Gráfico 30. Bodega materia prima	99
Gráfico 31. Área de enfriamiento.....	100
Gráfico 32. Proceso productivo.....	102
Gráfico 33. Servicio	103
Gráfico 34. Microondas.....	112
Gráfico 35. Kitchen Aid Robot	112
Gráfico 36. Moldes para cupcakes	113
Gráfico 37. Balanza digital	113
Gráfico 38. Rejilla.....	114
Gráfico 39. Varillas y lengua.	114
Gráfico 40. Manga y boquilla	115
Gráfico 41. Colorantes	115

RESUMEN EJECUTIVO

Nuttrys´cakes es una empresa dedicada a la elaboración de cupcakes nutritivos elaborados a base de hortalizas y vegetales como zanahoria, brócoli, zuquini y espinaca, con un enfoque de desarrollar productos en base a materia prima producida en el país, para brindar un producto de calidad.

Frente a la necesidad de una alimentación más sana y saludable Nuttrys´cakes lanza al mercado un producto diferente, novedoso, llamativo pero sobretodo no conocido por los ecuatorianos lo cual nos garantizará la satisfacción de los clientes y cautivara sus paladares, debido a que nuestros cupcakes poseen un sabor inigualable que no encontrará en los postres ya existentes en el mercado.

En los estudios para la implementación de proyecto de incubadora se logró observar el éxito que alcanzaremos obtener gracias a la innovación de crear un producto diferente y fuera de lo común, además de una favorable acogida por parte de nuestros futuros clientes potenciales, que manifestaron el deseo de consumir nuevo producto llamativo, creativo, saludable y delicioso.



Además se pudo observar claramente que nuestra micro empresa no tendrá mayor competencia debido a que existen pocos lugares en los cuales se puede encontrar este tipo de productos sanos y saludables, que ayuden a nuestro organismo a realizar con mayor facilidad actividades físicas, lo cual hace que nuestros cupcakes sean destinados para todas las personas es decir niños, niñas, jóvenes, adultos y adultos mayores garantizando así gran acogida a nuestro delicioso producto.

El estudio técnico nos brindó, un análisis de cómo se debía hacer las cosas para la correcta elaboración de los cupcakes, como además de los equipos necesarios para facilitar el trabajo del área de producción. Se contempla el trabajo organizacional y armonioso de toda la empresa para el óptimo funcionamiento de cada una de las áreas a un fin en común.

Los resultados obtenidos en el estudio financiero, son positivos y nos permiten tomar la decisión de invertir con total seguridad, tomando en cuenta las ganancias y beneficios mutuos que se obtendrán es decir por parte de los clientes y la empresa es decir nosotros.

ABSTRAC

Nuttrys´cakes is a company dedicated to the development of elaborate nutritious cupcakes based on vegetables and vegetables such as carrots, broccoli, Zucchini, and spinach, with a focus on developing products based on raw material produced in the country, to provide a quality product.

Facing a power more sound and healthy Nuttrys´cakes launches a different, innovative, eye-catching product but above all not known by Ecuadorians which will guarantee us the satisfaction of customers and will captivate your palate, since our cupcakes have a taste iniguable that you will not find in the existing market desserts.

In studies for the implementation of project incubator was observing the success that we can get through innovation to create a different product and out of the ordinary, as well as a favorable reception by our future potential clients, who expressed the desire to consume new flashy, creative, healthy and delicious product.

Besides could clearly see that our microenterprise not have more competition because there are few places where you can find this kind of healthy and healthy products that help our bodies to perform more easily physical activity, which makes



our cupcakes are intended for all people ie children, youth, adults and seniors ensuring great welcome to our delicious product.

The technical study gave us, an analysis of how should be the things for the correct development of the cupcakes, as well as the equipment necessary to facilitate the work of the production area. Provides organizational and harmonious work of enterprise-wide for the optimal functioning of each of the areas for a purpose in common.

The financial study, results are positive and allow us to take the decision to invest safely, taking into account earnings and mutual benefits to be obtained is by the customers and the company is us.



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación

El presente proyecto tiene como fin investigar la importancia del consumo de cupcakes nutritivos elaborados a base de hortalizas y vegetales (zanahoria, espinaca, brócoli. Zapallo, zuquini entre otros). Tomando en cuenta que son especialmente ricas en vitaminas, minerales, agua, fibra, antioxidantes, yodo, hierro, nos encontramos ante la presencia de alimentos saludables que ayudan al pequeño en el crecimiento - desarrollo de su organismo.

En base a la falta de interés que las personas tienen al momento de consumir alimentos sanos que ayuden a mantener una dieta balanceada con una excelente salud; hemos visto la necesidad de lanzar al mercado un producto innovador, llamativo, nuevo, delicioso, divertido y lleno de muchos beneficios que llame la atención de los consumidores en especial de los niños y niñas ya que está destinado primordialmente hacia ellos, de esta manera garantizar una buena nutrición.

Tomando en cuenta que niños y niñas no consumen hortalizas y vegetales ya sea la falta de motivación por parte de los padres de familia y los docentes , hemos decidido crear un producto saludable basándonos en la primera infancia los niños y niñas, es aquí donde requieren gran cantidad de nutrientes específicos que son cruciales en el desarrollo futuro; por ejemplo el hierro afecta el comportamiento y retrasos en el desarrollo psicomotor por otro lado la insuficiencia de yodo está asociada a la reducción de la cognición y rendimiento escolar.

La creación de una microempresa destinada a la elaboración de cupcakes nutritivos, significa un negocio muy factible ya que en la actualidad no existen negocios destinados a la elaboración de este producto, además existirá una gran acogida por parte de los habitantes del sector ya que presenta muchos beneficios en ingredientes tales como:

➤ Potasio y sodio

Los vegetales y hortalizas son ricos en potasio, ayudan a eliminar la retención de líquidos, propia de los alimentos ricos en sodio. Por esta razón, al consumir vegetales y hortalizas prevenimos la hipertensión y la hinchazón de vientre y piernas provocada por la retención de líquidos.

➤ Grasas y calorías

Los vegetales y hortalizas son alimentos que carecen de grasas y son pobres en calorías, por lo que ayudan a mantener el peso y combatir la obesidad. El resultado menos colesterol y triglicéridos y por tanto, menos patologías cardiovasculares.

➤ Minerales

Las verduras son ricas en minerales como hierro, zinc, fósforo, potasio, calcio, magnesio o cobre, micronutrientes imprescindibles para el buen funcionamiento de nuestro organismo.

➤ Vitaminas, fibras y antioxidantes

El aporte vitamínico de los vegetales y hortalizas tiene efectos muy beneficiosos para el organismo. Por ejemplo, la vitamina A y C mantienen fuertes las defensas contra las infecciones mientras que las vitaminas del grupo B fortalecen el sistema nervioso. Las fibras ayudan a regular el tránsito intestinal, por su parte, los antioxidantes reducen considerablemente el envejecimiento y previenen la aparición de determinados tumores.

Por ello es muy recomendable comer todos los días unos pocos vegetales crudos, porque se potencian sus beneficios al no perderse en la cocción ninguna de las vitaminas, minerales y antioxidantes.

1.2 Antecedentes

Según Rodríguez Gerardo, Sosa Fernando y Castrillo Antonio. Estudiantes de la Carrera de Ingeniería en Desarrollo de Innovación Empresarial en el año 2013; mencionan que los cupcakes surgen en el siglo XIX.

Se da a conocer cuando en el año 1796, Amelia Simmons utiliza este término para una «tartaleta que se cocina en pequeñas tazas». Antes de que surgieran los moldes especiales para cupcakes, solían hacerse en tazones, cazuelas de barro o ramequines, siendo este el significado de su nombre en inglés (cup y cake).

También existe otro origen para su nombre, derivado de la forma de medir los ingredientes empleados para su elaboración.

En la actualidad los cupcakes se han puesto de moda por lo cual existen varios locales destinados a la elaboración de este producto.

Por otro lado Rosa Fátima de la Universidad Abierta Interamericana sede regional rosario de la facultad de medicina y ciencias de la salud 2011. En el

consumo de frutas y hortalizas en escolares dice que en el informe sobre dieta nutrición y prevención de enfermedades crónicas de la Organización Mundial de la Salud (OMS) del 2013 menciona que la disminución de riesgos de enfermedades cardiovasculares en las personas que consumen al menos 400 gramos de frutas y verduras al día así como también el riesgo de cáncer de la cavidad, oral, estomago, esófago, colon y recto. Por lo cual la estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud de la (OMS) destaca que todas las personas deben aumentar el consumo de frutas y hortalizas así como también legumbres, cereales integrales y frutos secos.

Es importante tener en cuenta que en la primera infancia los niños y niñas requieren gran cantidad de nutrientes específicos que son cruciales en el desarrollo futuro, tomando en cuenta que la falta de hierro (hígado, lentejas, perejil, espinaca, almendras, ostras, kiwi, lechuga, brócoli, nueces, jamón, chuleta de cordero, sardinas en aceite, huevos de gallina, chorizo, entre otros) afecta el comportamiento y retrasos en el desarrollo psicomotor por otro lado la insuficiencia de yodo (sardina, atún, legumbres, brócoli, zanahoria, espinacas, piña, higos secos, almejas, entre otros), está asociada a la reducción de la cognición y rendimiento escolar.

En base a la investigación realizada por Daza Carlos acerca de la nutrición infantil y rendimiento escolar se puede resaltar que en la actualidad la nutrición y desarrollo cognoscitivo no presenta datos que permitan establecer una relación entre malnutrición y rendimiento intelectual de los niños y niñas.

Algunos estudios recientes sobre desnutrición y función cognoscitiva en niños y niñas se puede evidenciar que la función cognitiva y su rendimiento intelectual, están influidos por su historia nutricional y el ambiente psicosocial y familiar que enmarca su crecimiento y desarrollo.

Por otro lado El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (United Nations International Children's Emergency Fund) o (UNICEF) menciona que la desnutrición en la niñez menor de cinco años incrementa su riesgo de muerte, inhibe su desarrollo cognitivo y afecta a su estado de salud de por vida. Atender a este problema es condición indispensable para asegurar el derecho a la supervivencia y al desarrollo de las niñas y niños de América Latina y el Caribe, así como para garantizar el desarrollo de los países.

Cabe destacar que, en mayor o menor medida, en los países de Latinoamérica se registran tanto problemas de consumo insuficiente de alimentos como de desequilibrios en la composición de la dieta. Estos últimos se expresan en la falta de micronutrientes (hierro, yodo, zinc, vitamina A), y en un exceso creciente de macro nutrientes (ricos en grasas saturadas), que se traducen en obesidad y otras patologías.

Ecuador tiene como objetivo erradicar la desnutrición crónica infantil hasta 2017. "Nuestro propósito es eliminar el 24% actual de desnutrición crónica de niños y niñas menores de 2 años como está planteado en el Plan Nacional del Buen Vivir",

sostuvo la Ministra Coordinadora de Desarrollo Social, Cecilia Vaca, la tasa de desnutrición en niños y niñas menores de 5 años disminuyó en un 18%, en los últimos 20 años. Datos informativos del Observatorio de los Derechos de la Niñez y Adolescencia (ODNA) indican que en la década de los ochenta la desnutrición registró un 41% del total de la población infantil, mientras que en 2011 disminuyó al 23% y en 2012 al 22%.

De acuerdo a la UNICEF la situación nutricional en nuestra región es un indicador más de las desigualdades sociales; asimismo, es causa y a su vez consecuencia de la pobreza. Mientras la producción de bienes e insumos alimentarios triplica los requerimientos energéticos de la población, 53 millones de personas tienen un acceso insuficiente a los alimentos. La región es en extremo heterogénea, con una gran diversidad de situaciones entre países y dentro de ellos. Estas diferencias se expresan tanto en la intensidad en que se presentan los distintos factores de vulnerabilidad alimentaria, como en las distintas etapas de las transiciones demográficas y epidemiológicas en que se encuentran.

Una adecuada nutrición infantil se vincula directamente con el logro de los objetivos de desarrollo del Milenio (ODM). En efecto, si no se realizan esfuerzos especiales para atacar los problemas nutricionales de la niñez más prevalentes en la región (desnutrición crónica/global y deficiencias de micronutrientes), el cumplimiento del conjunto de los ODM se verá seriamente afectado.

CAPÍTULO II

ÁNALISIS SITUACIONAL

2.1 Ambiente Externo

El ambiente externo está formado por aquellos factores, fuerzas, variables que influyen sobre una organización. Una manera usual de clasificar al ambiente externo o entorno es: micro entorno y macro entorno, entendiéndose lo siguiente:

Micro entorno, son aquellas variables sobre las que una organización puede influir de algún modo. Es clasificado también como Entorno específico a los Proveedores, Competidores, clientes. Macro entorno, está compuesto por variables que influyen en la organización y que esta no puede controlar. Entre ellos tenemos Económico, Tecnológico, Ético, Social, Político y Legal. (RUIZ, 2000)

2.1.1 Factor económico

Es la esencia misma de la convivencia, adaptada a convivir en paz evitando las disputas y los resentimientos al colocarle un valor a los objetos y a las acciones, creando normas de convivencia basadas en la lógica matemática.

Con el tiempo se desarrollaron modelos que se aplicaron de diversa forma y a través de la historia han evolucionado hasta hoy, cuando el mundo todo, obedece a un sistema que tiene su base en la riqueza, que se mide con el dinero, objeto representativo que tomó su valor a partir del oro, hasta hace algunos años, la base del sistema económico mundial, ahora fue reemplazado por el comportamiento de los mercados de capitales, resultantes del comercio internacional. (Proyecto Gum - Colombia. 2001)

2.1.1.1 Tasa de interés

La tasa de interés es el porcentaje al que está invertido un capital en una unidad de tiempo, determinando lo que se refiere como " el precio del dinero en el mercado financiero". En general, la tasa de interés expresada en porcentajes representa el costo de oportunidad de la utilización de una suma determinada de dinero. En este sentido, la tasa de interés es el precio del dinero, el cual se debe pagar

o cobrar por tomarlo prestado o cederlo en préstamo. Es decir, el poseedor de una suma de dinero deseará obtener la máxima rentabilidad posible para su capital, conforme a las oportunidades de inversión del mismo.

La tasa de interés es fijada por el Banco Central de cada país a los otros bancos y estos, a su vez, la fijan a las personas por los préstamos otorgados. (AVALOS, 2001)

Las tasas activas serán las que entidades financieras apliquen en los créditos que otorgue a sus asociados y el monto de intereses resultante representará su ganancia en las operaciones crediticias. Las tasas pasivas serán las que entidades financieras deban pagar a quienes le han prestado dinero para su desarrollo comercial, financiero o de inversiones, y el monto de intereses resultante que pague presentará una pérdida.

2.1.2 Factor Social

Los cambios en las actitudes, gustos, preferencias, hábitos, valores y creencias de las personas sobre lo que necesitan consumir; los cambios en la forma de vida en las grandes ciudades, en los poblados, en el campo; la cantidad de jóvenes, niños, ancianos, y de hombres y mujeres que conforman la población, etc., modifican los hábitos de compra y de consumo.

Las empresas se crean para satisfacer las necesidades de sus clientes; por lo tanto, un cambio en dichas necesidades impactará las actividades de la empresa, obligándola a adaptarse al nuevo entorno. Las necesidades, gustos, hábitos y preferencias de los consumidores cambian debido a muchos factores. Entre éstos podemos destacar: las nuevas formas de vida aprendidas a través de los medios de comunicación, la migración o movimiento físico de las personas entre las zonas rurales y urbanas, los cambios en el nivel o grado de educación de la población, la tasa de natalidad y las nuevas estructuras familiares.

Es importante tener en cuenta la importancia que conlleva el crear una micro empresa que se encargue de ofrecer a los clientes un producto innovador el cual muestra claramente la importancia del consumo de cupcakes nutritivos elaborados a base de hortalizas y vegetales (zanahoria, espinaca, brócoli, Zapallo, zuquini entre otros). Tomando en cuenta que son especialmente ricas en vitaminas, minerales, agua, fibra y antioxidantes, yodo, hierro, nos encontramos ante alimentos saludables que ayudan al pequeño en el crecimiento y desarrollo de su organismo.

En base a la falta de interés que las personas tienen al momento de consumir alimentos sanos que ayuden a mantener una dieta balanceada y una excelente salud hemos visto la necesidad de lanzar al mercado un producto innovador, llamativo, nuevo, delicioso, divertido, lleno de muchos beneficios que llame la atención de los consumidores en especial de los niños y niñas ya que está destinado primordialmente a ellos, y así garantizar una buena nutrición.

Tomando en cuenta que los niños y niñas no consumen hortalizas y vegetales ya sea la falta de motivación por parte de los docentes o padres de familia, hemos decidido crear un producto saludable tomando en cuenta que en la primera infancia los niños y niñas requieren gran cantidad de nutrientes específicos que son cruciales en el desarrollo futuro, ya que la falta de hierro afecta el comportamiento y retrasos en el desarrollo psicomotor por otro lado la insuficiencia de yodo está asociada a la reducción de la cognición y rendimiento escolar.

2.1.3 Factor Legal

“En toda nación existe una constitución o su equivalente, que rige los actos tanto del gobierno en el poder como de las instituciones y de los individuos. Es obvio señalar que tanto la constitución como una gran parte de los locales, regionales y nacionales repercutan de alguna manera sobre un proyecto y por tanto, deben tomarse en cuenta, ya que toda actividad lucrativa se encuentra incorporada a determinado marco jurídico”.

Según Urbina, (2000) todas las actividades económicamente activas son regidas bajo un gobierno que rige a las instituciones e individuos a través de leyes previamente establecidas.

2.1.3.1 Servicio de Rentas Internas (SRI):

Es una Institución independiente que maneja de manera equilibrada, transparente y eficaz la toma de decisiones, aplicando sus políticas en la legislación tributaria. Es la institución encargada de la recaudación de impuestos, y se encuentra en lucha en contra de la evasión de impuestos y busca la mejora de beneficios de los contribuyentes del país.

2.1.3.2 Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE)

Simplifica y facilita el pago de impuestos a un determinado número de personas contribuyentes.

2.1.3.3 Requisitos para obtener el RISE

- Ser persona natural
- No tener ingresos mayores a USD 60,000 en el año, o si se encuentra bajo relación de dependencia el ingreso por este concepto no supere la fracción básica del Impuesto a la Renta gravada con tarifa cero por ciento (0%) para cada año, para el año 2010 equivale a 8910 USD.
- No dedicarse a alguna de las actividades excluidas.

- No haber sido agente de retención durante los últimos 3 años.

2.1.3.4 Requisitos para obtener: Registro sanitario

- Obtener previamente la clave de acceso e ingresar la información solicitada de acuerdo al formulario de solicitud.
- Escanear e ingresar en el sistema del Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) todos los documentos adjuntos al formulario de solicitud.
- Ingresar la información de los formularios y los documentos en el sistema informático de la ARCSA.
- El sistema notificará y autorizará el pago correspondiente a la revisión de la documentación.
- La ARCSA revisará que la documentación se encuentre completa y si la información es correcta en el término de siete días.
- Se autorizará el pago del Registro Sanitario. El sistema notificará al usuario la cantidad a pagar.
- Se enviara la factura vía electrónica y el usuario la deberá imprimir.
- Si ninguno de los informes tuvo objeciones, se emitirá el Certificado de Registro Sanitario en el término de cinco días.

- El certificado de Registro Sanitario se publicará en el sistema y se lo dejará disponible para que el usuario.

2.1.3.5 Requisitos para: Permiso de funcionamiento

- Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- Registro único de contribuyentes (RUC).
- Cédula de identidad, identidad y ciudadanía, carné de refugiado, o documento equivalente a éstos, del propietario o representante legal del establecimiento.
- Documentos que acrediten la personería Jurídica del establecimiento, cuando corresponda.
- Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda.
- Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y,
- Otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

2.1.3.6 Requisitos para obtener: Patente

- Formulario de la declaración de Patente Municipal debidamente lleno (www.quito.gob.ec)
- Copia de la cédula y certificado de votación

- Copia del Registro Único de Contribuyentes.
- Original y copia de la licencia de conducir, categoría profesional, en el caso de que realice actividades de transporte.
- Original y copia del carné del CONADIS en el cual se verifique el grado de discapacidad que posea el administrado.

2.1.3.7 Beneficios de los artesanos

Laborales:

- Exoneración de pago de decimotercero, decimocuarto sueldo y utilidades a los operarios y aprendices
- Exoneración del pago bonificación complementaria a los operarios y aprendices
- Protección del trabajo del artesano frente a los contratistas

Sociales:

- Afiliación al seguro obligatorio para maestros de taller, operarios y aprendices
- Acceso a las prestaciones del seguro social
- Extensión del seguro social al grupo familiar

- No pago de fondos de reserva.

Tributarios:

- Facturación con tarifa 0% (I.V.A.)
- Declaración semestral del I.V.A
- Exoneración de impuesto a la exportación de artesanías
- Exoneración del pago del impuesto a la renta
- Exoneración del pago de los impuestos de patente municipal y activos totales
- Exoneración del impuesto a la transferencia de dominio de bienes inmuebles destinados a centros y talleres de capacitación artesanal

2.1.3.8 Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades

Económicas (LUAE)

Documento con el que el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito habilita la actividad económica de un establecimiento.

Requisitos

- Formulario único de solicitud de LUAE
- Copia de RUC

- Copia de cédula de identidad o ciudadanía del representante legal
- Copia de la papeleta de votación del representante legal de las últimas elecciones
- Calificación artesanal de la Junta Nacional de la Defensa del Artesano o MIPRO (sólo para jurídicos)
- En caso de no ser local propio: Autorización del dueño del predio para colocar el rótulo (sólo para artesanos)
- Para colocar rótulo: En caso de propiedad horizontal: Autorización de la asamblea de copropietarios o del administrador como representante legal.
En caso de rótulo existente: Dimensiones y fotografía de fachada del local.
En caso de rótulo nuevo: Dimensiones y esquema gráfico de cómo quedará el rótulo

2.1.4 Factor Tecnológico

Es importante ya que las empresas en la actualidad deben contar con maquinaria tecnológica, estos serán de mucha ayuda en el desarrollo de la elaboración de los productos. Permitiendo brindar un excelente servicio y producir productos de calidad optimizando tiempo y recursos.

Equipos:

- Batidora industrial



Gráfico 1. Batidora industrial

Nota: Alajuela (2014) <http://alajuela.evisos.co.cr/batidora-industrial-marca-kitchenaid-id-20923>

- Horno industrial eléctrico



Gráfico 2. Horno Industrial Eléctrico

Nota: Santafe (2011) <http://panaderiaindustrial.com.ar/catalogo/index.php/panaderia/hornos-electicos>

➤ Refrigeradora



Gráfico 3. Refrigeradora

Nota: Acero (2015) http://daliavirtual.com/index.php?cPath=23_36

➤ Báscula digital de cocina



Gráfico 4. Báscula digital

Nota: http://articulo.mercadolibre.com.mx/MLM-538866389-bascula-digital-lcd-cocina-joyeria-taller-1g-a-5kg-_JM

➤ Caja registradora



LW-10

Gráfico 5. Caja registradora

Nota: Amboga <http://www.infotpv.es/cajas-Registradoras.html>

➤ Horno microondas



Gráfico 6. Horno microondas

Nota:<http://ticocompras.com/producto/horno-microondas-mabe-1-1-pies-cubicos-acero-inox-acabado-espejo-mabe/>

➤ Soplete de cocina



Gráfico 7. Soplete de cocina

Nota: <http://www.gaudirtienda.com/categorias/sopletes>

2.2 Entorno Local

2.2.1 Clientes

Un cliente es una persona a la que el Marketing dirige sus acciones para orientar e incitar a la compra. Las empresas invertimos en investigar nuevas líneas de negocio, creamos nuevos productos y servicios, nos darnos a conocer, es decir un cliente es un agente económico con una serie de necesidades y deseos, que cuenta con una renta disponible con la que puede satisfacer esas necesidades y deseos a través de los mecanismos de mercado; Así, no se consideran consumidores aquellos que adquieren bienes y servicios para incorporarlos a un proceso productivo o a una

actividad comercial. En este sentido, el consumidor es de una u otra forma el usuario final del bien. (PERÚ, 2008)

2.2.2 Proveedores

Un proveedor es un ente que se encarga del abastecimiento de un bien o servicio hacia otro ente al que le haga falta, visto desde este punto de vista es un término bastante amplio, que puede ser empleado desde lo más básico como el hecho de que el proveedor de un hogar es el padre o madre, responsable de suministrar todo aquello que sea necesario para el fortalecimiento del núcleo familiar. (VENEMEDIA, 2014)

Tabla 1. Proveedores

PROVEEDOR	PRODUCTO NETO	DIRECCIÓN / TLF
LEVAPAN DEL ECUADOR S.A. 	<ul style="list-style-type: none">➤ Polvo de hornear➤ Colorantes➤ Esencias➤ Azúcar impalpable➤ Extracto de vainilla➤ Harina de trigo➤ Crema chantilly	Quito Germán Alemán E11-11 y Javier Arauz Telf.: (02) 2464-862- fax (02) 227-5057

<p>BELLAZUCAR DEL ECUADOR S.A</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cortador ➤ Espátula ➤ Cortadores ➤ Fondant 	<p>Dirección: Quito, Río Coca E10-16 y París (esq.) 02-2456-394</p>
<p>ITALDESIGN CÍA.LTDA.</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Balanza electrónica ➤ vitrina ➤ Refrigeradora ➤ Batidora industrial ➤ Horno eléctrico ➤ Horno microondas 	<p>Avs. Naciones Unidas 141 y 6 de Diciembre Quito, Ecuador (593) (2) 2447131 (593) (2) 2920208 (593) (2) 2920251</p>
<p>NOVEDADES IBILI</p> 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Moldes ➤ Pirutines ➤ Mangas reposteria ➤ Boquillas 	<p>B° san Juan s/n20.570 BERGAR Tel.: 943 763544 Fax: 943 765139</p>
<p>BODEGAS ALTEMAC</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Sal ➤ Harina ➤ Azúcar ➤ Aceite ➤ Huevos ➤ Mantequilla ➤ Bicarbonato 	<p>Av. Machala, Concepción, Distrito Metropolitano de Quito, Pichincha, Ecuador (593) 2449682</p>

<p>LA HUERTA</p> 	<ul style="list-style-type: none">➤ Hortalizas➤ Vegetales	<p>Gaspar De Villarroel E9-127 Y París, Quito, Pichincha Telf: (02) 2923. 729</p>
---	--	---

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: SORIA, Isabel; ROSERO, Diana

2.2.3 Competidores

La situación de monopolio, en la que una única empresa atiende a todo el mercado y todos los compradores han de adquirir sus productos a ella, es cada vez más rara y con frecuencia está unida a sectores que requieren una inversión inicial grande o precisan de una tecnología que no está al alcance de cualquier inversor. Por lo tanto, lo normal es que toda empresa deba fijarse no sólo en lo que ha de hacer internamente (organizar el trabajo, decidir qué produce y cómo lo produce...), sino que ha de analizar su entorno, lo que equivale a analizar a sus competidores. (GARCÍA, 2009)

Tabla 2. Competidores

COMPETIDOR	LOCAL	DIRECCIÓN / TLF:
The Cupcake Factory Quito, El Recreo 	Restaurante de postres	CC El S11-122, Av. Pedro Vicente Maldonado, Quito 0985 444946
SWEETY CUPCAKE S EC 	Panadería	Av. Río Amazonas N32-27, Quito EC170135 098 727 2257
THE CUPCAKES FACTORY 	Elaboración de cupcakes	Av. de los Shiris N32-67 y Antonio (entre Eloy Alfaro y Diego de Almagro) 510-9216
CUPCAKES PERSONALIZADOS	Elaboración de cupcakes	República del Salvador N34-140 y Suiza Edificio DiamondBusiness,Piso

		<p>5</p> <p>0984620407</p>
<p>SWEER ART</p> 	<p>Local casero</p>	<p>Domicilio de la propietaria</p> <p>0984080858</p>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: SORIA, Isabel; ROSERO, Diana

2.3 ANÁLISIS INTERNO

2.3.1 Propuesta Estratégica

La planeación estratégica o propuesta estratégica es una función administrativa en la cual se decide lo que la empresa quiere a futuro definiendo los resultados, estrategias, políticas, programas y de qué manera se va a lograr, toman decisiones de una mejor manera y más racional, estos planes pueden ser a corto, mediano o largo plazo. (SÁNCHEZ, 2003)

2.3.1.1 Misión

Es la razón de ser de la empresa.

Somos una micro empresa productora de cupcakes nutritivos, que nos enfocamos en deleitar el paladar de nuestros clientes, brindándoles un producto rico, sano y nutritivo, elaborado bajo los mayores estándares. Contando con un personal lleno de experiencia, responsabilidad, valores, ética profesional, para así brindar un producto delicioso a nuestros consumidores.

2.3.1.2. Visión

Es la capacidad administrativa de ubicar a la empresa en un futuro, es decir donde deseamos estar dentro de cinco años.

Ser una microempresa líder a nivel nacional en el año 2021 contando con un excelente proceso productivo, a través de la constante innovación, la capacitación del personal para así apropiarnos del mercado, brindando un excelente servicio.

2.3.1.3 Objetivos

Es la meta a la que se desea llegar con la empresa.

2.3.1.3.1 Objetivo General

Abarca las finalidades mas grandes que se desea conseguir con la empresa.

Realizar un estudio de incubadora e inversión para la implementación de una microempresa dedicada a la elaboración de cupcakes nutritivos a base de hortalizas y vegetales, en el sector del “Comité del Pueblo” en el año 2016.

2.3.1.3.2 Objetivo Específico

Parte especifica del objetivo general, señale el camino que se debe seguir.

- Realizar una investigación de mercado, para conocer el nivel de aceptación que va tener nuestro producto.

- Evaluar mediante un estudio técnico, para la elaboración del producto para captar la atención de los consumidores.
- Preparar cupcakes de alta calidad, con variedad de sabores, diseños que capten la atención de los consumidores.
- Determinar mediante un estudio financiero la factibilidad de nuestro proyecto.

2.3.1.4 Principios y/o valores

Valores:

- **Compromiso**

Que todo el personal se involucre las actividades de la empresa buscando una solución efectiva a los percances que lleguen a suscitar.

- **Integridad**

Que los clientes internos actúen con ética y moral en el trabajo para así brindar un buen servicio a los clientes.



➤ **Responsabilidad**

Que nuestro personal actúe de una forma correcta en la elaboración del producto de acuerdo a los requerimientos de los clientes.

➤ **Puntualidad**

Que el personal cumplan con el horario establecido, para de esta manera satisfacer al cliente en el pedido realizado.

➤ **Creatividad**

Que nuestros clientes internos a través de la implementación de nuevos métodos y estrategias ayude a mejorar el producto de la empresa.

➤ **Amabilidad**

Que el personal de la empresa brinde la atención requerida a las clientes externos de la empresa.



➤ **Paciencia**

Que el personal atienda de una manera óptima a todos los requerimientos pedidos por el cliente externo.

➤ **Honestidad**

Que nuestro personal en el proceso de elaboración utilice productos de excelente calidad y precios justos en el producto.

➤ **Servicio**

Dar un buen servicio al cliente para asegurar la lealtad de nuestros consumidores.

➤ **Calidad**

Que todo el personal realizar un excelente trabajo en equipo desde el inicio, para así presentar un buen producto.

➤ **Trabajo en equipo**

Que el personal trabaje en buscar del alcance de los objetivos, Obteniendo los niveles de calidad más altos del producto y sobre todo la excelencia en el servicio prestado.

Principios Éticos

➤ **Prohibición a la corrupción**

Que la empresa brinde un servicio óptimo en los precios del producto, sin abusar del consumidor.

➤ **Transparencia**

Que nuestra empresa labore de una manera ética y moral en la elaboración del producto y en la entrega de los respectivos pedidos.

➤ **Libertad en la participación de los colaboradores.**

La persona a cargo es decir el gerente general estará abierto a nuevas ideas, ya sean de sus clientes o de equipo para que la organización continúe creciendo.

➤ **Existencia de controles de verificación.**

Nuestra empresa contara con un control periódico ya sea en la calidad del producto en el proceso de elaboración, calidad de los ingredientes, y un control exhausto en los ingresos y egresos.

➤ **Profesionalidad:**

El personal de la empresa debe contar con la ética de si mismos. Es decir la capacidad de trabajo, disciplina, formación continua, perseverancia e interés por el bienestar del negocio.

➤ **Tener documentos claros:**

Nuestra empresa contara con todos los respectivos documentos de permisos de funcionamiento, registros, etc., para no tener problemas con las respectivas autoridades.

2.3.2 Gestión administrativa

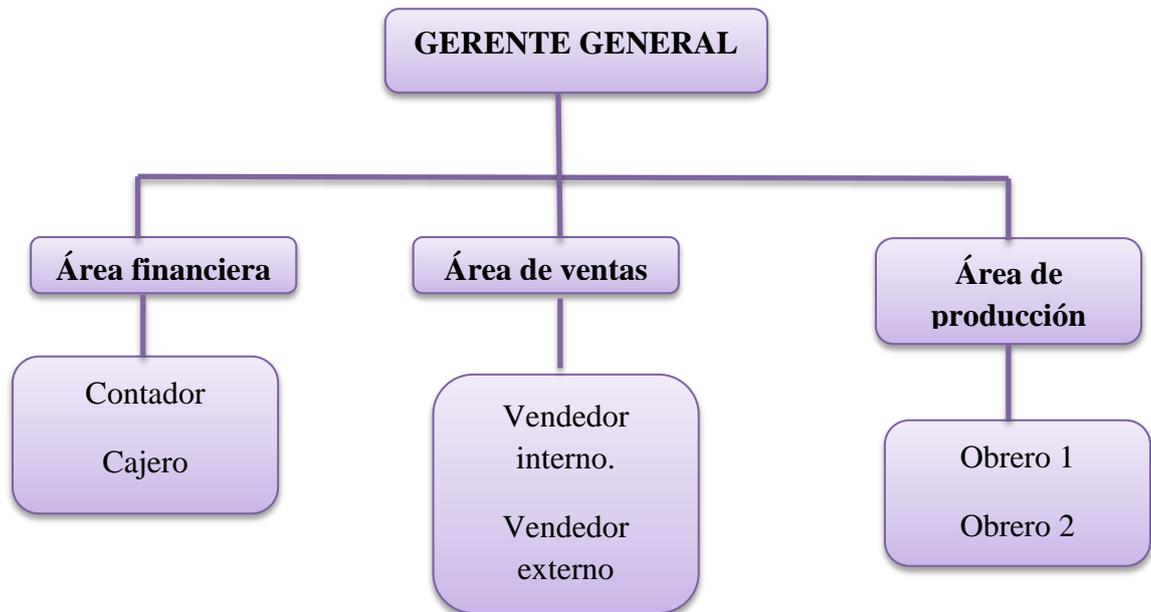


Gráfico 8. Gestión Administrativa

Elaborado por: SORIA, Isabel; ROSERO, Diana

2.3.2.1 Funciones

Gerente general:

Es el encargado de planificar, organizar, direccionar y controlar, todo lo relacionado a la elaboración de los cupcakes ya sea en los ingredientes, en el proceso de fabricación, en la distribución o en la venta de los mismos.

**Contador:**

Revisa todo lo relacionado a la parte de los números es decir ingreso y egresos, referentes a las facturas, planillas, comprobantes diarios de caja y sobre todo que la empresa se mantenga al día en los impuestos respectivos.

Cajero:

Es el encargado de cobrar los precios establecidos de los cupcakes, recibirá dinero en efectivo o mediante cheques.

Vendedor interno.

Se encargará de la atención en el local, en la entrega y recepción de pedidos.

Vendedor externo:

Realizar la entrega de los pedidos que sean realizados fuera del local, ya sean en tiendas o bares estudiantiles.

Obrero 1 y Obrero 2

Serán los encargados directos de la elaboración de los cupcakes ya sean para el local o para los pedidos externos.

2.3.3 Gestión comercial

2.3.3.1 Producto:

Es algo fabricado de manera natural o artificialmente, o resultado de un trabajo u operación.

El producto que nuestra microempresa ofrecerá al mercado son los cupcakes nutritivos elaborados a base de hortalizas y vegetales (zanahoria, brócoli, zuquinni, espinaca, zapallo, entre otros).

2.3.3.2 Precio:

Es la cantidad de dinero que permite obtener un producto o un servicio.

En base a los estudios realizados anteriormente y basándonos en el estudio de mercado y en la cotización de los ingredientes utilizados para la elaboración de los cupcakes se llegó la conclusión que el costo del producto será de **0,50 ctvs.** El mismo que cubrirá el costo de ingredientes y mano de obra.

2.3.3.3 Plaza

La Plaza, se refiere a los medios de distribución o canales adecuados por los cuales el cliente podrá tener acceso a los productos que se ofrecen. Esto incluye: Puntos de venta o de atención, almacenamiento, formas de distribución, intermediarios, todo aquello con lo que la empresa garantizará que el consumidor pueda tener posesión del producto. Para ello se debe elaborar todo un plan acorde a la necesidades y recursos con los que cuente la empresa, los atributos del producto y cuál es el mercado meta que se pretende abarcar. (ANÓNIMO, 2013)

2.3.3.4 Promoción:

Es la campaña publicitaria que se realiza a un determinado producto o servicio por un tiempo determinado.

Tomando en cuenta que el local es nuevo y sobre todo se dedica a la elaboración de un producto novedoso, adquirimos las siguientes alternativas para llamar la atención de los consumidores.

- Por la compra de 5 cupcakes uno gratis del sabor de tu preferencia.
- Si tu pedido supera las 2 docenas, recibe el 10% de descuento.
- Presenta el volante y el segunda a mitad de precio.
- El cumpleaños recibe su cupcake gratis.

2.3.3.5 Logo

Es el distintivo compuesto por letras e imágenes, este puede ser de una empresa, marca o de un producto.



Gráfico 9. Logo

Elaborado por: SORIA, Isabel; ROSERO, Diana



2.3.3.6 Slogan:

Es una fórmula breve y original que se utiliza para dar publicidad a una empresa, marca o producto.

Tomando en cuenta que nuestra microempresa se dedicara a la el elaboración de cupcakes nutritivos a base de hortalizas y vegetales, decidimos utilizar el siguiente slogan que engloba todo lo que ofrece nuestro producto.

“LA VIDA ES MÁS DELICIOSA SI TE ALIMENTAS SANAMENTE”

2.3.3.7 Colores

Anaranjado

En si este color representa una de las verduras que utilizaremos para la elaboración de nuestros deliciosos y nutritivos postres.



Blanco

Transparencia, pureza y claridad con la que la micro empresa trabajara con el fin de lograr el éxito y satisfacción de los clientes.

Rojo

Representa el amor que colocaremos en la elaboración de cada uno de los deliciosos y nutritivos postres al saber que va primordialmente destinada a los niños y niñas.

Amarillo

Representa la luz y alegría que aspiramos dibujar en el rostro de cada uno de nuestros clientes al momento de consumir nuestros deliciosos productos.

Verde

Representa esperanza de llegar primero que nada al corazón de los clientes y luego pues a la concientización de los mismos de ver que comer sanamente puede ser delicioso y divertido.

2.3.3.8 Publicidad

Es la difusión o divulgación de información de carácter comercial con la idea de que se adquiriera un producto determinado.

Tomando en cuenta que iniciaremos en el mercado sin contar con clientes fijos, utilizaremos las siguientes estrategias para captar la atención de los pobladores del sector y de esta manera dar a conocer nuestro local de elaboración de cupcakes.

- Campañas
- Propaganda
- Volantes
- Muestras gratis
- Afiches
- Trípticos
- Comercial (página web)
- Redes sociales (Facebook)

2.3 Análisis FODA

Tabla 3; FODA

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Personal con experiencia➤ Precios accesibles➤ Calidad del producto➤ Ubicación del local➤ Diversas presentaciones del producto➤ Excelente servicio	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">➤ No existe competencia en este producto➤ Producto innovador➤ Preocupación por la salud y el consumo del producto.➤ Buenas promociones➤ Crédito del gobierno para PYMES
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Microempresa nueva➤ Límites en el capital➤ Poco conocimiento en administración.➤ Falta de publicidad televisiva y radial.	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none">➤ Dificultad en obtener permisos➤ Falta de acogida por la comunidad (nuevo producto)➤ Aparición de competidores en el sector.➤ Inestabilidad política➤ Dependencia de los proveedores.

Fuente. Investigación de campo

Elaborado por: SORIA, Isabel; ROSERO, Diana

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Estudio de mercado es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado (ANÓNIMO, 2005)

3.1 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Los que se elaboren en nuestra microempresa serán elaborados con los nutrientes necesarios que la población necesita para obtener un desarrollo óptimo.

Los cupcakes nutritivos a base de hortalizas y vegetales ayudaran a que la población cuente con una alimentación saludable que favorezca su organismo.

Los ingredientes utilizados para nuestro producto serán de excelente calidad bajo un control minucioso que garantice su efectividad.

Nuestro local contara con una infraestructura adecuada, amplia, con equipos actuales y bajo los requerimientos establecidos; los cuales favorecerán un óptimo proceso de los cupcakes y a la vez garantizara que el producto llegue al cliente según su requerimiento.

El precio de nuestro producto será de acuerdo la calidad y valor nutricional del mismo; además basándonos en la situación económica de la población en la cual estará ubicada nuestra microempresa.

3.1.1 Determinación de la población

3.1.1.2 Población:

Población es el grupo de personas que habitan un área o espacio geográfico. En cuanto a población biológica mencionamos que es el conjunto de individuos de la misma especie que habita una extensión determinada en un momento dado.

3.1.1.3 Muestreo

Se conoce como muestreo a la selección de un conjunto de personas que son los representantes de toda la población ya sea para un estudio o análisis.

Tabla 4. Población

PROVINCIA	ÁREA KM ²	POBLACIÓN	DENSIDAD POBLACIONAL
Pichincha	9535,91	2.56.287	270

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

Tabla 5. Población de la parroquia

PARROQUIA	ÁREA KM ²	POBLACIÓN	DENSIDAD POBLACIONAL
Comité del pueblo	27.519	31.133	113.13

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

3.1.1.4 Fórmula

Población finita

n= tamaño muestra

z= nivel de confianza 95%= 1.96

p= variabilidad negativa 50% = 0.50

q= variabilidad positiva 50% = 0.50

N= tamaño de la población

e= error 0.05

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

$$n = \frac{31.133(1.96)^2 0.50 * 0.50}{(31.133 - 1) + (1.96)^2 0.50 * 0.50}$$

n= 385

3.1.2 Técnicas de Obtención de Información o Técnicas de Investigación

Son procedimientos metodológicos y sistemáticos que se encargan de implementar los métodos de Investigación y que tienen la facilidad de recoger información de manera inmediata, las técnicas son también una invención del hombre y como tal existen tantas técnicas como problemas susceptibles de ser investigados.

Las Técnicas tienen ventajas y desventajas al mismo tiempo, y ninguna de ellas puede garantizar y sentirse más importante que otras, ya que todo depende del nivel del problema que se investiga y al mismo tiempo de la capacidad del investigador para utilizarlas en el momento más oportuno. Esto significa entonces que las técnicas son múltiples y variables que actúan para poder recoger información de manera inmediata. (VILLAFUERTE, 2010)

Tipos de Técnicas

Dependiendo del tipo de Investigación que se realiza las Técnicas de recolección de Información están suscritas a dos formas muy conocidas: La Primera a aquella que puede utilizar la Información existente denominada Información Secundaria y la Segunda que trabaja con información de primera mano debido a la escasez de Información existente acerca de determinado Tema llamada Información Primaria. (VILLAFUERTE, 2010)

Técnicas de recolección de información

Generalmente cuando realizamos trabajos de investigación de pequeña envergadura, es decir muy focalizados la existencia de información específica

respecto a lo que estamos investigando es muy limitada, por lo tanto nos vemos obligados a levantar información de primera mano, utilizando técnicas especializadas en este tipo de recolección de datos.

La observación

No solamente es la más universal si no la más antigua, porque coloca al investigador frente a la realidad de manera inmediata, la captación de lo que acontece en el entorno del investigador es de tipo sensorial, y como tal puede estar sesgada a partir de las limitaciones propias de los sentidos, por lo que se recomienda que sea:

a) Estructurado: Porque el investigador previamente tiene que delimitar que aspectos va a observar escogiendo lo que es más importante a lo que le interesa. Así mismo es muy conveniente que el investigador se ponga en contacto con la realidad para de esa forma tener en cuenta un interés real por conocer lo que acontece a su alrededor, “Lo Estructurado es lo que no previamente se elabora”.

Tema de Investigación: “Profesionales que no tienen Empleo”

- Profesión
- Edad
- En qué estuvo trabajando

- En qué año termino
- En qué año se graduó
- De qué Universidad

En esta técnica el problema es la objetividad.

b) Participante: Se refiere a la intervención personal o directa de quien dirige la investigación o cuando se utiliza a otras personas para recoger información significativa también que es una garantía de la objetividad que se pretende dar a la información recogida.

Entrevista

Es una conversación por lo cual se quiere averiguar datos específicos sobre la información requerida. Incluye la opción de selección previa a quien o quienes se va a realizar. Igualmente no puede ser aplicada a cualquiera, sino establecer previamente con el entrevistado los objetivos, tiempo y la utilización de tales resultados. Una modalidad de la entrevista es el focus group o grupo de foco, entrevista que permite obtener mayor información en menor tiempo y menos recursos. Esta técnica tiene la desventaja de ser aplicada a pocas personas y de trabajar luego sobre aquellas respuestas que sean útiles; así mismo no garantiza que toda la intervención pueda ser asumida como objetiva. (VILLAFUERTE, 2010)

La encuesta o cuestionario

Tiene la ventaja de formular preguntas a más personas quienes proporcionan información de sus condiciones económicas, familiares, sociales, culturales y Políticas y en los que el anonimato constituye una ventaja porque no puede personalizarse las respuestas. Su desventaja está en la garantía de su aplicación, porque al requerir la intervención de muchas personas no se puede asegurar que estos cumplan con el cometido de recoger información que se Necesita, otra limitación proviene de la posible falsedad de las respuestas o cuando no se completa el cuestionario, no permitiendo establecer generalizaciones amplias. (VILLAFUERTE, 2010)



3.1.1.5 MODELO DE ENCUESTA

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR “CORDILLERA”

ESCUELA: DESARROLLO DEL TALENTO INFANTIL

ENCUESTA

PARTE 1

Objetivo: Identificar los gustos referencias y sabores agradables al paladar de la población del sector del Comité del Pueblo para poner en marcha un el proyecto de incubadora “elaboración de cupcakes a base de hortalizas y vegetales (zanahoria, zapallo, brócoli, zuquini).

Sexo: F
M

Edad: _____

PARTE 2

1. Consume postres?

- Si
 No

2. Es alérgico a alguno de los siguientes ingredientes?

- Lactosa
- Huevo
- Semillas/ frutos secos
- Ninguno

3. Qué tipo de postres consume?

- Cupcakes
- Helado
- Chocolate
- Frutas

4. Con qué frecuencia consume postres?

- Diario
- 2 o 4 por semana
- 5 a 7 por semana
- Nunca

5. Para degustarlos por lo general, dónde realiza la compra ?

- Tiendas
- Supermercados

Bares estudiantiles

Locales especializados

6. Al realizar la compra de los cupcakes usted que factores toma en cuenta?

Calidad

Precio

Sabor

Presentación

7. Considera que es importante el consumo de hortalizas y vegetales

Si

No

8. Consumiría un postre elaborado a base de hortalizas y vegetales?

(zanahoria, zapallo, brócoli, zuquini).

Si

No

9. En general, cuánto paga por un postre listo para consumir?

- 0,35
- 0,50
- 0,75
- 1,00
- 1,50

10. Piensa de los cupcakes elaborados a base de hortalizas y vegetales

(zanahoria, zapallo, brócoli, zuquini), es una idea novedosa.

- Muy buena
- Buena
- Mala
- Regular

La comida que comes puede ser la más poderosa forma de medicina o la forma más lenta de veneno.-Ann Wigmore.

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

3.1.3 Análisis e interpretación de los resultados obtenidos

Tabla 6. Consumo del postre

1. Consume postres?	N° de encuestas	Porcentaje
SI	320	83%
NO	65	17%
TOTAL	385	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

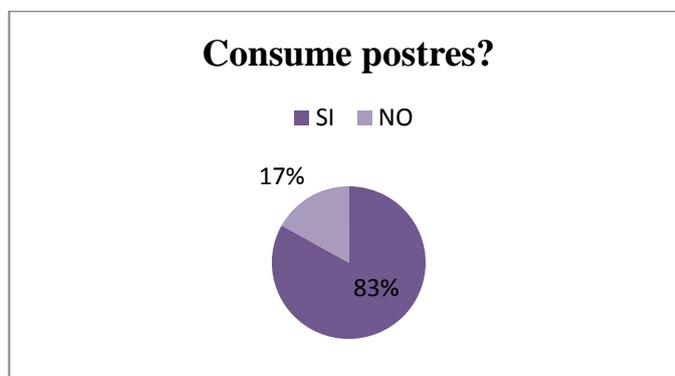


Gráfico 10. Consumo del postre

Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

Análisis:

De acuerdo a las encuestas realizadas a los habitantes del sector del “Comité del Pueblo”. Se ha obtenido como resultados que el 83% de la población consume postres, lo cual es muy beneficioso para nuestra micro-empresa. Mientras tanto el 17% restante no los consume ya sea por problemas de salud, factor económico o simplemente por tabús que se han creado a base de este producto.

Tabla 7. Alergia al ingrediente

2. Es alérgico a alguno de los siguientes ingredientes?	Nº de encuestas	Porcentaje
Lactosa	30	8%
Huevo	0	0%
Semillas/ frutos secos	5	1%
Ninguno	350	91%
TOTAL	385	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

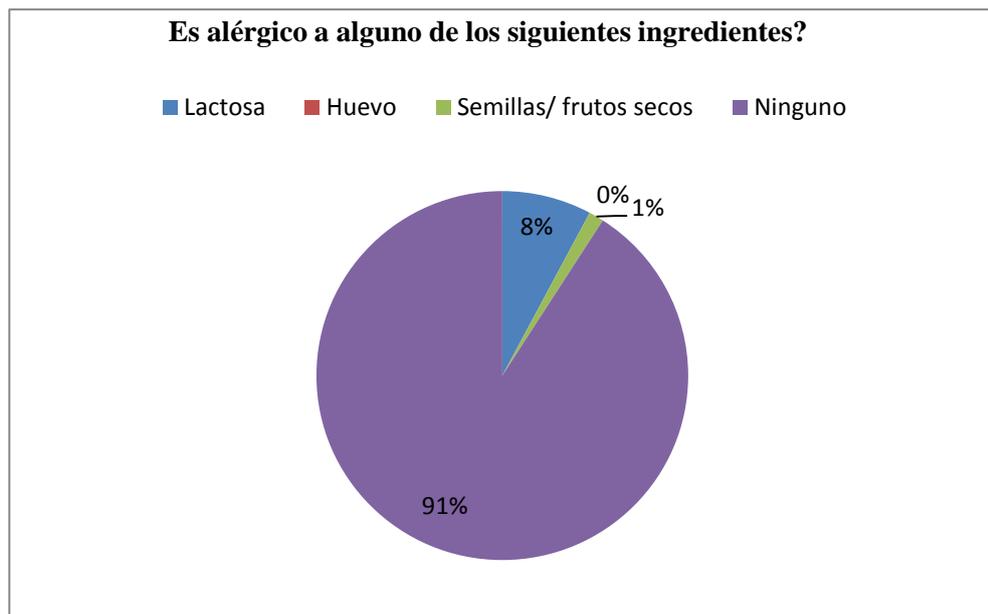


Gráfico 11. Alergia al ingrediente

Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

Análisis:

Los resultados muestran que la mayor parte de los pobladores del sector siendo el 91% no sufren ningún tipo de alergia a los productos que van a ser utilizados para la elaboración de los cupcakes nutritivos de nuestra empresa. Lo cual nos permitirá tener una gran acogida por los moradores, siendo muy beneficioso además de que no presentaran algún riesgo en la salud.

Por otro lado observamos que el 8% tiene intolerancia a las lactosa le resultado arrojado permitirá que nosotras como propietarias, busquemos una producto que pueda sustituir a este ingrediente o a la vez ampliar nuestra carta de menús, para que ninguno de los clientes tenga algún inconveniente al momento de consumirlos y así todos quedarán satisfechos con nuestra oferta culinaria.

Tabla 8. Tipo de postre

3. Qué tipo de postres consume?	N° de encuestas	Porcentaje
Helado	70	18%
Cupcakes	189	49%
Chocolate	89	23%
Frutas	37	10%
TOTAL	385	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

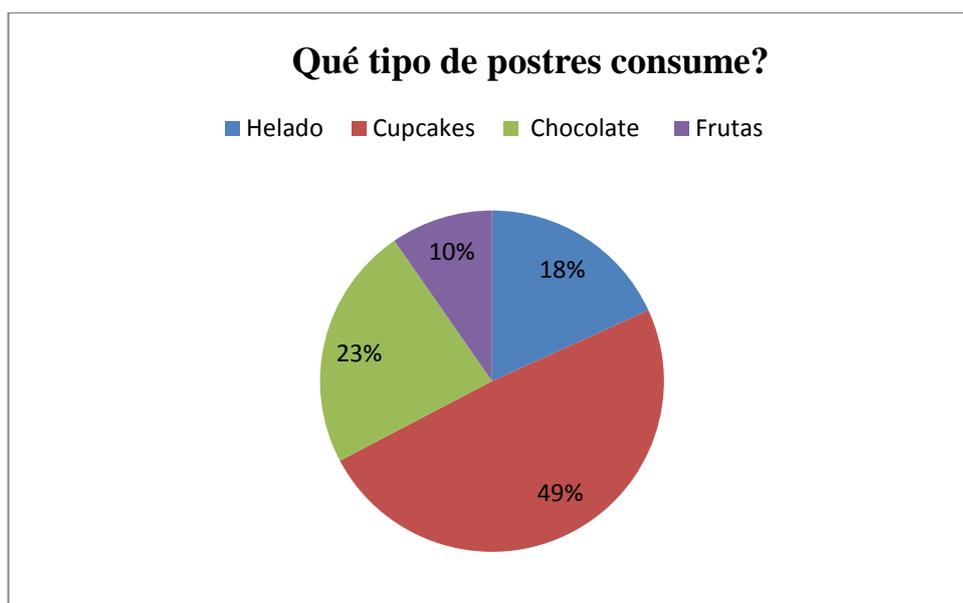


Gráfico 12. Tipo de postre

Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

Análisis:

Los moradores del sector del “Comité del Pueblo” han indicado en la encuesta realizada en esta zona que el tipo de postre más consumido es el cupcakes con un 49%, a pesar de ser un producto nuevo a logrado llamar la atención de las personas lo cual es muy favorable para nuestra microempresa, ya que así alcanzaremos las metas establecidas con nuestra propuesta, el chocolate con el 23% nos indica que por tabús o por prescripción médica es consumido pero en un menor porcentaje.

Los helados con un 18% nos indica que no es un producto muy consumido ya sean por los mitos que se presenta frente a este producto o por la falta de conociendo del mismo.

Por otro lado las frutas son consumidas en apenas un 10% demostrando que no llama la atención de la población.

Tabla 9. Frecuencia de consumo

4. Con qué frecuencia consume postres?	N° de encuestas	Porcentaje
Diario	122	32%
2 o 4 por semana	177	46%
5 a 7 por semana	63	16%
Nunca	23	6%
TOTAL	385	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

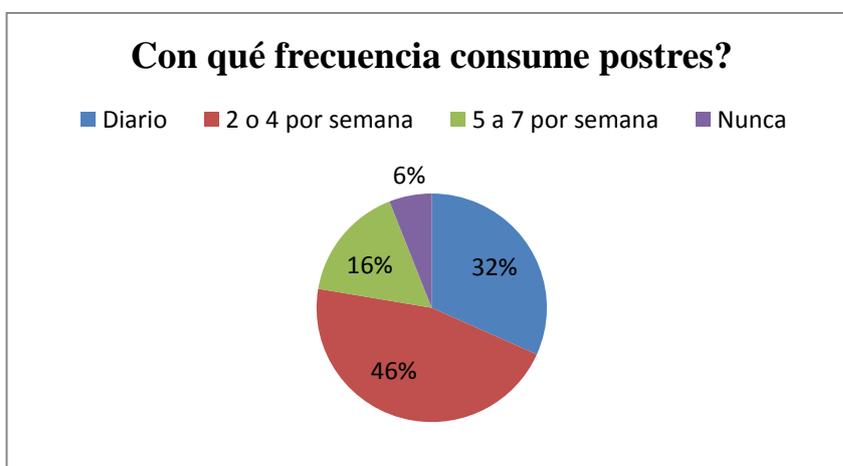


Gráfico 13. Frecuencia de consumo

Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

Análisis:

De acuerdo a los resultados dados por los moradores del sector con un 46% muestran consumen postres dos veces por semana, lo que es muy beneficioso para nuestro negocio, por otro lado ya sea dos por semana o cuatro por semana de igual manera, estos resultados ayudan a demostrar que es la microempresa será muy factible ya que ningún habitante dejara de consumir un delicioso postre al día o por semana, de igual manera el producto tendrá acogida.

Tabla 10. Lugar de compra

5. Para degustarlos por general, dónde realiza la compra?	N° de encuestas	Porcentaje
Tiendas	235	61%
Supermercados	71	18%
Bares estudiantiles	11	3%
Locales especializados	68	18%
TOTAL	385	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel



Gráfico 14. Lugar de compra

Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

Análisis:

La mayor parte de consumidores al momento de realizar la compra de un postre un 61% lo hace en tiendas cercanas a su domicilio, simplemente por la comodidad. Los lugares que también tiene acogida con los supermercados y locales especializados, pero ya sea por motivo de distancia o costos no son muy visitados para la adquisición de estos. Mientras tanto los bares escolares muestran que tan solo un 3% de los encuestados hacen su compra en este lugar esto se debe a que por no ser un producto tradicional no es muy factible su distribución o a la vez por ser algo novedoso los precios no se encuentran al alcance de los clientes.

Tabla 11. Factores relevantes

6. Al realizar la compra de los cupcakes usted que factores toma en cuenta?	N° de encuestas	Porcentaje
Calidad	70	18%
Precio	189	49%
Sabor	89	23%
Presentación	37	10%
TOTAL	385	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

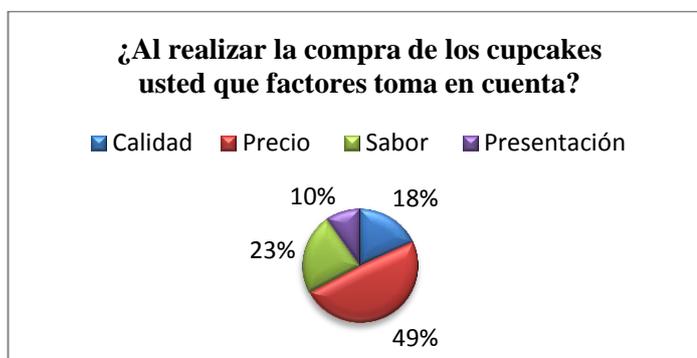


Gráfico 15. Factores relevantes

Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

Análisis:

Los moradores del sector del “Comité del Pueblo” han indicado en la encuesta realizada que los factores que más tienden a tomar en cuenta es el precio con un 49%, ya que la mayoría de personas prefieren por lo general economizar lo mejor posible. El sabor con el 23% nos indica que luego de ello como actor secundario el producto debe ser agradable al paladar. La calidad con un 18% nos indica que no es considerado algo importante para la comunidad este tipo de cuestión. Por otro lado la presentación con un 10% muestra que es un actor no tan apreciado por la comunidad sin embargo se le debe dar la importancia del mismo a pesar de que no llama la atención de la población.

Tabla 12. Importancia del consumo de hortalizas y vegetales

7. ¿Considera que es importante el consumo de hortalizas y vegetales?	Nº de encuestas	Porcentaje
SI	215	75%
NO	170	25%
TOTAL	385	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

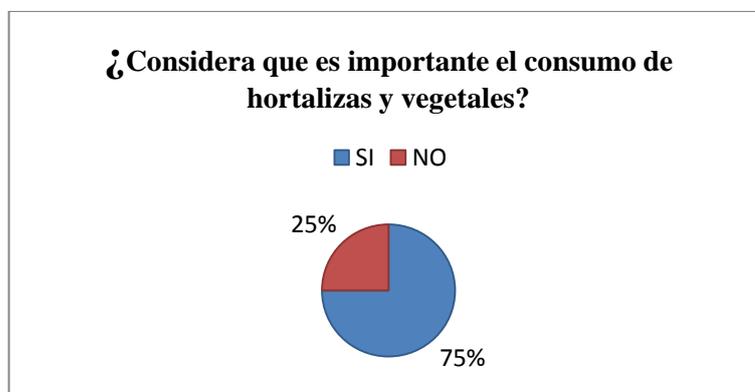


Gráfico 16. Importancia del consumo de hortalizas y vegetales
Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

Análisis:

Los moradores del sector del “comité del Pueblo” han indicado en la encuesta realizada que tanto las hortalizas y vegetales son importantes con un 75%, ya que para ellos pese a que este tipo de alimentos no son tan agradables para el paladar los moradores saben que es importante para lograr un buen desarrollo. Por otro lado pocos son los que no consideran importantes este tipo de alimentos con apenas un 25% de mostrando que no todas las personas muestran el mismo interés en ciertas comidas saludables.

Tabla 13. Postre a base de hortaliza y vegetales

8. ¿Consumiría un postre elaborado a base de hortalizas y vegetales?	Nº de encuestas	Porcentaje
SI	338	85%
NO	47	15%
TOTAL	385	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel



Gráfico 17. Postre a base de hortaliza y vegetales
Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

Análisis:

Los moradores del sector del “Comité del Pueblo” han indicado en la encuesta realizada en esta zona muestran claramente que sin duda alguna les interesa esta propuesta con un 85%, ya que la los cupcakes nutritivos son una propuesta innovadora que despierta el interés de los clientes en especial de los niño y niñas. Por otro lado con apenas un 15% muestra el poco interés que las personas colocaron al ofrecerles este producto.

Tabla 14. Costo del producto

9. ¿En general, cuánto paga por un postre listo para consumir?	N° de encuestas	Porcentaje
0,35	35	9%
0.50	189	49%
0.75	89	23%
1.50	37	10%
1.75	35	9%
TOTAL	385	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

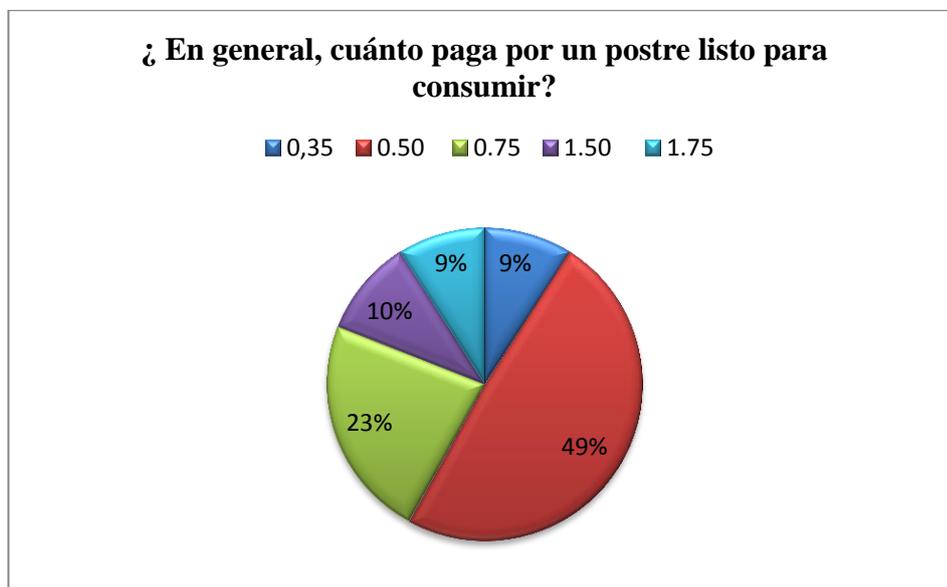


Gráfico 18. Costo del producto

Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

Análisis:

Los moradores del sector del “Comité del Pueblo” han indicado en la encuesta realizada que en tanto el precio presenta un gran interés en costos moderados en este caso \$ 0.50 ctvs. Con un 49%, ya que la mayoría de locales existen precios elevados los cuales no tienden a alcanzar al presupuesto con el que en muchas de las ocasiones se cuenta.

Los \$ 0.35 centavos pese a ser un costo más bajo tuvo un porcentaje de 23% esto nos indica que a pesar de todo los moradores están dispuestos a cancelar un valor mínimo también Luego tenemos el valor de \$ 0.75 centavos este valor alcanzo un porcentaje de 10% nos indica que pese a que es un producto nutritivo no es algo por lo cual las personas estarían dispuestas a invertir.

Por otro lado tenemos el valor de \$ 1.00 dólar que alcanzo un porcentaje de 9% demostrando que no llama la atención de la población.

Tabla 15. Tipo de idea

10. Piensa que los cupcakes elaborados a base de hortalizas y vegetales (zanahoria, zapallo, brócoli, zuquini), es una idea.	N° de encuestas	Porcentaje
Muy buena	70	18%
Buena	189	49%
Mala	89	23%
Regular	37	10%
TOTAL	385	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

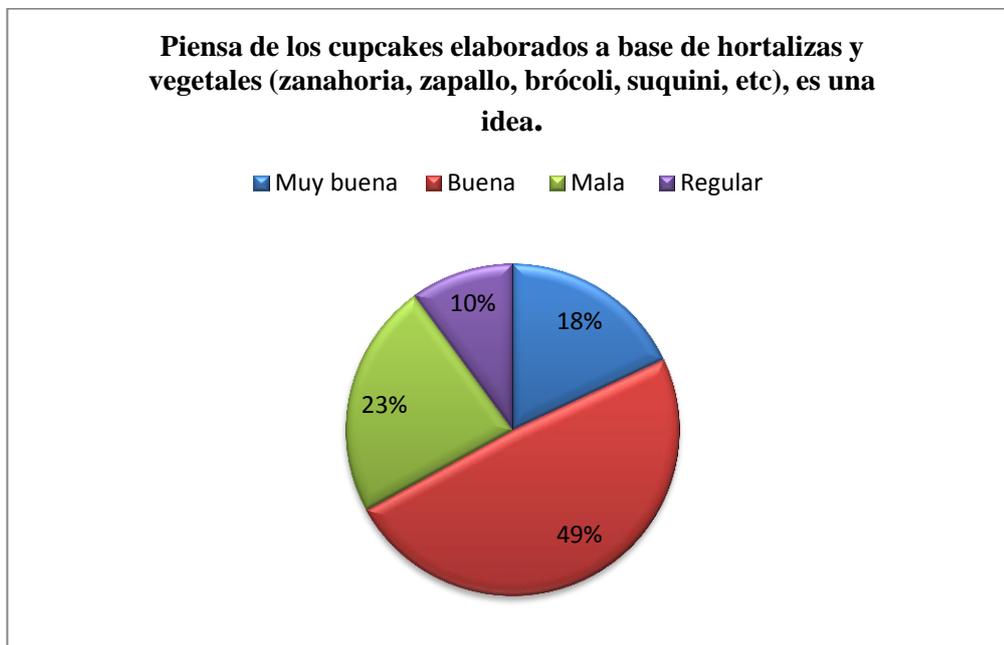


Gráfico 19. Tipo de idea

Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

Análisis:

Los moradores del sector del “Comité del Pueblo” han indicado en la encuesta realizada acerca de que si la elaboración de los cupcakes son o no una idea buena ellos respondieron que era buena logrando un porcentaje de 49%, ya que la mayoría de moradores consideraron que es algo novedoso, innovador y agradable que puede ayudar que los niños y niñas obtengan una buena alimentación.

El 23% de personas consideraron que es una mala idea ya que les parece que no sería un producto que agrade el paladar de los más pequeños.

El 18% nos indica que no es una mala idea la creación de este producto.

Un 10% de los moradores consideran que es una idea regular que podría como no funcionar.

3.2 Demanda

La demanda de mercado se define como la cantidad total de compras de un bien, servicio o familia de productos/servicios que pueden ser realizadas por un determinado grupo demográfico. El grupo demográfico puede atender a diversos factores como edad, género, nivel de estudios, entre otros. La demanda de mercado también puede incluir el total de ventas realizadas en una zona geográfica concreta (una ciudad, una región, un país entre otros), la evaluación de la demanda de mercado es una de las formas más importantes utilizadas por las empresas para decidir qué productos vender y cómo hacerlo, influyendo directamente en las estrategias de marketing. En términos generales a mayor precio, menor demanda. (ANÓNIMO, 2014)

Análisis de la demanda

3.2.1 Demanda histórica:

En la investigación realizada no se ha encontrado datos relacionados con la elaboración de cupcakes nutritivos a base de hortalizas y vegetales.

3.2.2 Demanda proyectada:

Para realizar la demanda proyectada nosotras nos hemos basado en la población del sector del “Comité del Pueblo”

Para la aceptación y la realización del cálculo de la demanda acudimos a la pregunta ocho la cual demuestra la aceptación de nuestro producto el cual son los cupcakes nutritivos a base de hortalizas y vegetales.

Población = 31.133

Muestra= 385

Tabla 16. Aceptación de nuestro producto

¿Consumiría un postre elaborado a base de hortalizas y vegetales?	N° de encuestas	Porcentaje
SI	338	85%
NO	47	15%
TOTAL	385	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

Tabla 17. Aceptación

Población	31,133 x 85%
Aceptación	26.463

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

Frecuencia de compra

Con el cálculo de la población total por el porcentaje de aceptación de un 85% del total. Con este valor obtenido al multiplicar por el porcentaje de la frecuencia, siendo este diario multiplicamos por 360 días que es el número que tiene el año comercial. El resultado obtenido lo multiplicamos por el precio que se encuentra en la pregunta número 9. Hemos considerado el precio con mayor porcentaje de aceptación.

Tabla 18. Frecuencia de compra según el costo

¿En general, cuánto paga por un postre listo para consumir?	Nº de encuestas	Porcentaje
0,35	35	9%
0.50	189	49%
0.75	89	23%
1.50	37	10%
1.75	35	9%
TOTAL	385	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

Tabla 19. Frecuencia del costo

Aceptación	26.463 x 49%
Frecuencia	12.966

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

Tabla 20. Frecuencia de compra

Con qué frecuencia consume postres?	N° de encuestas	Porcentaje
Diario	122	32%
2 o 4 por semana	177	46%
5 a 7 por semana	63	16%
Nunca	23	6%
TOTAL	385	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

Tabla 21. Frecuencia de compra por semanas

Frecuencia	12.966 x 2 x 52
Frecuencia de compra	1,348.464

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

Tabla 22. Competencia

	Al realizar la compra de los cupcakes usted que factores toma en cuenta?	N° de encuestas	Porcentaje
Calidad		70	18%
Precio		189	49%
Sabor		89	23%
Presentación		37	10%
TOTAL		385	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

Tabla 23. Competencia del producto

Frecuencia de compra	1,348.464 x 49%
Competencia	660.747

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

Tabla 24. Oferta y demanda

DEMANDA	OFERTA	D – O = DEMANDA INSATISFECHA
1,348.464	660.747	687.717

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

Tabla 25. Demanda Proyectada

AÑOS	DEMANDA	TASA DE CRECIENTO DE LA POBLACIÓN	DE DEMANDA DE PROYECTADA
2015	1,348.464	1	1,348.464
2016	1,348.464	1,218	1,642.429
2017	1,642.429	1,218	2,000.478
2018	2,000.478	1,218	2,436.582
2019	2,436.582	1,218	2,967.756

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

Tabla 26. Oferta Proyectada

AÑOS	OFERTA	TASA DE INCREMENTO DE LA POBLACIÓN	OFERTA PROYECTADA
2015	660.747	1,218	804.789
2016	804.789	1,218	980.233
2017	980.233	1,218	1,193.923
2018	1,193.923	1,218	1,454.198
2019	1,454.198	1,218	1,771.213

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

Tabla 27. Demanda – Oferta

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANDA INSTISFECHA
2015	1,348.464	804.789	543.675
2016	1,642.429	980.233	662.196
2017	2,000.478	1,193.923	806.555
2018	2,436.582	1,454.198	982.284
2019	2,967.756	1,771.213	1,196.543

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: ROSERO, Diana; SORIA, Isabel

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico comprende todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto en el cual se verifica la posibilidad técnica de fabricar el producto o prestar el servicio, determina el tamaño, localización, los equipos, las instalaciones y la organización requerida al realizar la producción. (LUISFER, 2008)

El estudio técnico permite determinar todo el funcionamiento y la forma de operar de la empresa al momento de la elaboración del producto. Además ayuda a determinar el número exacto de los equipos, maquinaria y la mano de obra, que necesitaran para el mejor funcionamiento y posicionamiento de la empresa.

4.1 Tamaño del proyecto

Es la capacidad de producción de bienes o la cobertura de los servicios que tendrá el proyecto en un periodo de referencia. Técnicamente la capacidad, es el máximo de unidades (bienes o servicios) que se puede obtener de unas instalaciones productivas en la Unidad de Tiempo. (BACALLA, 2010)

Con el tamaño del proyecto se recalca en la capacidad de producción que tendrá la empresa en forma, diaria, semanal, por mes y anual. Esto depende de la infraestructura, la mano de obra y las unidades de tiempo con la que cuente nuestro negocio.

4.1.1 Capacidad de instalada:

La capacidad instalada es el potencial de producción o volumen máximo de producción que una empresa en particular, unidad, departamento o sección, puede lograr durante un período de tiempo determinado, teniendo en cuenta todos los recursos que tienen disponibles, sea los equipos de producción, instalaciones, recursos humanos, tecnología, experiencia/conocimientos y otros (NUNES, 2015)

Es la capacidad de la producción que tendrá la microempresa en la elaboración de un producto, para ello se debe tomar en cuenta las instalaciones, mano de obra y la situación económica del negocio.

Tabla 28. Capacidad del proyecto

CAPACIDAD DEL PROYECTO			
Áreas	Dimensiones	Total m ²	Porcentaje
Área Administrativa	4 x 2	8.00	10%
Área de ventas	4 x 2,40	9.60	12%
Área de producción	6 x 5.24	31.45	39.31%
Área de entrega y despacho	4 x 3	12.00	15%
Baño	1,50 x 1,50	2.25	2.81%
Bodega de aseo	1,50 x 1,50	2.25	2.81%
Bodega de materia prima	2,50 x 2	5.00	6.25%
Estantería	3 x 0,60	1.80	2.25%
Mostradores	4,00 x 0,60	2.40	3%
Área de enfriamiento	2 x 1,50	3.00	3.75%
Frigorífico	1,50 x 1,50	2.25	2.81%
TOTAL m²		80,00m²	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

4.1.2 Capacidad óptima

La capacidad óptima es aquella que busca un desarrollo adecuado de la micro empresa, tanto en la organización como en el funcionamiento para que no se presente ninguna dificultad.

La distribución del lugar se la puede dividir por secciones o áreas. Nuestro local contara con lugares como: área administrativa, de ventas, producción despacho y entrega, baño mostradores, entre otros; los cuales facilitaran la prestación de servicio.

Tabla 29. Capacidad óptima

CAPACIDAD OPTIMA			
Áreas	Dimensiones	Total m ²	Porcentaje
Área Administrativa	4 x 2	8.00	10%
Área de ventas	4 x 2,40	9.60	12%
Área de producción	6 x 5.24	31.45	39.31%
Área de entrega y despacho	4 x 3	12.00	15%
Baño	1,50 x 1,50	2.25	2.81%
Bodega de aseo	1,50 x 1,50	2.25	2.81%
Bodega de materia prima	2,50 x 2	5.00	6.25%
Estantería	3 x 0,60	1.80	2.25%
Mostradores	4,00 x 0,60	2.40	3%
Área de enfriamiento	2 x 1,50	3.00	3.75%
Frigorífico	1,50 x 1,50	2.25	2.81%
TOTAL M²		80,00M²	100%

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

La capacidad óptima es la misma de la capacidad el proyecto ya que necesitamos de toda la infraestructura para una excelente elaboración del producto por ende brindar un excelente servicio a nuestros clientes.

4.2 Localización

La localización del proyecto geográficamente es vital, que nos permitirá una ventaja o desventaja en la actividad. Es importante determinar la localización macro (nacional), micro (zona, sector).

Además del espacio físico, infraestructura para la empresa, se debe considerar varios aspectos externos como:

- Movilidad.- el sector del Comité de Pueblo es comercial y residencial.
- Vías de acceso.- se puede llegar al sector del Comité de Pueblo por las siguientes avenidas:
 - Jorge Garcés
 - Zona 11
 - Av. Eloy Alfaro
 - Cesar Endara

➤ Servicio de transporte.- cuenta con servicios de transporte público:

- Transporte Público Alborada- Marín
- Transporte Público “trole bus”
- Transporte Público “Ecovía”
- Transporte Público “Atucucho”
- Servicio de Taxi “Seguritaxi”

➤ Instituciones Financieras y cajeros:

- Sucursal Banco Pichincha
- Sucursal Servipagos
- Cajero automático Banco Internacional
- Cajero automático Banco Pichincha
- Cajero automático Cooperativa Policía Nacional

4.2.1 Macro - localización

Tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto. Determinando sus características físicas e indicadores socioeconómicos más relevantes (DE DIOS, 2012).

Tabla 30. Macro – localización

MACRO LOCALIZACIÓN.	
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Ciudad	Quito
Sector	Norte
Zona Municipal	La Delicia
Sector	Comité del Pueblo

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

Mapa Del Ecuador



Gráfico 20. Mapa del ecuador

Fuente: Google maps

Elaborado por: ROSERO Diana; SORIA Isabel

Nuestra microempresa tiene como macro localización Ecuador siendo el país en el cual se encontrará ubicada, a vez siendo lo más grande que abarcará nuestro proyecto.

Mapa Provincia De Pichincha

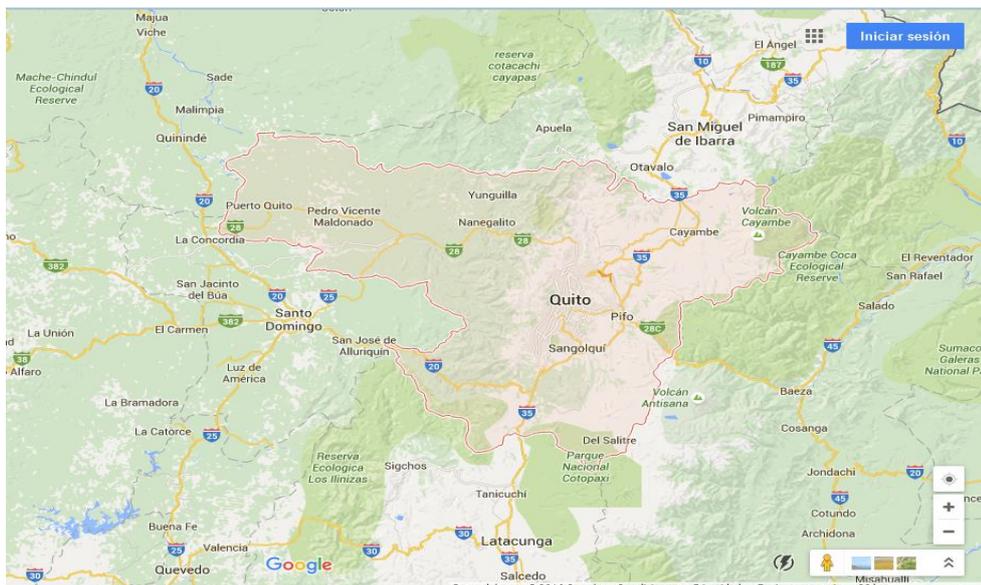


Gráfico 21. Mapa Provincia de Pichincha

Fuente: Google maps

Elaborado por: ROSERO Diana; SORIA Isabel

La provincia de Pichincha, será siendo un lugar más específico en el cual está ubicada la microempresa a la vez es uno de los beneficiarios de nuestro producto, ya que tendrá mayor factibilidad de acceso a ellos.

Cantón Quito



Gráfico 22. Cantón Quito

Fuente: Google maps

Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

El Cantón Quito es el sector para el cual está dirigido el proyecto. Ya que es en este lugar donde se ha detectado el problema existente, por lo mismo la solución planteada va de acorde a las necesidades específicas de este cantón.

4.2.2. Micro – localización

Son los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, determinación de centros de desarrollo. Selección y re-limitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara además operara el proyecto dentro de la macro zona (DE DIOS, 2012).

La propuesta de ubicación es en el sector del Comité del Pueblo. Se determina el lugar conveniente para el proyecto tomando en cuenta ciertas consideraciones:

- Edificación inicial con futuras expansiones
- Acceso al lugar
- Dispone de servicios (agua, luz, teléfonos, etc.)

Comité del pueblo: César Endara N66-62 y Joaquín de Velasco.

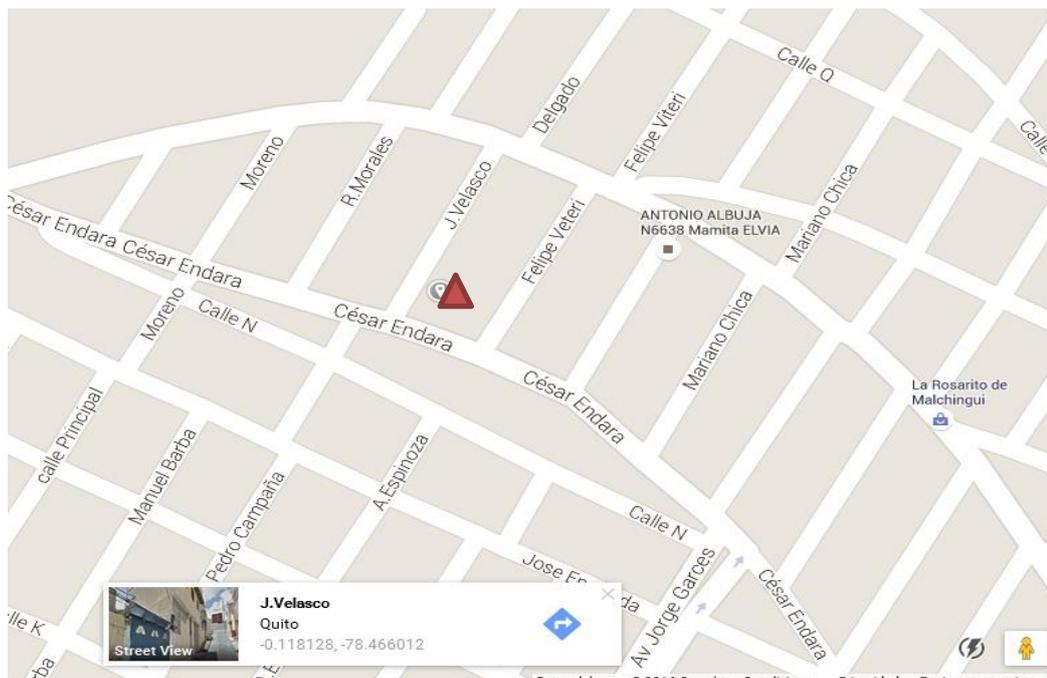


Gráfico 23. Comité del Pueblo

Fuente: Google maps

Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

El lugar específico en el que se llevara a cabo la ejecución del proyecto será al norte de Quito en el barrio Comité del pueblo, calles César Endara N66-62 y Joaquín de Velazco se ha tomado la decisión de realizarlo allí debido a que en este sector no existe competitividad acerca del producto que nosotros vamos a ofrecer en este caso los cupcakes nutritivos esto logrará que se obtenga resultados favorables.

Se ha observado que optar por implementar nuestra micro empresa en ese sector es una idea beneficiosa tanto para los moradores como para la empresa, estamos seguros que tendrá gran acogida por parte de toda la comunidad es decir, niños, niñas, jóvenes, adultos. Ya que el producto que vamos a ofrecer es novedoso, llamativo, creativo y sobre todo delicioso.

4.2.3 Localización Óptima

Persigue determinar la ubicación más adecuada teniendo en cuenta la situación de los puntos de venta o mercados de consumidores, puntos de abastecimiento para el suministro de materias primas o productos intermedios, la interacción con otras posibles plantas (CASTILLO, 2015).

Tabla 31. Matriz de localización

MATRIZ DE LOCALIZACIÓN ÓPTIMA.							
Factores relevantes	Ponderación	Valle de Tumbaco		Sector del “Cordillera”		“Comité del Pueblo”	
Costo de Arriendo	20	10	200	10	200	20	400
Seguridad	10	10	100	7	70	10	100
Parqueadero	5	6	30	8	40	3	15
Servicios básicos	10	15	150	10	100	15	150
Vías de acceso	5	10	50	10	50	4	20
Comercio	20	15	300	3	60	15	300
Ser. Transporte	10	10	100	10	100	8	80
Competencia	20	5	100	3	60	15	300
Total	100	81		61		90	

Fuente: investigación de campo
Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

En la Matriz de localización óptima se propuso tres sectores más relevantes para la ubicación de nuestra micro-empresa en los para el estudio de factibilidad. Se consideró factores para el estudio:

- **Costo de Arriendo.-**es importante considerar el de menor costo, en este caso en el sector ubicado no existe costo de arriendo, siendo esto muy factible ya que estamos iniciando con nuestro negocio
- **Seguridad.-** es importante tomando en cuenta la seguridad de las instalaciones, integridad de los trabajadores y el bienestar de nuestros clientes.
- **Parqueadero.-**fundamental los para vehículos de los clientes, proveedores siendo este un factor primordial para la comodidad y bienestar.
- **Servicios básicos.-**son esenciales y necesarios para un buen funcionamiento de nuestro negocio.

- **Vías de acceso.-** permiten la comodidad de los clientes por las vías apropiadas de circulación vehicular.

- **Comercio.-** presencia de movilidad de comercio en la zona siendo esto un ayuda para el emprendimiento de nuestra micro-empresa.

- **Servicio de Transporte.-** permite la facilidad de movilizarse en transporte público a nuestros clientes y trabajadores.

- **Competencia.-** no existe presencia de competencia en la zona por lo cual nuestro negocio tendrá gran acogida.

Una vez realizada la calificación de los factores descritos, se obtuvo una ponderación máxima de 90 en el sector del “Comité del Pueblo”, siendo este el lugar más óptimo para la ubicación más de nuestro negocio.

4.3 INGENIERÍA DEL PRODUCTO

Es el área encargada de realizar todos los cálculos necesarios para determinar el consumo de materiales o recursos requeridos en las prendas o modelos solicitados por los clientes a través del área Comercial ya sea a nivel de cotización o pedidos. (SÁNCHEZ, 2010)

4.3.1. Definición del bien y servicio.

➤ Bien

Son mercancías u objetos y pueden clasificarse de varias maneras. Vamos a enumerar algunas de las posibles clasificaciones de los bienes (la mayoría de los autores normalmente mencionarán muchas otras). (Economía.WS 2007)

➤ Servicio

Un servicio es la realización de una actividad por parte de un prestador (de servicios). A diferencia de un bien, los servicios son intangibles. (Economía.WS 2007)

4.3.1.1. Características del producto

Los cupcakes de hortalizas y vegetales, tienen las siguientes características.

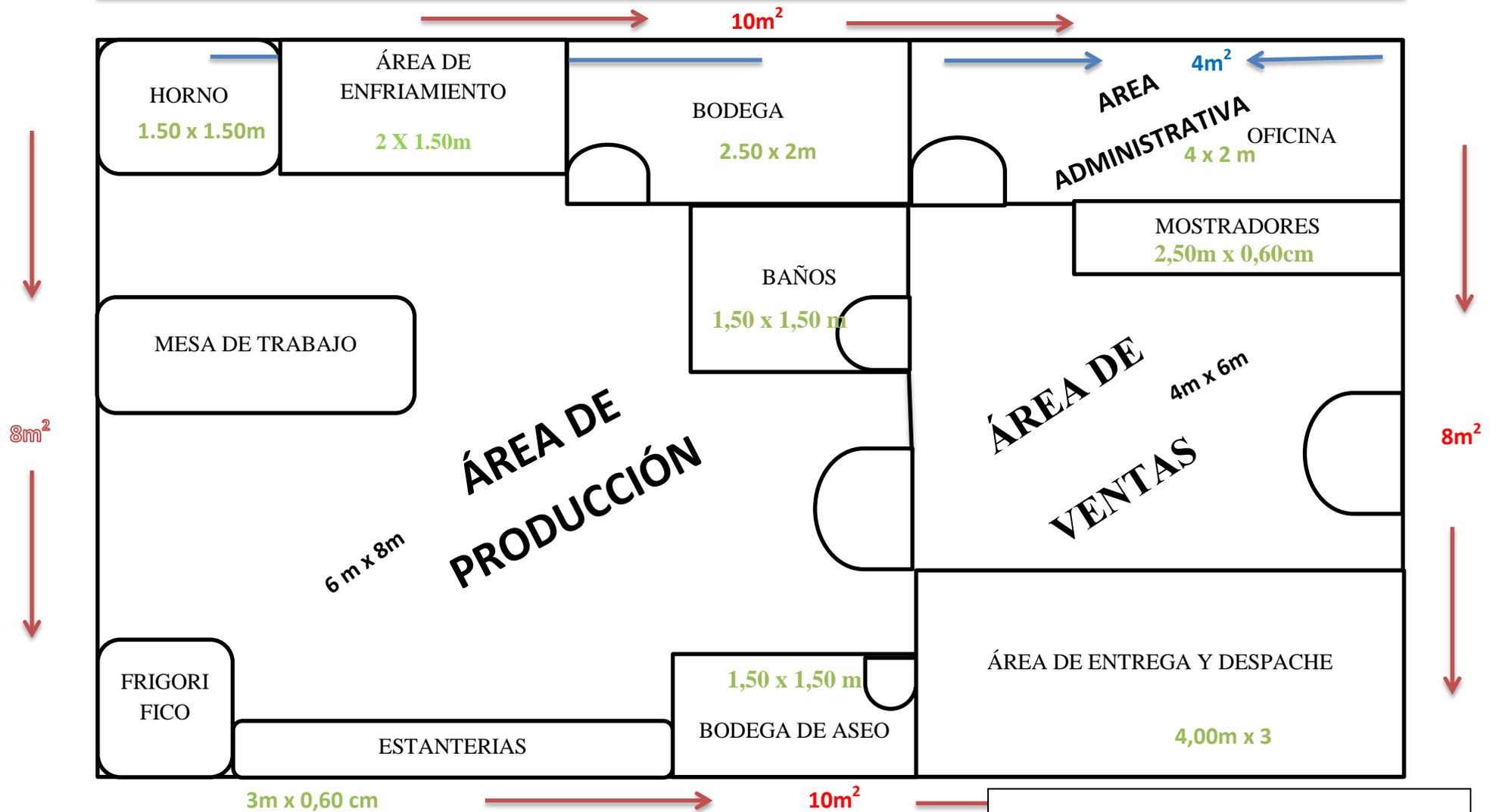
- **Producto saludable:** Los cupcakes de hortalizas y vegetales permiten que las personas que los consumas obtengan los nutrientes necesarios para un excelente desarrollo.

- **Calidad:** Nuestro producto contará con un alto control de calidad sanitario en los ingredientes y sobre todo en el proceso de elaboración. Esto brindará confianza a nuestros consumidores.

- **Producto innovador:** Al ser este un nuevo producto, llamará la atención de nuestros clientes, ya sea por su excelente sabor o por su decoración novedosa de acuerdo al gusto del consumidor.

4.3.2 Distribución de la planta

La distribución en planta se define como la ordenación física de los elementos que constituyen una instalación sea industrial o de servicios. Ésta ordenación comprende los espacios necesarios para los movimientos, el almacenamiento, los colaboradores directos o indirectos y todas las actividades que tengan lugar en dicha instalación. Una distribución en planta puede aplicarse en una instalación ya existente o en una en proyección. (SALAZAR, 2012)



Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

Gráfico 24. Distribución de la planta

Área Administrativa

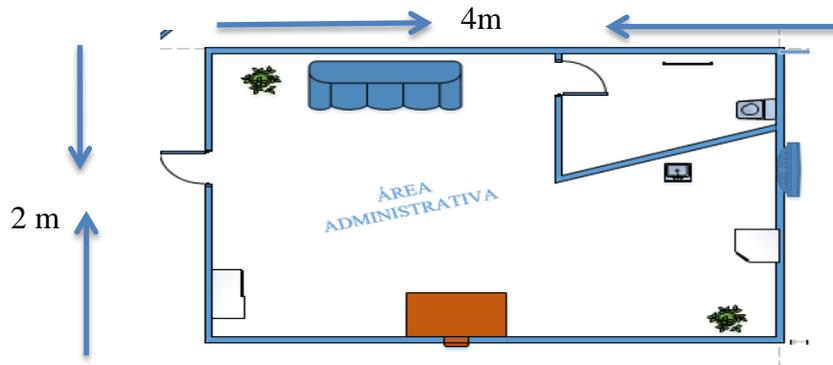


Gráfico 25. Área administrativa
Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

El área administrativa es asignada para el gerente del negocio, es el lugar donde se toman las decisiones en relación a toda la microempresa. El espacio a utilizarse es de 8.00 m².

Área De Ventas

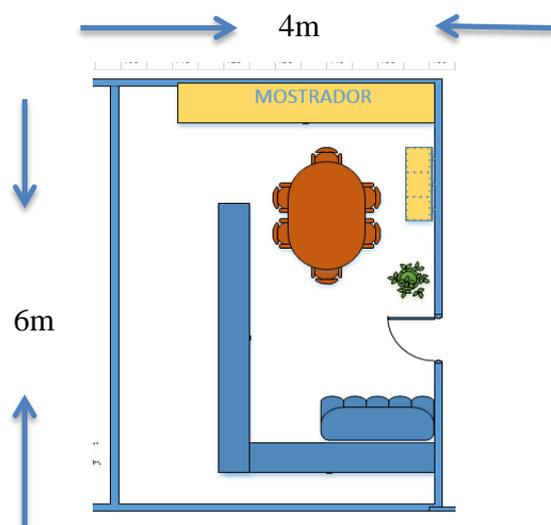


Gráfico 26. Área de ventas
Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

Este será el espacio en el cual se realizara la entrega, cobro y la exhibición de los productos que ofrece nuestra microempresa para él área de ventas se ha asignado un espacio de 9.60 m^2 , para la comodidad de nuestros clientes.

Área De Producción

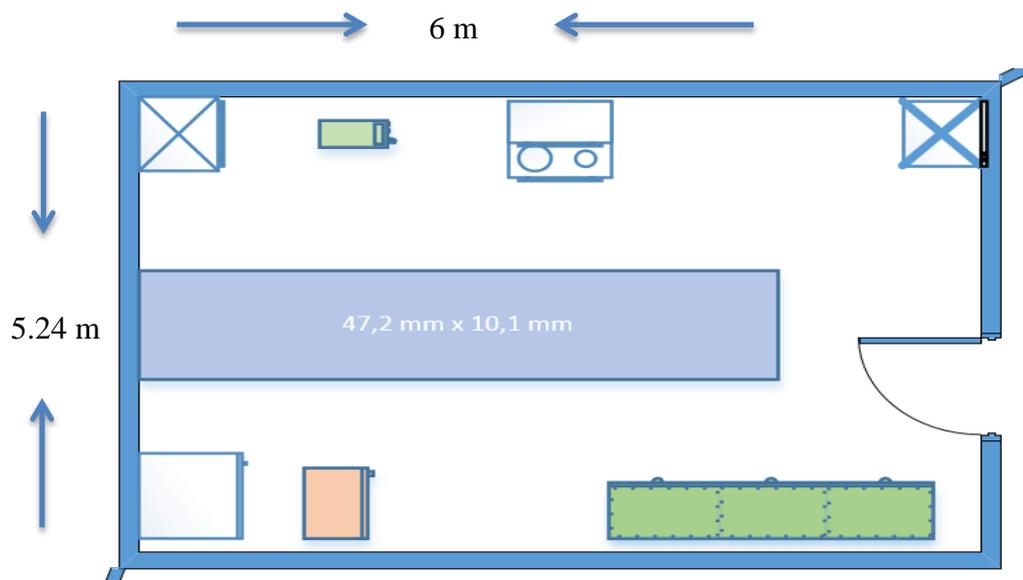


Gráfico 27. Área de producción
Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

Lugar destinado para el proceso de elaboración de los cupcakes nutritivos a base de hortalizas y vegetales además de estar ubicados las maquinarias necesarias para su fabricación, el mismo que contara con una superficie de 31.45 m^2 .

Baño

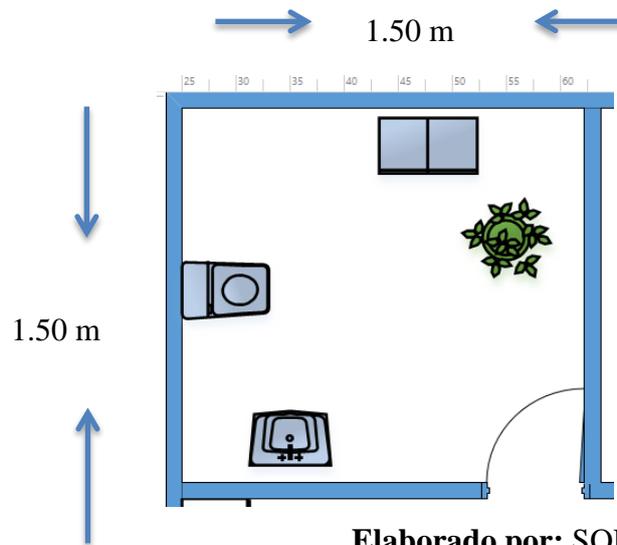


Gráfico 28. Baño
Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

Esta es el área determinada para el aseo personal de los clientes de nuestra micro-empresa o del personal, tendrá un espacio determinado de 2.25 m².

Bodega De Aseo

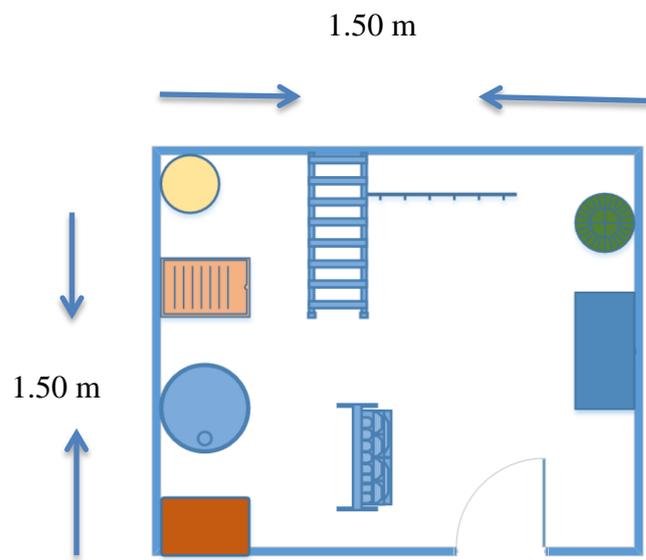


Gráfico 29. Bodega de aseo
Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

Área destinada para el almacenamiento de líquidos y objetos de limpieza de la empresa tales como: desinfectantes, escobas, trapeadores, guantes desechables entre otros.

Bodega De Materia Prima

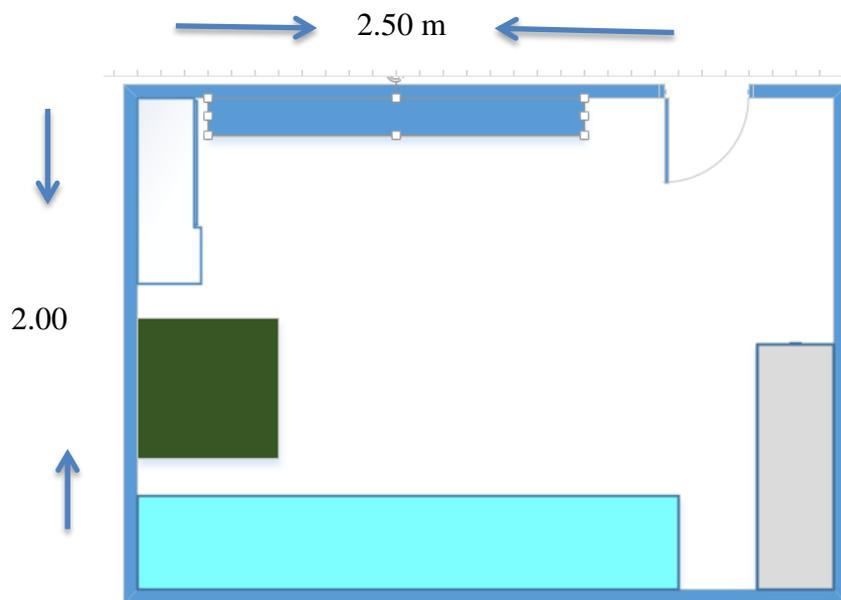


Gráfico 30. Bodega materia prima
Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

Espacio designado para el almacenamiento de todos los ingredientes necesarios para la elaboración de los cupcakes nutritivos a base de hortalizas y vegetales los cuales estarán siendo vigilados constante bajo un minucioso control. El mismo que constara de 5.00m^2 .

Área De Enfriamiento

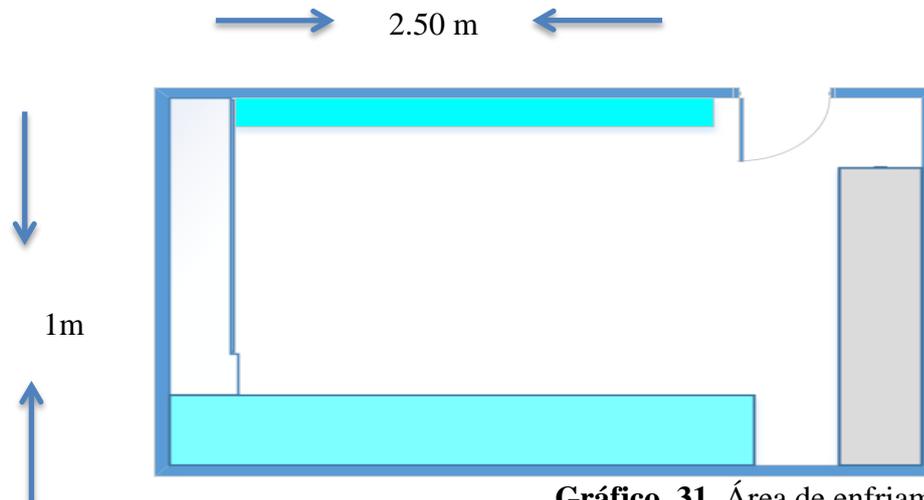


Gráfico 31. Área de enfriamiento
Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

Sitio al cual serán trasladados los cupcakes recién salidos del horno hasta que se enfríen para proceder a la decoración respectiva, contará con mesas. Y un espacio de 3.00 m^2 .

4.3.3. Proceso Productivo

Es el conjunto de actividades orientadas a la transformación de recursos o factores productivos en bienes y/o servicios. En este proceso intervienen la información y la tecnología, que interactúan con personas. Su objetivo último es la satisfacción de la demanda. (EASTMAN, 2014)

4.3.3.1 Diagrama de flujo – proceso productivo de los cupcakes

Para la elaboración del producto terminado se debe implementar una serie de actividades que disminuyan el derroche de tiempo y recursos. Procesos que permitan mediante una evaluación ser mejorados, sustituidos o eliminados. (SUÑE; GIL; ARCUSA. 2010)

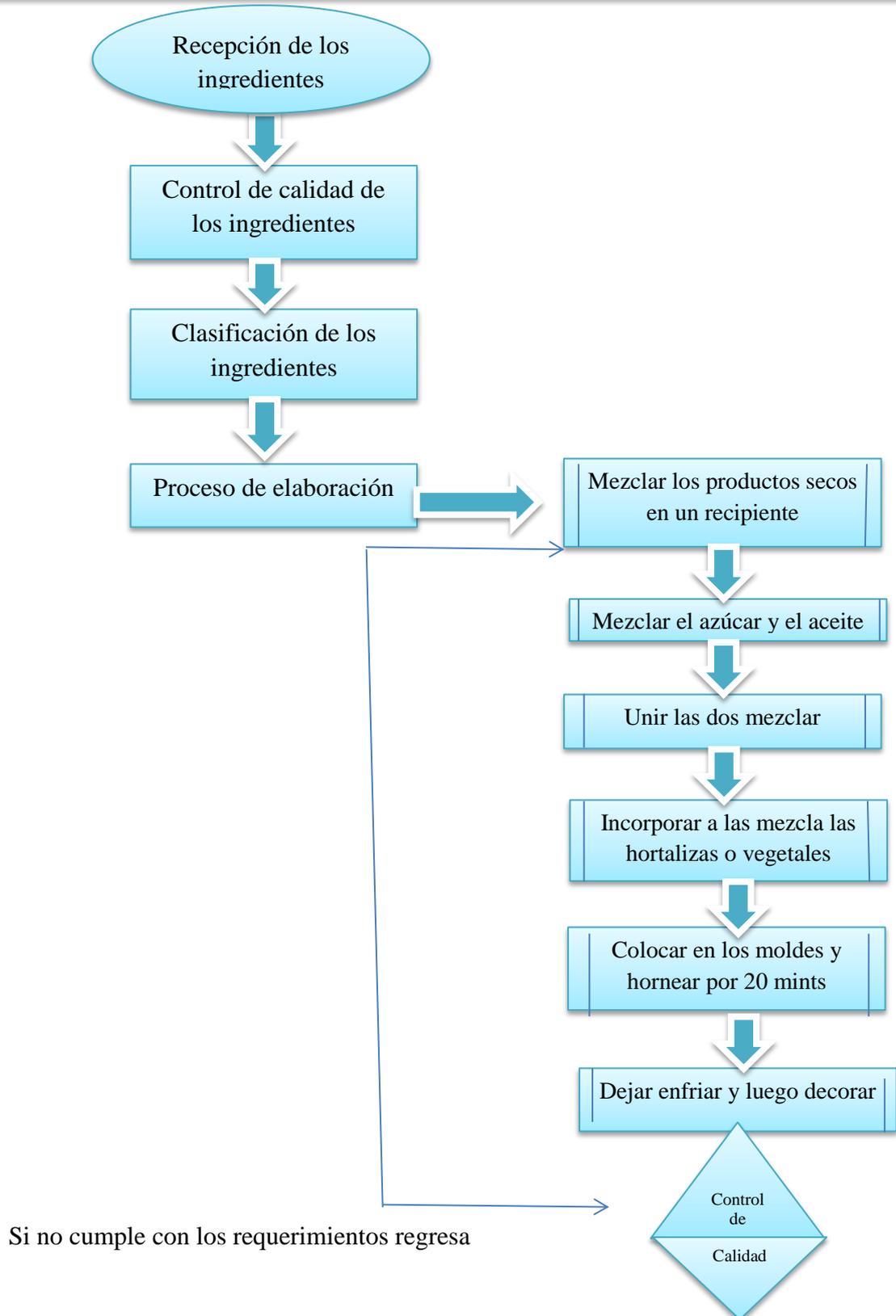


Gráfico 32. Proceso productivo
Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

4.3.3.2 Diagrama de servicio

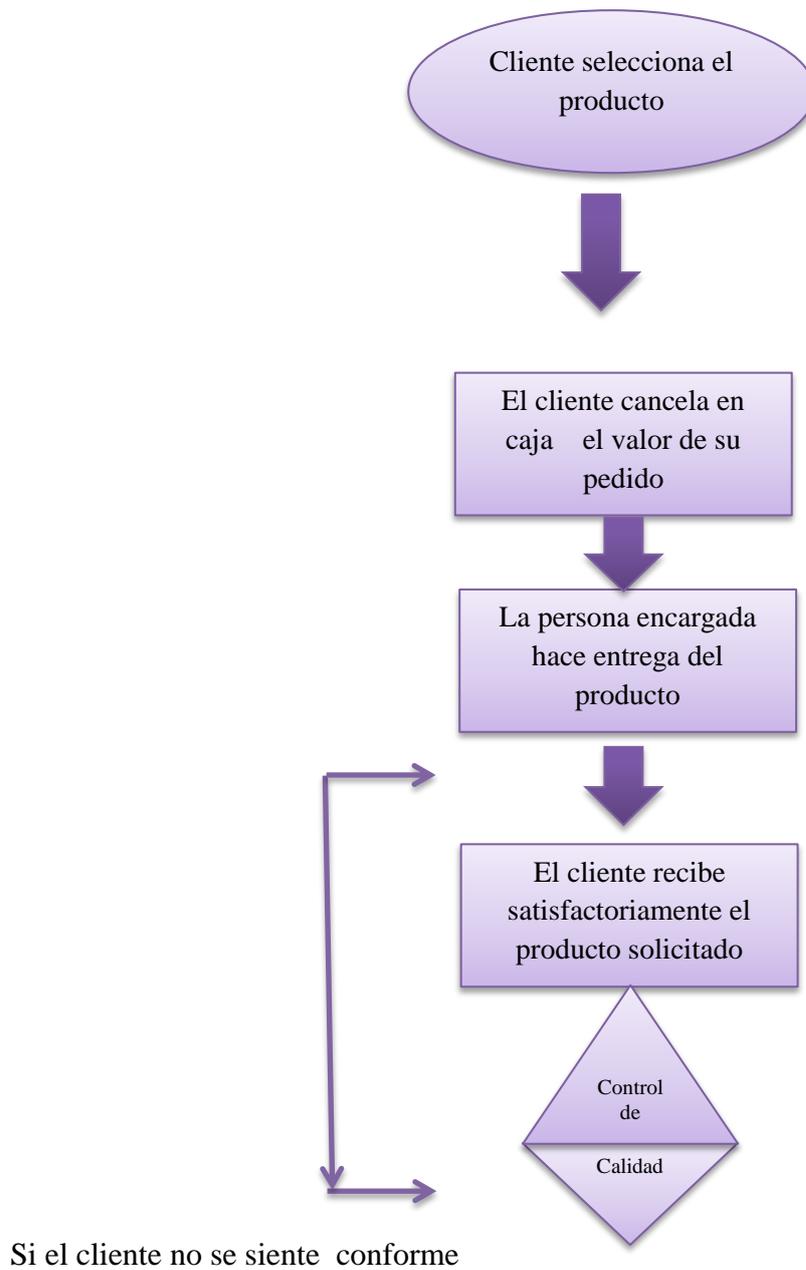


Gráfico 33. Servicio
Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

4.3.3.3 Proceso de elaboración de los cupcakes nutritivos a base de hortalizas y vegetales

- **Recepción de la materia prima:** Los ingredientes para la elaboración de los cupcakes serán entregados de los distintos proveedores en las horas y fechas indicadas para evitar inconvenientes por la falta de los mismos
- **Control de calidad:** Los ingredientes contarán con el más estricto control de vigilancia en la calidad de producto ya sea en su fecha de caducidad en el caso de los ingredientes sellados, el control de frescura en las hortalizas y vegetales.
- **Clasificación de los ingredientes:** Los ingredientes serán clasificados de acuerdo a su utilidad para ser trasladados a la bodega de materia prima donde serán almacenados cuidadosamente.
- **Proceso de elaboración:** Procedemos a la elaboración de los cupcakes nutritivos, siguiendo varios pasos, para así obtener un producto de calidad que satisfaga al cliente.
 - En un recipiente mezclar harina, polvo de hornear, bicarbonato y canela.
 - En otro recipiente formar una mezcla consistente con el aceite y el azúcar.

- Incorporar las dos mezclar hasta formar una masa homogénea.
- Dejar reposar
- Lavar y picar las hortalizas o vegetales
- Incorporar las hortalizas o vegetales ya picados a la mezcla antes preparada.
- Formar una sola masa
- Precalentar el horno a 360°
- En los moldes, colocar los pirhuines
- Colocar la mezcla hasta un nivel de $\frac{3}{4}$ aproximadamente.
- Meter al horno y dejar por 20 minutos
- Sacarlos del horno y dejarlos enfriar en el área de enfriamiento
- Cuando estén fríos decorar al gusto del cliente o de acuerdo al pedido solicitado

4.3.3.4 Tiempo proceso de producción

Proceso de elaboración de los cupcakes de hortalizas y vegetales como zanahoria, brócoli, zuquini y espinaca.

- **Selección.-** Debe ser seleccionado cuidadosamente la materia prima en cuanto a frescura, buen tamaño, color y texturas. Esto garantizará un producto de calidad y sabor.
- **Lavado.-** Necesaria para eliminar sus impurezas externas de las verduras.

- **Pelado.-** De forma manual usando como herramienta el cuchillo debidamente desinfectado. Los desechos deben ser eliminados de forma adecuada.

- **Preparación.-** Tener listo las verduras y vegetales previamente rallados y picados, batir los huevos y el azúcar durante unos minutos, luego se añade aceite, esencia de vainilla, hasta formar una masa consistente y agregar la zanahoria rallada a la mezcla o cualquier tipo de vegetal que se vaya a utilizar para elaborar el cupcake. Cocinar en el centro del horno durante aproximadamente 25 minutos o hasta que al pincharlo con un escarbadietes salga limpio.

- **Preparación del glaseado.-** Se necesita queso crema, manteca, jugo de naranja y azúcar, se debe batir todos estos ingredientes hasta que la mezcla quede sura y consistente.

- **Enfriado.-** El producto terminado debe estar totalmente frío para poder decorarlos de mejor manera.

- **Envasado.-** Recordar que se los coloca en pirulines y luego se procede a colocarlos en las cajas, se debe tener en cuenta que deben ser cajas (envases) exclusivamente para cupcakes.

- **Etiquetado.-** constituye la presentación de producto, mediante un adhesivo en donde debe constar el nombre, fecha de elaboración, vencimiento, precio, registro sanitario y la semaforización establecida por la ley.

- **Almacenamiento.-** se exige que para su almacenamiento debe ser un lugar fresco y seco (libre de humedad o de calor) para garantizar su calidad hasta su distribución.

Tabla 32. Tiempo Proceso De Producción – Cupcake De Zanahoria

Numero	Actividad	Tiempo
1	Selección de las verduras	30 min
2	Lavado de verduras	30 min
3	Pelado de las verduras	40 min
4	Preparación del cupcake	40 min
5	Preparación del glaseado	20 min
6	Enfriado del producto	20 min
7	Decoración del producto	20 min
8	Envasado del producto	15 min
8	Etiquetado del producto	30 min
10	Almacenamiento del producto	20 min
	Minutos Totales	265 min (4:41 min)

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

Para la elaboración de los cupcakes de zanahoria, se establece un tiempo de elaboración, desde la recepción de las verduras hasta su almacenamiento un total de 4 horas y 41 minutos. En este tiempo se elaboran 72 cupcakes listos para la venta.

Tabla 33. Tiempo Proceso De Producción – Cupcake De Zuquini

Numero	Actividad	Tiempo
1	Selección de las verduras	30 min
2	Lavado de verduras	30 min
3	Pelado de las verduras	40 min
4	Preparación del cupcake	40 min
5	Preparación del glaseado	20 min
6	Enfriado del producto	20 min
7	Decoración del producto	20 min
8	Envasado del producto	15 min
8	Etiquetado del producto	30 min
10	Almacenamiento del producto	20 min
	Minutos Totales	265 min (4:41 min)

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

Para la elaboración de los cupcakes de zuquini, se establece un tiempo de elaboración, desde la recepción de las verduras hasta su almacenamiento un total de 4 horas y 41 minutos. En este tiempo se elaboran 72 cupcakes listos para la venta.

Tabla 34. Tiempo Proceso De Producción – Cupcake De Brócoli

Numero	Actividad	Tiempo
1	Selección de las verduras	30 min
2	Lavado de verduras	30 min
3	Pelado de las verduras	40 min
4	Preparación del cupcake	40 min
5	Preparación del glaseado	20 min
6	Enfriado del producto	20 min
7	Decoración del producto	20 min
8	Envasado del producto	15 min
8	Etiquetado del producto	30 min
10	Almacenamiento del producto	20 min
	Minutos Totales	265 min (4:41 min)

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

Para la elaboración de los cupcakes de brócoli, se establece un tiempo de elaboración, desde la recepción de las verduras hasta su almacenamiento un total de 4 horas y 41 minutos. En este tiempo se elaboran 72 cupcakes listos para la venta.

Tabla 35. Tiempo Proceso De Producción – Cupcake De Espinaca

Numero	Actividad	Tiempo
1	Selección de las verduras	30 min
2	Lavado de verduras	30 min
3	Pelado de las verduras	40 min
4	Preparación del cupcake	40 min
5	Preparación del glaseado	20 min
6	Enfriado del producto	20 min
7	Decoración del producto	20 min
8	Envasado del producto	15 min
8	Etiquetado del producto	30 min
10	Almacenamiento del producto	20 min
	Minutos Totales	265 min (4:41 min)

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

Para la elaboración de los cupcakes de espinaca, se establece un tiempo de elaboración, desde la recepción de las verduras hasta su almacenamiento un total de 4 horas y 41 minutos. En este tiempo se elaboran 72 cupcakes listos para la venta.

4.3.3.5 Determinación De Maquinaria Y Equipos

El presente proyecto contará con las siguientes maquinarias y equipos para el proceso productivo, y que se detalla a continuación:

Tabla 36. Cuadro de activos

Descripción - Activo fijo	Cantidad	V. Unitario	V. Total	Subtotal
Maquinaria y Equipo				1.546,96
Microondas WHIRL	1	218,00	218,00	
Batidora	1	615,18	615,18	
Balanza electrónica CAMRY	1	84,78	84,78	
Horno WHIRL	1	629,00	629,00	
Herramientas de trabajo				130,57
Ónix pinza	1	2,28	2,28	
Brakew espátula	1	1,74	1,74	
Manga para decorar	2	7,27	14,54	
Boquilla para manga	2	31,21	62,42	
Ilco rallador	1	9,67	9,67	
Molde para cupcakes	3	11,64	34,92	
Pirulitos	2	2,50	5,00	
Muebles y enseres				414,42
Escritorio	1	125,00	125,00	
Sillas de escritorio	3	50,00	150,00	
Sillas de espera	2	24,00	48,00	
Kitch Soporte	2	45,71	91,42	
Equipo de oficina				142,80
Teléfono inalámbrico	1	64,80	64,80	
Calculadora	2	39,00	78,00	
Equipo de Computación				595,68
Computadora de escritorio	1	300,00	300,00	
Impresora Samsung Multifunción	1	295,68	295,68	
Vehículos				30,990,00
Kiasportage R	1	30,990,80	30,990,00	
Total Activo Fijos				33,820,43

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

Microondas con Grill – 25 Lts.



Gráfico 34. Microondas

Fuente: <http://www.vitrinasbuenano.com>

Microondas con Grill – 25 Lts. (WMG25SAS), Panel de control electrónico LED, Función para descongelar, Dorador

KitchenAid Robot Artisan 5KSM150



Gráfico 35. Kitchen Aid Robot

Fuente: <http://www.vitrinasbuenano.com>

Robot multifunción / Amasadora / Serie: KitchenAidArtisan / Características: movimiento planetario, cabeza de motor inclinable, brazo multifunción, buje para accesorios, motor de transmisión directa.

➤ **Bandeja o moldes para cupcakes**



Gráfico 36. Moldes para cupcakes
Fuente: <http://www.vitrinasbuenano.com>

Son bandejas con huecos para echar la masa de las cupcakes para hornearlos. La calidad del papel es fundamental.

➤ **Balanza electrónica industrial 300 kg**



Gráfico 37. Balanza digital
Fuente: <http://www.equindeca.com/>

Balanza (Modelo: EQB 50/100). Para calcular pesos de alimentos hasta 50 kg/100 lb. Medidas de 38.1cm x 48.2cm.

➤ **Rejilla**

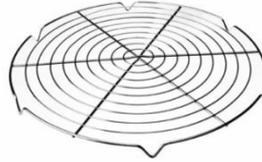


Gráfico 38. Rejilla

Fuente: <http://www.vitrinasbuenano.com>

La rejilla convencional del horno, sino una que esté elevada para que el aire circule bien alrededor de todo el cupcake.

➤ **Varillas y lengua.**



Gráfico 39. Varillas y lengua.

Fuente: <http://www.vitrinasbuenano.com>

Para hacer el buttercream hay que batir mucho. Por supuesto, la mejor forma de hacerlo es con varillas. Se puede hacer a mano o con batidor, preferiblemente la batidora de mano para evitar que se canse mucho el brazo.

Manga pastelera desechable y boquillas



Gráfico 40. Manga y boquilla
Fuente: <http://www.vitrinasbuenano.com>

Estos dos materiales son indispensables para distribuir el buttercream sobre las cupcakes. En prácticamente todos los hipermercados podemos encontrar ya mangas pasteleras de plástico, desechables, más higiénicas.

➤ Colorantes vegetal



Gráfico 41. Colorantes
Fuente: <http://www.vitrinasbuenano.com>

Es importante usar muy poca cantidad para cada pedazo de fondant puesto que tiñen mucho.

4.3.4 Infraestructura

4.3.4.1 Maquinaria

Tabla 37. Maquinaria

UNIDAD	MAQUINARIA	IMAGEN
1	Batidora industrial	
1	Horno industrial eléctrico	
1	Refrigeradora	
1	Bascula digital de cocina	

1	Mesa de trabajo	
1	Portaladas	
6	Moldes	
4	Paletas	
6	Mangas de repostería	

<p>1</p>	<p>Juego de Boquillas</p>	
<p>5</p>	<p>Pedestal</p>	
<p>1</p>	<p>Soplete de cocina</p>	
<p>4</p>	<p>Pinza</p>	

Fuente: investigación de campo
Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

4.3.4.2 Muebles

Tabla 38. Muebles

UNIDAD	MUEBLE	IMAGEN
1	Escritorio	
1	Silla giratoria	
5	Sillas	
1	Archivador	

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

4.3.4.3 Equipos de oficina

Tabla 39. Equipos de oficina

UNIDAD	EQUIPOS	IMAGEN
1	Teléfono inalámbrico	
1	Regulador de energía	
4	Esferos	
1	Perforadora	

1	Grapadora	
10	Folder	
1	calculadora	
2	Resma de papel bond	
4	Libretas para apuntes	

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

4.3.4.4 Equipos tecnológicos

Tabla 40. Equipos tecnológicos

UNIDAD	EQUIPOS	IMAGEN
1	Computador	
1	Impresora	
1	Fotocopiadora	

1	Caja registradora	
---	-------------------	--

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

Tabla 41. Gastos de elaboración

Detalle	Medida	Costo Unitario	Consumo \$	Valor Mensual \$
Planilla de agua	metros cúbicos	0,32	15	4,85
Planilla de luz	kW/h	0,09	616	50,08
Planilla de teléfono	Pensión Básica	6,20	6,80	13,00
Planilla de internet	Ancho de banda	25,00		25,00
Total				92,93

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

El análisis financiero de una empresa consiste en el análisis e interpretación, a través de técnicas y métodos especiales, de información económica y financiera de una empresa proporcionada básicamente por sus estados financieros. (ILPES, Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social, 2001)

Consiste en determinar todos los ingresos, egresos, muestra que el proyecto es factible con los recursos que se dispone como mano de obra, materia prima, entre otros, para obtener un resultado es decir si es rentable o no y porque.

Es de suma importancia resaltar que el proyecto de elaboración de cupcakes nutritivos a base de hortalizas y vegetales, está dentro de la clasificación de empresa por su actividad industrial, porque se encarga de modificar la materia prima luego

convertirla en un bien de mayor valor. De acuerdo a lo expuesto anteriormente se utiliza los factores de producción que son:

- Mano de obra directa
- Materia prima directa
- Costos indirectos de fabricación

5.1 INGRESOS OPERACIONES Y NO OPERACIONALES

5.1.1 Ingreso operacionales

“Los ingresos operacionales incluyen todos los ingresos obtenidos por la venta de un producto o servicio”. (BRAVO, 2001)

Se puede deducir en sí que los ingresos operacionales es aquél que está relacionado directamente con el objeto social de la compañía. Es decir, si la compañía presta servicios de transporte, todo lo que facture por este concepto, será ingreso operacional.

Se considera así a todas las entradas de dinero por las actividades, es calculado anualmente para su proyección. Se toma en cuenta la variable de capacidad instalada y los factores de la producción.

5.1.1.1. Mano de obra directa

La mano de obra directa es el costo de mano de obra directamente atribuible a las unidades de los productos elaborados por la organización. En otras palabras, es el costo de los jornales para los trabajadores responsables de fabricar los productos acabados a partir de materias primas. (ANÓNIMO, 2013)

La intervención de mano de obra calificada es esencial para la transformación de la materia, se toma en cuenta que percibe un salario por su esfuerzo, con todas las obligaciones contractuales como parte de la responsabilidad de la empresa.

Tabla 42. Mano de obra directa – anual

Descripción	Nº	Valor Unitario	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Vacaciones	Aporte al IEES 12,15%	Valor Mensual	Valor Anual
Repostero	1	425,96	35,49	35,49	35,49	17,74	51,75	601,92	7223,04
Auxiliar	1	366,00	30,50	30,50	30,50	15,25	44,46	517,21	6206,52
TOTAL	2	791,96	65,99	65,99	65,99	30,99	96,21	1119,1	13429,5
								3	6

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales del Ecuador.
Elaborado por: ROSERO Diana; SORIA Isabel

Se establece que para mano de obra en un año, hay que desembolsar \$ 13429,56dólares, el salario se tomó de la tabla salarial y sectorial vigente para calcular todos los demás beneficios.

5.1.2 Ingresos No Operacionales

“Los ingresos no operacionales son aquellos que no se relacionan de forma directa con las principales actividades del negocio, tales como interés sobre documentos por cobrar y la utilidad en la venta de activos fijos” (BRAVO, 2001).

Se puede considerar que los ingresos no operacionales no se relacionan de forma directa con la empresa es decir si esta presta un servicio de arriendo, o algo que se realiza esporádicamente, sería un ingreso No Operacional.

5.2 COSTOS Y GASTOS

5.2.1 Costos

Los costos se generan dentro de la empresa privada y está considerado como una unidad productora. El término costo ofrece múltiples significados y hasta la fecha no se conoce una definición que abarque todos sus aspectos. Su categoría económica se

encuentra vinculada a la teoría del valor, "Valor Costo" y a la teoría de los precios, "Precio de costo". (VAIVASUATA, 2014)

Tipos De Costos

- Costo directo
- Costo indirecto
- Costos fijos
- Costo variable
- Costo de oportunidad
- Costo de reposición
- Costo estándar
- Costo estimado

Se denomina como costos a todos los gastos económicos que representan la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión.

5.2.1.1 Costos Directos

Se considera como costos directos a todo aquello que se puede asociar directamente a la producción de un solo producto, y que por tanto sólo debe figurar en la contabilidad de costos de ese producto. (LORI6802).

Tabla 43. Materia prima

Descripción	Medida	Valor unitario	Consumo mes	Valor mensual	Total anual
Harina	libras	\$ 0.80	21.032	\$ 24.00	\$ 288.00
Bicarbonato de sodio	fundas	\$0.15	8	\$ 1.20	\$ 14.40
Polvo para hornear	fundas	\$ 0.25	10	\$ 2.50	\$ 30.00
Sal	fundas	\$ 0.50	4	\$ 2.00	\$ 24.00
Azúcar impalpable	fundas	\$ 1.75	45.132	\$ 78.75	\$ 459.00
Huevos	cubeta	\$ 3.80	20	\$ 76.00	\$ 912.00
Aceite de oliva	frasco	\$ 2.80	7	\$ 19.60	\$ 235.20
Esencia de vainilla	frasco	\$ 1.25	8	\$ 10.00	\$ 120.00
Canela en polvo	funda	\$ 1.35	8	\$ 10.80	\$ 129.60
Zanahorias		\$ 1.00	15.872	\$ 30.00	\$ 360.00
TOTAL				\$ 254.85	\$ 2.572,20

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

5.2.1.1.1 Mano de obra directa

Comprende los salarios de obreros u operarios, prestaciones sociales, aportes patronales de las personas que intervienen en la acción directa de la fabricación del producto. (PASTRANA, 2009)

Tabla 44. Mano de obra directa – anual

Descripción	Nº	Valor Unitario	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Vacaciones	Aporte al IEES 12,15%	Valor Mensual	Valor Anual
Repostero	1	425,96	35,49	35,49	35,49	17,74	51,75	601,92	7.223,04
Auxiliar	1	366,00	30,50	30,50	30,50	15,25	44,46	517,21	6.206,52
TOTAL	2	791,96	65,99	65,99	65,99	30,99	96,21	1119,13	13429,56

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales del Ecuador.
Elaborado por: ROSERO Diana; SORIA Isabel

5.2.1.2 Costos Indirectos

Son aquellos (por ejemplo, informática, mantenimiento general, seguridad, supervisión) en que incurre una organización pero que son difíciles de asignar o

identificar a parte de la actividad productiva de la organización (ventas, producción, servicio técnico). (BRAVO, 2001).

Tabla 45. Costos indirectos

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Total Mensual	Total Anual
Caja	8.640	1.50	\$ 10.80	129.60
pirulines	51.840	0.05	\$ 2.16	25.92
TOTAL			\$ 12.96	\$ 155.52

Fuente: investigación de campo
Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

5.2.1.3 Costo de producción

Son los gastos necesarios para mantener un proyecto, línea de procesamiento o un equipo en funcionamiento. En una compañía estándar, la diferencia entre el ingreso (por ventas y otras entradas) y el costo de producción indica el beneficio bruto. (BRAVO, 2001).

Tabla 46. Costos de producción

Costos de producción	
Materia prima	\$ 2.572,20
Materiales directos	\$ 155.52
Mano de obra directa	\$ 13429,56
Prestaciones sociales	\$ 131.98
total	\$ 16,289.26

Fuente: investigación de campo

Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

5.2.1.4 Costo fijo

Los costos fijos son aquellos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, los produzca o no.

Tabla 47. Costo fijo

COSTOS FIJOS	
Gasto administrativo	\$ 3,295.72

Fuente: investigación de campo
Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

5.2.2 Gastos

Un gasto es un consumo voluntario de activo a cambio de una contraprestación, en el caso de que dicho consumo fuera involuntario y sin contraprestación se incurriría en una pérdida.

Se considera que los gastos se utilizan para una finalidad infrecuente, o pueden tener carácter ordinario, si son necesarios para el desarrollo normal de la organización. (BRAVO, 2001).

5.2.2.1 Gastos administrativos

Tabla 48. Gastos administrativos

Sueldos y salarios	\$ 131.98
Prestaciones sociales	\$ 325.17
Útiles de aseo	\$ 120.80
Útiles de oficina	\$ 142.80
Servicios básicos	\$ 1.564.87
Depreciación muebles y enseres	\$ 414.42
Depreciación equipos de computación	\$ 595.68
total	\$ 3,295.72

Fuente: investigación de campo
Elaborado por: SORIA Isabel; ROSERO Diana

5.3 INVERSIONES

Inversión es un término económico, con varias acepciones relacionadas con el ahorro, la ubicación de capital, y la postergación del consumo. El término aparece en gestión empresarial, finanzas y en macroeconomía. (BRAVO, 2001).

5.4. EVALUACIÓN

5.4.1 Estado de Situación Inicial

Se elabora al iniciar las operaciones de la empresa con los valores que conforman el activo, pasivo, y el patrimonio de la misma.

Con esta información se procede a la apertura de libros.

El balance de situación inicial se puede representar de dos formas:

- 1) En forma de **Tu** horizontal.
- 2) En forma de reporte o vertical.

(BRAVO, 2001).

Tabla 49. Estado de situación Inicial

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	
ACTIVOS	
Activos corrientes	
Bancos	40.000
Activos fijos	
Herramientas de trabajo	130,57
Muebles y enseres	414,42
Maquinarias y equipos	1.546,96
Equipos de computación	595,68
Equipos de oficina	142,80
(-) Dep. acumulada	1.010,10
TOTAL ACTIVOS	41.820,33
PASIVOS	
	000,00
TOTAL PASIVOS	000,00
CAPITAL	41.820,33
TOTAL PATRIMONIO	41.820,33

Fuente: investigación de campo
Elaborado por: ROSERO Diana; SORIA Isabel

5.4.2 Estado De Resultados

El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas es un reporte financiero que en base a un periodo determinado muestra de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo de tiempo para analizar esta información y en base a esto, tomar decisiones de negocio. (CASTRO, 2015)

5.4.2.1 Componentes del estado de resultados

Los elementos de un estado financiero se agrupan de la siguiente manera: ingresos, costos y gastos. En base a estos tres rubros principales se estructura el reporte. (CASTRO, 2015)

Las principales cuentas que lo conforman son las siguientes:

- **Ventas:** Este dato es el primero que aparece en el estado de resultados, debe corresponder a los ingresos por ventas en el periodo determinado. (CASTRO, 2015)

- **Costo de ventas:** Se refiere a la cantidad que le costó a la empresa el artículo que está vendiendo. (CASTRO, 2015)

- **Utilidad o margen bruto:** Es la diferencia entre las ventas y el costo de ventas. Es un indicador de cuánto se gana en términos brutos con el producto es decir, si no existiera ningún otro gasto, la comparativa del precio de venta contra lo que cuesta producirlo o adquirirlo según sea el caso. (CASTRO, 2015)

- **Gastos de operación:** En este rubro se incluyen todos aquellos gastos que están directamente involucrados con el funcionamiento de la empresa. Algunos ejemplos son: los servicios como luz, agua, renta, salarios, entre otros. (CASTRO, 2015).

- **Utilidad sobre flujo (EBITDA):** Es un indicador financiero que mide las ganancias o utilidad que obtiene una empresa sin tomar en cuenta los gastos financieros, impuestos y otros gastos contables que no implican una salida de dinero real de la empresa como son las amortizaciones y depreciaciones. (CASTRO, 2015)

- **Depreciaciones y amortizaciones:** Son importes que de manera anual se aplican para disminuir el valor contable a los bienes tangibles que la empresa

utiliza para llevar a cabo sus operaciones (activos fijos), por ejemplo el equipo de transporte de una empresa. (CASTRO, 2015)

- **Utilidad de operación:** Se refiere a la diferencia que se obtiene al restar las depreciaciones y amortizaciones al EBITDA, indica la ganancia o pérdida de la empresa en función de sus actividades productivas. (CASTRO, 2015)

- **Gastos y productos financieros:** Son los gastos e ingresos que la compañía tiene pero que no están relacionados de manera directa con la operación de la misma, por lo general se refiere montos relacionados con bancos como el pago de intereses. (CASTRO, 2015)

- **Utilidad antes de impuestos:** Este concepto se refiere a la ganancia o pérdida de la empresa después de cubrir sus compromisos operacionales y financieros. (CASTRO, 2015)

- **Impuestos:** Contribuciones sobre las utilidades que la empresa paga al gobierno. (CASTRO, 2015)

- **Utilidad neta:** Es la ganancia o pérdida final que la empresa obtiene resultante de sus operaciones después de los gastos operativos, gastos financieros e impuestos. (CASTRO, 2015)



Tabla 50. Estado de resultados

		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	VENTAS	25,920.00	56,505.60	123,182.20	268,537.19	585,411.08
(-)	Costo de ventas	16,289.26	35,510.58	77,413.07	168,760.49	367,897.87
(=)	Utilidad bruto en ventas	9,630.74	20,995.01	45,769.12	99,776.70	217,513.20
(-)	Gastos operacionales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Gastos administrativos	3,295.72	7,184.66	15,662.57	34,144.42	74,434.84
	Gastos de ventas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Gastos financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	Utilidad operacional	6,335.02	13,810.34	30,106.54	65,632.27	143,078.36
(+)	Otros ingresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)	Otros egresos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	Utilidad A.P.E.I	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00



(-)	15% Participación laboral	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	Utilidad antes de I.R	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-)	Impuesto a la renta (P.N.O.C)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	Utilidad neta	6,335.02	13,810.34	30,106.54	65,632.27	143,078.36
(+)	Depreciaciones	1,010,10	2,202.01	4,800.39	10,464.87	22,813.41
(+)	Amortizaciones					
(=)	EXCEDENTE OPERACIONAL	7,345.12	16,012.35	34,906.93	76,097.14	165,891.77

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: SORIA, Isabel; ROSERO, Diana

5.4.3 Rentabilidad

Se denomina rentabilidad a la relación entre la Utilidad y algunas variable Ventas, Activos, etc. La que permite conocer en forma aproximada si la gestión realizada es aceptable en términos de rendimiento financiero.

En condiciones normales, la empresa debe alcanzar una utilidad mayor al promedio de rendimiento de las inversiones en el mercado financiero y de valores como ahorros, bonos, cédulas, pagares. (BRAVO, 2001)

- **Rentabilidad sobre ventas:** permite conocer la utilidad por cada dólar vendido. Este índice cuando es más alto representa una mayor rentabilidad, esto depende del tipo de negocio o actividad de la empresa. (BRAVO, 2001)

- **Rentabilidad sobre el patrimonio:** indica el beneficio logrado en función de la propiedad total de los accionistas, socios o propietarios. Si el porcentaje es mayor el rendimiento promedio del mercado financiero y de la tasa de inflación del ejercicio, la rentabilidad sobre el patrimonio obtenida se considera buena. (BRAVO, 2001)

- **Rentabilidad sobre el capital pagado:** permite conocer el rendimiento del capital efectivamente pagado. Si el capital ha tenido variaciones durante el periodo se debe calcular el Capital Promedio Pagado. (BRAVO, 2001)

- **Rentabilidad sobre el activo total:** mide el beneficio logrado en función de los recursos de la empresa, independientemente de sus fuentes de financiamiento. Si el índice es alto la rentabilidad es mejor, esto depende de la composición de los Activos, ya que no todos tienen igual rentabilidad. (BRAVO, 2001)

- **Rentabilidad sobre los activos fijos o rentabilidad económica:** mide el grado de rentabilidad obtenida entre la Utilidad Neta del ejercicio y los Activos Fijos Promedio. Es de mucha utilidad en el análisis de empresas industriales, mineras, transporte, y en general de las que tengan una gran inversión en Activos Fijos. (BRAVO, 2001)

- **Capacidad de pago o índice de cobertura de la deuda:** la capacidad de la empresa para satisfacer el pago del capital e intereses por préstamos contraídos, se mide a través de la obtención de utilidad. Este índice es utilizado en la evaluación de proyección y en las solicitudes de crédito en bancos o financieras. Cuando el índice es alto presenta mejores condiciones de cobertura de la deuda. (BRAVO, 2001)

CAPÍTULO VI

ANÁLISIS DE IMPACTOS

6.1 Impacto Ambiental

Alteración del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por acciones humanas (labores mineras) o actividad en un área determinada. Los impactos ambientales pueden ser positivos o negativos, es decir, beneficiosos o no deseados. (ZAROR, 2002)

La actuación negativa sobre el medio ambiente que ha caracterizado a los sistemas productivos, se ha ejercido desde diferentes niveles, por ejemplo:

- Sobreutilización de recursos naturales no renovables.
- Emisión de residuos no degradables al ambiente.
- Destrucción de espacios naturales
- Destrucción acelerada de especies animales y vegetales.

(ROJAS, 2010)

Nuttrys´ cakes una empresa dedicada a la elaboración de cupcakes nutritivos a base de hortalizas y vegetales por lo tanto no presenta mayor impacto ya que la materia prima utilizada para su preparación no produce daño alguno al ecosistema.

Además promoverá el uso apropiado de los desechos orgánicos recolectando y enviando tres veces por semana los días martes, jueves y sábado la entrega se realizará a personas encargadas específicamente del cuidado, alimentación de los animales o dedicadas al cultivo artesanal, los mismos que servirán de alimento para los animales además de abono para los cultivos así lograremos un cuidado óptimo del ecosistema.

6.2 Impacto Económico

Es el nivel de eficiencia económica, es decir, corresponde a la comparación de la totalidad de los costos y beneficios resultantes, independientemente de la forma en que ellos se distribuyan. El impacto económico tiene que ver mucho con el impacto social ya que afectan en el potencial como es el empleo. (MARTÍNEZ, 2010)

Con el presente proyecto de elaboración de cupcakes nutritivos a base de hortalizas y vegetales como la zanahoria, brócoli, zuquini, espinaca; ubicada inicialmente el sector de Comité del Pueblo del Distrito Metropolitano de Quito, generando plazas de trabajos, con la contratación de tres personas: dos encargadas de la elaboración del producto y una de la venta.

Debido a la gran acogida de nuestro producto por parte de los niños, niñas, padres de familia y adultos mayores generará gran rentabilidad a sus creadoras considerando esto como un impacto positivo.

6.3 Impacto Productivo

Debe cubrir esta necesidad o idea de la mejor manera, obteniendo resultados medibles y que tengan un impacto positivo. Los objetivos de los proyectos productivos son el de buscar rentabilidad económica y obtener ganancias. (SERCA, 2013)

Es un proyecto de transformación de materia prima en producto terminado, mediante la utilización de mano de obra y maquinaria adecuada. Generando fuentes de trabajo directamente e indirectamente además aporta al desarrollo de la Matriz Productiva de nuestro país considerando así un impacto positivo.

6.4 Impacto Social

El impacto se refiere a los efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general, mediante el análisis, monitoreo y administración de consecuencias sociales intencionadas o no, positivas y negativas de intervenciones planificadas.

¿Quiénes son los beneficiarios de este proyecto?

¿De qué manera se benefician con el proyecto?

¿Qué otros impactos sociales genera este proyecto? (CABIEDES, 2014)

Como impacto positivo, son los beneficios que ofrece nuestro producto tales como vitaminas, minerales, agua, fibra, antioxidantes, yodo, hierro, nos encontramos ante la presencia de alimentos saludables que garantizan el desarrollo óptimo en actividades físicas como deportes.

Además este proyecto ayuda a disminuir la tasa de desempleo, ya que genera más oportunidades y factibilidad de ingresos a las personas que laboren en nuestra empresa.

Los efectos negativos o positivos dependerán de las buenas prácticas que tanto la empresa “Nuttrys´cake” como la de sus colaboradores, proveedores estemos dispuestos para crear un producto de calidad con el menor grado afectación ambiental, económico, productivo, social, para nuestros consumidores.

CAPITULO VII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 Conclusiones

- Luego de haber culminado el proyecto se ha logrado observar con claridad que la empresa Nuttry`cakes llegara a tener un alto nivel de aceptación por parte de los clientes, esto se debe al simple hecho de que nuestros productos son nutritivos es decir están elaborados a base hortalizas, vegetales como zanahoria, zuquini, espinaca y brócoli esto llamo la atención de los clientes ya que al ser elaborados con esos ingredientes serán ricos en vitaminas, minerales, agua, fibra, antioxidantes, yodo, hierro, nos encontramos ante la presencia de alimentos saludables que ayudan al pequeño en el crecimiento desarrollo de su organismo.

- Tomando en cuenta que en la primera infancia los niños y niñas requieren gran cantidad de nutrientes específicos que son cruciales en el desarrollo futuro, ya que la falta de hierro, vitaminas o nutrientes afectan el comportamiento, retrasos en el desarrollo psicomotor, reducción de la cognición y rendimiento escolar, se crea un producto saludable que aporte de la mejor manera a su organismo y lograr un desarrollo óptimo no solo en los niños sino también en los adultos, jóvenes, adultos mayores entre otros.

- Nuestro local contará con una infraestructura adecuada, amplia, con equipos actuales y bajo los requerimientos establecidos; los cuales favorecerán un óptimo proceso de los cupcakes y a la vez garantizará que el producto llegue al cliente según su requerimiento logrando así satisfacer en su totalidad las necesidades de los clientes.

- Nuttry`cakes contara con una amplia gama de equipos, maquinarias de calidad que servirán para que nuestro producto alcance la meta propuesta, además de la mano de obra, y todo lo que necesitamos para que nuestro negocio funcione de la mejor manera y solo así se logrará una satisfacción mutua es decir para la empresa y para los clientes.

- Se determina todos los ingresos y egresos, muestra si el proyecto es factible con los recursos que se dispone como mano de obra, materia prima, entre otros, para obtener un resultado es decir si es rentable o no, es importante resaltar que el proyecto de elaboración de cupcakes nutritivos está dentro de la clasificación de empresa por su actividad industrial, porque se encarga de modificar la materia prima y convertirla en un bien de mayor valor.

7.2 Recomendaciones

- Los siguientes proyectos de incubadora cuenten, con un plan de emprendimiento y consolidar de mejor manera las características de impulsar los productos a todo el Ecuador, como además abarcar mercados internacionales para así obtener mejor el futuro de los comerciantes que se inician con esta propuesta.
- La implementación de los proyectos de incubadora debería tener un mejor seguimiento o control por parte de las autoridades para de esta manera convertirlos en una realidad a futuro, para la generación de empleo, ingresos para la economía familiar y del país.

- Brindar mayor información o ampliar los conocimientos de los futuros emprendedores, para lograr un mejor desenvolvimiento en este tipo de proyecto, sobre todo responder a todas las incógnitas que se presentan en el desarrollo del mismo, de esta manera formando personas listas para enfrentarse al campo laboral y sobre todo contando con bases sólidas que permitan desenvolverse en este mundo tan globalizado y complejo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Banco Central del Ecuador. (2015). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado <http://contenido.bce.fin.ec>.

Banco Central del Ecuador. (2015). *Cifras económicas del Ecuador*. Banco Central del Ecuador.

Ministerio de Comercio Exterior. (2015). *Salvaguardia por Balanza de Pagos*. Recuperado de <http://www.comercioexterior.gob.ec/boletin-de-prensa-salvaguardia-por-balanza-de-pagos/>.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2012). Encuesta Nacional de empleo, desempleo y subempleo - Indicadores Laborales. Ecuador.

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2015). Recuperado de http://www.ecuadorencifras.com:8080/osticket_sp/view.php?e=mike.snoopymb@gmail.com&t=23681.

Cuevas, Francisco Jose;. (2004). *Control de Costos y Gastos en Los Restaurantes* (Primera edición ed.). Mexico: Editorial Limusa S.A.

C.P.A Jorge Flores Cisneros. (2003). *Contabilidad de Costos*. Ecuador: Editores JF.

AulaFacil.com (17 abril 2016). *El Tamaño del proyecto*. Recuperado de <http://www.aulafacil.com/cursos/119691/empresa/organizacion/gestion-de-proyectos/el-tamano-del-proyecto>.

- Bacalla, Carlos (2010). *Formulación y evaluación de proyectos*. Recuperado de <file:///C:/Users/Isabel%20Soria/Downloads/Semana04.2%20tamano.pdf>.
- Enciclopedia temática KNOOW. (2015). *Capacidad instalada*. Recuperado de <http://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/capacidad-instalada/>.
- De Dios, Juan (2012). *Macro y Micro localización*. Recuperado de <http://macroymicrolocalizacin.blogspot.com/>.
- Sánchez, Asparin; Yván, Santiago (2008) *Área de estudio: ingeniería del producto*. Recuperado de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/ingenie/sanchez_ay/cap3.pdf.
- Economía.WS (2007) Bienes y servicios. Recuperado de <http://www.economia.ws/bienes-y-servicios.php>.
- Ingeniería industrial online (2012). *¿Qué es ingeniería industrial?*. Recuperado de <http://www.ingenieriaindustrialonline.com/>.
- Ingeniería industrial online (2012). *Diseño y distribución de la planta*. Recuperado de <http://www.ingenieriaindustrialonline.com/herramientas-para-el-ingeniero-industrial/dise%C3%B1o-y-distribuci%C3%B3n-en-planta/>.
- Supply Chain (2014). *Procesos de producción*. Recuperado de <http://retos-operaciones-logistica.eae.es/2014/07/proceso-de-produccion-en-que-consiste-y-como-se-desarrolla.htm>.

Castro, Julio (2016). *¿Qué es el estado de resultados y cuáles son sus objetivos?*

Recuperado de <http://blog.corponet.com.mx/que-es-el-estado-de-resultados-y-cuales-son-sus-objetivos>.

Corporativo SERCA (2013). *¿Qué es un proyecto productivo?* Recuperado de

<http://corporativoserca.com/blog/que-es-un-proyecto-productivo/>.

Tupak, Ernesto (2009). *Breves anotaciones conceptuales sobre El Ambiente, su*

tipología, y métodos de estudio. Recuperado de

<http://www.monografias.com/trabajos-pdf2/conceptos-ambiente-tipologia/conceptos-ambiente-tipologia.pdf>.

Rojas, Cristian (2010). *Impacto Ambiental.* Recuperado de

<http://www.monografias.com/trabajos13/impac/impac.shtml>.

Caviedes, Yesmi (9 de Mayo de 2014). *Impacto Ambiental, Social Y Económico Del*

Proyecto. Recuperado de <https://prezi.com/rm0xq6qirtag/impacto-ambiental-social-y-economico-del-proyecto/>.

Aguirre, Federico; Flores, Manuel; Ortega, Humberto; Pavon Dimas (2010). *Impacto*

Ambiental, Económico, Ético, Social y Tecnológico.

Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/27000570/impactos#scribd>.

ANEXOS

Uniforme de los reposteros



Uniforme de la cajera

Martes



Miércoles



Jueves



Viernes



Sábado

Domingo



Modelos de cajas





Muestra de cupcakes





Publicidad

Disfruta de deliciosos cupcakes de hortalizas y vegetales

Los cupcakes a base de hortalizas y vegetales favorecen tu salud, ayudan a obtener un excelente desarrollo tanto físico como mental: ya que están elaborados a base de:

- Zanahoria
- Brócoli
- Zuquini
- Espinaca

Disfruta de todos sus beneficios de una manera deliciosa.





Dirección

Comité del pueblo: César Endara N66-62 y Joaquín de Velasco.

NUTTRYS™ CAKE

"LA VIDA ES MÁS DELICIOSA SI TE ALIMENTAS SANAMENTE"

Cupcakes nutritivos



tel: 237 1859 / 0984982191



NUTTRYS™ CAKE

Deliciosos cupcakes HORTALIZAS Y VEGETALES

TELÉFONO: 2371859 / 0984982191

DIR: COMITÉ DEL PUEBLO: CÉSAR ENDARA N66-62 Y JOAQUÍN DE VELAZCO.

CORREO ELECTRÓNICO: NUTTRYSKAKE16@HOTMAIL.COM



NITTRYS™ CAKE

Teléfono: 2371859 / 0984982191

Dir: Comité del pueblo: César Endara N66-62 y Joaquín de Velasco.

Correo electrónico: nuttryscake16@hotmail.com

