



TECNOLOGICO SUPERIOR
"CORDILLERA"

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

APOYAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ARTESANAL, MEDIANTE UN
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DEDICADA A LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
CENTROS DE MESA DE DULCES, UBICADA AL NORTE DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2016.

Proyecto de Investigación previo a la obtención del Título de Tecnólogo en
Administración Bancaria y Financiera

Autora: Almaché Aguirre Magali Estefanía.

Tutor: Ing. Galo Cisneros.

Quito, 2016

DECLARATORIA

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

Magali Estefania Almache Aguirre

CI. 1724080096

CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Magali Estefania Almache Aguirre portador de la cédula de ciudadanía signada con el No 1724080096 de conformidad con lo establecido en el artículo 46 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dice: *“La cesión exclusiva de los derechos de autor confiere al cesionario el derecho de explotación exclusiva de la obra, oponible frente a terceros y frente al propio autor. También confiere al cesionario el derecho a otorgar cesiones o licencias a terceros, y a celebrar cualquier otro acto o contrato para la explotación de la obra, sin perjuicio de los derechos morales correspondientes. En la cesión no exclusiva, el cesionario está autorizado a explotar la obra en la forma establecida en el contrato”*; en concordancia con lo establecido en los artículos 4, 5 y 6 del cuerpo de leyes ya citado, manifiesto mi voluntad de realizar la cesión exclusiva de los derechos de autor al Instituto Superior Tecnológico Cordillera, en mi calidad de Autor del Trabajo de Titulación que he desarrollado para la obtención de mi título profesional denominado: “Tecnólogo en Administración Bancaria y Financiera” facultando al Instituto para ejercer los derechos cedidos en esta certificación y referidos en el artículo transcrito.

FIRMA	_____
NOMBRE	Magali Almache
CEDULA	1724080096

Quito, a los 11 Noviembre 2016

AGRADECIMIENTO

En primer lugar agradezco a Dios por permitirme estar en estos momentos, y alcanzar una meta más de llegar a ser una profesional.

A todos mis maestros que en este tiempo han logrado saber transmitirme sus conocimientos para la formación tanto de una profesional como de un ser humano lleno de valores.

Un agradecimiento en especial al Ing. Galo Cisneros por todo el tiempo brindado, aportando con sus conocimientos, por su comprensión, tiempo y siendo una guía para culminar este proyecto con éxito.

A mis padres, familiares y amigos por siempre apoyarme y confiar en mí para poder culminar con éxito esta etapa.

DEDICATORIA

A mis padres por todo el esfuerzo, sacrificio y apoyo que me han brindado en todo este tiempo, velando siempre por darme lo mejor y llegar a cumplir una meta más en mi vida.

A mis hermanos por siempre estar presentes y dedicarme el tiempo necesario para guiarme y poder cumplir con mi objetivo.

A las personas que estuvieron con su apoyo incondicional desde el inicio de mis estudios, apoyándome a no darme por vencida y a seguir adelante para culminar con mi carrera.

INDICE GENERAL

DECLARATORIA.....	i
CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA.....	iv
INDICE GENERAL	v
INDICE DE TABLAS.....	ix
INDICE DE FIGURAS.....	xii
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
ABSTRACT.....	xv
CAPITULO I.....	1
1. Introducción	1
1.01 Justificación.....	2
1.02 ANTECEDENTES	5
CAPITULO II	7
2.01 Ambiente Externo	7
2.01.01 Factor Económico	7
2.01.01.01. PIB.....	8
2.01.01.02. Inflación	9
2.01.01.03. Tasa de Desempleo	11
2.01.01.04. Tasas de interés	13
2.01.01.05. Balanza Comercial	14
2.01.02. Factor Social	16
2.01.03. Factor Legal.....	16
2.01.04. Factor Tecnológico	21
2.01 Entorno Local.....	22
2.02.01. Clientes.....	22
2.02.02. Proveedores	23
2.02.03. Competidores.....	23
2.03 Análisis Interno	24
2.03.01 Propuesta Estratégica	24

2.03.01.01 Misión.....	24
2.03.01.02 Visión.....	25
2.03.01.03 Objetivo.....	25
2.03.01.03.01 Objetivos General	26
2.03.01.03.02 Objetivos Específicos	26
2.03.01.04 Principio y/o valores.....	26
2.03.02. Gestión Administrativa.....	27
2.03.02.01 Organigrama de la Microempresa	28
2.03.03 Gestión Operativa	30
2.03.04 Gestión Comercial.....	30
CAPITULO III.....	35
3.01 Análisis del Consumidor.....	35
3.01.01 Determinación de la población y muestra.....	35
3.01.01.01 Población.....	35
3.01.01.02 Muestra	36
3.01.01.03. Muestra	37
3.01.02 Técnicas de obtención de información	39
3.01.02.01 Encuesta	39
3.01.02.02 Formato de la Encuesta	40
3.01.03 Análisis de Información.....	43
3.02 Demanda	55
3.02.01 Demanda Histórica	55
3.02.03 Demanda Actual	55
3.02.03 Demanda Proyectada	56
3.03 Oferta	57
3.03.01 Oferta Histórica	57
3.02.02 Oferta Actual	57
3.02.03 Oferta Proyectada	58
3.04 Balance Oferta – Demanda	59
CAPITULO IV	60
4. Estudio técnico del proyecto	60
4.01 Tamaño del proyecto	61

4.01.01 Mobiliario y equipo requerido	62
4.01.02 Mano de Obra	63
4.01.02.01 Cuadro de personal.....	64
4.02 Variables de viabilidad.....	64
4.03 Variables de optimización.....	66
4.03.01 Distribución de planta.....	66
4.03.02 Matriz S.L.P (Layout).....	67
4.04 Capacidad máxima de producción del proyecto.....	68
4.05 Localización del proyecto.....	69
4.05.01 Factores generales de la localización.....	70
4.05.02 Macrolocalización.....	71
4.05.03 Micro localización	72
4.06 Ingeniería del proyecto.....	73
4.06.01 Descripción de las instalaciones del proyecto.....	74
4.06.02 Plano del negocio.....	77
4.07 Flujogramas del proceso de producción.....	77
4.07.01 Simbología	78
4.07.02 Flujogramas del proceso de fabricación de centros de mesa de dulces y frutas.....	79
4.07.03 Descripción de las actividades.....	81
4.08 Determinación de mobiliario y equipo.....	83
4.08.01 Cuantificación de variables:.....	85
CAPÍTULO V.....	86
5. Estudio Financiero	86
5.01. Ingresos Operacionales y no Operacionales	86
5.01.01. Ingresos Operacionales.....	86
5.01.02 Ingresos no Operacionales.....	93
5.02. Costos	93
5.02.01. Costos Directos.....	93
5.02.02 Costos Indirectos.....	96
5.02.03. Gastos Administrativos.....	99
5.02.04. Gatos de Venta	100
5.02.05. Gastos Financieros	100

5.03. Inversión del Proyecto	101
5.03.01. Inversión Fija	101
5.03.01.01. Activos Fijos	101
5.03.01.02. Activos Nominales (Diferidos).....	103
5.03.02. Capital de Trabajo	103
5.03.04. Amortización de los Financiamientos (tabla de amortización).....	103
5.03.05. Depreciaciones (tabla de depreciación).....	105
5.03.06. Proyección de Costos y Gastos	105
5.03.07. Estado de Situación Inicial.....	107
5.03.08. Estado de Resultado Proyectado (5años).....	108
5.03.09. Flujo de Caja	108
5.04. Evaluación.	109
5.04.01. Tasa de descuento	110
5.04.02. VAN.....	111
5.04.03. TIR.	112
5.04.04. PRI (Periodo de recuperación de la inversión).....	112
5.04.05. RBC (Relación Costo Beneficio).....	114
5.04.06. Punto de Equilibrio.....	115
5.04.07. Análisis de índices financieros.	118
CAPITULO VI.....	120
6.01 Impacto Ambiental	120
6.02 Impacto Económico	120
6.03 Impacto Productivo	121
6.04 Impacto Social	122
CAPITULO VII	123
7.01 Conclusiones	123
7.02 Recomendaciones	123
Bibliografía	125
ANEXOS.....	127

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Inflación Anual	10
Tabla 2 Tasa de Desempleo mensual del Ecuador.....	11
Tabla 3 Balanza Comercial	15
Tabla 4 Potenciales Cliente	22
Tabla 5 Potenciales Proveedores.....	23
Tabla 6 Funciones de los Cargos	29
Tabla 7 Matriz FODA: Oportunidades y Amenazas.....	32
Tabla 8 Matriz FODA: Fortalezas y Debilidades	33
Tabla 9 Población en Pichincha	36
Tabla 10 Género.....	43
Tabla 11 Rangos de edad	44
Tabla 12 Pregunta 1	45
Tabla 13 Pregunta 2	46
Tabla 14 Pregunta 3	47
Tabla 15 Pregunta 4	48
Tabla 16 Pregunta 5	49
Tabla 17 Pregunta 6	50
Tabla 18 Pregunta 7	51
Tabla 19 Pregunta 8	52
Tabla 20 Pregunta 8	53
Tabla 21 Pregunta 10	54
Tabla 22 Calculo de la demanda actual.....	55
Tabla 23 Demanda Proyectada.....	56
Tabla 24 Oferta Actual.....	58
Tabla 25 Oferta Proyectada.....	58
Tabla 26 Balance Actual	59
Tabla 27 Calculo de la Demanda Insatisfecha	59
Tabla 28 Mobiliario y Equipo	62
Tabla 29 Cuadro personal	64

Tabla 30 Disponibilidad de Recurso	64
Tabla 31 Matriz SLP	67
Tabla 32 Producción de centros de mesa de frutas.	68
Tabla 33 Producción de centros de mesa de dulces	69
Tabla 34 Factores de localización	70
Tabla 35 Factores de Localización.....	71
Tabla 36 Simbología de los Flujogramas.....	78
Tabla 37 Producción de centros de mesa de frutas.	81
Tabla 38 Producción de centros de mesa de dulces	82
Tabla 39 Mobiliario y Equipo	83
Tabla 40 Maquinaria y Equipo.....	84
Tabla 41 Adquisición Mobiliario y Equipo	85
Tabla 42 Capacidad de producción	87
Tabla 43 Tiempo de Proceso en Centros de mesa de Frutas.....	88
Tabla 44 Tiempo de Proceso en Centros de mesa de Dulces.....	89
Tabla 45 Costo de producción de un centro de frutas pequeño	89
Tabla 46 Costo de producción de un centro de frutas mediano	90
Tabla 47 Costo de producción de un centro de frutas grande	90
Tabla 48 Costo de producción de un centro de dulces pequeño	91
Tabla 49 Costo de producción de un centro de dulces mediano	91
Tabla 50 Costo de producción de un centro de dulces grande.....	92
Tabla 51 Proyección de los Ingresos.....	92
Tabla 52 Materia Prima para Centro de Mesa de Frutas Pequeño	94
Tabla 53 Materia Prima para Centro de Mesa de Frutas Mediano	94
Tabla 54 Materia Prima para Centro de Mesa de Frutas Grande.....	94
Tabla 55 Materia Prima para Centro de Mesa de Dulces Pequeña.	95
Tabla 56 Materia Prima para Centro de Mesa de Dulces Mediano	95
Tabla 57 Materia Prima para Centro de Mesa de Dulces Grande.....	95
Tabla 58 Distribución optima de Producción	95
Tabla 59 Mano de Obra Directa.....	96

Tabla 60 Costos Indirectos de Fabricación Centro de Frutas Pequeño.....	97
Tabla 61 Costos Indirectos de Fabricación Centro de Frutas Mediano	97
Tabla 62 Costos Indirectos de Fabricación Centro de Frutas Grande.....	97
Tabla 63 Costos Indirectos de Fabricación Centro de Dulce pequeño	98
Tabla 64 Costos Indirectos de Fabricación Centro de Dulce Mediano, Grande	98
Tabla 65 Gasto Administrativo	99
Tabla 66 Otros gastos Administrativos	99
Tabla 67 Otros Costos de Venta	100
Tabla 68 Costos Financieros	101
Tabla 69 Muebles y enseres	101
Tabla 70 Equipos de Oficina.....	102
Tabla 71 Equipos de Computación	102
Tabla 72 Maquinaria	102
Tabla 73 Total Activos Fijos.....	102
Tabla 74 Capital de Trabajo.....	103
Tabla 75 Tasa de interés.....	104
Tabla 76 Depreciación de Activos.	105
Tabla 77 Proyección de Gastos Administrativos	106
Tabla 78 Proyección de Gastos de Venta.....	106
Tabla 79 Estado de Situación Inicial.....	107
Tabla 80 Estado de Resultado Proyectado	108
Tabla 81 Flujo de Caja Proyectado	109
Tabla 82 Tabla 82.....	110
Tabla 83 Valor Actual Neto	111
Tabla 84 Tasa Interna de Retorno	112
Tabla 85 Periodo de recuperación de la inversión	113
Tabla 86 Relación Costo Beneficio	114
Tabla 87 Punto de Equilibrio	115

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Producto Interno Bruto	9
Figura 2 Tasa de Inflación Anual.....	10
Figura 3 Tasa de desempleo anual	12
Figura 4 Tasa de interés activa anual	14
Figura 5 Organigrama de la microempresa	28
Figura 6 Logo.....	31
Figura 7 Población de Pichincha.....	36
Figura 8 Género.....	43
Figura 9 Rangos de Edad	44
Figura 10 Pregunta 1	45
Figura 11 Pregunta 2	46
Figura 12 Pregunta 3	47
Figura 13 Pregunta 4	48
Figura 14 Pregunta 5	49
Figura 15 Pregunta 7	51
Figura 16 Pregunta 8	52
Figura 17 Pregunta 8	53
Figura 18 Pregunta 10	54
Figura 19 Factores de localización.....	70
Figura 20 Macrolocalización.....	72
Figura 21 Microlocalización	73
Figura 22 Plano del negocio.....	77
Figura 23 Flujograma.....	79
Figura 24 Flujograma.....	80
Figura 25 Punto de Equilibrio	117

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto esta enfoca en el sector artesanal, mediante el cual se implementara una microempresa dedicada a la producción y comercialización de centros de mesa de dulces y frutas que se encontrara en la Parroquia de San Antonio de Pichincha.

Al inicio se realizó una investigación sobre los factores económicos, sociales, tecnológicos y legales los cuales son un aporte esencial para la microempresa, tanto para su implementación y desarrollo dentro de la misma, los cuales han presentado resultado positivos para la ejecución de la microempresa.

Se ejecutó un estudio de mercado en el cual se realizó encuestas las cuales fueron aplicadas a 376 personas, para determinar la aceptación del producto su precio, tamaño de preferencia, y gustos de los clientes para saber cuáles son las necesidades del cliente al momento de adquirir un centro de mesa de frutas y dulces.

Se creó el nombre y slogan de la empresa "Candy & Fruit", "endulza tus mejores momentos", se constató que el lugar más idóneo para la implementación de la microempresa es en la Parroquia de San Antonio de Pichincha donde existe gran afluencia de personas.

Para el proyecto se determinó que la microempresa contara con un gerente, un operario el cual se encargara de la producción y un vendedor quien se encargara de los pedidos y ventas.

Se realizó un análisis financiero en el cual se analizó los Costos, Gastos, Inversiones, flujos de caja y los indicadores financieros los cuales al culminarlos dio un resultado positivo en la cual la microempresa obtiene una rentabilidad, por otro lado también es una fuente de generación de empleo y más aún que aporta en la economía del país y su desarrollo.

Todo lo antes propuesto será lo especificara y analizara en el desarrollo de la propuesta de inversión.

ABSTRACT

The present project focuses on the artisan sector, which will implement a micro-enterprise dedicated to the production and marketing of candy and fruit table centers to be found in the Parish of San Antonio de Pichincha.

At the beginning, research was carried out on the economic, social, technological and legal factors which are an essential asset for the microenterprise, both for its implementation and development within it, which have presented positive results for the execution of the microenterprise.

A market study was carried out in which surveys were carried out, which were applied to 376 people, to determine the acceptance of the product its price, size of preference, and customer tastes to know what the customer's needs are at the time of purchase A centerpiece of fruit and candy.

It was created the name and slogan of the company "Candy & Fruit", "sweeten your best moments", it was found that the most suitable place for the implementation of microenterprise is in the Parish of San Antonio de Pichincha where there is a large influx of people.

For the project it was determined that the micro-enterprise will have a manager, an operator who will be in charge of the production and a salesman who will handle the orders and sales.

A financial analysis was carried out analyzing the Costs, Expenses, Investments, cash flows and the financial indicators which at the end gave a positive result in which the microenterprise obtains a profitability, on the other hand it is also a source of generation Of employment and even more that it contributes in the economy of the country and its development.

All the above will be specified and analyzed in the development of the investment proposal.

CAPITULO I

1. Introducción

En el presente proyecto se traza como una propuesta para el sector artesanal, en vista que se va a producir y comercializar centros de mesa de dulces y frutas como un producto novedoso para la decoración, así como también como obsequios en las diferentes fechas especiales.

La realización que se llevará a cabo del proyecto radica en poder determinar la factibilidad para la creación de una microempresa dedicada a la producción y comercialización de centros de mesa de dulces y frutas que estará ubicada al Norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Al comenzar el estudio del proyecto se hablará de los antecedentes, orígenes y utilidades del producto, también se tomará en cuenta la realización de un análisis situacional para así poder determinar la situación de la microempresa frente al entorno donde se va a desenvolver.

Se tomará en cuenta la realización de un estudio técnico en la cual se va a fijar “La determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal”. (Baca, 2010).

Se realizará un estudio de mercado con el cual se podrá determinar cuáles son las necesidades del mercado donde se comercializará el producto, con el cual también se podrá fijar la demanda y oferta del producto, los precios, los compradores y la continuidad de compra del producto.

Se realizará un análisis financiero con los cuales se obtendrá los índices financieros como son VAN, TIR, TMAR y la relación entre costo/ beneficio.

1.01 Justificación

El presente proyecto se realizará tomando en cuenta al sector artesanal y las condiciones económicas, ya que existe un gran desconocimiento o no se toma mucho en cuenta la situación que atraviesa el país lo cual también provoca la disminución de empleo.

Con el proyecto se contribuirá con fuentes de trabajo, crecimiento y desarrollo de esta zona, apoyando así también al control, planeación y ejecución de una buena toma de decisiones para obtener mejoras en los procedimientos para el beneficio del proyecto, al igual poder distribuir y comercializar el producto a nivel nacional.

Este trabajo se ha realizado para poder satisfacer necesidades ya que a un gran porcentaje de las personas les agrada que en algún día especial les regalen un arreglo pero ya no solo los usuales que tienen flores, si no regalar un centro de mesa elaborados con dulces y frutas o más aun adquirirlos para eventos de distintos tipos, siendo así algo nuevo y diferente al resto del mercado.

Al fijarse en todos estos aspectos tanto económico como ambiental se busca buenas alternativas donde cada una de los habitantes pueda adquirir los centros de mesa elaborados de dulces y frutas a precios accesibles y de buena calidad y logrando la satisfacción del cliente.

De esta manera el proyecto ayudara al sector artesanal lo cual la UNESCO lo expresa como: “Los productos artesanales son los elaborados ya sea totalmente a mano o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado”.

La UNESCO ha sido la única organización internacional que se ha fijado al sector artesanal ,apoyando así al desarrollo en todos los aspectos dentro del sector, logrando así también la cooperación y el interés de otras organizaciones regionales, y lo que pretenden con esto es que se tome más en cuenta al sector artesanal para el desarrollo del país.

Según (Instituto de promoción de exportaciones e inversiones, 2013) “En el Ecuador las artesanías pueden ser apreciadas en todas las regiones del país, ya que se cuenta con materia prima única que identifica a cada región”. (pág. 3).

Con la creación de una microempresa según (Alvarez & Duran, 2009) concluyo que:

Micro, Pequeña y Mediana Empresa (MIPYME) en América Latina juega un papel muy importante en la cohesión social, ya que contribuye significativamente a la generación de empleo, de ingresos, erradicación de pobreza y dinamiza la actividad productiva de las economías locales, así mismo se estima que la MIPYME representa más del 90% de la estructura empresarial y se estima de la contribución del Producto Interno Bruto contribuye con el 20% y en algunos casos llega a contribuir a un 50%.(pág.5).

Por lo cual con la creación de la microempresa apoyara en cierta magnitud a la economía del país, al desarrollo de empleo y así erradicando la pobreza o falta de empleo existente en estos tiempos.

1.02 ANTECEDENTES

Todo comienza con los antiguos Egipcios las primeros arreglos de centros de mesa que fueron los florales, donde indican que los antiguos egipcios colocaban las flores en floreros y estos eran un componente importante para la cultura utilizados para procesiones o como adornos de mesa, también eran cuidadosamente seleccionados de acuerdo con su significado simbólico.

Luego en la época de los griegos y los romanos realizaban lo que era las coronas y guirnaldas y les atraían variedad de flores los cuales eran seleccionados de acuerdo a su color y forma, más tarde en el imperio Bizantino las formas eran colocados en general en forma cónica situadas en cálices que también estaban decorados con frutas y cintas.

En el renacimiento los arreglos eran ya eran muy comunes y se utilizaban gran variedad de materiales, en esta época se introdujo un nuevo elemento en los arreglos que fueron las frutas, estos arreglos también se centraron a dar contraste de color. (Pardos, Catedraupm Innovacion y Competencia, 2013)

En la Actualidad las flores siguen siendo un regalo muy novedoso y lindo, estas no dejan de ser un gran detalle para cualquier persona, pero todo siempre va ir cambiando y va a existir nuevas arreglos que siguen siendo un gran detalle para cualquier ocasión en el cual el proyecto ofrece centros de mesa elaborados de dulces y frutas que tal vez

cambia la expectativa de siempre de utilizar arreglos florales en un evento o día especial hacer algo diferente que cambie la expectativa de varias personas.

Y por esta razón aunque todo va cambiando en todo lo que tiene que ver con los arreglos florales se ha visto su gran desarrollo de este dentro del mercado, pero aun así también puede ser muy interesante en estos tiempos los cuales van a avanzando tan rápidamente dar a conocer centros de mesa de dulces y frutas, pueden ser utilizados para distintos eventos, fiestas, u obsequios los cuales darán un aspecto diferente a lo que ya se utiliza o se regala cotidianamente.

CAPITULO II

2.01 Ambiente Externo

(Robbins & Coulter, 2005) Concluyo que:

El término ambiente externo se refiere a las fuerzas e instituciones fuera de la organización que pueden influir en su desempeño. El ambiente externo está formado por dos componentes el entorno específico y el general.

El entorno específico abarca las fuerzas externas que tiene efecto inmediato en las decisiones y actos de los gerentes y el entorno general comprende las condiciones económicas, políticas, legales, socioculturales, demográficas entre otras. (pág. 64).

2.01.01 Factor Económico

Son los que afectan a las relaciones de producción, distribución y consumo de una empresa, es decir, a la forma que la sociedad decide usar los recursos.

De entre todos los que afecta a la empresa está la política fiscal que es la actuación del Estado sobre la economía mediante decisiones referentes al gasto público y a los impuestos, también se toma en cuenta la inflación, el PIB, las tasa de interés, la balanza comercial y el desempleo y todo lo que puede afectar en lo económico del país (Ecobachillerato, 2013)

2.01.01.01. PIB

Según (Navarro, 2008) concluyo que:

El producto Interno Bruto es el cálculo de toda la actividad económica de un país bajo ciertas condiciones. La primera es que es interior, por lo que solo se calcula la actividad económica realizada dentro del país, la segunda condición es que es bruto, por lo que no se descuentan los consumos de capital.

Normalmente se utiliza la siguiente fórmula para calcular el PIB:

$$\text{PIB} = C + I + G + X - M$$

Dónde

- C: es el Consumo
- I: la inversión,
- G: el gasto público,
- X: las exportaciones
- M: las importaciones.

Normalmente el PIB que interesa es el PIB per cápita que se calcula al dividir el PIN entre el número de habitantes.

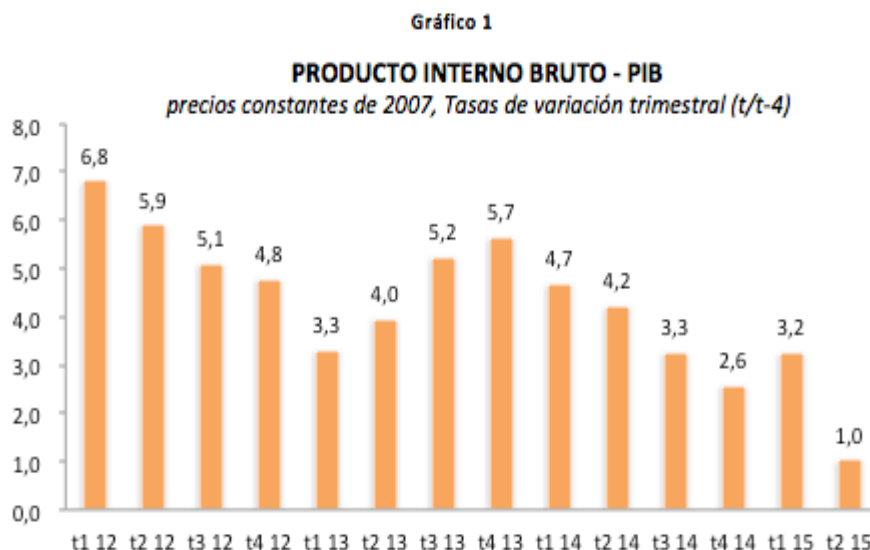


Figura 1 Producto Interno Bruto
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Magali Estefania Almache Aguirre

2.01.01.02. Inflación

Es un indicador mensual, nacional, regional que mide los cambios en el nivel general de los precios de bienes y servicios que representan al consumo final de los hogares residentes en el área urbana del país, sin exclusión de ningún estrato de ingreso: alto, medio o bajo. (INEC, 2016)

Tabla 1 Inflación Anual

Año	%
Agosto-31-2016	1.42 %
Julio-31-2016	1.58 %
Junio-30-2016	1.59 %
Mayo-31-2016	1.63 %
Abril-30-2016	1.78 %
Marzo-31-2016	2.32 %
Febrero-29-2016	2.60 %
Enero-31-2016	3.09 %
Diciembre-31-2015	3.38 %
Noviembre-30-2015	3.40 %
Octubre-31-2015	3.48 %
Septiembre-30-2015	3.78 %
Agosto-31-2015	4.14 %
Julio-31-2015	4.36 %
Junio-30-2015	4.87 %
Mayo-31-2015	4.55 %
Abril-30-2015	4.32 %
Marzo-31-2015	3.76 %
Febrero-28-2015	4.05 %
Enero-31-2015	3.53 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Magali Almache

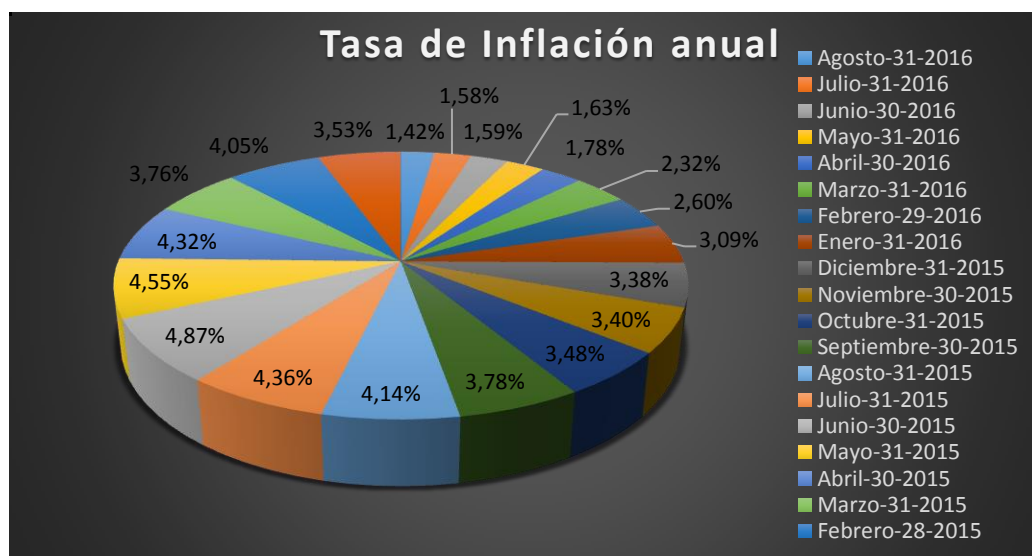


Figura 2 Tasa de Inflación Anual

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache

Con la tabla 1 de la inflación mensual se ha fijado que mientras ha transcurrido el tiempo el interés en nuestro país ha tenido variaciones en algunos meses muy altos y en otros ha bajado pero en los últimos meses del año 2016 ha existido una disminución, obteniendo en el último mes un 1,42% lo que es de gran beneficio ya que en meses anteriores los porcentajes estuvieron entre el 4 y 3% lo cual para cada uno de los consumidores existiendo este aumento el aumento de la inflación que es la subida de los precios en bienes y servicios, los consumidores tienden a comprar menos.

2.01.01.03. Tasa de Desempleo

Personas de 15 años y más que, en el periodo de referencia, no tuvieron empleo y presentan simultáneamente ciertas características:

- No tuvieron empleo y están disponibles para trabajar
- Buscaron trabajo o realizaron gestiones concretas para conseguir empleo o para establecer algún negocio. (Banco Central del Ecuador, 2015)

Tabla 2 Tasa de Desempleo mensual del Ecuador

Años	%
Septiembre-30-2016	6,68 %
Junio-30-2016	6,68 %
Marzo-31-2016	7,35 %
Diciembre-30-2015	5,65 %
Septiembre-30-2015	5,48 %
Junio-30-2015	5,58 %
Marzo-31-2015	4,84 %
Diciembre-31-2014	4,54 %
Septiembre-30-2014	4,65 %
Junio-30-2014	5,71 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborad por: Magali Almache

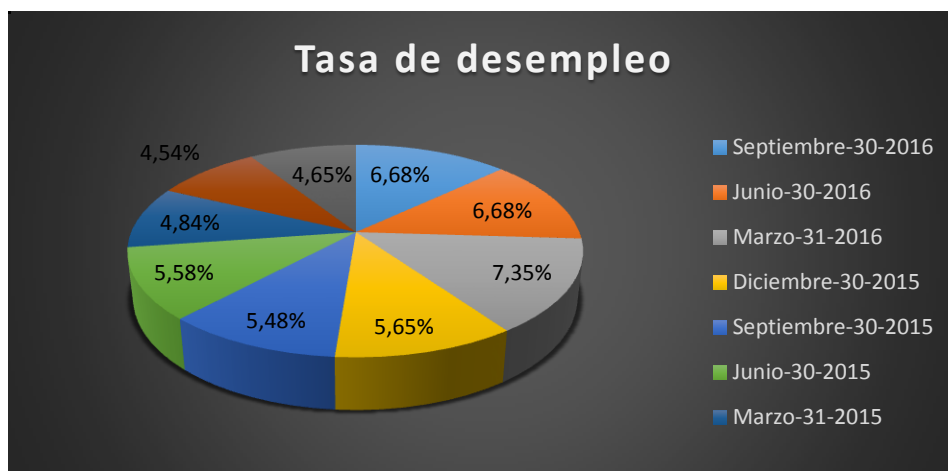


Figura 3 Tasa de desempleo anual

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache

De acuerdo a la tabla 2 del desempleo cada vez más se hace evidente que el porcentaje de desempleo ha aumentado drásticamente mes a mes esta estar en 7.35% en el mes de marzo lo que no es nada beneficioso en el país ya que con este aumento se denota que está ocurriendo problemas económicos tanto dentro de las empresas y más en el país ya que no se ha podido afrontar.

El Ecuador registro una tasa de desempleo de 7.35% en marzo del 2016 en comparación a 4.84% del año anterior con un incremento de 2.51 puntos porcentuales. El subempleo se ubicó en 17.1% el mes pasado, los subempleos define el INEC, son las personas ocupadas que reciben ingresos inferiores al salario básico. (INEC, 2016)

2.01.01.04. Tasas de interés

“Precio que se paga por el uso del dinero durante determinado periodo. Es el porcentaje de rendimiento o costo, respecto al capital comprometido por un instrumento de deuda”. (Superintendencia de Bancos , s.f.)

- Tasa de Interés Activa: Es el porcentaje que las instituciones financieras, de acuerdo con las condiciones de mercado y las disposiciones del Banco Central, cobran por los diferentes tipos de servicio de crédito. Son activas porque son recursos a favor de la banca.

Tabla 3

Tasas de Interés Activas

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2016	8,38 %
Octubre-31-2016	8,71 %
Septiembre-30-2016	8,78 %
Agosto-31-2016	8,21 %
Julio-31-2016	8,67 %
Junio-30-2016	8,66 %
Mayo-31-2016	8,89 %
Abril-30-2016	9,03 %
Marzo-31-2016	8,86 %
Febrero-29-2016	8,88 %
Enero-31-2016	9,15 %
Diciembre-31-2015	9,12 %
Noviembre-30-2015	9,22 %
Octubre-31-2015	9,11 %
Septiembre-30-2015	8,06 %
Agosto-31-2015	8,06 %
Julio-31-2015	8,54 %
Junio-30-2015	8,70 %
Mayo-31-2015	8,45 %
Abril-30-2015	8,09 %
Marzo-31-2015	7,31 %
Febrero-28-2015	7,41 %
Enero-31-2015	7,84 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Magali Almache

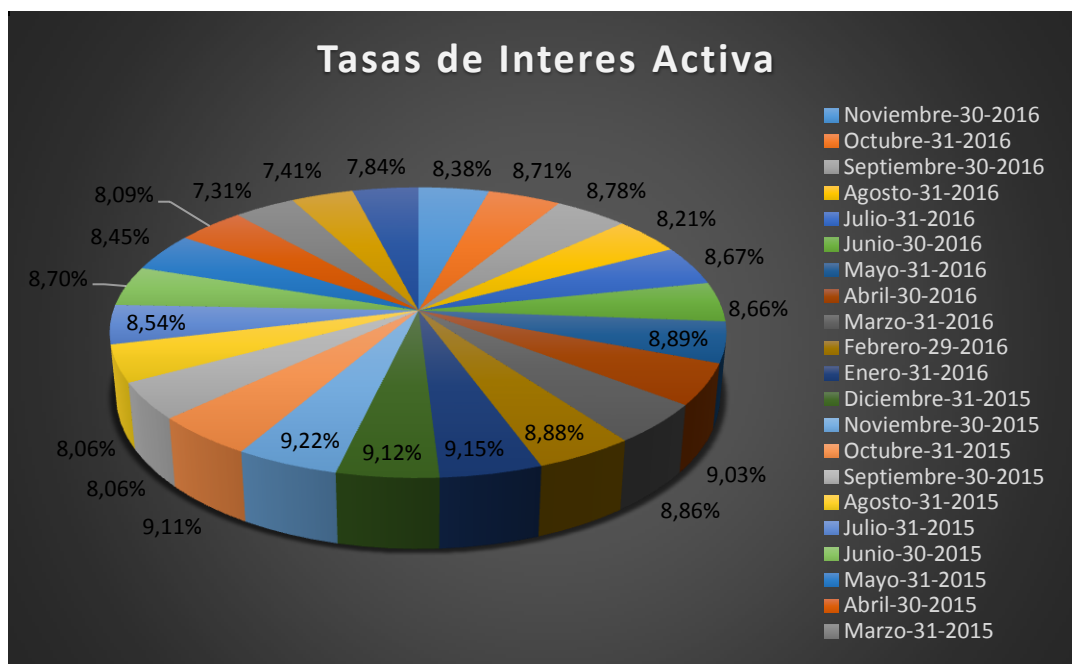


Figura 4 Tasa de interés activa anual

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache

De acuerdo a la tabla 3 de las tasa de interés activa se denota unas tasa altas para cada uno de los diferentes segmentos enlistados y esto no es de mucho beneficio ya que al momento de realizar un servicio de crédito en las instituciones financieras fijándonos en las tasa que cobran dudaríamos por optar en estas opciones para nuestros créditos.

2.01.01.05. Balanza Comercial

La Balanza de bienes o balanza de mercancías refleja la diferencia entre las exportaciones e importaciones de bienes. Si el saldo es positivo implica que el periodo analizado, el país exparto bienes por un monto mayor al que representa las importaciones para el mismo periodo, la balanza comercial la cual es altamente dependiente de las exportaciones petroleras. (Cárdenas, 2015).

BALANZA COMERCIAL

Tabla 3 Balanza Comercial

	Ene - Ago 2013		Ene - Ago 2014		Ene - Ago 2015		Ene - Ago 2016		Variación 2016 - 2015	
	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	TM	USD FOB	USD FOB Absoluta Relativa	
Exportaciones totales	19.042,2	16.296,3	20.450,4	17.866,8	21.687,9	12.871,3	21.335,2	10.753,3	-2.118,0	-16,5%
<i>Petroleras</i>	<i>13.388,9</i>	<i>9.360,5</i>	<i>14.314,2</i>	<i>9.655,3</i>	<i>15.321,0</i>	<i>5.006,9</i>	<i>14.854,4</i>	<i>3.369,6</i>	<i>-1.637,3</i>	<i>-32,7%</i>
<i>No petroleras</i>	<i>5.653,3</i>	<i>6.935,8</i>	<i>6.136,2</i>	<i>8.211,5</i>	<i>6.366,9</i>	<i>7.864,4</i>	<i>6.480,8</i>	<i>7.383,8</i>	<i>-480,6</i>	<i>-6,1%</i>
Importaciones totales	10.589,9	17.387,0	11.269,0	17.225,7	10.322,3	14.305,5	8.702,5	9.853,8	-4.451,7	-31,1%
<i>Bienes de consumo</i>	<i>638,9</i>	<i>3.236,6</i>	<i>709,9</i>	<i>3.164,8</i>	<i>597,5</i>	<i>2.811,8</i>	<i>474,2</i>	<i>2.032,3</i>	<i>-779,5</i>	<i>-27,7%</i>
<i>Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos (2)</i>	<i>3,0</i>	<i>140,1</i>	<i>2,9</i>	<i>142,4</i>	<i>1,7</i>	<i>78,1</i>	<i>1,9</i>	<i>78,5</i>	<i>0,4</i>	<i>0,5%</i>
<i>Materias primas</i>	<i>5.651,6</i>	<i>5.398,7</i>	<i>5.821,5</i>	<i>5.317,7</i>	<i>4.833,6</i>	<i>4.767,3</i>	<i>4.265,9</i>	<i>3.583,2</i>	<i>-1.184,1</i>	<i>-24,8%</i>
<i>Bienes de capital</i>	<i>393,9</i>	<i>4.611,0</i>	<i>379,0</i>	<i>4.329,0</i>	<i>343,6</i>	<i>3.753,2</i>	<i>236,4</i>	<i>2.568,3</i>	<i>-1.185,0</i>	<i>-31,6%</i>
<i>Combustibles y Lubricantes</i>	<i>3.898,1</i>	<i>3.928,1</i>	<i>4.352,3</i>	<i>4.232,9</i>	<i>4.541,6</i>	<i>2.850,7</i>	<i>3.720,1</i>	<i>1.553,4</i>	<i>-1.297,4</i>	<i>-45,5%</i>
<i>Diversos</i>	<i>4,4</i>	<i>41,6</i>	<i>3,4</i>	<i>31,9</i>	<i>4,3</i>	<i>39,3</i>	<i>4,0</i>	<i>37,6</i>	<i>-1,7</i>	<i>-4,2%</i>
<i>Ajustes (3)</i>		<i>30,7</i>		<i>7,0</i>		<i>4,98</i>		<i>0,5</i>		<i>100,0%</i>
Balanza Comercial - Total		-1.090,6		641,0		-1.434,2		899,5	2.333,8	162,7%
Bal. Comercial - Petrolera		5.468,5		5.476,7		2.199,4		1.821,0	-378,5	-17,2%
<i>Exportaciones petroleras</i>		<i>9.360,5</i>		<i>9.655,3</i>		<i>5.006,9</i>		<i>3.369,6</i>	<i>-1.637,3</i>	<i>-32,7%</i>
<i>Importaciones petroleras</i>		<i>3.892,0</i>		<i>4.178,5</i>		<i>2.807,4</i>		<i>1.548,6</i>	<i>-1.258,8</i>	<i>-44,8%</i>
Bal. Comercial - No petrolera		-6.559,1		-4.835,7		-3.633,7		-921,4	2.712,2	74,6%
<i>Exportaciones no petroleras</i>		<i>6.935,8</i>		<i>8.211,5</i>		<i>7.864,4</i>		<i>7.383,8</i>	<i>-480,6</i>	<i>-6,1%</i>
<i>Importaciones no petroleras</i>		<i>13.494,9</i>		<i>13.047,2</i>		<i>11.498,1</i>		<i>8.305,2</i>	<i>-3.192,9</i>	<i>-27,8%</i>

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Magali Almache

La Balanza Comercial en el periodo enero registro un superávit de USD. 48.5 millones

La Balanza Comercial petrolera entre enero y abril del 2016 tuvo un saldo favorable de USD. 572.1 millones superávit menor al obtenido en el mismo periodo del

2015 que fue de USD. 874.3 millones como consecuencia de la caída del valor del petróleo.

“Por su parte la Balanza Comercial no petrolera, disminuyo su déficit 75% frente al resultado contabilizado en el mismo periodo del 2005 al pasar de USD.- 2,093.5 millones a USD. -523.5 millones”. (Banco Central del Ecuador, 2015).

2.01.02. Factor Social

Según (Dongo, 2010) Afirmino que: “Los factores Sociales y culturales tiene una importancia decisiva en la explicación de la evolución del pensamiento, sim embargo, es necesario afirmar que ellos no actúan en bloque ni de modo unilateral e independiente de los factores biológicos e individuales”. (pag.228)

En los factores sociales de una empresa va incluido todo lo referente a la población, demografía, el entorno de la empresa y la cercanía para la obtención de los diferentes recursos.

2.01.03. Factor Legal

Según (Hernandez, 2008) concluyo que:

En los negocios intervienen diferentes factores a la hora de entrar en negociaciones, entre ellos se encuentra los factores legales los cuales hacen referencia a todas las normas que las empresas nacionales como las internacionales tiene que pasar para entrar en operaciones en ese país.

A continuación presentamos los pasos básicos para legalizar tu negocio en la ciudad de Quito:

PASO 1: Obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes) en el SRI

- Original y copia a color de la Cédula de Identidad vigente
- Original y copia del certificado de votación
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos que indique la dirección del lugar en el que se realizará la actividad:
 - Planilla de servicios básicos (agua, luz, teléfono). Debe corresponder a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
 - Estado de cuenta bancario o del servicio de televisión pagada, o de telefonía celular, o de tarjeta de crédito.
 - Contrato de arrendamiento (puede estar vigente o no) conjuntamente con el comprobante de venta válido emitido por el arrendador correspondiente a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
 - Escritura de propiedad o de compra y venta del inmueble, debidamente inscrita en el Registro de la Propiedad, o certificado del registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
- Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar de domicilio, solo en caso de que el predio no esté catastrado.
- Artesanos: Calificación artesanal vigente emitida por el organismo competente: Junta Nacional del Artesano o MIPRO (SRI, s.f.)

PASO 2: Obtener la Licencia Metropolitana de Funcionamiento otorgada por el Municipio de Quito

- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento
- Copia del RUC
- Copia de la Cédula de Identidad del Representante Legal
- Copia de la Papeleta de Votación del Representante Legal
- Informe de Compatibilidad de uso de suelo
- Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos
- Persona Jurídica: Copia de Escritura de Constitución (primera vez)
- Artesanos: Calificación artesanal
- Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar publicidad exterior:
- Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio)
- En caso de propiedad horizontal: Autorización notariada de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal
- Dimensiones y fotografía de la fachada del local (ESTABLECIMIENTOS CON PUBLICIDAD EXISTENTE)
- Dimensiones y bosquejo de cómo quedará la publicidad (PUBLICIDAD NUEVA) (Municipio de Quito, s.f.)

PASO 3: Obtener el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de

Bomberos

- Informe de Inspección
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior
- Copia de la patente municipal

Para artesanos

- Informe de Inspección
- Copia del certificado artesanal
- Exoneración del municipio
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario
- Copia de RUC
- Copia del permiso del año anterior (Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito, s.f.)

PASO 4: Obtener la Calificación Artesanal Autónoma (para los que quieran inscribirse como artesanos)

- Solicitud de la Junta Nacional de Defensa del Artesano (adquirir formulario)
- Declaración juramentada
- Copia de la Cédula de Ciudadanía
- Copia del Certificado de Votación

- Foto a color tamaño carné actualizada
- Tipo de Sangre (Cruz Roja Ecuatoriana)
- Carné del Gremio Actualizado (Junta Nacional De defensa del Artesano, s.f.)

PASO 5: Obtener el Permiso de Funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud (para los establecimientos que requieren control sanitario)

- Solicitud de Permiso de Funcionamiento
- Planilla de inspección
- Copia del título profesional del responsable en caso de ser industria y pequeña industria
- Certificado del título profesional del CONESUP
- Lista de productos a elaborar
- Categoría otorgada por el Ministerio de Industrias y Comercio (Industria y pequeña industria)
- Planos de la planta con la distribución de las áreas correspondientes
- Croquis de la ubicación de la planta
- Documentar procesos y métodos de fabricación, en caso de industria
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos de la empresa
- Copia de la Cédula y Certificado de Votación del propietario
- Copia del certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud y el Ministerio de Salud

- Copia del RUC del establecimiento
- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos (Ministerio de Salud, s.f.)

Para una pequeña, mediana o gran empresa es de mucha importancia todo lo referente al factor legal ya que es un requisito muy importante para poder desenvolverse o realizar las diferentes actividades dentro del mercado, tomando en cuenta esto que no solo es cuestión de crear una empresa o negocio si no que hay que tener muy en cuenta todos los aspectos que con lleva para la constitución de la misma.

2.01.04. Factor Tecnológico

El saber hacer y el conocimiento aplicado es un nuevo factor de producción, a través del progreso tecnológico el hombre ha sido capaz de diversificar y ampliar sus horizontes, llegar cada día más rápido, mejor y más eficientemente en la búsqueda de sus objetivos.

A través de mejoramiento tecnológico, la humanidad ha mejorado su nivel de producción cada día más, e independientemente de la distribución del conocimiento hay se produce más de mil veces más de lo que se producía hace tal solo un Siglo. (Jáuregui, 2011).

La tecnología y la innovación en la misma va a afectar en gran magnitud dentro de las empresas ya que a medida que la tecnología tiende a mejorar las empresas deben estar al mismo ritmo para poder sobresalir en el mercado ya que el factor tecnológico es

uno de los más importantes para que la empresa salga adelante y ofrezca mejores productos o servicios al mercado.

2.01 Entorno Local

2.02.01. Clientes

“Los clientes son los destinatarios del bien o servicio prestado por una empresa. Pueden ser consumidores finales o bien otras empresas que usan esos productos como inputs de sus procesos productivos”. (Edebe, 2008)

Tabla 4 Potenciales Cliente

Denominación	Descripción
Público en General	Empresas
	Publico
	Profesionales
	Escuelas

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Magali Almache

La cantidad de clientes en mi empresa en una oportunidad ya que la cantidad de compradores que tenga para mi producto ayudara a crecer económicamente y desarrollarse en el mercado.

2.02.02. Proveedores

Todas las empresas sin exención necesitan una serie de entradas o inputs para realizar su proceso productivo. Las empresas o personas que las proporcionan se denominan proveedores. Cuando se trata de factores como electricidad, agua, luz, teléfono entre otros se los suele denominar suministradores. (Edebe, 2008)

Tabla 5 Potenciales Proveedores

Denominación	Descripción	Factor de Negociación
Universal	Venta de dulces	Pago a crédito
Confiteca	Venta de u tencillos y confitería	Pago a crédito
Mercado de San Roque	Venta de frutas	Pago a contado

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Magali Almache

Los proveedores son un complemento importante dentro de la organización ya que van a ser las personas o empresas que nos proveerán suministros para poder elaborar nuestros productos dentro de nuestros proveedores el factor de negociación es una oportunidad ya que con este factor podemos determinar la forma de pago, la forma de entrega de la mercadería o los descuentos entre otros.

2.02.03. Competidores

“Una empresa nunca puede perder de vista a aquellos que puede hacerle la competencia, bien porque ofrezca el mismo tipo de producto o porque ofrezcan un producto alternativo”. (Edebe, 2008)

Tabla 6

Potenciales Competidores

Denominación	Descripción	Factor Diferenciador
Fruta Golosa	Venta por página web	Mayor conocimiento en el negocio
La Dolce Frutta	Av. Eloy Alfaro y Camilo Gallegos	Implementación de tecnología
A&E choco frutas	Martin Ochoa N59-60 y Pasaje E	Profesionales en el tema

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Magali Almache

Los competidores es otro factor sumamente importante ya que son organizaciones que ofrecen un producto similar o igual para nuestra organización a los competidores se los tomaría como una amenaza ya que están más experimentados y tiene más conocimiento sobre los productos que ofrecen y al mercado donde ofrecen sus productos.

2.03 Análisis Interno

2.03.01 Propuesta Estratégica

Toda empresa diseña una propuesta estratégica para el logro de sus objetivos y metas, estos planes pueden ser a corto, mediano y largo plazo según la amplitud y magnitud de la empresa. También es importante señalar que la empresa debe precisar con exactitud la misión, visión, valores y objetivos que va hacer que la empresa salga adelante. (Hiebaum, 2009)

2.03.01.01 Misión

La misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: 1) lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, 2) lo que pretende hacer, y 3) el para quién lo va a hacer; y es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los

propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas. (Thompson, 2006)

Somos una empresa dedicada a la producción y comercialización de centros de mesa de dulces y frutas con ideas nuevas y novedosas, contando con productos de alta calidad con personal capacitado, para estar comprometidos con los estándares de nuestros próximos clientes.

2.03.01.02 Visión

“La visión define las metas que pretendemos conseguir en el futuro. Estas metas tienen que ser realistas y alcanzables, puesto que la propuesta de visión tiene un carácter inspirador y motivador”. (Espinosa, 2012)

Ser una empresa reconocida a nivel nacional por su calidad y la mejor alternativa en la producción y comercialización de centros de mesa de dulces y frutas, generando en nuestros clientes un grado máximo de satisfacción.

2.03.01.03 Objetivo

Un objetivo puede ser definido como una meta o propósito que se desea alcanzar en un tiempo determinado con la inversión de ciertos recursos, la definición de objetivos es uno de los pilares de la planificación empresarial, hay quienes dicen que trazarse los objetivos equivocados es fracasar antes de comenzar porque de la definición de objetivos partirá la planificación de las acciones y procesos de cualquier emprendimiento. (Ruiz, 2015)

2.03.01.03.01 Objetivos General

Lograr la aceptación de los centros de mesa de dulces y frutas, ofreciendo productos de calidad, tanto en el diseño, como el sabor, logrando con esto la satisfacción de los clientes y así estos aportando al crecimiento de la organización.

2.03.01.03.02 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado para definir la aceptación del producto
- Investigar la capacidad de producción y comercialización de los centros de mesa de dulces y frutas.
- Conocer a la competencia para dar un valor agregado al producto
- Comercializar los productos con atención personalizada y envío a domicilio.
- Cumplir con las expectativas de los clientes hacia los productos ofrecidos.

2.03.01.04 Principio y/o valores

- Honestidad: En la empresa debe tener un ambiente con un comportamiento correcto, justo y generoso ya que lo que se intenta es cumplir con los objetivos planteados.
- Excelencia en el servicio: El cliente es lo más importante, por lo que el servicio, es lo primordial ya que es el medio por el cual conocerán a nuestra empresa el cual estará dado por una atención personalizada y con personal capacitado.

- Trabajo en equipo: Mediante un clima laboral agradable, se fomentará un servicio eficaz y de calidad, permitiendo la integración de los colaboradores.
- Responsabilidad: Para realizar la responsabilidad en la empresa tomaremos en cuenta el cumplimiento de las políticas dentro de la organización, tanto de la empresa hacia sus trabajadores como de los trabajadores hacia la empresa.
- Calidad: Mediante un proceso de selección de la materia adquirida, y un proceso de producción que cumpla con estándares de calidad en cuanto a la preparación de los arreglos basado en las normas de calidad.

2.03.02. Gestión Administrativa

“Explica que la administración es un proceso distintivo que consiste en planear, organizar, ejecutar y controlar, desempeñada para determinar y lograr objetivos manifestados mediante el uso de seres humanos y de otros recursos”. (Calix, 2011).

Es por ello que el rol del gestor educativo debe tener una base que lo lleve al éxito de la institución, es aquí donde debemos mencionar algunos aspectos relevantes en su labor:

Toda organización debe contar con unas buenas fases administrativas ya que todas estas fases deben trabajar en conjunto para lograr un buen desenvolvimiento y más aún tener procesos adecuados para poder mantener una buena gestión dentro de la organización

2.03.02.01 Organigrama de la Microempresa

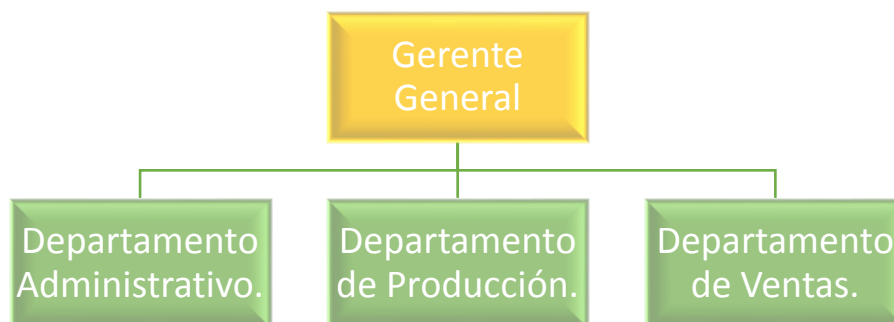


Figura 5 Organigrama de la microempresa

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Magali Estefania Almache Aguirre

Tabla 6 Funciones de los Cargos

Cargo	Funciones	Formación Profesional
Gerente General	Sus funciones son planificar, organizar, dirigir, controlar, coordinar, analizar, calcular y deducir el trabajo de la empresa, además de contratar al personal adecuado, efectuando esto durante la jornada de trabajo.	-Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos. -Títulos: Ingeniero Comercial, Ingeniero en Administración de Empresas. -Estudios complementarios: Computación, administración, finanzas, contabilidad, comercialización y ventas. -Experiencia: que tenga 2 años de experiencia como mínimo en cargos similares.
Ventas	Reclutamiento selección y entrenamiento en fuerzas de venta Coordinar planes de trabajo con los vendedores, Coordinar y aumentar el porcentaje de ventas, Análisis del volumen de ventas, costos y utilidad Verificar los nuevos productos del mercado	-Estudios en Administración -Estudios en Mercadeo o Publicidad -Estudios superiores: Universitarios y/o Técnicos -Experiencia de 2 años.
Producción	Coordinar para la selección de personal, adquisición de materia prima y para el mantenimiento de los equipos, Velar por la seguridad del trabajador desde el inicio hasta el término del contrato, Gestionar todas las actividades competentes para el desarrollo correcto de las actividades de producción, Vigilar el proceso de elaboración del producto.	-Tener 2 años de experiencia -Grado Académico, Licenciatura y/o Título profesional en Administración o Ingeniería -Conocimientos en Sistemas de Gestión de Calidad, normatividad aplicable a las funciones del cargo, -dominio de entorno Windows y Microsoft Office.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Magali Almache

2.03.03 Gestión Operativa

La gestión operativa es un proceso por el cual se orienta, se previene, se emplean los recursos y esfuerzos para llegar a una meta, un fin, un objetivo o a resultados de una organización todas estas obtenidas por la secuencia de actividades además de un tiempo requerido. (Torres, 2012)

2.03.04 Gestión Comercial

La gestión comercial es la función encargada de hacer conocer y abrir la organización al mundo exterior, se ocupa de dos problemas fundamentales, la satisfacción del cliente y la participación o el aumento de su mercado, dado esto, es necesario desarrollar, un sistema adecuado de calidad, un departamento de servicio al cliente eficiente y productos o servicios de calidad. (Gestiopolis, 2001)

Dentro de la Gestión Comercial se toma en cuenta las cuatro P que son:

- Producto
 - Precio
 - Plaza
 - Promoción
-
- Producto: El producto es el resultado de un esfuerzo creador que tiene un conjunto de atributos tangibles e intangibles (empaquete, color, precio, calidad, marca, servicios y la reputación del vendedor) los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos. (Thompson, Promonegocios, 2005)
 - Precio: El precio es la expresión de valor que tiene un producto o servicio, manifestado por lo general en términos monetarios, que el comprador debe pagar al vendedor para lograr el conjunto de beneficios

que resultan de tener o usar el producto o servicio. (Thompson, Promonegocios, 2006)

- Plazo: La Plaza es el equivalente a la distribución y la constituyen los intermediarios a través de los cuales tu producto llegará a los consumidores. (Entrepreneur, 2016)
- Promoción: es la definición de los medios para comunicarte con los intermediarios en la distribución de tus productos, así como también con sus consumidores actuales y potenciales. (Entrepreneur, 2016)

Para la obtención de nuestros clientes y poder cumplir con las expectativas de ventas deseadas se realizara convenios con empresas, escuelas entre otros para ofrecer los productos en días especiales.



Figura 6 Logo

Colores Representativos:

Verde: Confianza, relajación y confort y esencialmente que se identifica con la naturaleza.

Fucsia: Personalidad, alegría, vitalidad, afecto, ínsita a desarrollar nuestro lado artístico.

Café: Confianza, amabilidad, resistencia y satisfacción.

Negro: Fuerza, misterio y nostalgia.

2.4. Análisis FODA

La matriz de análisis FODA, es una conocida herramienta estratégica de análisis de la situación de la empresa. El principal objetivo de aplicar la matriz FODA en una organización, es ofrecer un claro diagnóstico para poder tomar las decisiones estratégicas oportunas y mejorar en el futuro. Su nombre deriva del acrónimo formado por las iniciales de los términos: debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades. La matriz de análisis FODA permite identificar tanto las oportunidades como las amenazas que presentan nuestro mercado, y las fortalezas y debilidades que muestra nuestra empresa. (Espinosa, Roberto Espinosa Welcome to the new marketing, 2013)

Tabla 7 Matriz FODA: Oportunidades y Amenazas

Indicadores	Oportunidades			Amenazas		
	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
Inflación						✓
Tasa de interés			✓			
PIB		✓				
Balanza Comercial		✓				
Riesgo País					✓	
Entorno Político- Social			✓			
Entorno Tecnológico		✓				
Entorno Legal		✓				
Total	0	4	2	0	1	1

Alta	0
Media	4
Baja	2

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Magali Almache

Los resultados obtenidos en la Tabla 8 de las Oportunidades y Amenazas que obtiene la empresa son favorables para el proyecto, ya que obtuvo un puntaje mayoritario en las oportunidades con 4, que representan la oportunidad media y 2 puntos de baja de acuerdo a los indicadores determinados.

Tabla 8 Matriz FODA: Fortalezas y Debilidades

Indicadores	Fortalezas			Debilidades		
	Alta	Media	Baja	Alta	Media	Baja
Clientes	✓					
Proveedores	✓					
Competencia			✓			
Filosofía corporativa	✓					
Gestión Administrativa	✓					
Gestión Operativa		✓				
Gestión Comercial		✓				
Total	4	2	1	0	0	0

Alta	4
Media	2
Baja	1

Fuente: Investigación propia.

Elaborado por: Magali Almache

Los resultados obtenidos en la Tabla 9 de las Fortalezas y Debilidades, son propicios para el presente proyecto, ya que se obtuvo lo siguiente: en las fortalezas se obtuvo 4 puntos de alta, 2 puntos de media y 1 punto de baja los cuales son valores positivos para la empresa ya que son manejables dentro de esta, debido a que se los puede modificar y son adaptables dentro de la empresa.

CAPITULO III

3.01 Análisis del Consumidor

El análisis del consumidor consiste en el análisis de las necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra y demás características de los consumidores que conforman el mercado objetivo, una vez que hemos definido el consumidor que conforma nuestro mercado objetivo, procedemos a recopilar toda la información a recolectar podría incluir sus necesidades, gustos, preferencias, deseos, hábitos de consumo, comportamientos de compra. (CreceNegocios, 2013)

3.01.01 Determinación de la población y muestra

El presente proyecto se realizará en el sector Norte de la ciudad de Quito por lo cual la matriz estará ubicada en San Antonio de Pichincha.

3.01.01.01 Población

Grupo formado por las personas que viven en un determinado lugar o incluso en el planeta en general. También permite referirse a los espacios y edificaciones de una localidad u otra división política, y a la acción y las consecuencias de poblar. (Julian & Maria, 2012).

Tabla 9 Población en Pichincha

GENERO	POBLACIÓN	%
HOMBRES	9000	51,68
MUJERES	8416	48,32
TOTAL	17416	100

Fuente: INEC

Elaborado por: Magali Almache

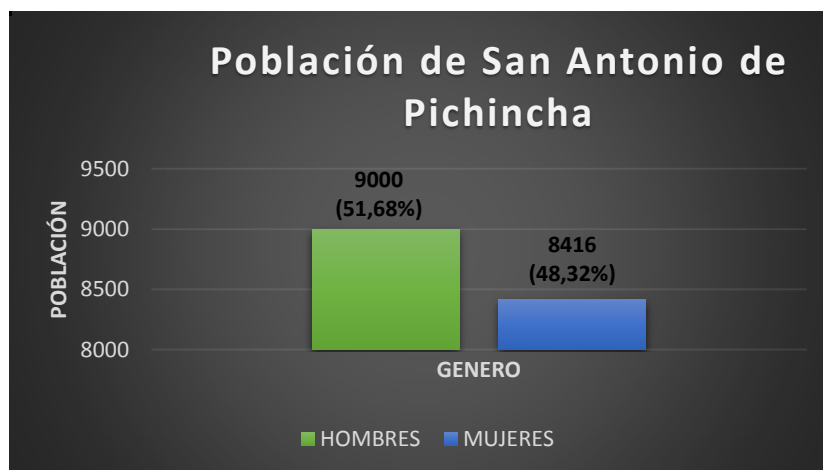


Figura 7 Población de Pichincha

Fuente: INEC

Elaborado por: Magali Almache

En la tabla 10 “Población de Pichincha” se ha tomado como referencia la población del año 2010 que ha sido sacado de la página web del INEC (Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos).

3.01.01.02 Muestra

El presente proyecto de los centros de mesa de dulces y frutas estará ubicado en San Antonio de Pichincha en el Sector Norte del Distrito Metropolitano de Quito, ya que en este sector se ha encontrado una demanda insatisfecha en el sector artesanal por el

motivo que se realizara la aplicación de encuestas a las personas que residen en esta parroquia para la obtención e información.

De acuerdo a los datos conseguidos de las diferentes fuentes de investigación se procede a realizar el cálculo para establecer la muestra.

3.01.01.03. Muestra

“La parte extraída de un conjunto que se considera como una porción representativa de él también recibe el nombre de muestra”. (Julian & Maria, 2012)

3.01.01.02.01 Fórmula para calcular la muestra

No sirven para hacer generalizaciones pero sí para estudios exploratorios. En este tipo de muestras, se eligen a los individuos utilizando diferentes criterios relacionadas con las características de la investigación, no tienen la misma probabilidad de ser seleccionados ya que el investigador suele determinar la población objetivo. (Psyma, 2015)

Formula

$$n = \frac{z^2 pq N}{(N - 1)e^2 + z^2 pq}$$

Representación:

N= Población, se considera una población

n = muestra.

z =Nivel de confianza.

e =error

p = probabilidad de ocurrencia.

q =probabilidad de no ocurrencia.

Desarrollo:

N = 17416 habitantes

Z = 95%

e = 5%

p = 50%

q = 50%

$$n = \frac{z^2 pq N}{(N - 1)e^2 + z^2 pq}$$

$$n = \frac{(1,96)^2(0,50)(0,50)(17416)}{(17416 - 1)(0,05)^2 + (1,96)^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = \frac{16726,33}{44,50}$$

$$n = 375.87$$

De acuerdo a los resultados obtenidos de la muestra el número de encuestas a realizar en la parroquia de San Antonio de Pichincha es de 376 encuestas las cuales serán realizadas ya en el lugar mencionado anteriormente.

3.01.02 Técnicas de obtención de información

3.01.02.01 Encuesta

Para el presente proyecto se empleara la encuesta para el estudio de mercado ya que esta herramienta es de gran utilidad y acertada para la obtención de información, ya que la formulación de preguntas utilizada para la siguiente encuesta serán de tipo cerradas para poder obtener la información requerida de acuerdo a las opiniones y los requerimientos del público encuestado

3.01.02.02 Formato de la Encuesta



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA

PROYECTO CENTROS DE MESA DE DULCE Y FRUTAS.

Encuesta

Con la presente encuesta se desea conocer que aceptación que puede tener en el mercado “Los centros de mesa de dulce y frutas”. Por favor indique una opción para cada una de las pregunta.

Agradezco anticipadamente por su sinceridad y por su valioso tiempo.

Datos Generales:

Sector: _____ Fecha: _____ Edad: _____

Género: M ☐ F ☐

1.- ¿Conoce sobre los arreglos o centros de mesa de dulces o frutas?

Si ☐

No ☐

2.- ¿Considera usted los arreglos de dulces o frutas llamativo y creativo?

Si ☐

No ☐

3.- ¿Está usted de acuerdo con la creación de una empresa que se dedique a la producción y comercialización de centros de mesa de dulces y frutas?

Si ☐

No ☐

4.- ¿Cambiaría un arreglo de flores por un arreglo de dulces o frutas?

Si ☐

No ☐

5.- ¿Cuál es el factor más influyente al momento de comprar arreglos de dulces o frutas?

a.- Diseño del producto ☐

b.- Calidad ☐

c.- Precio ☐

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un arreglo de dulce o frutas?

De \$20 a \$25 ☐

De \$26 a \$30 ☐

De \$31 en adelante ☐

7.- ¿Está usted de acuerdo con el diseño, calidad y precio que ofrece la competencia?

Si ☐

No ☐

8.- ¿Con que frecuencia compra o adquiere arreglos de dulces o frutas?

Semanal ☐

Mensual ☐

Trimestral ☐

Anual ☐

9.- ¿Cree que es necesario que se ofrezca servicio a domicilio?

Si ☐

No ☐

10.- ¿Qué medios publicitarios influyen en usted para tomar decisiones de comprar con respecto a este tipo de producto?

a.- Internet ☐

b.- Vallas publicitarias ☐

c.- Hojas volantes ☐

GRACIAS POR SU ATENCION Y SU TIEMPO PRESTADO.

3.01.03 Análisis de Información

Respecto a las encuestas realizadas en el sector de San Antonio de Pichincha se procede a la tabulación para así obtener los resultados de las diferentes preguntas planteadas para determinar si la implementación del proyecto es positivo o negativo.

Datos Generales

Tabla 10 Género

Genero	Total Encuestas	%
Masculino	197	53,20%
Femenino	179	46,80%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache

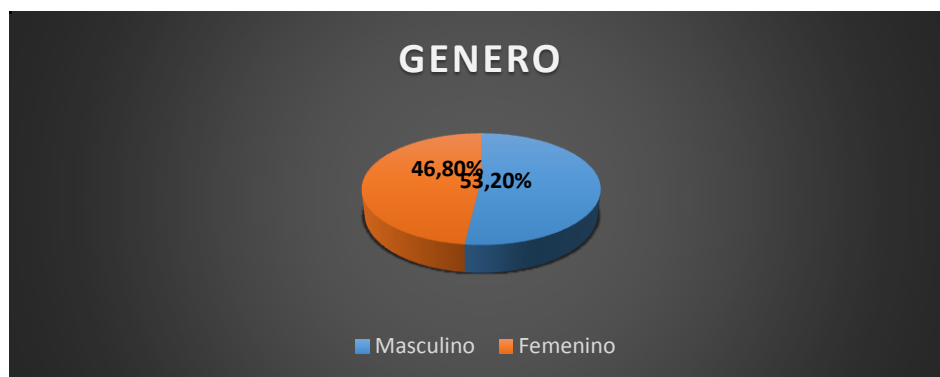


Figura 8 Género

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache

Análisis:

El grafico 8 se ha determinado que un 53,29% de las encuestas fueron realizadas al género masculino y un 46,80% se obtuvo del género femenino con una diferencia del 6,49% que equivale a 7 encuestas realizadas al género femenino.

Edad:

Tabla 11 Rangos de edad

Indicadores	Total encuesta	%
18-28	180	44,10%
29-39	89	38,70%
40-49	57	9,90%
50 en adelante	50	7,30%
Total	376	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache

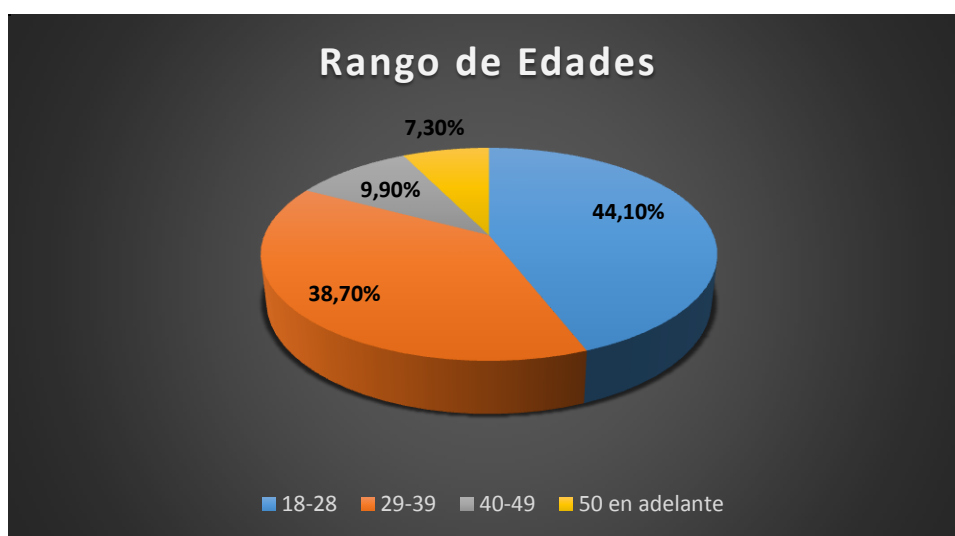


Figura 9 Rangos de Edad

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache

Las encuestas fueron realizadas a personas de distintas edades con un porcentaje mayor en el rango de edades de 18-28 años que fue del 44,10% y con un porcentaje menor en una edad de 50 en adelante con un 7,30%.

Preguntas

1.- ¿Conoce sobre los arreglos o centros de mesa de dulces o frutas?

Tabla 12 Pregunta 1

Conocimiento	Total Encuestas	%
SI	280	90,20%
NO	96	9,80%
Total	376	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache



Figura 10 Pregunta 1

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache

En la figura 10 indica que una gran cantidad de personas conocen los centros de mesa de dulces y frutas con un 90,20% que son resultados positivos para el proyecto por lo cual es un producto que puede ser adquirido por distintas personas ya que saben de qué se trata el producto.

2.- ¿Considera usted los arreglos de dulces o frutas llamativo y creativo?

Tabla 13 Pregunta 2

Importancia	Total Encuestas	%
SI	379	99,10%
NO	1	0,90%
Total	376	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache



Figura 11 Pregunta 2

Fuente: Encuesta Almache

En la figura 11 de acuerdo a las encuestas realizadas para ver la si el producto es llamativo tiene un 99,10% de aceptación y un 0,90% que no está de acuerdo, es decir que 379 personas aceptan el producto como llamativo por lo cual es muy satisfactorio para la empresa.

3.- ¿Está usted de acuerdo con la creación de una empresa que se dedique a la producción y comercialización de centros de mesa de dulces y frutas?

Tabla 14 Pregunta 3

Aceptación	Total Encuestas	%
SI	360	85%
NO	16	15%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache



Figura 12 Pregunta 3

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache

En la figura 12 la tabulación de las encuestas indica que el 85% de las personas aceptan la creación de la empresa productora y comercializadora de los centros de mesa de dulces y frutas para poder regalar en un día especial existe una gran acogida del producto.

4.- ¿Cambiaría un arreglo de flores por un arreglo de dulces o frutas?

Tabla 15 Pregunta 4

Preferencia	Total Encuestas	%
SI	376	100%
NO	0	0%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache



Figura 13 Pregunta 4

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache

De acuerdo a la figura 13 una vez realizada la tabulación dio como resultado que el 100% de los encuestados cambiarían un arreglo de flores por un centro de mesa de dulces y frutas lo que sería de gran utilidad para el proyecto ya que se obtendría una buena aceptación del producto.

5.- ¿Cuál es el factor más influyente al momento de comprar arreglos de dulces o frutas?

Tabla 16 Pregunta 5

Factores	Total Encuestas	%
Diseño del producto	190	45,60%
Calidad	166	31,20%
Precio	20	23,20%
Total	376	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache

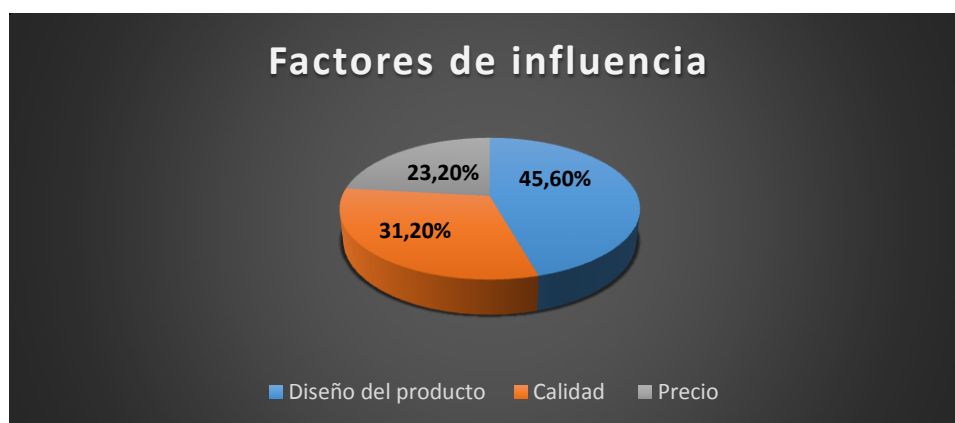


Figura 14 Pregunta 5

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache

En la figura 14 de acuerdo a la tabulación realizada se ha determinado que un 45,60% de los encuestados su factor principal a la hora de la compra es el diseño del producto, un 31,20% toma en cuenta la calidad y el 23,20% realizaría la compra de acuerdo al precio del producto.

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un arreglo de dulce o frutas?

Tabla 17 Pregunta 6

Precio	Total Encuestas	%
De \$20,00 a \$25,00	275	70%
De \$26,00 a \$30,00	70	25%
De \$31,00 en adelante	31	5%
Total	376	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache

El grafico 12 muestra que el centro de mesa de frutas y dulce de acuerdo al precio planteado los que más se adquirirán son los que van de \$20,00 a \$25,00 con un 70%, aunque también serán de gran opción los productos que esta de \$26,00 a \$30,00 que tuvo un 25% y por último el de \$31,00 en adelante que tendrá una aceptación de un 5% todo esto siendo de gran beneficio para el proyecto ya que se lograra una gran acogida sobre el producto.

7.- ¿Está usted de acuerdo con el diseño, calidad y precio que ofrece la competencia?

Tabla 18 Pregunta 7

Preferencia	Total Encuestas	%
SI	79	25,28%
NO	297	74.72%
Total	376	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache



Figura 15 Pregunta 7

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache

De acuerdo a la figura 16 se ha observado que al realizar la tabulación el 100% de los encuestados les gustaría tener como centro de mesa una arreglo de dulces o frutas en sus eventos siendo así es una gran oportunidad para el proyecto ya que serían adquiridos por los futuros compradores.

8.- ¿Con que frecuencia compra o adquiere arreglos de dulces o frutas?

Tabla 19 Pregunta 8

Adquisición	Total Encuestas	%
Semanal	20	6%
Mensual	195	44%
Trimestral	101	32%
Anual	60	18%
TOTAL	376	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache

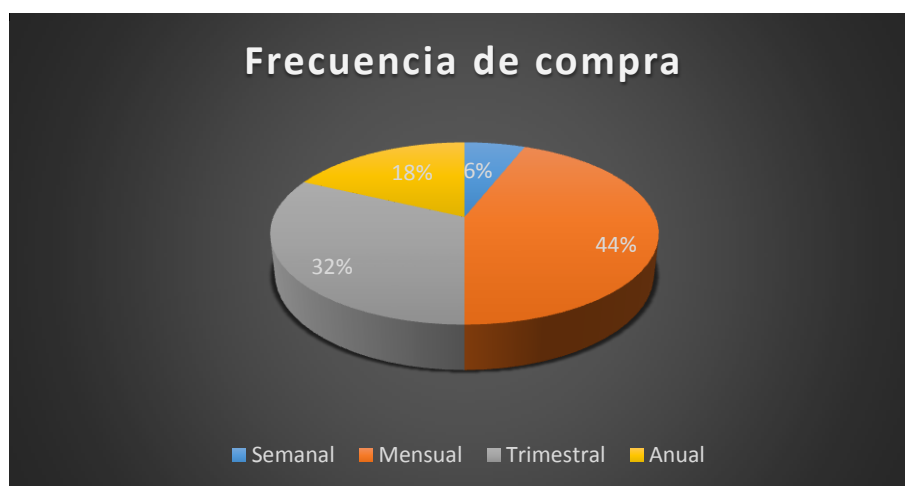


Figura 16 Pregunta 8

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache

De acuerdo a la tabulación realizada dio como resultado que el 44% de los encuestados compra los arreglos de dulce o frutas mensualmente, un 32% trimestral, el 18% anualmente, y un 6% semanal siendo de gran beneficio para el proyecto ya que tendría una buena acogida dentro del mercado.

9.- ¿Cree que es necesario que se ofrezca servicio a domicilio?

Tabla 20 Pregunta 8

Servicio	Total Encuestas	%
SI	380	100%
NO	0	0%
Total	380	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache



Figura 17 Pregunta 8

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache

De acuerdo a la figura 18 se ha obtenido como resultado que un 100% de los encuestados prefieren que sus centros de mesa de dulces y frutas sean entregados a domicilio.

10.- ¿Qué medios publicitarios influyen en usted para tomar decisiones de comprar con respecto a este tipo de producto?

Tabla 21 Pregunta 10

Publicidad	Total Encuestas	%
Internet	310	84,00%
Vallas Publicitarias	35	8%
Hojas Volantes	35	8%
Total	380	100,00%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache

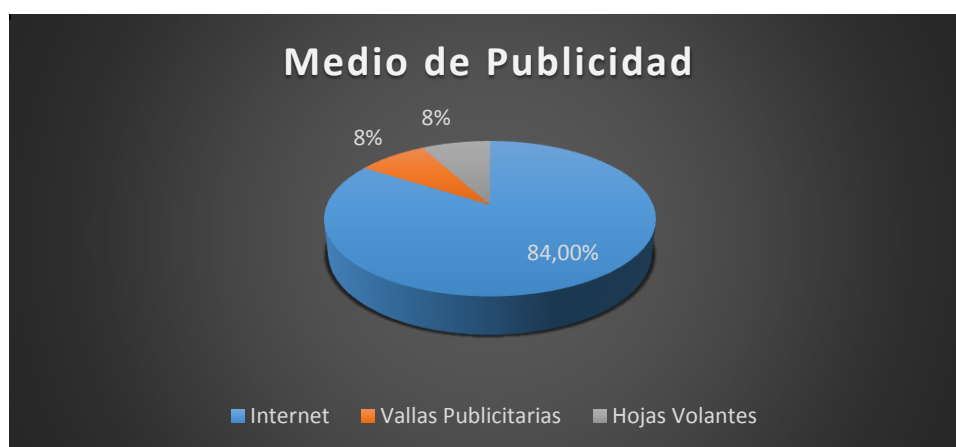


Figura 18 Pregunta 10

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Magali Almache

De acuerdo a la figura 19 se ha obtenido como resultado que un 84% de los encuestados prefieren que la publicidad se la realice por medio del internet, un 8% eligió las vallas publicitarias y los encuestados restantes que fueron del 8% prefirieron las hojas volantes por lo cual el producto puede ser más conocido por el internet ya que es uno de los medios más utilizados por las personas.

3.02 Demanda

La demanda es la suma de las compras de bienes y servicios que realiza un cierto grupo social en un momento determinado. Puede hablarse de demanda individual (cuando involucra a un consumidor) o demanda total (con la participación de todos los consumidores de un mercado). (Perez & Ana, 2013)

3.02.01 Demanda Histórica

El presente proyecto de producción y comercialización de centros de mesa de dulces y frutas no cuenta con datos históricos por lo cual se procede a la realización de la demanda actual la cual se obtendrá de las encuestas realizadas.

3.02.03 Demanda Actual

Para el cálculo de la demanda actual se toma en cuenta tres aspectos: la aceptación, frecuencia y precio de lo cual se establece la demanda actual del producto, en el cual se procede a tomar los porcentajes más altos según la tabulación de las encuestas.

Tabla 22 Cálculo de la demanda actual

FACTORES	Valores
Población:	17.416
Tamaño de la muestra:	376
Aceptación del producto:	85,00%
Frecuencia:	44,00%
Precio:	\$ 22,50

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Magali Almache

Aceptación del producto: $17416 \times 0,85 = 14265,45$

Frecuencia: $14265,45 \times 0,44 = 5439,41 \times 1 \text{ año} = 5439$

Precio: $5439 \times 22,50 \text{ dólares} = 122.386,82$

La demanda actual del producto es de \$ 122.386,82 lo que es muy satisfactorio para el proyecto ya que constantemente la zona está en crecimiento siendo una oportunidad dentro del mercado donde nos desenvolveremos.

3.02.03 Demanda Proyectada

Con la demanda proyectada se podrá observar la aceptación del producto mediante el paso del tiempo para así ver si el proyecto es rentable se toma como referencia 5 años para la proyección.

Tabla 23 Demanda Proyectada

AÑOS	DEMANDA ACTUAL	TASA DE CRECIMIENTO 1,52	DEMANDA PROYECTADA
2016	\$122.386,82	1,0152	\$ 124.247,10
2017	\$124.247,10	1,0152	\$ 126.135,66
2018	\$126.135,66	1,0152	\$ 128.052,92
2019	\$128.052,92	1,0152	\$ 129.999,33
2020	\$129.999,33	1,0152	\$ 131.975,32
2021	\$131.975,32	1,0152	\$ 133.981,34

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

3.03 Oferta

Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número oferentes (productores) están dispuestos a poner en disposición del mercado, a un precio determinado. (Baca, 2010)

Para determinar la oferta se toma como referencia el porcentaje de aceptación de la competencia 0,2528.

3.03.01 Oferta Histórica

El presente proyecto no se cuenta con datos para poder determinar la oferta histórica ya que es un producto que recién va a salir al mercado por lo cual se procede a obtener la oferta actual la cual se conseguirá mediante las encuestas realizadas en la parroquia de San Antonio de Pichincha.

3.02.02 Oferta Actual

Al analizar la oferta se utiliza como referencia la aceptación de la competencia y en base a la demanda proyectada para el año 2016 y así se obtiene la oferta actual.

Calculo de la oferta actual

Tabla 24 Oferta Actual

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	ACEPTACIÓN DE LA COMPETENCIA (25,28%)	OFERTA ACTUAL
2016	\$ 124.247,10	0,2528	\$ 31.409,67

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

La Oferta para el año 2016 es de \$31.409,67

3.02.03 Oferta Proyectada

Para realizar la oferta proyectada la cual servirá para establecer cuál será el crecimiento de la competencia en el futuro.

Tabla 25 Oferta Proyectada

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	ACEPTACIÓN DE LA COMPETENCIA (25,28% %)	OFERTA PROYECTADA
2016	\$ 124.247,10	0,2528	\$ 31.409,67
2017	\$ 126.135,66	0,2528	\$ 31.887,09
2018	\$ 128.052,92	0,2528	\$ 32.371,78
2019	\$ 129.999,33	0,2528	\$ 32.863,83
2020	\$ 131.975,32	0,2528	\$ 33.363,36
2021	\$ 133.981,34	0,2528	\$ 33.870,48

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

3.04 Balance Oferta – Demanda

El balance de oferta y demanda permite ver cuál será la demanda insatisfecha para lo cual se realizara proyecciones para poder determinar qué mercado será el ideal y las posibilidades del proyecto de sobresalir en la plaza establecida.

3.05.02 Balance Actual

Tabla 26 Balance Actual

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANADA INSATISFECHA
2016	\$ 124.247,10	\$ 31.409,67	\$ 92.837,44

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

La tabla se identifica la demanda insatisfecha del proyecto que es de 92.873,44 lo cual es una oportunidad para poder establecerse en el mercado.

3.05.03 Balance Proyectado

Tabla 27 Calculo de la Demanda Insatisfecha

AÑOS	DEMANDA PROYECTADA	OFERTA PROYECTADA	DEMANADA INSATISFECHA
2016	\$ 126.135,66	\$ 31.887,09	\$ 94.248,57
2017	\$ 128.052,92	\$ 32.371,78	\$ 95.681,14
2018	\$ 129.999,33	\$ 32.863,83	\$ 97.135,50
2019	\$ 131.975,32	\$ 33.363,36	\$ 98.611,96
2020	\$ 133.981,34	\$ 33.870,48	\$ 100.110,86

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

De acuerdo a la tabla 28 se determina que existe una gran demanda insatisfecha, las cuales no se están cubriendo de acuerdo al gusto y necesidad, por lo cual el presente proyecto tiene una gran ventaja para poder permanecer dentro del mercado.

CAPITULO IV

4. Estudio técnico del proyecto

“El estudio técnico presenta la determinación optima de la planta, la determinación de la localización optima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo administrativo y legal”. (Baca, 2010)

El estudio técnico se tratara todo lo referente con el funcionamiento del proyecto para verificar la posibilidad de fabricación del producto o ya sea de ofrecer un servicio, el tamaño, localización, los equipos, instalaciones y todo lo que se requiera para la producción.

En el presente proyecto se requerirá de:

- Mano de Obra.
- Materia Prima
- Equipos necesarios

- Inversión Requerida.
- Tamaño
- Distribución de la planta.
- Localización.

4.01 Tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias y tipo de proyecto de que se trata. El tamaño del proyecto es una función de la capacidad de producción, del tiempo y la operación en conjunto. (Rojas, 2007)

4.01.01 Mobiliario y equipo requerido

Tabla 28 Mobiliario y Equipo

DETALLE	CANTIDAD
Espuma Flex (paquete 6)	2
Silicona (paquete6)	2
Pistola de silicona	3
Cintas	5
dulces (paquetes)	5
Frutas	
Chocolate (paquete)	4
Pintura acrílica (120ml)	6
Palillos redondos (25cm) y (5cm)	2
Papel de ceda, celofán y crepe	5
Pinceles	4
Moldes pequeños	3
Colorantes vegetales (30ml)	7
Granjeas (paquetes)	2
Masking	1
Estilete	1
Tul	1
Foam	10

Fuente: investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

Para poder hacer posible el proyecto será necesario todo lo detallado anteriormente que teniendo mobiliario y equipos ayudaran para realizar los diferentes procesos y así poder obtener el producto deseado y de calidad.

4.01.02 Mano de Obra

Es la remuneración en dinero que se da al personal que labora en una planta productora. Se divide en dos grupos mano de obra directa y mano de obra indirecta. (Rojas R. , 2014).

- Mano de obra directa: Es la remuneración que se ofrece en dinero al personal que efectivamente ejerce un esfuerzo físico dentro del proceso de transformación para obtener un producto final.
- Mano de obra indirecta: Es la remuneración del personal que labora en la planta productora no intervienen directamente dentro de la transformación de la materia prima en un producto final.

4.01.02.01 Cuadro de personal

Tabla 29 Cuadro personal

NUMERO	CARGO	SUELDO MENSUAL
1	Operador	390,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

Con el cuadro del personal podemos observar con que personal va estar conformado la área de producción, en otras palabras quienes van a estar en contacto con los suministros o insumos y van a realizar el proceso de producción de los centros de mesa de dulces y frutas, los cuales cumplirán las funciones correspondientes que le toca a cada uno de ellos para el mejor funcionamiento tanto del área de producción como de la empresa.

4.02 Variables de viabilidad.

Tabla 30 Disponibilidad de Recurso

Concepto	Porcentaje	Valor
Capital Propio	70%	3.792,64
Financiamiento	30%	1.625,42
TOTAL	100%	5.418,05

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

El 30% se lo financiara mediante un crédito en la Cooperativa de Ahorro y Crédito Cooprogreso.

Requisitos para realizar el Crédito:

MONTOS.

Máximo: \$ 80.000,00

Mínimo: \$ 600,00

PLAZO.

Mínimo: 12 meses

Máximo: 84 meses

INTERES: 16%



Requisitos para el crédito:

- Ser socio de la cooperativa.
- Copia legible de la cédula de ciudadanía.
- Copia del certificado de votación actual.
- Ultimo pago de servicios básicos.
- Croquis del domicilio.
- Croquis del negocio.
- Copia de RUC.
- Tres facturas de compra del último mes o dos certificados de proveedores actualizados.
- Referencias bancarias y comerciales.

4.03 Variables de optimización.

El objetivo de un manejo eficiente de materiales es reducir los costos de producción, aumentar la eficiencia del flujo de material y optimizar la utilización de las instalaciones de la planta. (Carvajal, 2014)

Con la optimización de planta se puede mejorar lo siguiente:

- Tener un buen servicio.
- Aprovechar el espacio físico
- Reducción del tiempo de trabajo
- Eficiencia en los diferentes sitios de trabajo

4.03.01 Distribución de planta.

Planta de producción y ventas

- Área administrativa
- Área de producción.
- Bodega de materia prima
- Bodega de productos terminados
- Área de Ventas
- Área de Exhibición
- Recepción
- Baño

4.03.02 Matriz S.L.P (Layout).

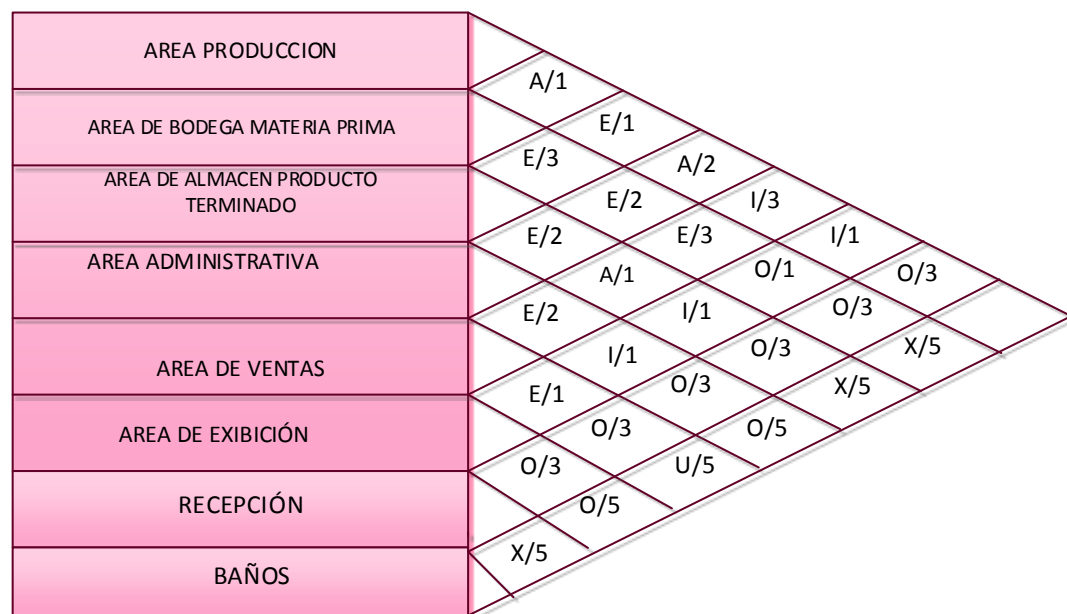


Tabla 31 Matriz SLP

GRADO DE CERCANIA

RAZONES DE CERCANIA

A	ABSOLUTAMENTE NECESARIA	1	POR PROCESOS
E	ESPECIALMENTE IMPORTANTE	2	GESTION ADMINISTRATIVA
I	IMPORTANTEMENTE	3	POR CONVENIENCIA
O	ORDINARIO	4	POR SEGURIDAD
U	INDIMPORTANTE	5	POR HIGIENE
X	INDESEABLE		
XX	MUY INDESEABLE		

Fuente: Gabriel Baca Urbina

Elaborado por: Magali Almache

4.04 Capacidad máxima de producción del proyecto.

Tabla 32 Producción de centros de mesa de frutas.

CONCEPTO	PROCESO
Operación 1	Pedido de los insumos.
Operación 2	Selección de los insumos
Operación 3	Selección de la fruta
Operación 4	Lavar las frutas y cortarlas de acuerdo al diseño
Operación 5	Proceder a diseñar y cortar las frutas seleccionadas.
Operación 6	Colocar las frutas en palillos redondos (25cm).
Operación 7	Proceder a bañar las frutas necesarias en chocolate y diseñar.
Operación 8	Refrigerar las frutas con chocolate por 10 minutos
Operación 9	Procedemos a retirar las frutas con chocolate del refrigerador
Operación 10	Verificación del producto.
Operación 11	Armas las bases hechas con silicona y colocar el oasis.
Operación 12	Colocar las frutas con los palillos redondos en la base
Operación 13	Decorar.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

Tabla 33 Producción de centros de mesa de dulces

CONCEPTO	PROCESO
Operación 1	Pedido de los insumos.
Operación 2	Selección de los dulces
Operación 3	Diseñar en la espuma Flex el dibujo deseado.
Operación 4	Proceder a cortar la espuma Flex.
Operación 5	Armar las bases hechas de silicona y colocar el oasis.
Operación 6	Unir la espuma Flex diseñada con los palillos redondos (25cm).
Operación 7	Colocar los dulces en los palillos (5cm)
Operación 8	Procedemos a colocar los dulces en la espuma Flex ya diseñada.
Operación 9	Verificación del producto.
Operación 10	Decorar los centros de mesa de dulces
Operación 11	Empacar los centros de mesa con papel celofán o tul.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

4.05 Localización del proyecto.

La empresa de producción y comercialización de centros de mesa de dulces y frutas estará ubicada en la Provincia de Pichincha, Cantón Quito, al Norte del Distrito Metropolitano de Quito, a un tiempo aproximado de 40 minutos desde el centro de Quito.

4.05.01 Factores generales de la localización

Tabla 34 Factores de localización

FACTORES	PESO ASIGNADO
Materia Prima disponible	30%
Espacio físico	10%
Costo de la vida	15%
Cercanía al cliente	5%
Vías de acceso	15%
Proveedores	15%
Permisos Legales	10%
TOTAL	100%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

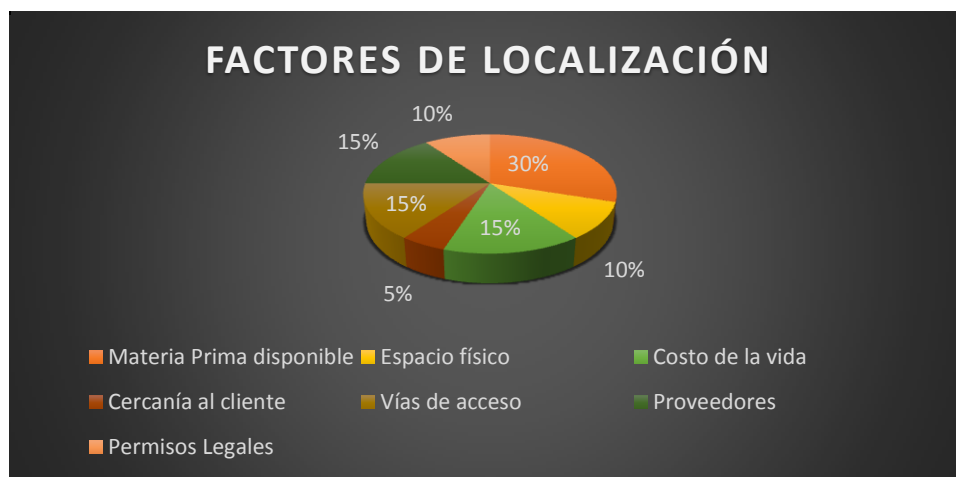


Figura 19 Factores de localización

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

Tabla 35 Factores de Localización

Factores	San Antonio de Pichincha			El Condado	
	Peso Asignado	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Materia Prima disponible	0,30	8	2,40	8	2,40
Espacio físico	0,10	7	0,70	6	0,60
Costo de la vida	0,15	7	1,05	6	0,90
Cercanía al cliente	0,05	6	0,30	6	0,30
Vías de acceso	0,15	8	1,20	7	1,05
Proveedores	0,15	8	1,20	8	1,20
Permisos Legales	0,10	7	0,7	7	0,70
TOTAL	100%		7,55		7,15

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

4.05.02 Macrolocalización.

“Consiste en decidir la zona general en donde se instalará la empresa o negocio.

También llamada macro zona, es el estadio de localización que tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto”. (Juan, 2013)

El local de ventas y producción de los centros de mesa de dulces y frutas estará ubicado en la parroquia de San Antonio de Pichincha, al Norte de Distrito Metropolitano de Quito esto permitirá obtener más conocimiento sobre el producto en el sector, Teniendo cercanía a los proveedores y así también obtener mano de obra.



Figura 20 Macrolocalización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Google Maps

4.05.03 Micro localización

Se elige el punto preciso, dentro de la macro zona, en donde se ubicará definitivamente la empresa o negocio, conjuga los aspectos relativos a los asentamientos humanos, identificación de actividades productivas, y determinación de centros de desarrollo. Selección y delimitación precisa de las áreas, también denominada sitio, en que se localizara y operara el proyecto dentro de la macro zona. (Juan, 2013)

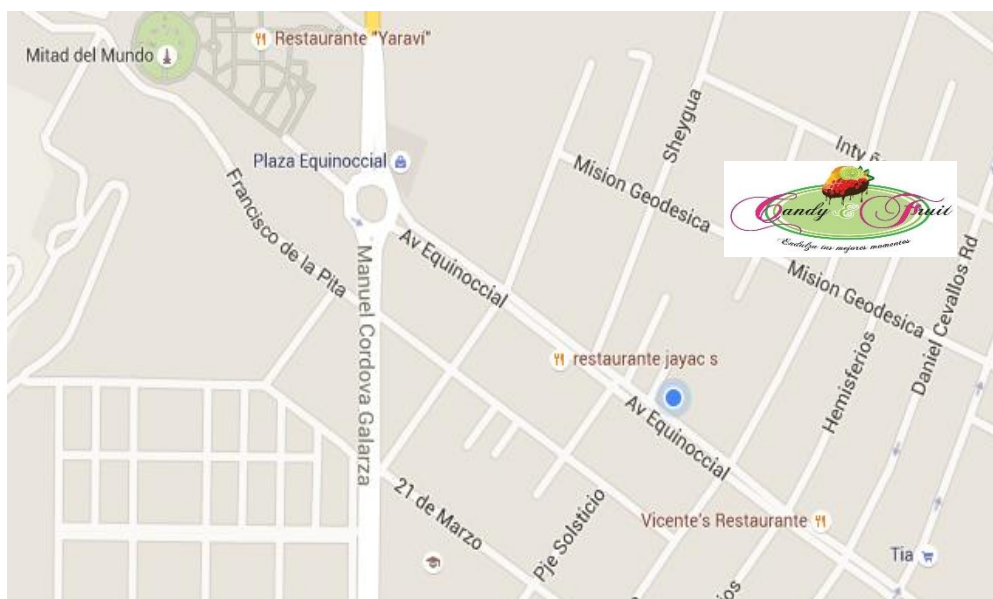


Figura 21 Microlocalización

Fuente: Google Maps

Elaborado por: Google Maps

La empresa de producción y comercialización de centros de mesa de dulces y frutas se encuentra ubicada en sector de San Antonio de Pichincha, en la Av. Equinoccial y Pucara en dicho lugar se pueden encontrar lo que son los factores cualitativos y cuantitativos como son: disponibilidad de transporte para los clientes, mano de obra, servicios básicos y otros.

4.06 Ingeniería del proyecto.

Es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener la planta productiva. (Baca, 2010)

4.06.01 Descripción de las instalaciones del proyecto.

1.- Recepción

Condiciones:

Área de 5 m² en el cual cuenta con luz eléctrica y ventilación.

Funciones:

En la recepción se realizara todo lo concerniente a atención al cliente y proveedores, recepción de documentos y facturas para entregar a los diferentes departamentos.

2.- Área de Producción

Condiciones:

Área de 10 m², el cual cuenta con luz eléctrica, maquinaria y equipo, ventilación y suministros necesarios para la producción.

Funciones:

En el Área de producción se realizara la recepción de los insumos y por ende la realización del proceso para la producción y obtener un producto terminado.

3.- Área Administrativa

Condiciones:

Área de 6 m², el cual cuenta con luz eléctrica, ventilación, muebles y enseres y los útiles de oficina.

Funciones:

El área de administración estar encargado de administrar los recursos financieros, realizar la contabilidad, realización de presupuestos pago de impuestos, pago a los trabajadores y el control y dirección de la empresa.

4.- Bodega Materia Prima**Condiciones:**

Área de 5m², cuenta con ventilación, muebles y enseres, luz eléctrica y los insumos.

Funciones:

En la Bodega de materia prima se realizara la recepción a los proveedores de los insumos adquiridos, y tener en cuenta las existencias de insumos o materiales.

5.-Bodega de Producto Terminado**Condiciones:**

Área de 6m², el cual cuenta con ventilación, luz eléctrica muebles.

Funciones:

En la bodega de productos terminados se realizara la ubicación, y existencias de los centros de mesa de dulces y frutas.

6.- Área de Ventas**Condiciones:**

Área de 5m², el cual cuenta con energía eléctrica, ventilación, muebles y enseres, útiles de oficina.

Funciones:

El área de ventas estará encargado de la distribución, precio y promociones del producto, establece objetivos y ventas de marketing.

7.-Área de Exhibición**Condiciones:**

Área de 7m2, contara con energía eléctrica, ventilación, muebles y enseres, útiles de oficina.

Funciones:

En el área de exhibición se realizara la atención al cliente, ventas, registro de ventas y el control de productos terminados en exhibición o para ser entregados a tiempo.

8.- Baños**Condiciones:**

Área de 2m2, el cual estará con luz eléctrica, agua potable y ventilación.

Funciones:

Esta área será utilizada para todos los diferentes departamentos que tiene la empresa.

4.06.02 Plano del negocio.

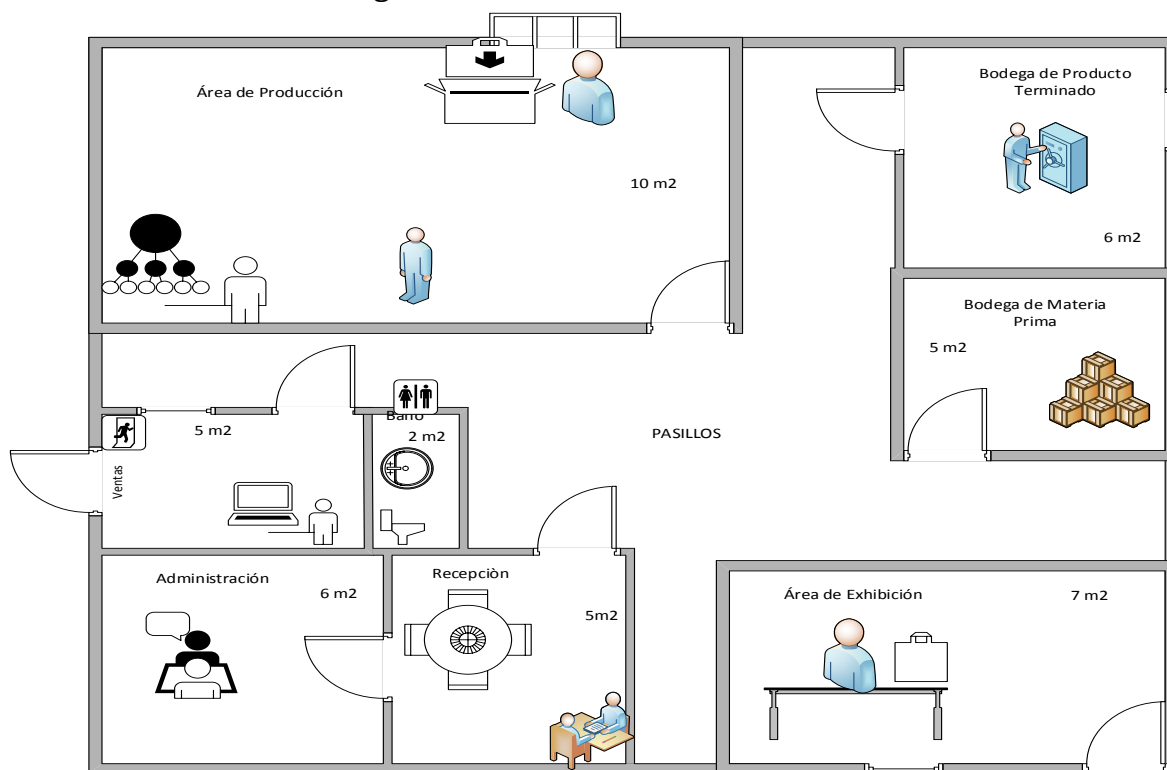


Figura 22 Plano del negocio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Estefania Almache Aguirre

4.07 Flujogramas del proceso de producción.

Un diagrama de flujo es una representación gráfica que desglosa un proceso en cualquier tipo de actividad a desarrollarse tanto en empresas industriales o de servicios y en sus departamentos, secciones u áreas de su estructura organizativa, es una herramienta para poder entender correctamente las diferentes fases de cualquier proceso y su funcionamiento, y, por tanto, permite comprenderlo y estudiarlo para tratar de mejorar sus procedimientos. (Manene, 2011)

Para los Flujogramas se utilizan símbolos los cuales tienen diferentes significados y son utilizados para las diferentes tareas o actividades, y así seguir los pasos necesarios para lograr el producto o servicio deseado.

4.07.01 Simbología

Tabla 36 Simbología de los Flujogramas

Símbolo	Representa
	Inicio o término.- Indica el principio o el fin del flujo. Puede ser acción o lugar; además se usa para indicar una unidad administrativa o persona que recibe o proporciona información.
	Actividad.- Describen las funciones que desempeñan las personas involucradas en los procesos.
	Documento.- Representa cualquier documento que entre, se utilice, se genere o salga del proceso.
	Decisión o alternativa.- Indica un punto dentro del flujo donde se debe tomar una decisión
	Archivo.- Indica que se guarde un documento en forma temporal o permanente.
	Conector de página.- Representa una conexión o enlace con otra hoja diferente, en la que continua el diagrama de flujo.
	Conector.- Representa la continuidad del diagrama dentro de la misma página. Enlaza dos pasos no consecutivos en una misma página
	Líneas de Flujo.- Conecta los símbolos señalando el orden en las que se debe realizar las distintas operaciones

Fuente: ANSI

Elaborado por: ANSI

4.07.02 Flujoigramas del proceso de fabricación de centros de mesa de dulces y frutas

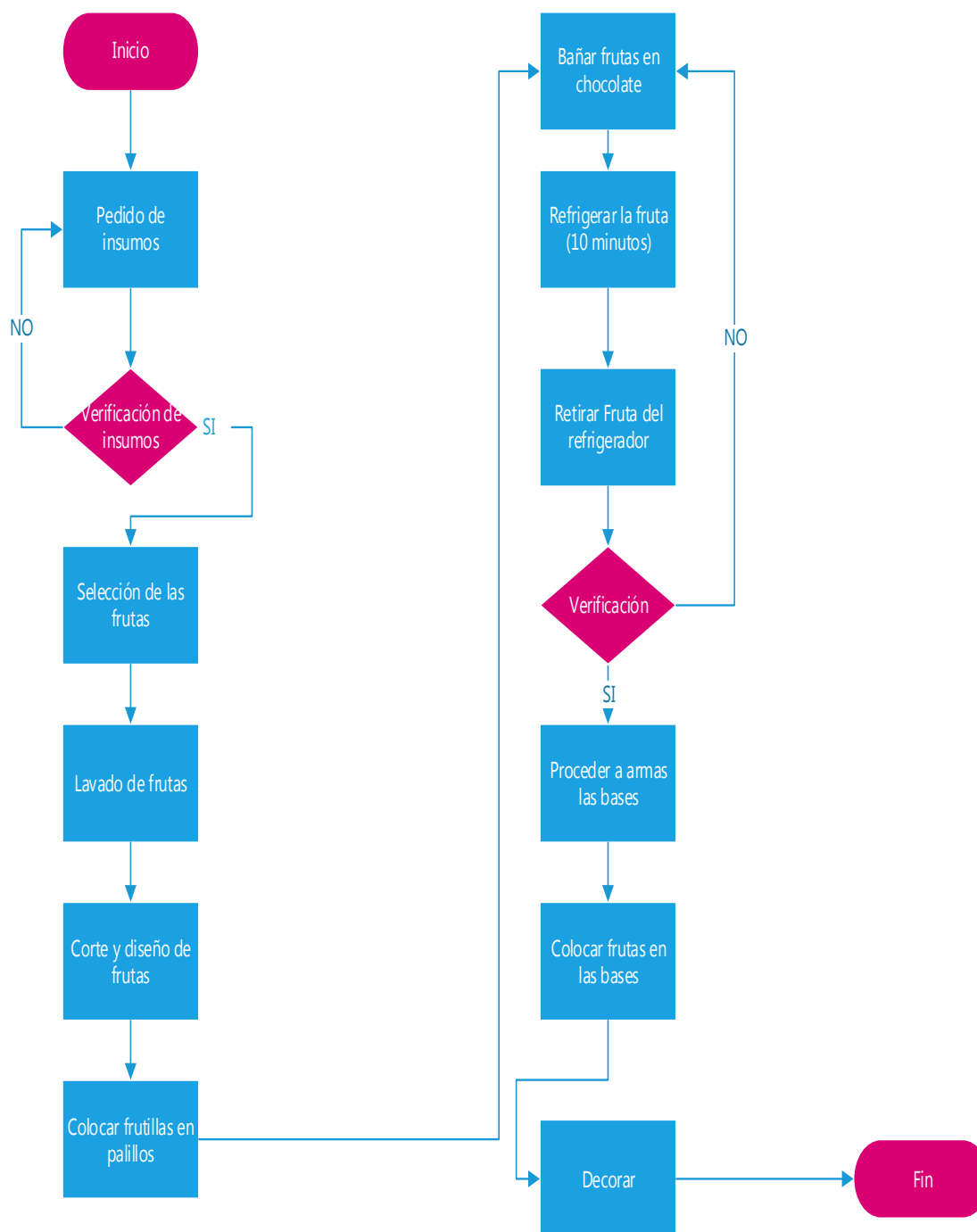


Figura 23 Flujoograma

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

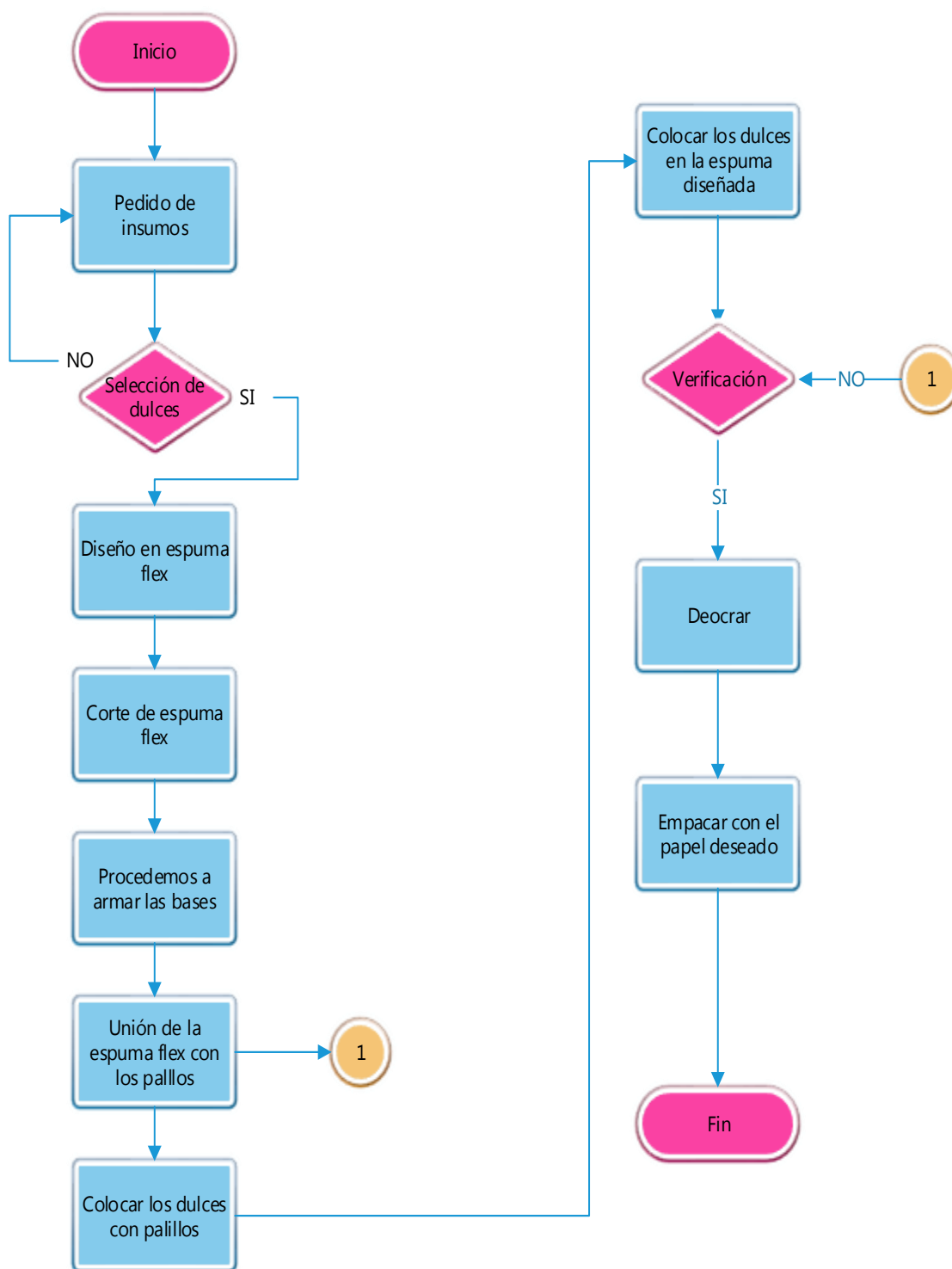


Figura 24 Flujograma

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

4.07.03 Descripción de las actividades

La descripción de las actividades ayudara para la mejor comprensión y así poder realizar los diagramas de flujo, lo cual servirá de gran ayuda para entender las diferentes actividades que se realizara para llevar a cabo el proceso de estudio.

Tabla 37 Producción de centros de mesa de frutas.

CONCEPTO	PROCESO
Operación 1	Pedido de los insumos.
Operación 2	Selección de los insumos
Operación 3	Selección de la fruta
Operación 4	Lavar las frutas y cortarlas de acuerdo al diseño
Operación 5	Proceder a diseñar y cortar las frutas seleccionadas.
Operación 6	Colocar las frutas en palillos redondos (25cm).
Operación 7	Proceder a bañar las frutas necesarias en chocolate y diseñar.
Operación 8	Refrigerar las frutas con chocolate por 10 minutos
Operación 9	Procedemos a retirar las frutas con chocolate del refrigerador
Operación 10	Verificación del producto.
Operación 11	Armas las bases hechas con silicona y colocar el oasis.
Operación 12	Colocar las frutas con los palillos redondos en la base
Operación 13	Decorar.

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

Tabla 38 Producción de centros de mesa de dulces

CONCEPTO	PROCESO
Operación 1	Pedido de los insumos.
Operación 2	Selección de los dulces
Operación 3	Diseñar en la espuma Flex el dibujo deseado.
Operación 4	Proceder a cortar la espuma Flex.
Operación 5	Armar las bases hechas de silicona y colocar el oasis.
Operación 6	Unir la espuma Flex diseñada con los palillos redondos (25cm).
Operación 7	Colocar los dulces en los palillos (5cm)
Operación 8	Procedemos a colocar los dulces en la espuma Flex ya diseñada.
Operación 9	Verificación del producto.
Operación 10	Decorar los centros de mesa de dulces
Operación 11	Empacar los centros de mesa con papel celofán o tul.

*Fuente: Investigación propia**Elaborado por: Magali Almache*

4.08 Determinación de mobiliario y equipo.

El mobiliario y Equipo a utilizarse es el siguiente:

Tabla 39 Mobiliario y Equipo

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Espuma Flex (paquete 6)	2	1,00	2,00
Silicona (paquete6)	2	2,00	4,00
Pistola de silicona	3	3,50	10,50
Cintas	5	0,50	2,50
dulces (paquetes)	5	2,00	10,00
Frutas variadas		30,00	30,00
Chocolate (paquete)	4	2,50	10,00
Pintura acrílica (120ml)	6	1,80	10,80
Palillos redondos (25cm) (5cm)	2	1,10	2,20
Papel de ceda, celofán y crepe	5	0,50	2,50
Pinceles	4	0,45	1,80
Moldes pequeños	3	1,30	3,90
Colorantes vegetales (30ml)	7	0,50	3,50
Granjeas (paquetes)	2	1,80	3,60
Masking	1	1,00	1,00
Estilete	1	1,20	1,20
Tul	1	1,50	1,50
Foam	10	2,00	20,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

El proyecto contara con la siguiente maquinaria la cual esta detallada a continuación:

Tabla 40 Maquinaria y Equipo

Descripción	Cantid.	Valor Unitario	Valor Total
Equipo y Maquinaria			
Cortadora de espuma Flex	1	70,00	70,00
Pistola de Silicona	1	9,00	9,00
Total Equipo y Maquinaria		79,00	79,00
Equipos de Oficina			
Teléfonos de escritorio	1	10,00	10,00
Calculadoras	1	3,00	3,00
Total Equipo de Oficina		13,00	13,00
Equipos de Computación			
Computadora Hp	1	300,00	300,00
Impresora Epson multifunción	1	200,00	200,00
Total Equipo de Computación		500,00	500,00
Muebles y Enseres			
Escritorio	1	50,00	50,00
Mostrador	1	30,00	30,00
Estantería	1	30,00	30,00
Archivador	1	30,00	30,00
Mesa estación trabajo	1	35,00	35,00
Total Muebles y Enseres		175,00	175,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS		767,00	767,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

4.08.01 Cuantificación de variables:

Tabla 41 Adquisición Mobiliario y Equipo

ADQUISICIÓN MOBILIARIO Y EQUIPO		
Nº	DETALLE	PROVEEDOR
	Espuma Flex	
	Silicona	
	Pistola de silicona	
	Cintas	
	dulces (paquetes)	
	Frutas	
	Chocolate (paquete)	
	Palillos	
	Pintura acrílica (120ml)	
	Palillos para pinchos	
	Papel de ceda	PROVEEDOR LOCAL
	Papel crepe	
	Papel celofán	
	Pinceles	
	Moldes pequeños	
	Colorantes vegetales	
	Granjeas	
	Masking	
	Estilete	
	Tul	
	Manga pastelera	
	Foam	
	Sogala pistola	
	Cortadora de espuma Flex	

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

El proveedor del Mobiliario y Equipo se adquirirá mediante un proveedor local

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

El estudio financiero es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo.

El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. El cual puede analizar un nuevo emprendimiento, una organización en marcha, o bien una nueva inversión para una empresa, como puede ser la creación de una nueva área de negocios, la compra de otra empresa o una inversión en una nueva planta de producción. (Anzil, 2012).

5.01. Ingresos Operacionales y no Operacionales

5.01.01. Ingresos Operacionales

Comprende los valores recibidos y/o causados como resultado de las actividades desarrolladas en cumplimiento de su objeto social mediante la entrega de bienes o servicios, así como los dividendos, participaciones y demás ingresos por concepto de intermediación financiera, siempre y cuando se identifique con el objeto social principal del ente económico. (Suarez, 2009).

En el estudio de factibilidad para la creación de una microempresa, los ingresos corresponden a las ventas de centros de dulces y frutas.

Tabla 42 Capacidad de producción

Detalle	Producción Diaria	Producción semanal	N° de semanas al mes	Producción mensual	N° de semanas al Año	Producción anual
Centros de fruta Pequeño	8	40	4	160	52	2080
Centro de frutas mediano	6,40	32	4	128	52	1664
Centro de frutas grande	5,33	26,67	4	106,67	52	1387
Centro de Dulce pequeño	12	60	4	240	52	3120
Centro de dulce mediano	8,73	44	4	174,55	52	2269
Centro de dulce grande	6,86	34,29	4	137,14	52	1783
Total	47,32	236,96		946,36		12303

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

La Microempresa encargada de la elaboración de centros de mesa de frutas y dulces en lo cual existirá un trabajador encargado de la elaboración por lo cual se tomó en cuenta la producción de los seis diferentes tipos de centros de mesa dando como

resultado 47,32 centros de mesa diarios, un 236,96 centros de mesa semanales, 946,36 centros de mesa mensualmente y 12302,62 centros de mesa anualmente.

Tiempo del Proceso

Tabla 43 Tiempo de Proceso en Centros de mesa de Frutas

	PROCESO	TIEMPO
1	Selección de la fruta	00:03
2	Lavar las frutas y cortarlas de acuerdo al diseño	00:03
3	Proceder a diseñar y cortar las frutas seleccionadas.	00:10
4	Colocar las frutas en palillos redondos (25cm).	00:05
5	Proceder a bañar las frutas necesarias en chocolate y diseñar.	00:30
6	Refrigerar las frutas con chocolate por 10 minutos	00:10
7	Procedemos a retirar las frutas con chocolate del refrigerador	00:10
8	Armas las bases hechas con silicona y colocar el oasis.	00:25
9	Colocar las frutas con los palillos redondos en la base	00:10
10	Decorar.	00:10
	TOTAL TIEMPO DE PRODUCCIÓN	01:16

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Magali Almache

Tabla 44 Tiempo de Proceso en Centros de mesa de Dulces

	PROCESO	TIEMPO
1	Selección de los dulces	00:03
2	Diseñar en la espuma Flex el dibujo deseado.	00:20
3	Proceder a cortar la espuma Flex.	00:10
4	Armaz las bases hechas de silicona y colocar el oasis.	00:20
5	Unir la espuma Flex diseñada con los palillos redondos (25cm).	00:05
6	Colocar los dulces en los palillos (5cm)	00:15
7	Procedemos a colocar los dulces en la espuma Flex ya diseñada.	00:15
8	Decorar los centros de mesa de dulces	00:10
9	Empacar los centros de mesa con papel celofán o tul.	00:10
	TOTAL TIEMPO DE PRODUCCIÓN	01:08

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

Por tal motivo se procede a realizar diferentes cálculos y poder obtener el precio de venta al público por cada centro de mesa de dulces o frutas.

Tabla 45 Costo de producción de un centro de frutas pequeño

DETALLE	PRECIO
Materia Prima Directa	3,25
Mano de Obra Directa	2,64
Costo Indirectos de Fabricación	9,90
Costo de Producción	15,79
Margen de Utilidad	0,55
P.V.P	24,48

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

El precio de venta al público de un Centro de mesa de frutas pequeño tendrá el valor de \$24,48 dólares, considerando un margen de utilidad de 0,40

Tabla 46 Costo de producción de un centro de frutas mediano

DETALLE	PRECIO
Materia Prima Directa	4,25
Mano de Obra Directa	2,64
Costo Indirectos de Fabricación	11,40
Costo de Producción	18,29
Margen de Utilidad	0,55
P.V.P	28,35

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

El precio de venta al público de un Centro de mesa de frutas mediano tendrá el valor de \$28,35 dólares, considerando un margen de utilidad de 0,40.

Tabla 47 Costo de producción de un centro de frutas grande

DETALLE	PRECIO
Materia Prima Directa	7,00
Mano de Obra Directa	2,64
Costo Indirectos de Fabricación	11,80
Costo de Producción	21,44
Margen de Utilidad	0,55
P.V.P	33,23

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

El precio de venta al público de un Centro de mesa de frutas grande tendrá el valor de \$33,23 dólares, considerando un margen de utilidad de 0,40.

Tabla 48 Costo de producción de un centro de dulces pequeño

DETALLE	PRECIO
Materia Prima Directa	6,00
Mano de Obra Directa	2,64
Costo Indirectos de Fabricación	7,20
Costo de Producción	15,84
Margen de Utilidad	0,55
P.V.P	24,55

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

El precio de venta al público de un Centro de mesa de dulces pequeño tendrá el valor de \$24,55 dólares, considerando un margen de utilidad de 0,40.

Tabla 49 Costo de producción de un centro de dulces mediano

DETALLE	PRECIO
Materia Prima Directa	6,50
Mano de Obra Directa	2,64
Costo Indirectos de Fabricación	8,70
Costo de Producción	17,84
Margen de Utilidad	0,55
P.V.P	27,65

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

El precio de venta al público de un Centro de mesa de duces mediano tendrá el valor de \$27,65 dólares, considerando un margen de utilidad de 0,40.

Tabla 50 Costo de producción de un centro de dulces grande

DETALLE	PRECIO
Materia Prima Directa	8,50
Mano de Obra Directa	2,64
Costo Indirectos de Fabricación	8,70
Costo de Producción	19,84
Margen de Utilidad	0,55
P.V.P	30,75

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

El precio de venta al público de un Centro de mesa de dulces grande tendrá el valor de \$30,75 dólares, considerando un margen de utilidad de 0,40.

Tabla 51 Proyección de los Ingresos

Años	Ingresos Anuales	Tasa de crecimiento sector	Total Ingresos
		2,93	
2016	53.279,54	0,0293	54.840,64
2017	54.840,64	0,0293	56.447,47
2018	56.447,47	0,0293	58.101,38
2019	58.101,38	0,0293	59.803,75
2020	59.803,75	0,0293	61.556,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

5.01.02 Ingresos no Operacionales

“Registra el valor de los ingresos obtenidos por el ente económico en la venta ocasional de ciertos bienes que no corresponden propiamente al desarrollo ordinario de sus operaciones”. (Suarez, mailxmail.com, 2009)

El proyecto no cuenta con Ingresos no Operacionales ya que la empresa se dedica a una sola actividad económica.

5.02. Costos

“Costos es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado (costos hundidos), en la presente inversión, en el futuro (costos futuros) o en forma virtual (costos de oportunidad)”. (Baca, 2010)

5.02.01. Costos Directos

“Los costos directos pueden ser definidos como una Segregación de los costos de producción entre aquellos que son fijos y aquellos que varían en relación directa con el volumen de producción”. (Gonzales, 2002)

En el presente proyecto se identifica que tanto la materia prima directa como la mano de obra directa son de gran importancia para el desarrollo de la empresa ya sea para la producción o para ofrecer un servicio.

Tabla 52 Materia Prima para Centro de Mesa de Frutas Pequeño

MATERIA PRIMA DIRECTA			
Detalle	Cantidad	Costo Unit.	TOTAL
Fresas	2	0,75	1,5
Uvas rojas	1	0,75	0,75
Manzana	7	0,25	1,75
TOTAL			3,25

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

Tabla 53 Materia Prima para Centro de Mesa de Frutas Mediano

MATERIA PRIMA DIRECTA			
Detalle	Cantidad	Costo Unit.	TOTAL
Fresas	2	0,75	1,5
Uvas rojas	1	0,75	0,75
Manzana	7	0,25	1,75
Uvas verdes	1	1,5	1,5
TOTAL			4,25

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

Tabla 54 Materia Prima para Centro de Mesa de Frutas Grande

MATERIA PRIMA DIRECTA			
Detalle	Cantidad	Costo Unit.	TOTAL
Fresas	2	0,75	1,5
Uvas rojas	1	0,75	0,75
Manzana	7	0,25	1,75
Uvas verdes	1	1,5	1,5
Marshmallow	1	1,50	1,5
TOTAL			7,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

Cada uno de los Centros de mesa de frutas esta elaborados por fresas, uvas rojas o verdes, manzanas y Marshmallow los cuales variara de acuerdo al tamaño del centro de mesa y de acuerdo al gusto del cliente.

Tabla 55 Materia Prima para Centro de Mesa de Dulces Pequeña.

MATERIA PRIMA DIRECTA			
Detalle	Cantidad	Costo Unit.	TOTAL
Marshmallow	2	2	4,00
Gomitas	1	2	2,00
TOTAL			6,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

Tabla 56 Materia Prima para Centro de Mesa de Dulces Mediano

MATERIA PRIMA DIRECTA			
Detalle	Cantidad	Costo Unit.	TOTAL
Marshmallow	1	2	2
Gomitas	1	2	2
Bombones Chocolate	1	2,5	2,5
TOTAL			6,5

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

Tabla 57 Materia Prima para Centro de Mesa de Dulces Grande.

MATERIA PRIMA DIRECTA			
Detalle	Cantidad	Costo Unit.	TOTAL
Marshmallow	1	2	2
Gomitas	1	2	2
Bombones Chocolate	1	2,5	2,5
Caramelos	1	2	2
TOTAL			8,5

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

Tabla 58 Distribución optima de Producción

PRODUCTO	PRODUCCION ANUAL	OPTIMA	PROD. TOTAL	C.V.U	COSTOS
Centro Frutas P	2.080,00	22%	457,60	15,79	7.225,79
Centro de Frutas M	1.664,00	15%	249,60	18,29	4.565,34
Centro Frutas G	1.386,67	8%	110,93	21,44	2.378,48
Centro dulces P	3.120,00	25%	780,00	15,84	2.355,69
Centro dulces M	2.269,09	18%	408,44	17,84	7.286,76
Centro dulces G	1.782,86	12%	213,94	19,84	4.244,76
TOTAL:		100%	2.220,51		38.056,82
	12.302,61				

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

Para la elaboración de los centros de mesa de dulces estos contendrán Marshmallow, gomitas, bombones y caramelos los cuales variaran de acuerdo al tamaño y a la combinación de dulces o la cantidad de los mismos y de acuerdo a los gustos de nuestros clientes.

Tabla 59 Mano de Obra Directa

Descripción	Cantid.	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Aporte al IEES 12,15%	Valor Total	Valor Anual
Operario 1	1	390,00	32,50	30,50	-	47,39	500,39	6.004,62
TOTAL	1	390,00	32,50	30,50	-	47,39	500,39	6.004,62

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

En la Tabla indica el rol de pagos de la mano directa el cual se encargara de la producción de los centros de mesa en el cual se ha considerado en cálculo del décimo tercero, décimo cuarto y el 12,15% aporte al IEES.

En la tabla no se realiza el cálculo de vacaciones y de los fondos de reserva ya que estos se toman en cuenta al cumplir un año laborando en la empresa.

5.02.02 Costos Indirectos

Costos indirectos como aquellos que no son identificables con un solo objetivo de coste, esto se debe a que estos costes están asociados a varios objetivos de coste al estar causados conjuntamente por estos objetivos de coste. Los costes indirectos son por lo tanto compartidos por varios objetivos de coste. (Domínguez, 2012)

Tabla 60 Costos Indirectos de Fabricación Centro de Frutas Pequeño

C.I.F			
Detalle	Cantidad	Costo Unit.	TOTAL
Chocolate	2	2	4
Granjeas, coco rallado, entre otros	1	1,5	1,5
Papel de empacado	1	0,5	0,5
Palillos redondos 25 cm	1	0,9	0,9
Silicona	1	1	1
pintura acrílica	1	2	2
TOTAL		7,90	9,90

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

Tabla 61 Costos Indirectos de Fabricación Centro de Frutas Mediano

C.I.F			
Detalle	Cantidad	Costo Unit.	TOTAL
Chocolate	2	2	4
Granjeas, coco rallado, entre otros	1	1,5	1,5
Palillos redondos (25m)	1	0,9	0,9
Silicona	2	1	2
Papel de empacado	2	0,5	1
pintura acrílica	1	2	2
TOTAL		7,90	11,40

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

Tabla 62 Costos Indirectos de Fabricación Centro de Frutas Grande

C.I.F			
Detalle	Cantidad	Costo Unit.	TOTAL
Chocolate	2	2	4
Granjeas, coco rallado entre otros	1	1,5	1,5
Papel de empacado	1	0,5	0,5
Palillos redondos 25 cm	2	0,9	1,8
Silicona	2	1	2
pintura acrílica	1	2	2
TOTAL		7,90	11,80

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

En la tabla de los Costos Indirectos de Fabricación para la producción de los centros de mesa de Frutas se determina el valor para poder producir los centros de mesa

en los cuales se obtienen tres precios ya que varían por su tamaño los cuales son pequeños obteniendo un total de \$ 9,90 el mediano de \$11,40 y el grande de \$ 11,80 para poder producirlos.

Tabla 63 Costos Indirectos de Fabricación Centro de Dulce pequeño

C.I.F			
Detalle	Cantidad	Costo Unit.	TOTAL
espuma Flex	2	0,9	1,8
palillo redondo (25cm)	1	0,9	0,9
Silicona	2	1	2
Papel de empaque	1	0,5	0,5
pintura acrílica	1	2	2
		5,30	7,20

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

Tabla 64 Costos Indirectos de Fabricación Centro de Dulce Mediano, Grande

C.I.F			
Detalle	Cantidad	Costo Unit.	TOTAL
espuma Flex	2	0,9	1,8
palillo redondo (25cm)	1	0,9	0,9
Silicona	2	1,5	3
Papel de empaque	2	0,5	1
pintura acrílica	1	2	2
		5,80	8,70

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

En la tabla de los Costos Indirectos de Fabricación para la producción de los centros de mesa de Dulces se determina el valor para poder producir los centros de mesa en los cuales se obtienen distintos precios ya que varían por su tamaño en los cuales se obtuvo un total de \$ 7,20 el pequeño, a \$ 8,70 el mediano y grande lo cual se necesitara para producir.

5.02.03. Gastos Administrativos

Son aquellos que tienen que ver directamente con la administración general del negocio y no con sus actividades operativas. No son Gastos de Ventas, no son Costos de Producción. Contienen los salarios del Gerente General, secretarias, contadores, alquileres de oficinas, papelería de oficinas, suministros y equipo de oficinas, etc. (Nuñez, 2016)

Tabla 65 Gasto Administrativo

Descripción	Cantid.	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Fondos de Reserva	Aporte al IEES 12,15%	Valor Total	Valor Anual
Gerente	1	350,00	29,17	30,50	-	42,53	452,19	5426,30
Ventas	1	300,00	25,00	30,50	-	36,45	391,95	4.703,40
TOTAL	2	650,00	54,17	61,00	-	78,98	844,14	10.129,70

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

En la siguiente tabla se ha tomado en cuenta a dos trabajadores los cuales estarán ubicados en el área administrativa en el cual se ha realizado los diferentes cálculos como el décimo ternero, décimo cuarto y aporte al IEES, en la tabla no se ha tomado en cuenta los fondos de reserva ni las vacaciones ya que eso se lo toma en cuenta cuando el trabajador tiene un año laborando en la empresa.

Tabla 66 Otros gastos Administrativos

Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Suministro de Oficina	13,00	156,00
Servicios Básicos	50,00	600,00
Arriendo	150,00	1800,00
TOTAL	243,00	2556,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

En la tabla de Otros gastos Administrativos están incluidos el arriendo de local, servicios básicos y suministros de oficina teniendo un costo mensual de \$243,00 y un costo anual de \$2.556,00

5.02.04. Gatos de Venta

Gastos de Venta son los gastos incrementales directamente atribuibles a la venta de un activo en los que la empresa no habría incurrido de no haber tomado la decisión de vender, excluidos los gastos financieros, los impuestos sobre beneficios y los incurridos por estudios y análisis previos. Se incluyen los gastos legales necesarios para transferir la propiedad del activo y las comisiones de venta. (Nunes, 2016)

Tabla 67 Otros Costos de Venta

Descripción	Cantidad	Valor	TOTAL	TOTAL
		Unitario	MENSUAL	ANUAL
Diseño de página web	1	30,00	30,00	30,00
Dípticos	50	0,04	2,00	24,00
Tarjetería	50	0,03	1,50	18,00
TOTAL			33,50	72,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

En la tabla los gastos de venta del presente proyecto dieron como resultado un gasto mensual de \$ 33,50 y anualmente de \$ 72,00

5.02.05. Gastos Financieros

Gastos financieros: Son los que reflejan el costo de capital o el costo que representa para la empresa financiarse con terceros. Son el costo de los pasivos, es decir de las deudas que tiene la empresa. El más importante es el interés que se paga sobre las deudas con bancos o con terceros (Nuñez, 2016)

Tabla 68 Costos Financieros

Detalle	Valor
Entidad	Cooperativa de Ahorro y Crédito Cooprogreso
Tipo de crédito	Microcrédito
Monto de Financiamiento	1.625,42
Tasa de interés	16%
Periodos	2 años

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

5.03. Inversión del Proyecto

En la inversión del proyecto se toma en cuenta el efectivo que será necesario para los costos y gastos que serán utilizados para el proyecto.

5.03.01. Inversión Fija

5.03.01.01. Activos Fijos

Activo fijo es aquel activo que no está destinado para ser comercializado, sino para ser utilizado, para explotado por la empresa, por lo general, el activo fijo es aquel que hace parte de la propiedad, planta y quipo, como son los automóviles, maquinaria, edificios, muebles, terrenos, entre otros. (Gerencie, 2010)

Tabla 69 Muebles y enseres

Descripción	Cantidad	Valor	Valor
		Unitario	Total
Escritorio	1	50,00	50,00
Mostrador	1	30,00	30,00
Estantería	1	30,00	30,00
Mesa estación trabajo	1	35,00	35,00
Archivador	1	30,00	30,00
TOTAL	4	145,00	175,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

Tabla 70 Equipos de Oficina

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Teléfonos de escritorio	1	10,00	10,00
Calculadoras	1	3,00	3,00
TOTAL	2	13,00	13,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

Tabla 71 Equipos de Computación

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadora Hp	1	300,00	300,00
Impresora Epson multifunciones	1	200,00	200,00
TOTAL	2	500,00	500,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

Tabla 72 Maquinaria

Descripción	Descripción	Cantid.	Valor Unitario	Valor Total
Cortadora de espuma Flex	Permite realizar cortes precisos y limpios	1	70,00	70,00
Pistola de Silicona	Permite sellar diferentes piezas	1	9,00	9,00
TOTAL		1	79,00	79,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

Tabla 73 Total Activos Fijos

Descripción	Valor
Equipo y Maquinaria	79,00
Muebles y Enseres	175,00
Equipos de Oficina	13,00
Equipos de Computación	500,00
TOTAL	767,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

5.03.01.02. Activos Nominales (Diferidos)

“Los Activos Nominales corresponden a todo lo que es intangible tales como servicios o derechos necesarios para la puesta en marcha del proyecto”. (Garzon, s.f.)

5.03.02. Capital de Trabajo

“Capital de trabajo a la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo. Éste puede ser calculado como los activos que sobran en relación a los pasivos de corto plazo. (Perez & Merino, Definicion.de, 2012)

Tabla 74 Capital de Trabajo

Descripción	1 Mes	2 Mes	TOTAL
Arriendo	150,00	150,00	300,00
Sueldos Personal	1.344,53	1.344,53	2.689,05
Servicios Básicos	50,00	50,00	100,00
Materia Prima Directa	781,00	781,00	1562,00
TOTAL			4651,05

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

Para el proyecto se tomara en cuenta dos meses de trabajo cuyo valor se encuentra en \$ 9.600,53 los cuales servirán para cubrir los gastos de operación que se realizaran en un inicio.

5.03.04. Amortización de los Financiamientos (tabla de amortización).

“La amortización Financiera se refiere a reintegrar un capital, generalmente un pasivo, a través de la distribución de pagos en el tiempo, aunque también se puede acordar el pago de todo el préstamo de una sola vez”.(Pedrosa, 2016)

Para el presente proyecto se realiza la tabla de amortización por el método de cuotas fijas con una tasa de interés del 16% para 2 años

Tabla 75 Tasa de interés

Inversión	100%	5.418,05	
Cap. Propio	70%	3.792,64	
Financiamiento	30%	1.625,42	
Plazo		24	MESES
Interés		16%	0,67%
Pagos		MENSUAL	

Periodo	Saldo	Interés	Cuota	Capital	Saldo
			Fija		Insoluto
0	1.625,42	0,00	0,00	0,00	1.625,42
1	1.625,42	10,84	73,51	62,68	1.562,74
2	1.562,74	10,42	73,51	63,09	1.499,64
3	1.499,64	10,00	73,51	63,52	1.436,13
4	1.436,13	9,57	73,51	63,94	1.372,19
5	1.372,19	9,15	73,51	64,37	1.307,82
6	1.307,82	8,72	73,51	64,79	1.243,03
7	1.243,03	8,29	73,51	65,23	1.177,80
8	1.177,80	7,85	73,51	65,66	1.112,14
9	1.112,14	7,41	73,51	66,10	1.046,04
10	1.046,04	6,97	73,51	66,54	979,50
11	979,50	6,53	73,51	66,98	912,52
12	912,52	6,08	73,51	67,43	845,09
13	845,09	5,63	73,51	67,88	777,21
14	777,21	5,18	73,51	68,33	708,88
15	708,88	4,73	73,51	68,79	640,09
16	640,09	4,27	73,51	69,25	570,85
17	570,85	3,81	73,51	69,71	501,14
18	501,14	3,34	73,51	70,17	430,97
19	430,97	2,87	73,51	70,64	360,33
20	360,33	2,40	73,51	71,11	289,22
21	289,22	1,93	73,51	71,59	217,63
22	217,63	1,45	73,51	72,06	145,57
23	145,57	0,97	73,51	72,54	73,03
24	73,03	0,49	73,51	73,03	0,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

En la tabla de Amortización se obtuvo como resultado 24 cuotas con un valor de \$ 73,51 para así nuestro saldo quede en cero esto transcurrido en 2 años.

5.03.05. Depreciaciones (tabla de depreciación).

La depreciación de los activos fijos se realizara de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable, de igual manera los bienes de la empresa debido al uso, el paso del tiempo, la innovación de nuevos modelos hace que estos con el paso del tiempo se deprecien (pierdan su valor). (Astudillo, 2014)

La depreciación de los activos se refleja en la siguiente tabla y se considera 5 años como vida útil para el proyecto.

Tabla 76 Depreciación de Activos.

Descripción	Año 0	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipo y Maquinaria	79,00	10	7,90	7,90	7,90	7,90	7,90
Muebles y Enseres	175,00	10	17,50	17,50	17,50	17,50	17,50
Equipos de Oficina	13,00	10	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30
Equipos de Computación	500,00	3	166,67	166,67	166,67	166,67	166,67
TOTAL	767,00		193,37	193,37	193,37	193,37	193,37

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

La depreciación de los activos fijos que pertenecerán a la empresa esto mediante la vida útil del proyecto

5.03.06. Proyección de Costos y Gastos

Los Gastos Administrativos son los que infieren de una manera indirecta del proceso de producción en el cual también se tomó en cuenta la tasa de inflación del año 2016 que es de 1,42%

Tabla 77 Proyección de Gastos Administrativos

Detalle	% de proyección	2016	2017	2018	2019	2020
Gato Persona Administrativo	1,42	10.129,70	10.273,54	10.419,43	10.567,38	10.717,44
Total Sueldo		10.129,70	10.273,54	10.419,43	10.567,38	10.717,44
Otros gastos Administrativos						
Suministros de Oficina	1,42	156,00	158,22	160,46	162,74	165,05
Servicios Basicos	1,42	600,00	608,52	617,16	625,92	634,81
Dep. Activos Fijos	1,42	193,37	196,12	198,90	201,73	204,59
Arriendo	1,42	1.800,00	1.825,56	1.851,48	1.877,77	1.904,44
Total otros gastos Administrativos		2.749,37	2.788,41	2.828,01	2.868,16	2.908,89
Total gasto Administrativo		12.879,07	13.061,95	13.247,43	13.435,55	13.626,33

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

Los gastos de ventas son los recursos que van a ser utilizados para dar a conocer el producto, todo lo que se refiere a la publicidad de la empresa.

Tabla 78 Proyección de Gastos de Venta.

Detalle	% de proyección	2016	2017	2018	2019	2020
Dípticos	1,42	24,00	24,34	24,69	25,04	25,39
Página Web	1,42	30,00	30,43	30,86	31,30	31,74
Tarjetería	1,42	18,00	18,26	18,51	18,78	19,04
Total otros gastos de Venta		72,00	73,02	74,06	75,11	76,18

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

5.03.07. Estado de Situación Inicial.

Estado de Situación Inicial está compuesto de Activo que significa cualquier pertenencia material o inmaterial, pasivo que es cualquier tipo de obligación o deuda que se tenga con terceros y capital representados en dinero o en títulos que son propiedad de los accionistas. (Baca, 2010)

Tabla 79 Estado de Situación Inicial

EMPRESA CANDY & FRUIT			
ESTADO DE SITUACION INICIAL			
ACTIVOS		PASIVOS	
Corrientes		Corrientes	
Efectivo	9.600,53	Créditos bancarios	3.110,26
NO CORRIENTES		No Corrientes	
ACTIVOS FIJOS		Créditos Bancarios L/P	-
Equipo y Maquinaria	79,00	PATRIMONIO	
Muebles y Enseres	175,00	Capital	7.257,27
Equipos de Oficina	13,00		
Equipos de Computación	500,00		
ACTIVOS DIFERIDOS			
Gastos constitución	-		
TOTAL ACTIVOS	10.367,53	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	10.367,53
GERENTE GENERAL		CONTADOR	

*Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Magali Almache*

5.03.08. Estado de Resultado Proyectado (5años).

El Estado de Resultado o de Pérdidas y Ganancias es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo, se obtiene restando a los ingresos todos los costos en que incurre la planta y los impuestos que debe pagar. (Baca, 2010)

Tabla 80 Estado de Resultado Proyectado

EMPRESA CANDY & FRUIT						
ESTADO DE RESULTA PROYECTADO						
	Descripción	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
	VENTAS	53.279,54	54.840,64	56.447,47	58.101,38	59.803,75
(-)	Costo de Producción	38.056,82	39.171,88	40.319,62	41.500,98	42.716,96
(=)	Utilidad Bruta en Ventas	15.222,73	15.668,75	16.127,85	16.600,39	17.086,78
(-)	Gastos Operacionales					
	Gastos Administrativos	12.879,07	13.061,95	13.247,43	13.435,54	13.626,33
	Gastos de Ventas	72,00	73,02	74,06	75,11	76,18
	Gastos Financieras	101,83	37,07	0,00	0,00	0,00
(=)	Utilidad Operacional	2.169,83	2.496,71	2.806,36	3.089,74	3.384,28
(+)	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.	2.169,83	2.496,71	2.806,36	3.089,74	3.384,28
(-)	15 % Participación Laboral	325,47	374,51	420,95	463,46	507,64
(=)	Utilidad Antes de I.R.	1.844,35	2.122,21	2.385,41	2.626,28	2.876,64
(-)	Impuesto a la Renta	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=)	Utilidad Neta	1.844,35	2.122,21	2.385,41	2.626,28	2.876,64

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

5.03.09. Flujo de Caja

El Flujo de Caja es un informe financiero que presenta un detalle de los flujos de ingresos y egresos de dinero que tiene una empresa en un período dado, se caracteriza por dar cuenta de lo que efectivamente ingresa y egresa del negocio, como los ingresos por ventas o el pago de cuentas (Moreno, 2010)

Tabla 81 Flujo de Caja Proyectado

Descripción	Año 0	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
VENTAS		53.279,54	54.840,64	56.447,47	58.101,38	59.803,75
(-) Costo de Producción		38.056,82	39.171,88	40.319,62	41.500,98	42.716,96
(=) Utilidad Bruta en Ventas		15.222,73	15.668,75	16.127,85	16.600,39	17.086,78
(-) Gastos Operacionales						
Gastos Administrativos		12.879,07	13.061,95	13.247,43	13.435,54	13.626,33
Gastos de Ventas		72,00	73,02	74,06	75,11	76,18
Gastos Financieras		101,83	37,07	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Operacional		2.169,83	2.496,71	2.806,36	3.089,74	3.384,28
(+) 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.		2.169,83	2.496,71	2.806,36	3.089,74	3.384,28
(-) 15 % Participación Laboral		325,47	374,51	420,95	463,46	507,64
(=) Utilidad Antes de I.R.		1.844,35	2.122,21	2.385,41	2.626,28	2.876,64
(-) Impuesto a la Renta		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(=) Utilidad Neta		1.844,35	2.122,21	2.385,41	2.626,28	2.876,64
(+) Depreciaciones		193,37	193,37	193,37	193,37	193,37
(+) Amortizaciones		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Inversión Inicial	3792,64					
(+) Préstamo	1625,42					
(=) FLUJO DE CAJA	-2167,22	2.037,72	2.315,57	2.578,77	2.819,65	3.070,00

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

Los resultados de los flujos de efectivo dieron como resultado un \$2037,72 en el primer año 2016 dando un valor positivo para la empresa a pesar de tener gastos, impuestos, amortizaciones y depreciaciones.

5.04. Evaluación.

“Evaluación de Proyectos son actividades encaminadas a la toma de decisiones acerca de poder invertir en un proyecto esto también depende al criterio de cada persona que evalúa”. (Baca, 2010)

5.04.01. Tasa de descuento

“En la Tasa de descuento se debe calcular con dos factores debe ser tal su ganancia que compense los efectos inflacionarios y en segundo debe ser una sobretasa por arriesgar su dinero en determinada inversión”. (Baca, 2010)

Tabla 82

TMAR

$\text{TMAR} = i + f + (i \times f)$

i = inflación

f = costo de oportunidad

Inflación = 1,42%
Costo de Oportunidad= 7,75%

$$\text{TMAR} = 0,0142 + 0,0775 + (0,0142 \times 0,08)$$

$$\text{TMAR} = 0,0917 + 0,001101$$

$$\text{TMAR} = 0,092801$$

$$\text{TMAR} = 9,28\%$$

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

La Tasa de Descuento o TMAR es del 9,28% tomando en cuenta la inflación del 1,42% y el costo de oportunidad de 7,75% para obtener como resultado la TMAR.

5.04.02. VAN.

El valor actual neto resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial, sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias. (Baca, 2010)

Tabla 83 Valor Actual Neto

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Total	- 5.418,05			-500,00		300,17
Excedente Operacional		2.037,72	2.315,57	2.578,77	2.819,65	3.070,00
FLUJOS DE EFECTIVO	- 5.418,05	2.037,72	2.315,57	2.078,77	2.819,65	3.370,17

$$VAN = -P + \frac{FNE\ 1}{(1+i)^1} + \frac{FNE\ 2}{(1+i)^2} + \frac{FNE\ 3}{(1+i)^3} + \frac{FNE\ 4}{(1+i)^4} + \frac{FNE\ 5}{(1+i)^5}$$

$$VAN = -5.418,05 + \frac{2.037,72}{1,092800^5} + \frac{2.315,57}{1,19421293^3} + \frac{2.078,77}{1,30503649} + \frac{2.819,65}{1,42614452^9} + \frac{3.370,17}{1,55849145^4}$$

$$VAN = -5.418,05 + 1.864,68 + 1.939,00 + 1.592,88 + 1.977,11 + 2.162,46$$

$$VAN = -5.418,05 + 9.536,12$$

$$VAN = 4.118,07$$

$$VAN = 4.118,07$$

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Magali Almache

Con el cálculo del VAN se obtuvo un resultado positivo de \$4.118,07 por lo cual la empresa es viable ya que considerando los flujos de efectivo y restando la inversión inicial dio un valor positivo.

5.04.03. TIR.

La tasa interna de retorno de un proyecto de inversión que permite que el BNA sea igual a la inversión, la TIR es la máxima para que el proyecto sea rentable.

Tabla 84 Tasa Interna de Retorno

Inversión	-5.418,05
Año 1	2.037,72
Año 2	2.315,57
Año 3	2.078,77
Año 4	2.819,65
Año 5	3.370,17
TIR	33,16%

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

En la tabla se obtiene de resultado en la TIR un 33,16% lo cual comparado con la TMAR que es del 9,28% se determina que el proyecto obtiene un resultado positivo ya que la tasa interna de retorno es mayor a la tasa de descuento.

5.04.04. PRI (Periodo de recuperación de la inversión).

“En todo proyecto se tiene como premisa la recuperación de la inversión y el tiempo que se demore en recuperar el dinero invertido ya que de esto dependerá cuán rentable es y qué tan riguroso será llevarla a cabo”. (Ucañán, 2015)

Tabla 85 Periodo de recuperación de la inversión

Periodo	FNE	Acumulado	Factor	FNE	Acumulado
	Actualizado				
0	-5.418,05	-5.418,05	1,00	-5.418,05	-5.418,05
1	2.037,72	-3.380,33	0,92	1.864,68	-3.553,38
2	2.315,57	-1.064,76	0,84	1.939,00	-1.614,38
3	2.078,77	1.014,01	0,77	1.592,88	-21,50
4	2.819,65	3.833,66	0,70	1.977,11	1.955,61
5	3.370,17	7.203,83	0,64	2.162,46	4.118,07

PERIODO DE RECUPERACION A VALORES CORRIENTE			PERIODO DE RECUPERACION A VALORES ACTUALIZADOS		
AÑO 2	Inversión a		AÑO 3	Inversión a	
	Ingresos	Recuperar		Ingresos	Recuperar
	2.078,77	-1.064,76		1.977,11	-21,50
1 mes	173,23	-891,53	1 mes	164,76	143,26
2 mes	173,23	-718,30	2 mes	164,76	308,02
3 mes	173,23	-545,07	3 mes	164,76	472,78
4 mes	173,23	-371,84	4 mes	164,76	637,54
5 mes	173,23	-198,60	5 mes	164,76	802,30
6 mes	173,23	-25,37	6 mes	164,76	967,06
7 mes	173,23	147,86	7 mes	164,76	1.131,82
8 mes	173,23	321,09	8 mes	164,76	1.296,58
9 mes	173,23	494,32	9 mes	164,76	1.461,34
10 mes	173,23	667,55	10 mes	164,76	1.626,10
11 mes	173,23	840,78	11 mes	164,76	1.790,85
12 mes	173,23	1.014,01	12 mes	164,76	1.955,61

PERIODO DE RECUPERACIÓN:	2 AÑO Y 6 MESES	PRVC
PERIODO DE RECUPERACIÓN:	3 AÑOS Y 1 MESES	PRVA

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

En la tabla el periodo de recuperación en el periodo de recuperación de valores actualizados es de 3 años y 1 mes lo cual es un beneficio ya que transcurrido esos años se obtendrá un margen de rentabilidad.

5.04.05. RBC (Relación Costo Beneficio).

“La Relación Costo Beneficio toma los ingresos y Egresos presentes netos del Estado de Resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar que se sacrifica en el proyecto”. (Didier, 2012)

$$RCB = \frac{\text{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\text{COSTOS ACTUALIZADOS}}$$

Tabla 86 Relación Costo Beneficio

PERIODOS	INGRESOS	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS	C.OSTOS ACTUALIZADOS
1	\$ 53.279,54	\$ 48.755,07	\$ 13.052,90	\$ 11.944,45
2	\$ 54.840,64	\$ 45.922,03	\$ 13.172,04	\$ 11.029,90
3	\$ 56.447,47	\$ 43.253,61	\$ 13.321,49	\$ 10.207,77
4	\$ 58.101,38	\$ 40.740,25	\$ 13.510,65	\$ 9.473,57
5	\$ 59.803,75	\$ 38.372,93	\$ 13.702,50	\$ 8.792,18
		\$ 217.043,90		\$ 51.447,87

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

$$RCB = \frac{\text{Ingresos Actualizados}}{\text{Costos Actualizados}}$$

$$RCB = \frac{\$ 217.043,90}{\$ 51.447,87}$$

$$RCB = 4,22$$

En la Relación Costo Beneficio dio un valor de \$ 4,22 es decir que por cada dólar que se invierte \$ 3,22 da como margen de utilidad.

5.04.06. Punto de Equilibrio.

El punto de Equilibrio es una herramienta financiera que permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa, para la determinación del punto de equilibrio debemos conocer los costos fijos y variables. (Ortiz, 2008)

Formula Punto de Equilibrio

$$P.E. = \frac{CF}{p - C_{vu}}$$

Tabla 87 Punto de Equilibrio

Costos Fijos:	Valor
Gastos Administrativos	12.879,07
Gastos de Ventas	72,00
Gastos Financieros	101,83
TOTAL COSTOS FIJOS	13.052,90

PRODUCTO	Precio	Cvu	MC	% Mercado	MC Promedio
Fruta Pequeña	22,11	15,79	6,32	22%	1,39
Fruta Mediana	25,61	18,29	7,32	15%	1,10
Fruta Grande	30,02	21,44	8,58	8%	0,69
Dulces Pequeño	22,18	15,84	6,34	25%	1,58
Dulces Medianos	24,98	17,84	7,14	18%	1,28
Dulces Grandes	27,78	19,84	7,94	12%	0,95

$$PE = \frac{CF}{p - C_{vu}}$$

$$PE = \frac{CF}{MC}$$

$$\frac{13.052,90}{6,99} = 1.866,29 \text{ Unidades}$$

PRODUCTO	Cantidad	% Mercado	Producción	Costo	COSTO
Fruta Pequeña	1866,29	22%	410,58	15,79	6.483,36
Fruta Mediana	1866,29	15%	279,94	18,29	5.120,33
Fruta Grande	1866,29	8%	149,30	21,44	3.201,15
Dulces Pequeño	1866,29	25%	466,57	15,84	7.390,79
Dulces Medianos	1866,29	18%	335,93	17,84	5.993,23
Dulces Grandes	1866,29	12%	223,95	19,84	4.443,39
		100%	1.866,29		32.632,25

PRODUCTO	Cantidad	% Mercado	Producción	PVP	PE INGRESO
Fruta Pequeña	1866,29	22%	410,58	22,11	9.076,71
Fruta Mediana	1866,29	15%	279,94	25,61	7.168,46
Fruta Grande	1866,29	8%	149,30	30,02	4.481,61
Dulces Pequeño	1866,29	25%	466,57	22,18	10.347,10
Dulces Medianos	1866,29	18%	335,93	24,98	8.390,52
Dulces Grandes	1866,29	12%	223,95	27,78	6.220,75
		100%	1.866,29		45.685,15

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Estefania Almache Aguirre

COMPROBACIÓN:

ESTADO DE RESULTADOS

Ventas	45.685,15
Costo Producción	32.632,25
MC	13.052,90
Gastos Fijos	13.052,90
Utilidad / Perdida	-

Grafico Punto de equilibrio

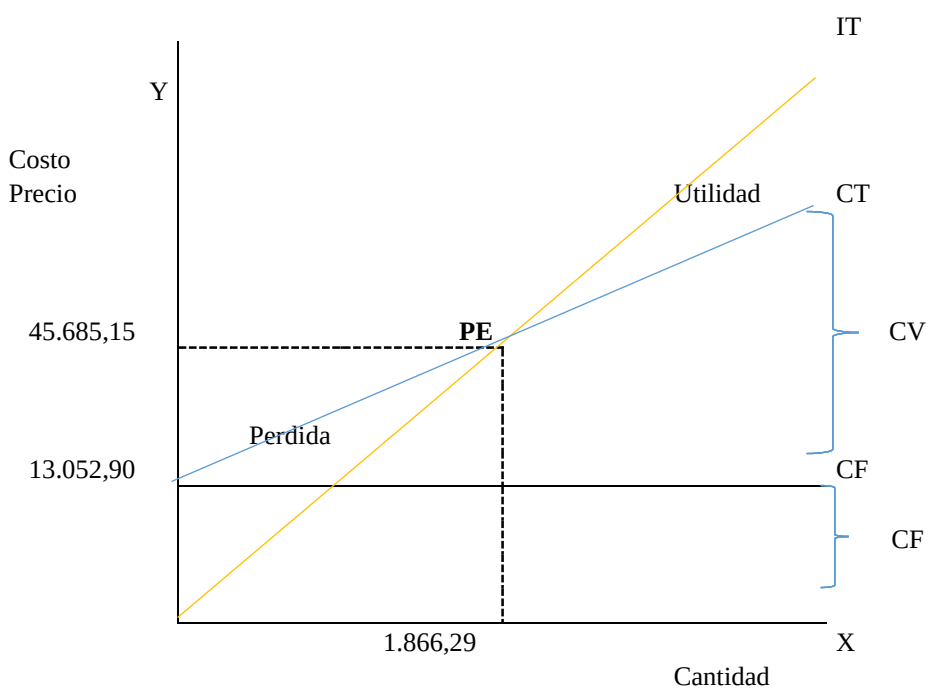


Figura 25 Punto de Equilibrio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Magali Almache

Según el gráfico del punto de equilibrio se debe producir y vender un total de 1.866,29 de centros de mesa de frutas y dulces para así llegar al punto de equilibrio y no generar pérdida, ni ganancia.

5.04.07. Análisis de índices financieros.

En el Análisis Financiero en el cual con los estados financieros se relacionan para así poder analizarlos más fácilmente y poder interpretarlos a continuación se presentan los índices:

ROE (Rendimiento sobre Patrimonio): “El ROE mide el rendimiento que obtienen los accionistas de los fondos invertidos en la sociedad, trata de medir la capacidad que tiene la empresa de remunerar a sus accionistas”. (Lorenzana, 2014)

ANÁLISIS DE INDICADORES

$$\text{R.O.E} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{R.O.E} = \frac{1.844,35}{3.792,64}$$

$$\text{R.O.E} = 0,49 \quad \text{o} \quad 48,63\%$$

Con el cálculo del ROE como resultado se obtiene 0,49 como rendimiento que la empresa obtendrá de sus propios fondos.

ROA (Rendimiento sobre el Activo):” El ROA mide la capacidad de los activos de una empresa para generar rentabilidad para ellos mismos, y medir la eficiencia de los activos”. (Lorenzana, 2014)

RENTABILIDAD SOBRE ACTIVO

$$\text{R.O.A} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$$

$$\text{R.O.A} = \frac{1.844,35}{5.418,05}$$

$$\text{R.O.A} = 0,34 \quad \text{o} \quad 34,04\%$$

En el cálculo del ROA se obtuvo un 34,04% por lo cual este porcentaje es lo que se utiliza la empresa del total de sus activos para así generar utilidades.

CAPITULO VI

6.01 Impacto Ambiental

Para la implementación de la microempresa “Candy & Fruit” se determinó que tendrá un mínimo de impacto ambiental, esto se debe a que al realizar los centros de mesa de dulces y frutas sus bases serán realizadas con silicón y pintadas con pintura acrílica lo cual es un factor de contaminación ambiental.

Con el objetivo de minimizar los efectos negativos que causa la pintura acrílica se deberían tener un mejor uso y más aún al momento de desecharlo con esto se lograría disminuir la contaminación con el buen uso de este material.

Por otro lado ninguno más de los materiales utilizados dentro de la producción causa algún efecto contaminante siendo esto un gran beneficio tanto para la empresa como para el medio ambiente y con esto se tendrá el manejo adecuado del material.

6.02 Impacto Económico

A pesar de la situación económica que está atravesando el país, lo cual no es muy satisfactorio para cada uno de los nuevos negocios que están por desarrollarse y por lo

que esto con lleva el producto que se ofrecerá tendrá precios accesibles para cada uno de nuestros futuros clientes.

Por otro lado también aportara al cambio de la matriz productiva ya que los productos son elaborados artesanalmente en el país mismo, por lo tanto se convertirá en un producto nacional.

El presente proyecto no solo aportara económicamente a la empresa, si no también beneficiara a nuestros proveedores, trabajadores de las diferentes áreas de la empresa y aportando así con las agencias que realizaran nuestra publicidad dando con resultado no solo ganancias a la empresa sino también a nuestros futuros colaboradores, de esta manera aportaremos al desarrollo económico y crecimiento productivo del país.

6.03 Impacto Productivo

Para el proyecto el impacto productivo es un factor positivo, ya que con la implementación de la matriz productiva el gobierno ha aportado y ayudado de gran manera para lograr el crecimiento dentro del sector artesanal, impulsando así a la producción del sector, contribuyendo con la obtención de nuevos conocimiento y más aún poder tener una buena administración, siendo así un sector con gran producción y con esto creando nuevas fuentes de trabajo.

Por otra parte el gobierno también ha ayudado con la generación de fuentes de financiamiento los cuales son de gran utilidad tanto para los pequeños y grandes

empresarios para poder desarrollar nuevos emprendimientos y así también aportando al bienestar del país

6.04 Impacto Social

Con la creación de la micro empresa “Candy & Fruit” se obtendrá un impacto social positivo ya que se aportara con nuevas fuentes de trabajo, salarios más dignos y aportando al crecimiento personal, esto también con lleva a tener un buen manejo y trato dentro de la microempresa para obtener el desenvolvimiento y creatividad adecuado de cada uno de los trabajadores obteniendo así un ambiente de trabajo confiable.

También se tomara en cuenta en manejo y trabajo que se obtenga con cada uno de nuestros proveedores los cuales deben estar legalmente constituidos y que cumplan con las diferentes políticas.

CAPITULO VII

7.01 Conclusiones

- Concluido el proyecto se ha determinado que con la creación de la microempresa dedicada a la producción y comercialización de centros de mesa de frutas y dulces va a obtener una rentabilidad beneficio ya que el producto está dirigido a toda la población.
- Con la creación de la microempresa existirá más producción y desarrollo en el sector artesanal, logrando obtener un impacto social beneficioso ya que no solo ayudara a la microempresa, sino también a las personas que participen de esta.
- Dentro de la evaluación financiera analizamos varios indicadores entre ellos el VAN la cual dio una rentabilidad de \$ 3658,27, en la TIR con un porcentaje de 30,09% y el PRI el cual dio como resultado que se recuperara la inversión en 3 años dos meses.
- En el Punto de Equilibrio se determinó que se debe vender una cantidad de unidades las cuales fueron de 1.981 para así no obtener perdida ni ganancia.

7.02 Recomendaciones

- De acuerdo a las investigaciones realizadas para realizar el proyecto de producción y comercialización de centros de mesa en la Parroquia de San

Antonio de Pichincha se obtuvo resultados satisfactorios y así poder ponerlo en marcha.

- Asignar los recursos necesarios y capacitar a cada uno de los trabajadores para que dentro del área de trabajo puedan desenvolverse eficaz y eficientemente, para así poder cumplir con los objetivos y las metas planteadas en la microempresa.
- Mejorar en el diseño e imagen del producto, adoptando la tecnología para poder seguir innovando los productos ya que cada vez existen nuevas propuestas en el mercado.
- Implementar estrategias de publicidad ya que es lo que más atrae a los clientes, este es uno de los recursos necesarios ya que la publicidad es un medio para la obtención de clientes y estos se sientan satisfechos con el producto ofrecido.

Bibliografía

- Alvarez, M., & Duran, J. (2009). *Manual de la Micro, Pequeña y Mediana empresa*. San Salvador.
- Baca, U. G. (2010). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico: McGrawHill.
- Banco Central del Ecuador. (2015). Obtenido de Banco Central del Ecuador:
https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo
- Calix, M. (Julio de 2011). *marielgestadmonhond*. Obtenido de marielgestadmonhond:
<http://marielgestadmonhond11.blogspot.com/p/contenidos.html>
- Cárdenas, S. (2015). Balanza Comercial del Ecuador tiempos de Dolarización. *Ecuador Dolarizado*, 30.
- Carvajal, M. (Agosto de 2014). *Reportero Industrial*. Obtenido de Reportero Industrial:
<http://www.reporteroindustrial.com/temas/Como-optimizar-el-manejo-de-materiales-en-la-planta+99211>
- Dongo, A. (2010). Significado de los Factores Sociales y Culturales . *IIPS*, 228.
- Ecobachillerato. (2013). Obtenido de Ecobachillerato:
<http://www.ecobachillerato.com/eoearagon/tema3.pdf>
- Edebe. (julio de 2008). *La empresa y su entorno*. Obtenido de La empresa y su entorno:
http://www.edebe.com/educacion/documentos/830343-0-529-830343_LA_EIE_CAS.pdf
- Entrepreneur. (4 de Marzo de 2016). *Entrepreneur*. Obtenido de Entrepreneur:
<https://www.entrepreneur.com/article/263568>
- Espinosa, R. (14 de Octubre de 2012). *Roberto Espinosa Welcome to the new Marketing*. Obtenido de Roberto Espinosa Welcome to the new Marketing:
<http://robertoespinosa.es/2012/10/14/como-definir-mision-vision-y-valores-en-la-empresa/>
- Espinosa, R. (29 de Julio de 2013). *Roberto Espinosa Welcome to the new marketing*. Obtenido de Roberto Espinosa Welcome to the new marketing:
<http://robertoespinosa.es/2013/07/29/la-matriz-de-analisis-dafo-foda/>
- Gestiopolis. (16 de Marzo de 2001). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis:
<http://www.gestiopolis.com/que-es-gestion-comercial/>
- Hernandez, P. (martes de Noviembre de 2008). *Factores Legales*. Obtenido de Factores Legales:
<http://factoreslegales.blogspot.com/>
- Hiebaum, K. (15 de abril de 2009). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis:
<http://www.gestiopolis.com/el-plan-estrategico-de-marketing/>
- INEC. (marzo de 2016). *Ecuador en cifras*. Obtenido de Ecuador en cifras:
http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2016/InflacionMarzo2016/Reporte_inflacion_201603.pdf

- Instituto de promoción de exportaciones e inversiones.* (2013). Obtenido de Instituto de promoción de exportaciones e inversiones: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2013_ARTESANIAS.pdf
- Jáuregui, A. (20 de Febrero de 2011). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis: <http://www.gestiopolis.com/4-factores-produccion-capital-interes-trabajo-tecnologia/>
- Juan, C. (25 de Mayo de 2013). *Macrolocalización y Microlocalización*. Obtenido de Macrolocalización y Microlocalización: <http://cuadromicroymacrolocalizacion.blogspot.com/2013/05/cuadro-comparativo-micro-localizacion-y.html>
- Manene, L. M. (28 de Julio de 2011). *Blog de Luis Miguel Manene*. Obtenido de Blog de Luis Miguel Manene: <https://luismiguelmanene.wordpress.com/2011/07/28/los-diagramas-de-flujo-su-definicion-objetivo-ventajas-elaboracion-fases-reglas-y-ejemplos-de-aplicaciones/>
- Navarro, J. (10 de Septiembre de 2008). *El blog Salmón*. Obtenido de El blog Salmón: <http://www.elblogsalmon.com/indicadores-y-estadisticas/que-es-el-producto-interior-bruto>
- Pardos, E. (15 de abril de 2013). *Catedraupm Innovacion y Competencia*. Obtenido de Catedraupm Innovacion y Competencia: http://www.catedraupm-masterd.es/blog/creativa/historia-de-los-arreglos-florales_1924
- Pardos, E. (2013 de ABRIL de 2013). *Catedraupm Innovacion y Competencia*. Obtenido de Catedraupm Innovacion y Competencia: http://www.catedraupm-masterd.es/blog/creativa/historia-de-los-arreglos-florales_1924
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración* (Octava ed.). México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Roben, E. (2003). *El Reciclaje*. Loja.
- Rojas, F. (14 de Noviembre de 2007). *mailxmail*. Obtenido de mailxmail: <http://www.mailxmail.com/curso-formulacion-proyectos/tamano-proyecto>
- Rojas, R. (2014). *bdigital*. Obtenido de bdigital: <http://www.bdigital.unal.edu.co/12101/1/ricardorojasmedina.2014.pdf>
- Ruiz, G. (10 de Junio de 2015). *Definanzas*. Obtenido de Definanzas: <http://definanzas.com/definicion-de-objetivos/>
- SRI. (s.f.). Obtenido de SRI: <http://www.sri.gob.ec/>
- Superintendencia de Bancos*. (s.f.). Obtenido de Superintendencia de Bancos : http://www.superbancos.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=153&vp_tip=2
- Thompson, I. (Diciembre de 2005). *Promonegocios*. Obtenido de Promonegocios: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html>

- Thompson, I. (Noviembre de 2006). *Promonegocios*. Obtenido de Promonegocios:
<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/mision-definicion.html>
- Thompson, I. (Enero de 2006). *Promonegocios*. Obtenido de Promonegocios:
<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/precio-definicion-concepto.html>
- Torres, C. (5 de Diciembre de 2012). *Gestion Operativa*. Obtenido de Gestion Operativa:
<http://gestionoperativadelasorganizaciones.blogspot.com/2012/12/que-es-las-gestion-operativa.html>

ANEXOS

Anexo A Formato de la Encuesta



SARROLLO DEL SECTOR ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE
RA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA
OMERCIALIZACION DE CENTROS DE MESA DE DULCES UBICADA AL
TE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2016.

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA**PROYECTO CENTROS DE MESA DE DULCE Y FRUTAS.****Encuesta**

Con la presente encuesta se desea conocer que aceptación que puede tener en el mercado “Los centros de mesa de dulce y frutas”. Por favor indique una opción para cada una de las pregunta.

Agradezco anticipadamente por su sinceridad y por su valioso tiempo.

Datos Generales:

Sector: _____ Fecha: _____ Edad: _____

Género: M ☐ F ☐

1.- ¿Conoce sobre los arreglos o centros de mesa de dulces o frutas?

Si ☐

No ☐

2.- ¿Considera usted los arreglos de dulces o frutas llamativo y creativo?

Si ☐

No ☐

3.- ¿Está usted de acuerdo con la creación de una empresa que se dedique a la producción y comercialización de centros de mesa de dulces y frutas?

Si ☐

No ☐

4.- ¿Cambiaría un arreglo de flores por un arreglo de dulces o frutas?

Si ☐

No ☐

5.- ¿Cuál es el factor más influyente al momento de comprar arreglos de dulces o frutas?

a.- Diseño del producto ☐

b.- Calidad ☐

c.- Precio ☐

6.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un arreglo de dulce o frutas?

De \$20 a \$25 ☐

De \$26 a \$30 ☐

De \$31 en adelante ☐

7.- ¿Está usted de acuerdo con el diseño, calidad y precio que ofrece la competencia?

Si ☐

☐

No

8.- ¿Con que frecuencia compra o adquiere arreglos de dulces o frutas?

Semanal ☐

Mensual ☐

Trimestral ☐

Anual ☐

9.- ¿Cree que es necesario que se ofrezca servicio a domicilio?

Si ☐

No ☐

10.- ¿Qué medios publicitarios influyen en usted para tomar decisiones de comprar con respecto a este tipo de producto?

a.- Internet ☐

b.- Vallas publicitarias ☐

c.- Hojas volantes ☐

GRACIAS POR SU ATENCION Y SU TIEMPO PRESTADO.

Anexo B Formulario para el LUAE

*** DECLARACIÓN JURADA / PETICIÓN DE INSPECCIÓN**

DECLARO BAJO JURAMENTO, Que la información consignada es veraz y corresponde a la realidad, que actúo de buena fe y que cumpla: (i) Con la Ordenanza 308 sancionada el 31 de marzo de 2010, que establece el régimen administrativo de la LUAE; (ii) Con las Reglas Técnicas aplicables a la actividad económica para la cual solicito licenciamiento y que constan determinadas en los Anexos siguientes de la Ordenanza: 1 Uso y Ocupación de suelo; 2 Prevención de incendios; 3 Publicidad exterior "rótulo"; 4 Ambiental; 5 Turismo, para el caso de actividades económicas del sector turístico.

Brindaré todas las facilidades necesarias a los órganos de control, funcionarios competentes y entidades colaboradoras, para el ejercicio de las potestades de control, INSPECCIÓN y la verificación del cumplimiento de las Reglas Técnicas y de ser el caso adjudicare información específica.

CROQUIS DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

Grafique con las mejores referencias posibles la ubicación del establecimiento, identifique calles, avenidas, edificios, etc.

Yo, _____ portador(a) del documento de identificación No. _____ por mis propios derechos (o en legal representación de la persona jurídica identificada líneas arriba) tengo conocimiento: (1) que la LUAE se entiende otorgada dejando a salvo las potestades de la autoridad pública y los derechos de terceros; y, no podrá ser invocada para excluir o disminuir la responsabilidad en que hubiere incurrido en el ejercicio de la actividad económica autorizada; y, (2) que la LUAE podrá ser extinguida en cualquier momento por la Autoridad Administrativa Otorgante, cuando hubiere sido otorgada sin cumplir con los requisitos establecidos en las normas administrativas o Reglas Técnicas que le hubieren sido aplicables; por lo cual, en caso de que se demuestre a través de los procedimientos de verificación y control de que he proporcionado información no verídica, la LUAE podrá ser extinguida, de oficio o a petición de parte, independientemente de la imposición de sanciones a que hubiere lugar.

Nota. La información presentada no podrá tener enmendadura o corrección alguna.

FIRMA TITULAR LUAE / REPRESENTANTE LEGAL

C.C. / PASAPORTE

FECHA (dd/mm/aaaa)

*Formulario gratuito ** El presente formulario se constituye en una Declaración Jurada en el caso en que la información registrada genere el Procedimiento Administrativo Simplificado; caso contrario para los Procedimientos Administrativos Ordinario y Especial se define como una solicitud de inspección y presentación de información respectivamente. Página 1/2

**SOLICITUD PARA OBTENER LA LICENCIA METROPOLITANA
ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS**



INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO

RUC / RISE: _____ Nombre Comercial: _____
Establecimiento No.: _____ Principal: _____ Sucursal: _____ Patente / RAET: _____ Predio No.: _____
Actividad Económica: _____

PERSONA NATURAL

C.C. / Pasaporte: _____ Nombres y Apellidos: _____

PERSONA JURÍDICA

CC. / Pasaporte _____ Nombres y Apellidos _____
Repr. Legal: _____ Repr. Legal: _____
Fecha Nombramiento _____ Razón Social: _____
Repr. Legal: _____

INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

BOMBEROS			TURISMO	
Área del establecimiento: _____ m²	GLP (Cilindro de gas) 15Kg: _____	Registro Turístico No: _____		
Nro. Trabajadores: _____	30Kg: _____	Categoría Turística: _____		
Aforo: _____	Total: _____	Tipo: _____		

IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (ROTULACIÓN)

(Cuyo fin exclusivo es la divulgación y/o promoción de la identificación del establecimiento).

Texto del Rótulo				Ubicación del rótulo		Local	
Largo	Ancho	Altura sobre el nivel de la acera	Tipo de material	Tamaño de la fachada	Adosado a la fachada frontal	m²	☐ Propio
				Adosado a la pared medianera	m²		☐ Arrendado
				Adosado a la pared lateral	m²		

Anexo C





APOYAR EL DESARROLLO DEL SECTOR ARTESANAL MEDIANTE UN ESTUDIO DE
FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACION DE UNA MICROEMPRESA DEDICADA A LA
PRODUCCION Y COMERCIALIZACION DE CENTROS DE MESA DE DULCES UBICADA AL
NORTE DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, AÑO 2016.