CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE BANCARIA Y FINANCIERA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTO A BASE DE MAÍZ, PARA MEJORAR LA CALIDAD ALIMENTICIA DE LOS NIÑOS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO DEL SECTOR NORTE

Proyecto de investigación previo a la obtención de título de Tecnólogo Superior en Administración Financiera

Autora: Consuelo Elizabeth Cedeño Rodríguez

Tutor: Ing. Napoleón Castro

Quito, Octubre 2014

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 mi absoluta responsabilidad.

_____

Consuelo Elizabeth Cedeño Rodríguez

CC 172248958-8

CESIÓN DE DERECHOS

Yo, Consuelo Elizabeth Cedeño Rodríguez alumna de la Escuela de Administración Bancaria Financiera, libre y voluntariamente cedo los derechos de autor de mi investigación en favor Instituto Tecnológico Superior “Cordillera”.

_____

CC 172248958-8

CONTRATO DE CESIÓN SOBRE DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Comparecen a la celebración del presente contrato de cesión y transferencia de derechos de propiedad intelectual, por una parte, el estudiante Cedeño Rodríguez Consuelo Elizabeth, por sus propios y personales derechos, a quien en lo posterior se le denominará el "CEDENTE"; y, por otra parte, el INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO CORDILLERA, representado por su Rector el Ingeniero Ernesto Flores Córdova, a quien en lo posterior se lo denominará el "CESIONARIO". Los comparecientes son mayores de edad, domiciliados en esta ciudad de Quito Distrito Metropolitano, hábiles y capaces para contraer derechos y obligaciones, quienes acuerdan al tenor de las siguientes cláusulas:

PRIMERA: ANTECEDENTE.- a) El Cedente dentro del pensum de estudio en la carrera de bancaria y financiera que imparte el Instituto Superior Tecnológico Cordillera, y con el objeto de obtener el título de Tecnólogo en Bancaria y financiera, el estudiante participa en el proyecto de grado denominado "**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE LA MICROEMPRESA DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTO A BASE DE MAÍZ, PARA MEJORAR LA CALIDAD ALIMENTICIA DE LOS NIÑOS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO DEL SECTOR NORTE**", el cual incluye la creación y desarrollo de la microempresa Deli-Maíz, para realizar se ha implementado los conocimientos adquiridos en su calidad de alumno. **b)** Por iniciativa y responsabilidad del Instituto Superior Tecnológico Cordillera se

desarrolla la creación del programa de ordenador, motivo por el cual se regula de forma clara la cesión de los derechos de autor que genera la obra literaria y que es producto del proyecto de grado, el mismo que culminado es de plena aplicación técnica, administrativa y de reproducción.

SEGUNDA: CESIÓN Y TRANSFERENCIA.- Con el antecedente indicado, el Cedente libre y voluntariamente cede y transfiere de manera perpetua y gratuita todos los derechos patrimoniales del estudio de factibilidad descrito en la cláusula anterior a favor del Cesionario, sin reservarse para sí ningún privilegio especial (código fuente, código objeto, diagramas de flujo, planos, manuales de uso, etc.). El Cesionario podrá explotar el programa de ordenador por cualquier medio o procedimiento tal cual lo establece el Artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual, esto es, realizar, autorizar o prohibir, entre otros: a) La entrega de las recetas por cualquier forma o procedimiento; b) La distribución pública de ejemplares o copias, c) Cualquier alteración o modificación del proyecto ; e) La protección y registro en el IEPI del nombre comercial a nombre del Cesionario; g) Los demás derechos establecidos en la Ley de Propiedad Intelectual y otros cuerpos legales que normen sobre la cesión de derechos de autor y derechos patrimoniales.

TERCERA: OBLIGACIÓN DEL CEDENTE.- El cedente no podrá transferir a ningún tercero los derechos que conforman la estructura, secuencia y organización del programa de ordenador que es objeto del presente contrato, como tampoco emplearlo o utilizarlo a título personal, ya que siempre se deberá guardar la exclusividad del programa de ordenador a favor del Cesionario.

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

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

SEXTA: DOMICILIO, JURISDICCIÓN Y COMPETENCIA.- Las partes fijan como su domicilio la ciudad de Quito. Toda controversia o diferencia derivada de éste, será resuelta directamente entre las partes y, si esto no fuere factible, se solicitará la asistencia de un Mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento, en el plazo de diez días calendario desde su inicio, pudiendo prorrogarse por mutuo acuerdo este plazo, las partes someterán sus controversias a la resolución de un árbitro, que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, al Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de comercio de Quito, y a las siguientes normas: a) El árbitro será seleccionado conforme a lo establecido en la Ley de Arbitraje y Mediación; b) Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo arbitral y se comprometen a no interponer ningún tipo de recurso en contra del laudo arbitral; c) Para la ejecución de medidas cautelares, el árbitro está facultado para solicitar el auxilio de los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno; d) El procedimiento será confidencial y en derecho; e) El lugar de arbitraje serán las instalaciones del centro de arbitraje y mediación de la Cámara de Comercio de Quito; f) El idioma del arbitraje será el

español; y, g) La reconvención, caso de haberla, seguirá los mismos procedimientos antes indicados para el juicio principal.

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

En aceptación firman a los 13 días del mes de octubre del dos mil catorce.

f)_____ f)_____

Consuelo Elizabeth Cedeño Rodríguez

C.C. Nº ***1722489588*** Instituto Superior Tecnológico Cordillera

CEDENTE **CESIONARIO**

AGRADECIMIENTO

Los resultados de este proyecto, están dedicados a todas aquellas personas que, de alguna forma, son parte de su culminación. Mis sinceros agradecimientos están dirigidos hacia:

Gracias al Ing. Napoleón Castro, tutor del estudio de factibilidad, por el valioso aporte profesional, técnico y humano brindado en el transcurso de este semestre en favor de la culminación de esta retadora carrera que después de mucho sacrifico voy a culminar.

Gracias a todo el personal docente, mis queridos maestros que al fin verán los frutos de sus enseñanzas.

Elizabeth Cedeño

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios, a Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar.

A mi amado esposo Renán Manosalvas porque él ha sido el pilar a lo largo de estos años siendo mi apoyo en todo momento, depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad.

A mis hijos Josué y Ezequiel Manosalvas Cedeño, por la paciencia y el amor que me brindan, siendo un sufrimiento que representa no estar en casa para cuidar y atender de ellos.

A mis adorados padres, Klever Cedeño y Ángela Rodríguez por la confianza depositada en mí, por darme el entusiasmo y la fortaleza para cumplir mi sueño y por cuidar de mis hijos.

A mis queridos Suegros, Estuardo Manosalvas y Sarita Aluisa por cuidar de mis hijos como si fueran de ellos, por darme la apertura y el apoyo de seguir con mis estudios.

Es por ellos por el círculo de familia que Dios me ha regala que con su entero apoyo y confianza soy lo que soy ahora. Los amo con mi vida.

Elizabeth Cedeño

INDICE GENERAL

- Portada ---------- I
- Declaratoria ----------III
- Cesión de derecho ----------IV
- Agradecimiento ----------VIII
- Dedicatoria ----------IX
- Índice General----------X
- Índice de Tablas----------XIV
- Índice de Ilustración ----------XVI
- Índice de Gráfico----------XVII
- Resumen Ejecutivo----------XVIII
- Abstract ----------XXI
- Introducción----------XXIII

CAPÍTULO 1 INTRODUCCION

1.1 Justificación ----------1

1.2 Antecedentes ----------1

CAPÍTULO 2: ANALISIS SITUACIONAL

2.1 AMBIENTE EXTERNO

2.1.1 Factor Económico ----------38

2.1.3 Factor Social ----------48

2.1.3 Factor Legal ----------50

2.1.4 Factor Tecnológico ----------56

2.2 ENTORNO LOCAL

2.2.1 Clientes ----------57

2.2.2 Proveedores ----------58

2.2.3 Competidores ----------59

2.3 ANALISIS INTERNO

2.3.1 Propuesta Estratégica ----------59

2.3.1.1 Misión ----------60

2.3.1.2 Visión ----------60

2.3.1.3 Objetivos ----------60

2.3.1.3.1 Objetivo General ----------60

2.3.1.3.2 Objetivos Específicos ----------61

2.3.1.4 Principios y Valores ----------61

2.3.2 Gestión Administrativa ----------62

2.3.3 Gestión Operativa ----------69

2.3.4 Gestión Comercial ----------71

2.4 ANALISIS FODA----------76

CAPITULO 3. ESTUDIO DE MERCADO----------78

3.1 ANALISIS DEL CONSUMIDOR----------79

3.1.1 Determinación de la población y muestra ----------80

3.1.1.2 Muestra----------84

3.1.2 Técnicas de obtención de información ----------84

3.1.3 Análisis de la información ----------85

3.2 OFERTA----------93
3.2.1 Oferta Historica----------93
3.2.2 Oferta actual ----------94
3.2.3 Oferta proyectada ----------94

3.4 DEMANDA
3.4.1 Demanda actual ----------95
3.4.2 Demanda insatisfecha----------95
3.4.3 Demanda Proyectada ----------95

CAPITULO 4. ESTUDIO TECNICO

4.1 TAMAÑO EL PROYECTO----------98
4.1.1 Capacidad Instalada ----------99
4.1.2 Capacidad Óptima ----------99

4.2 LOCALIZACION
4.2.1 Macro-localización ----------100
4.2.2 Micro-localización ----------100
4.2.3 Localización Óptima ----------103

4.3 INGENIERIA DEL PRODUCTO
4.3.1 Definición del B y S ----------103
4.3.2 Distribución de planta ----------105
4.3.3 Proceso productivo ----------107
4.3.4 Maquinaria ----------108
4.3.5 Equipos ----------109

CAPITULO 5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 INGRESOS OPERACIONALES Y NO OPERACIONALES----------110
5.1.1 Mano de Obra----------111
5.1.2 Materia prima directa----------111
5.1.3 Costos indirectos de fabricación----------112
5.2 Ingresos no operacionales----------112

5.3 COSTOS
5.3.1 Costo Directo ----------113
5.3.2 Gastos Administrativos ----------114
5.3.3 Gasto de Venta ----------114
5.2.6 Costos fijos y Variables ----------114

5.2 INVERSIONES
5.2.1 Inversión del proyecto ----------116
5.2.1.1 Activos fijos ----------117
5.2.2 Capital de trabajo ----------117
5.2.3 Fuentes de financiamiento y uso de fondos ----------119
5.2.4 Amortización de financiamiento ----------119
5.2.5 Depreciaciones ----------119
5.2.6 Estado de situación inicial ----------121
5.2.7 Estado de resultados Proyectados ----------122
5.2.8 Flujo de Caja ----------123

5.3. EVALUACION ----------124
5.3.1 Tasa de descuento ----------124
5.3.2 VAN ----------125
5.3.3 TIR ----------127
5.3.4 PRI ----------128

5.3.5 RC&B ----------129
5.3.6 Punto de Equilibrio ----------129
5.3.7 Análisis de índices financieros ----------132

CAPITULO 6. ANALISIS DE IMPACTO
6.1 Impacto Ambiental ----------135
6.2 Impacto Económico ----------135
6.3 Impacto Productivo ----------135
6.4 Impacto Social ----------136

CAPITULO 7. CONCLUSIONE SY RECOMENDACIONES
7.1 Conclusiones ----------137
7.2 Recomendaciones ----------138

Anexos----------143
Bibliografía----------144

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 Porcentajes de Obesidad ----------36
Tabla No. 2 tasa de Interés activa----------43
Tabla No. 3 tasa de interés pasiva----------45
Tabla No. 4 Cargos administrativos ----------64
Tabla No. 5 Funciones administrativas----------66
Tabla No. 6 Canales de Distribución ----------75
Tabla No. 7 Análisis Foda----------76
Tabla No. 8 Análisis de pregunta ----------85
Tabla No. 9 Análisis de pregunta ----------86
Tabla No. 10 Análisis de pregunta----------87
Tabla No. 11 Análisis de pregunta ----------88
Tabla No. 12 Análisis de pregunta ----------89
Tabla No. 13 Análisis de pregunta ----------90
Tabla No. 14 Análisis de pregunta ----------91
Tabla No. 15 Oferta Actual ----------93
Tabla No. 16 Proyección de la oferta ----------94
Tabla No. 17 Aceptación ----------95
Tabla No.18 Frecuencia ----------96
Tabla No 19 Precio ----------96
Tabla No. 20 Demanda Proyectada ----------97
Tabla No. 21 Demanda Insatisfecha ----------97
Tabla No. 22 Localización óptima ----------103
Tabla No. 23 Ingeniería de Producto ----------104
Tabla No. 24 Maquinaria ----------108
Tabla No. 25 Equipos de Computación----------109
Tabla No. 26 Equipos de oficina----------109
Tabla No. 27 Estanterías ----------109
Tabla No. 28 Mano de Obra ----------111

Tabla No. 29 Materia Prima Dirección ----------111
Tabla No. 30 Costos Indirectos de Fabricación----------112
Tabla No. 31 Costo Directo----------113
Tabla No. 32 Gastos Administrativos ----------113
Tabla No. 33 Empleados Administrativos ----------114
Tabla No. 34 Gasto de ventas ----------114
Tabla No. 35 - Proyección costos y gastos ----------115
Tabla No. 36 Proyección gastos administrativos----------115
Tabla No. 37 Proyección gastos de ventas ----------116
Tabla No. 38 Inversiones ----------116
Tabla No. 39 Activos Fijos ----------117
Tabla No. 40 Capital de Trabajo ----------118
Tabla No. 41 Inversiones----------118
Tabla No. 42 Amortización de Financiamiento----------119
Tabla No. 43Depreciaciones----------120
Tabla No. 44 Estado de Situación Inicial ----------121
Tabla No. 45 Estado de resultados ----------122
Tabla No. 46 Estado de flujo de caja ----------123
Tabla No. 47 Tasa de descuento ----------124
Tabla No. 48 TIR----------127

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1 Producto Interno Bruto ----------38
Ilustración 2 Tasa de Desempleo ----------40
Ilustración 3 Inflación ----------41
Ilustración 4 Tasa de Interés Activa ----------44
Ilustración 5Tasa de interés Pasiva ----------45
Ilustración 6 Balanza Comercial----------46
Ilustración 7 Importaciones ----------47
Ilustración 8 Exportaciones----------47
Ilustración 9 Gestión Administrativa----------63
Ilustración 10 Organigrama Estructural ----------64
Ilustración 11 Organigrama Funcional----------67
Ilustración 12 Tarjeta de presentación ----------71
Ilustración 13 Logo del Producto----------73
Ilustración 14 Publicidad----------75
Ilustración 15 Macro- Localización ----------100
Ilustración 16 Micro- Localización----------101
Ilustración 17 Croquis de ubicación ----------103
Ilustración 18 Distribución de Planta ----------106

ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico 1 Maíz plantación ----------29
Gráfico 2 Maíz plantación----------29
Gráfico 3 Beneficios----------30
Gráfico 4 Compra y conservación----------33
Gráfico 5 Cómo consumir----------34
Gráfico 6 Precauciones----------34
Gráfico 7 Plaza ----------74
Gráfico 8 Análisis de pregunta ----------85
Gráfico 9 Análisis de pregunta ----------86
Gráfico 10 Análisis de pregunta ----------87
Gráfico 11 Análisis de pregunta ----------88
Gráfico 12 Análisis de pregunta ----------89
Gráfico 13 Análisis de pregunta ----------90
Gráfico 14 Análisis de pregunta ----------91
Gráfico 15 Análisis de pregunta ----------92
Gráfico 16 Resultados obtenidos----------108

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio de factibilidad se ha elaborado con la finalidad de crear una microempresa de comercialización de productos elaborados a base de maíz en la ciudad de Quito cuya actividad empresarial se desarrollará en el sector Cotocollao, ya que es un sector comercial, por lo tanto es necesario la implementación de un plan de comercialización que permita dar a conocer estos nuevos productos.

El objetivo principal del proyecto es tratar de combatir la mala nutrición de los niños del Distrito Metropolitano de Quito, porque se muestran altos índices de niños desnutridos o con obesidad y una serie de enfermedades que desencadena la mala nutrición, la microempresa está enfocada en la ayuda al buen habito alimenticio de los niños y se espera tener buenos resultados con la aportación de estos productos, y satisfacer a los consumidores con la sana y buena alimentación.

La principal fortaleza de la microempresa es que son productos con un buen componente nutricional, es adecuada y se espera sea aceptada por los consumidores, una gran oportunidad de ingresar al mercado es por el nuevo plan del gobierno con el semáforo nutricional, los productos son sanos y el consumidor eso es lo que está buscando para los más pequeños de la casa.

La investigación que a continuación se presenta, ha sido desarrollada en siete capítulos y cada uno de ellos elaborado desde un enfoque de innovación que busca contribuir con la matriz productiva del país.

En el primer capítulo se describe la justificación y antecedentes del estudio de factibilidad en este capítulo generalmente se da a conocer los antecedentes relevantes que muestra el proyecto es decir hechos relevantes de la investigación.

En el segundo capítulo se realiza el análisis situacional, se estudia la situación económica y cada uno de los factores que intervienen en la economía del país, además el estudio del Ambiente interno como externo y la matriz FODA.

En el tercer capítulo se desarrolla por el estudio de investigación de mercado mediante un análisis de consumidor de oferta y demanda para determinar si nuestro estudio de factibilidad tendrá aceptación en el mercado comercial.

En el cuarto capítulo describe el estudio técnico del proyecto la localización de la empresa y la ingeniería de la planta y como se desarrollará cada elemento que se necesitará dentro de la microempresa.

En el quinto capítulo y uno de los más importantes es el estudio de mercado y evaluación financiera en el cual se realizan todos los cálculos que conllevan al desarrollo económico del estudio de factibilidad mediante el cual se obtuvieron resultados positivos que se encuentran dentro de los paramentos establecidos que indican la vialidad y rentabilidad del proyecto.

En el sexto capítulo se describe el análisis de impactos ambiental, económico y productivo y social; siendo el impacto social el de mayor importancia para la empresa.

El séptimo capítulo contiene las conclusiones y recomendaciones que son de suma importancia mediante el cual se llega a una conclusión favorable del estudio de factibilidad para la creación de la microempresa de la investigación obtenida.

ABSTRACT

This feasibility study has been prepared with the aim of creating a micro-marketing of products made from corn in the city of Quito products whose business will develop in the Cotocollao sector, which is a commercial sector, so it is necessary to implement a marketing plan that allows bringing these new products.

The main objective of the project is to try to combat poor nutrition of children of the Metropolitan District of Quito, because high rates of malnutrition or obesity and a number of diseases that triggers poor nutrition children shown, microenterprise is focused on helping the good habit of eating children is expected to have good results with the contribution of these products, and satisfy consumers with healthy and good food.

The main strength of microenterprise is that they are products with good nutritional component is adequate and is expected to be accepted by consumers, a great opportunity to enter the market by the new government plan to nutritional traffic light products are healthy and the consumer that is what you are looking for smaller house.

The research presented below has been developed in seven chapters, each drawn from an innovative approach that seeks to contribute to the country's productive matrix.

In the first chapter the rationale and background of the feasibility study described in this chapter generally disclosed relevant background showing the project that is relevant facts of the investigation.

In the second chapter the situational analysis is performed, the economic situation and each of the factors involved in the economy of the country, besides the study of the internal and external environment and the SWOT matrix is studied.

The third chapter is developed by the market research study through an analysis of consumer demand and supply to determine if our feasibility study will have acceptance in the commercial market.

The fourth chapter describes the technical study of the project the location of the business and engineering of the plant and how each element will be needed within the microenterprise develop.

In the fifth chapter and one of the most important is market research and financial evaluation in which all calculations involving the economic development of the feasibility study by which positive results are within the walls were obtained set are made indicating roads and profitability.

In the sixth chapter the analysis of environmental, economic, productive and social impacts described; the social impact being the most important for the company.

The seventh chapter contains the conclusions and recommendations are paramount whereby you will reach a favorable conclusion of the feasibility study for the creation of micro research obtained.

INTRODUCCIÓN

El maíz es unos de los productos más cosechados en el sector agroindustrial, ya que se puede cultivar en todo el país excluyendo los páramos, gracias a estos cultivos se pueden realizar varios productos terminados a base de maíz y apoyar a la comercialización y productividad de nuestro país.

Tomando en cuenta al sector agroindustrial, se realizará un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa Deli-Maíz de comercialización de producto a base de maíz, que tiene como finalidad apoyar a la nutrición de los niños de nuestro país ya que estos productos son nutritivos y apropiados para la alimentación de los más pequeños de la casa.

Muchas de las ventajas de los productos elaborados a base de maíz es la buena alimentación que tendrían la población esto ayudará mucho inclusive con el nuevo plan del "semáforo nutricional" que sirve o tiene como objetivo alertar a las personas acerca de alimentos dañinos en la vida cotidiana y además se presta para comparaciones rápidas, el semáforo es parte de la lucha contra la obesidad y promueve una alimentación saludable, además los productos elaborados de maíz ayuda a reducir las alarmantes tasas de enfermedades como diabetes, sobrepeso y obesidad, gracias al etiquetado del semáforo nutricional la población podrá observar que los productos son netamente nutritivos.

Hoy en día la creación de microempresas van encaminados a la implementación de las microempresa que tiene por objetivo acoger esa demanda insatisfecha por los clientes además de ayudar al crecimiento económico por medio del empleo, la

sociedad hoy en día tiene entre un mal hábito alimenticio y se requiere cumplir ese objetivo y así dar pauta a la aceptación de comer sano es por eso que con la implementación del presente estudio de factibilidad se le brindará una calidad a los clientes en este sector de la ciudad .

CAPÍTULO 1

1.1 **Justificación**

En la actualidad el Ecuador está inmerso en un proceso de competitividad por lo tanto están elaborando productos innovadores especialmente en el área de consumo masivo," la sociedad ecuatoriana ha incursionado de forma integral en los procesos de globalización, en donde el mercado es mucho más competitivo, y las empresas nacionales oportunamente deben tener productos innovadores y servicios de calidad". (Ferrer, 2010, p.28).

Los requerimientos del mercado que se traducen en la constante búsqueda de productos más sabrosos y nutritivos y los estudios realizados por la institución anteriormente mencionadas sobre los contenidos y aportaciones nutrimentales de los cereales, son los antecedentes que se consideran al momento de desarrollar el estudio de factibilidad que analiza la facilidad de la elaboración de galletas, chicha y flan de maíz, al mismo tiempo ofrecer una alternativa de productos conocidos como golosinas con alto contenido en proteínas, que pueden ser consumidas por toda la población y que contribuyen a una sana nutrición.

El mercado se ha visto influenciado a la posible falta de comercialización de dulces productos de maíz, para lo cual se creará una microempresa, los productos a

base de maíz son ricos en nutrientes ya que son netamente beneficiarios para el crecimiento y desarrollo de los niños. Por lo tanto Ipcdedios (2013) señalo que:

> Los productos elaborados a base de maíz puede satisfacer necesidades del hogar, como las colaciones de los niños, los desayunos, o lunch y por qué no para los adultos ya que el producto de maíz tiene varios beneficios para el consumidor tales como: favorece el tránsito intestinal y evita el estreñimiento, combate los déficits de magnesio y otros minerales y sus propiedades nutritivas son ideales para todos los días, incluso en los periodos de muchos esfuerzos (p.707).

Aprovechando los beneficios que brinda el maíz, se destina dar fuente de trabajo al sector agropecuario, crear una microempresa en el distrito metropolitano de Quito sector norte que posiblemente ayudará al buen habito alimenticio de los quiteños, además se contribuye con la tecnología que se ve desarrollada hoy en día en nuestro país.

Las industrias dedicadas al desarrollo de este tipo de producto son escasas y se pretende apoyar al cambio de la Matriz Productiva se debe aprovechar para crear nuevas empresas y microempresas que aporten al desarrollo productivo del país, para dar y ofrecer nuevas fuentes de trabajo que permitirá contribuir con el Plan Nacional del Buen vivir, y de esta manera poco a poco con la contribución de los ciudadanos se podría disminuir la delincuencia que afecta al país.

Se espera que el negocio de los productos elaborado a base de maíz sea una excelente alternativa de inversión para los empresarios ya que hay la posibilidad de

incursionar los productos en un mercado para la aceptación y satisfacción de los consumidores.

1.2 Antecedentes

Es muy importante apoyar al país al crecimiento y dar apertura al comercio de productos con mayor valor agregado. Recalcar la frase "Hecho en Ecuador", que permita al consumidor ecuatoriano llenar expectativa y satisfacer las necesidades de los consumidores, además distinguir y preferir los productos a base de maíz ya que le ayudará a conocer las ventajas, cualidades que los productos brindan. Para lo cual SEMF (2010) señalo que:

En el Ecuador al menos 1 de cada 5 niños sufren de desnutrición esto se debe no solamente por la ausencia de una alimentación adecuada, las causas son variadas y complejas, lo más grave es la mala alimentación de los niños de 1 a 5 años ya que esta edad es la más apropiada para el desarrollo y crecimiento adecuado del menor, el gobierno ha implementado varios programas como: Aliméntate Ecuador, con énfasis en la atención a familias que tienen madres y niños y niñas menores de 5 años, el Programa integrado de micro nutrientes, que incluye la fortificación de la harina de trigo con hierro, la fortificación de la sal con yodo, la suplementación con hierro y vitamina A y la diversificación de la dieta, el Programa de Escuelas saludables, para lograr que niños y niñas escolares y sus familias accedan a una dieta adecuada. (SEMF, 2010).

Se realizará los productos derivados de maíz que colaboren a la nutrición de los ecuatorianos, ya sea como para los más pequeños o personas mayores pueden

consumirlos porque este producto tienen varios nutrientes que enriquecerán su metabolismo y será de gran ayuda en varios aspecto. Por ello Ramiolra (2009) señala lo siguiente:

> Componentes y propiedades nutritivas:
>
> El maíz es rico en carbohidratos, proteínas, en sales minerales como el magnesio y el fósforo y el único cereal rico en vitamina A. También contiene vitamina B, C, calcio, ácido fólico y contiene mucha fibra. Las diferencias de color se deben a las concentraciones de diversos pigmentos como carotenoides y flavonoides, que funcionan en la prevención de enfermedades degenerativas. (Ramiolra, 2009, pág. 12).

Valores nutricionales del maíz

- 100 gramos de maíz aportan 265 calorías.
- Hidratos de carbono: 66 gramos.
- Proteínas: 10 gramos.
- Grasas: 25 gramos.
- Fibras: 10 gramos.
- Vitaminas: B1 (25%), B3 (9%) y A (12%).
- Minerales: Fósforo, magnesio, hierro, zinc y manganeso.

> ACERCA
>
> Esta planta de hasta 6 metros de altura crece solo una vez al año, su tallo es rígido, y posee varios canales.

Gráfico No. 1

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Hay muchas variedades de maíz en el mundo: rojo morado, negro, amarillo de colores chico, grande.

Gráfico No. 2

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

COMPONENTES Y PROPIEDADES NUTRITIVAS

El maíz es rico en carbohidratos y de proteínas. Además es rico en sales minerales como el magnesio y el fósforo y el único cereal rico en vitamina A. También contiene vitamina B, C, calcio, ácido fólico y contiene mucha fibra. Las diferencias de color se deben a las concentraciones de

diversos pigmentos como carotenoides y flavonoides, que funcionan en la prevención de enfermedades degenerativas.

El maíz es un cereal muy apropiado para la alimentación de los niños por sus valores energéticos y porque no contiene gluten. Favorece el tránsito intestinal y evita el estreñimiento, combate los déficits de magnesio y otros minerales y sus propiedades nutritivas son ideales para todos los días, incluso en los periodos de mucho esfuerzo.

BENEFICIOS

Gráfico No. 3

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Anemia – Ayuda a combatir la anemia.

Antiinflamatorio – Los ácidos grasos Omega-6 son pro-inflamatorios, mientras que los Omega-3 tienen un efecto antiinflamatorio en el organismo.

Arterias – El aceite insaponificable que encontramos en el aceite de maíz, sirve para tratamientos en contra de la ateromatosis así como también para prevenir enfermedades biliares. Se ha comprobado que el uso externo de las infusiones de esta planta controla la periodontoclasia.

Bebés – El maíz es fundamental como alimento para los bebés a modo de papillas o comidas preparadas cuando agregamos los alimentos sólidos poco a poco y constituye uno de los alimentos específicos en los países que se encuentran en vías de desarrollo, ya que aporta la mitad de la ingesta diaria que se necesita de calorías, y casi un 60 % de proteínas, esenciales para un correcto desarrollo y una buena alimentación.

Cáncer – Ayuda a reducir el riesgo de sufrir cáncer de colon. El maíz nos ofrece el antioxidante betacaroteno, muy recomendado en la prevención del cáncer. También reduce los efectos secundarios de los medicamentos anticancerígenos e impide el desarrollo de las células cancerosas.

Celebro – Fortalece el cerebro. Activa la oxigenación de las neuronas y elimina las sustancias residuales y el amoniaco del sistema cerebral.

Colesterol – El aceite de germen de maíz, rico en ácidos grasos insaturados, y ayuda a bajar el nivel de colesterol en la sangre.

Digestión – Su alto contenido en hidratos de carbono de fácil digestión, lo convierten en un alimento ideal para los niños y los deportistas. Y su aporte en fibra, favorece la digestión y reduce el colesterol. También ayuda a tratar el dolor de estómago y otros trastornos digestivos.

Embarazo -Favorece al desarrollo del bebe en las mujeres embarazadas.

Endocrina – No se conocen efectos secundarios o tóxicos de esta planta, lo cual la hace inocua. Posee grandes beneficios para los problemas endocrino, dermatológico y urinario.

Energía – Aporta mucha energía.

Estreñimiento -Ayuda a prevenir y tratar el estreñimiento.

Glucosa – Favorece la reducción del nivel de glucosa en sangre.

Gluten – Al contrario que otros cereales, el maíz no contiene gluten, por lo que puede ser consumido por las personas celiacas.

Hipertensión – Las sedas o estigmas de maíz son utilizadas como infusiones diuréticas, excelentes en la hipertensión, en la retención de líquidos o cuando queremos aumentar la producción de orina como en las infecciones urinarias.

Laxante – Es laxante.

Magnesio – Es también apropiado para personas con deficiencia de magnesio.

Otros Beneficios – Beneficia al pulmón, hígado y vesícula, y calma al corazón.

Riñones – Alimento bueno para tratar nefritis y cálculos del tracto urinario. Los estilos y semillas de esta planta poseen considerables propiedades diuréticas, muy recomendadas para los problemas de cálculos renales,

arenilla renal, cistitis y otras relacionadas, puesto que entre sus beneficios se encuentra el de actuar como sedante urinario.

Sistema Nervioso – También nos ofrece vitaminas del grupo B, específicamente B1, B3 y B9, las cuales actúan ante el sistema nervioso.

Ulceras – Para ulceras externas: En algunas ocasiones se utiliza la harina de maíz para realizar cataplasmas, los cuales son utilizados en ulceraciones, llagas, edemas e incluso en el reumatismo.

Compra y conservación

Gráfico No. 4

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

¿Cómo se elige el maíz? – Sus hojas tienen que ser lo más claras posible. No las retires hasta el último momento, ya que protegen las espigas hasta que las utilices.

Truco de conservación del maíz: Para conservar el maíz, no es necesario envolverlo en papel de aluminio: sus hojas protegerán la espiga hasta una

semana en el frigorífico. Si deseas conservarlas durante un largo período congélalo o cómpralo en latas de conserva. .

Cómo consumir

Grafico No. 5

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

El maíz es un cereal con el que pueden prepararse infinidad de platos, desde tortillas y todo tipo de panadería, hasta sopas, guisos, ensaladas postres y dulces. Constituye un alimento fundamental de la dieta de muchos países.

Precauciones

Gráfico No. 6

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Cuidado con el maíz transgénico además de pobre en nutrientes es tóxico.

Maíz transgénico es maíz modificado genéticamente mediante técnicas de ingeniería genética, con las que le han agregado genes de organismos lejanos a él. Las dos características más comunes en los maíces

transgénicos actuales son: la tolerancia a herbicidas y la resistencia a insectos.

No consumas ningún maíz que no diga claramente que no es transgénico. El maíz orgánico no contiene transgénico.

Con este extendido conocimiento, podemos ver que en el Ecuador hay materia prima que se puede realizar productos de aprovechamiento para producir y consumir lo nuestro. Teniendo este conocimiento surge la idea de realizar productos a base de maíz, se podrá obtener una bebida, un flan y unas deliciosas galletas a base de maíz ya que son beneficios para la nutrición de los posibles consumidores.

La mala nutrición y el sobrepeso ocasionados por una mala alimentación es un problema latente a nivel mundial. La OMS , entrega datos importantes al respecto: desde 1980, la obesidad casi se ha duplicado en todo el mundo. En 2008, 1400 millones de adultos tenían sobrepeso, más de 200 millones de hombres y cerca de 300 millones de mujeres eran obesos. El 65% de la población mundial vive en países donde el sobrepeso y la obesidad se cobran más vidas de personas que la insuficiencia ponderal El 44% de los casos mundiales de diabetes, el 23% de cardiopatía isquémica y determinados cánceres son atribuibles al sobrepeso y la obesidad.), al hablar sobre las estadísticas de la OMS dice que éstas confirman que las tasas de obesidad se duplicaron en todas las regiones del mundo entre 1980 y el 2008. Los mayores niveles se registran en el continente americano. (Avayero, 2013)

Tabla Nº 1 Porcentajes de Obesidad en América Latina

Porcentajes de Obesidad

País	2010	2015
Colombia	22.9	28.9
Costa Rica	24.0	29.8
Ecuador	13.4	15.3
El Salvador	14.4	16.3
Guatemala	28.7	34.9
Honduras	11.4	13.3
Nicaragua	28.4	34.3
Panamá	16.0	18.0
Rep. Dom.	24.9	59.5
Venezuela	31.2	38.5

* Datos de la Organización Mundial de la Salud con base en personas de 15 a 100 años.

Elaborador por: Elizabeth Cedeño

El mercado Ecuatoriano está buscando siempre productos que cumplan con las expectativas y necesidades de los consumidores, sobre todo en lo que respecta a la accesibilidad rápida y al aporte energético, pero no tiene como finalidad el cuidado del ser humano.

Con la aportación de los productos de maíz galletas, flan y chicha son productos netamente sanos y nutritivos que pueden ser consumidos por chicos y grandes para toda la familia Ecuatoriana.

CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS SITUACIONAL

Con análisis situacional se puede analizar la economía del país, permite a los ciudadanos tener conocimiento de los factores internos y externos que contralan al país.

2.1 Ambiente externo

En el ambiente externo se puede identificar los factores del medio que influyen al estudio de factibilidad para la elaboración de productos a base de maíz, además se identificará los factores que pueden afectar a la implementación de la microempresa directamente o indirectamente para el crecimiento de la misma y que no haya estancamiento en un futuro. Por lo tanto Casas (2005) señalo:

Son todas las fuerzas relevantes fuera de los límites de la organización. Por relevante se entienden todos los factores a los que los gerentes deben prestar atención para ayudar a sus organizaciones a competir con eficacia para sobrevivir. (pg.51)

2.1.1 Factor económico.

Los factores económicos son situaciones o actividades que incrementan la capacidad productiva de bienes y servicios de una economía de un país, esto puedo

ocasionar oportunidades o amenaza al desarrollo de la posible microempresa Deli-Maíz para lo cual se desarrollara los siguientes factores económicos

Para comprender la evolución que presentará la economía ecuatoriana en este año 2014, es necesario evaluar los factores más determinantes.

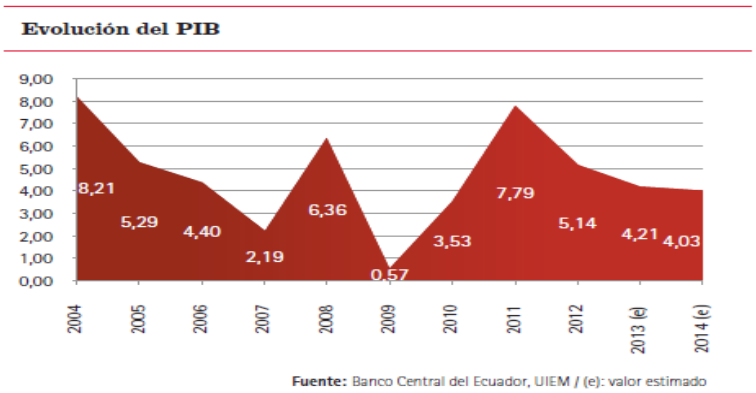
- **Producto Interno Bruto**

El PIB es el valor monetario de los bienes y servicios producidos por la economía del país en un periodo determinado, es un indicador que permite medir el crecimiento o decrecimiento de la producción del país.

Ilustración No.1

Elaborado por: Ricardo Falcón

PIB



Fuente: Banco Central del Ecuador

El producto interno bruto bajo en 0.18 punto con respecto al 2013 en el primer trimestre que va del año, para lo cual se estima un crecimiento en lo que resta del año. En los últimos años haciendo referencia de los años 2011 al 2013 el PIB

creció gracias a las grandes inversiones y restauraciones que hace el sector público, ya que se ha visto un crecimiento con el cambio de inversión para mejorar la infraestructura del país, sin quedarse atrás el petróleo que es una de las más grandes garantías que tiene, en las construcciones, suministros de servicios, comercio, entre otras que ayudaron al crecimiento del PIB.

- **PIB Per Cápita**

El PIB per cápita es un indicador para medir el desarrollo del promedio del producto interno bruto (PIB) por habitante de una economía del país.

Para 2014 la estimación se mantiene en 4,03%. A nivel per cápita la tendencia ha sido crecimiento en la última década. El PIB Per cápita de Ecuador en 2012 fue de $4.218, $456 mayor que el de 2011, que fue de $ 3.762. Para ver la evolución del PIB per cápita resulta interesante mirar unos años atrás y comparar estos datos con los del año 2002 cuando el PIB per cápita en Ecuador era de 2.309.Si ordenamos los países que publicamos en función de su PIB per cápita, Ecuador se encuentra en el puesto 91 de los 181 países de los que publicamos este dato. (Ramirez, 2014)

- **RIESGO PAIS**

Riesgo país.-Mide la probabilidad de que un país sea incapaz de cumplir con sus obligaciones financieras, principalmente importante en la economía de un país ya que es reflejo de la situación macroeconómica.

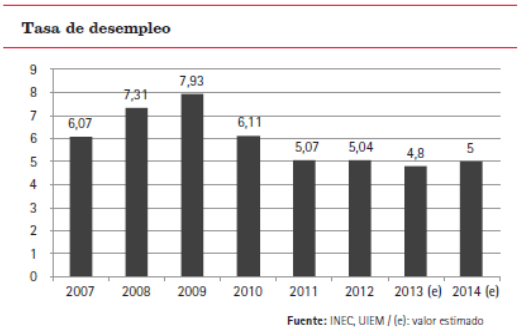
La Asociación de Bancos Privados del Ecuador resalto que el Riesgo País bajo en Comparación con el año anterior, es un factor muy importante mejoría para la economía general.(Cervantes, Junio 18 ,2014)

- **Tasa de Desempleo**

Ilustración No.2

Elaborado por:

Fuente: Banco Central del Ecuador



- **Tasa de Desempleo**

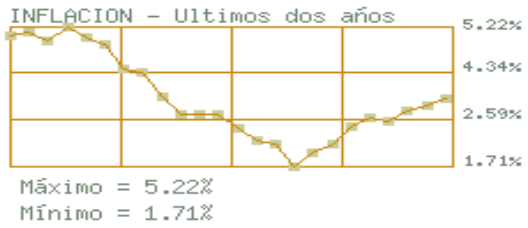
Entre el año 2012 a lo que va del 2014 se puede ver una alza en el desempleo del país, esto es algo favorable para la microempresa que se realizará ya que se puede contar con mano de obra calificada y se podría negociar el sueldo de los posibles empleados sin escatimar los beneficios que da la ley.

Así, en Quito se advierte que el desempleo alcanza el 4,2%; mientras en Guayaquil llega al 5,7%; en tanto, que en Cuenca es del 4,1%; en Machala, el 4,9% y en Ambato, el 4,8%. (inec , 2014) se podría decir que es una oportunidad media.

- **Inflación**

La inflación puede darse por tres causas: exceso de liquidez, incremento en la demanda o cambio de alguno de los factores productivos (tierra, capital, trabajo).

Ilustración No. 3
Elaborado por: Ricardo Falcón
Fuente: Banco Central



La inflación es la medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana, a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, se permite comprender de mejor manera el carácter errático de la fijación de precios. Por ello el INEC señala:

Ecuador registró una inflación mensual de 0,10% en junio del 2014 frente al -0,14% del mismo mes del 2013, según el último reporte del Índice de Precios al Consumidor (IPC), publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

En el sexto mes del año, el país reportó una inflación anual de 3,67% y una acumulada de 1,90%. En junio del 2013, la inflación anual llegó a 2,68% y la

acumulada a 0,94%. (CADENA, 2014)

La inflación al frente de "Deli-Maiz" representa una AMENAZA de carácter bajo, debido a que los precios de la materia prima que se va a utilizar para la elaboración de los productos a base de maíz no han experimentado cambios bruscos.

Tipos de Inflación. Por su intensidad, se distinguen tres tipos:

Inflación Moderada: es el incremento de precios donde la tasa de crecimiento anual no supera 1 dígito porcentual. Se caracteriza por una lenta subida de precios, los que son fijados por los empresarios a partir de sus costos históricos.

Inflación Crónica: es el incremento de precios en el cual la tasa de crecimiento anual oscila entre el 10 y el 100%. Se caracteriza por existir una gran inestabilidad interna e incertidumbre; pérdida de liderazgo del gobierno y gran especulación.

Hiperinflación: acelerada alza de precios, son períodos de inflación muy rápida, superior al 1000% anual, se reduce la producción económica y el empleo, hay caos económico y social, la liquidez de la economía disminuye, cae la tasa de inversión, se pierde el control sobre el sistema de precios, los que se vuelven inestables.

- **Tasa de Interés**

Las tasas de interés es el precio del dinero que se paga si una persona, empresa o gobierno requiere adquirir bienes o financiar sus operaciones, y solicita un préstamo, el interés se cobra por el uso del dinero solicitado el costo que tendrá que pagar por ese servicio.

- **Tasa de Interés Activa**

La tasa de interés activa es el porcentaje de interés que cobran las instituciones bancarias, de acuerdo a las disposiciones del banco central, para la implementación de la microempresa la tasa activa del Banco del Fomento está en 11.28% para las PYMES.

Tasa de Interés Pasivo

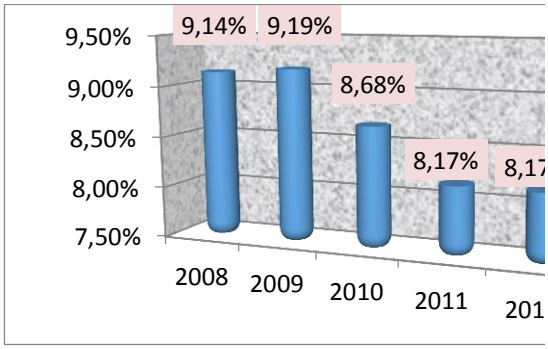
Tabla No. 2

Año	Porcentaje
2008	5,09%
2009	5,24%
2010	4,28%
2011	4,53%
2012	4,53%
2013	4,53%

Fuente : Banco Central
Elaborador por: Elizabeth Cedeño

Ilustración No. 4

Fuente: Banco Central del Ecuador



Elaborado por: Elcer Patiño

La tasa de interés activa tuvo un descenso en los años del 2009 siendo del 9.19% al 8.17% en el año 2013, seguida de una estabilidad en los últimos 3 años. Siendo la tasa de interés activa una variable clave en la economía por indicar el costo de financiamiento de las empresas, para el proyecto representa para Deli-Maiz una

AMENAZA DE CARÁCTER BAJO, debido a que necesitaremos financiamiento bancario para realizar las operaciones.

- **Tasa de interés Pasiva**

También llamada tasa de captación, es el porcentaje que pagan los intermediarios financieros por el dinero recibido en sus instituciones

Tasa de Interés Pasiva

Tabla Nº 2

Fuente: Banco Central del Ecuador

AÑO	PORCENTAJE
2008	5,09%
2009	5,24%
2010	4,28%
2011	4,53%
2012	4,53%
2013	4,53%

Elaborador por: Elizabeth Cedeño

Tasa de Interés Pasiva

Tasa Pasiva es el porcentaje que se les atribuye a los intermediarios financieros por el dinero captado en sus instituciones financieras.

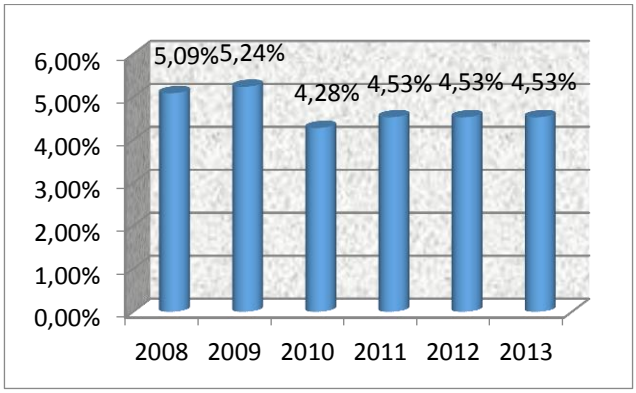


Ilustración Nº5

Elaborador por: Elcer Patiño

Fuente: Banco Central del Ecuador

Análisis. La tasa de interés pasiva, luego de tener una pequeña disminución de casi 1%, tiende a estabilizarse, sin embargo, el porcentaje de esta tasa no es lo suficientemente elevado para que el público prefiera dejar su dinero en el banco, lo que para el proyecto representa una OPORTUNIDAD DE CARÁCTER BAJO, pues estimularía a los empresarios a invertir su capital para obtener mayores rendimientos.

- **Balanza Comercial**

La Balanza Comercial es el indicador de las exportaciones vs. Importaciones de un país mediante un periodo de tiempo.

Balanza Comercial

BALANZA COMERCIAL DEL ECUADOR ÚLTIMOS CINCO AÑOS

AÑOS	EXPORTACIONES		IMPORTACIONES			BALANZA COMERCIAL
	TONELADAS	FOB (dólares)	TONELADAS	FOB(dólares)	CIF(dólares)	(E)FOB -(I)FOB
2008	28.099.368	18.818'325450	11'579.586	17.551'929710	18.851'930540	1. 266'395.740
2009*	27'348.358	13.863'054.230	11'367.337	14.071'449.210	15.089'890.24'0	-208.394.980
2010	26'628.008	17.489'922.110	13'716.470	19.278'702.380	20.590'850.560	-1.788'780270
2011	27'311.032	22.322'347.890	14'473.547	22.945'794.280	24.286'062.590	-625.446.390
2012**	27.911.000	23.898.734.000	14.267.000	24.041.538.000	25.196'517.000	-142.800.000

*Año 2009 Crisis Mundial **

Ilustración No. 6

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Ricardo Falcón

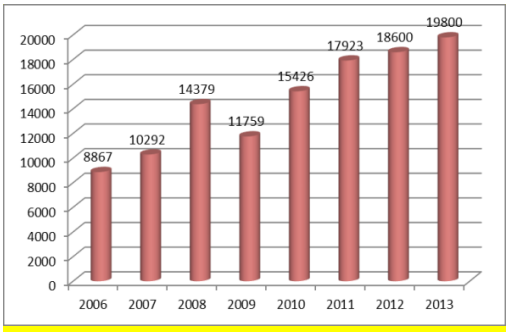
La balanza comercial para "Deli-Maíz" ya que en este año 2014 no habrá muchas importaciones en el mercado del producto este se desarrollaría bien económicamente por lo que es una FORTALEZA para la empresa ya que la materia prima seria netamente ecuatoriano y se apoyaría a las industrias campesinas.

- **Importaciones:** son las compras de bienes o servicios de otros países que realizan las personas, las empresas a su país de origen.

Elaborado por: Elcer Patiño

Fuente: Banco Central del Ecuador

Ilustración No.7



Los datos de las importaciones, reflejan un crecimiento a partir del año 2009, lo que representa para la microempresa Deli-Maíz una AMENAZA DE CARÁCTER ALTO, ya que algunos de los insumos que los proveedores utilizan son importados, lo que significaría que algunos costos podrían elevarse.

- **Exportaciones**: son las ventas que realizan las personas naturales o empresas del país origen y son vendidos a otros países.

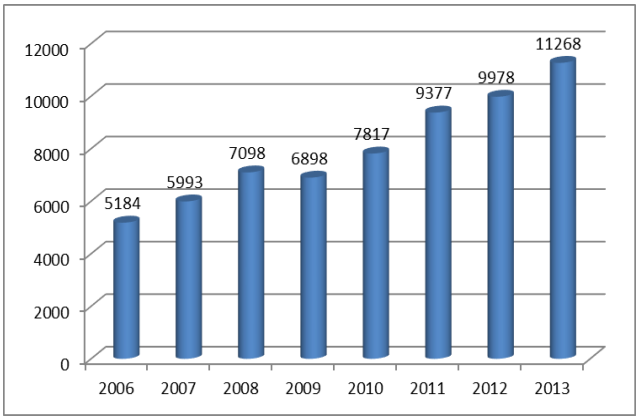


Ilustración No.8
Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Elcer Patiño

Los datos de las exportaciones, reflejan un crecimiento, lo que representa una OPORTUNIDAD DE CARÁCTER BAJO, ya se podría exportar el producto al extranjero, sin embargo esto sería en un futuro, más no en el corto plazo

2.1.2 Factor social

Las organizaciones tienen participación de socios, niveles de democratización y la toma de decisiones esto ayudará a tener organizado y que la empresa sea sólida

en conjunto. Se debería tener capacidad y cultura de productor a empresario para desarrollar productos que fortalecen a la diversificación a la innovación y a la trasformación de materia prima.

La economía del país está sufriendo diversos cambios económicos, para esto se está dando apoyo a las empresas del país para que se pueda generar fuentes de empleo basándose en la matriz productiva para que el país se industrialice con ayuda de la tecnología y se pueda exportar productos terminado totalmente ecuatorianos y se pueda llegar a exportarlos.

Entre los objetivos 7 y 10 del Plan Nacional del buen vivir, se enfoca al desarrollo productivo del país a utilizar los recursos de manera adecuada, a ser impulsador de nuevos productos para el crecimiento del país.

- **La Pobreza**

La pobreza ha radicado desde años atrás en gran mayoría a nuestro país Ecuador, esto hace que exista mendicidad, es la negación de los derechos y está inmersa en la sociedad a pesar que ha bajado mucho, que ya no se ve niños en la calles trabajando, pidiendo dinero, hay muchos beneficios que ha ofrecido el gobierno ayudando a las personas más pobres, madres solteras, niños sin hogar, dándoles una nueva oportunidad con eso se destina reducir la pobreza.

Además, la pobreza es muy notable en Ecuador tanto así que ni siquiera se llega a cubrir la canasta básica "Según información publicada por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censo (INEC), la familia tipo ecuatoriana, de cuatro miembros y

con ingresos mensuales de 1,6 salarios básicos (634,67 dólares) mantiene, en marzo, un superávit de 2,48 dólares para la adquisición de la canasta básica, que en el tercer mes del año costó 632,19 dólares" (Info, 2014)

- **La Cultura**

Existe diversas culturas en cada una de los cantones de nuestro país, ya sea en su forma de vestir, peinar, hablar o comer, por ejemplo la manera de alimentación la comida no es la misma de Quito como la de Manabí cada cual tiene su diferencia que lo marca, se vive diferente, esto encierra diferentes costumbre que se realizan en distintas partes, la religión es muy diversa la gran mayoría son católicos, otros cristianos entre otras religiones que existen.

El maíz es consumido en el ecuador, también bajo costumbres que vienen desde nuestros ancestros, la utilización de estos productos es diverso ya que cubre varias necesidades del consumidor. " De la producción nacional de maíz, la avicultura consume el 57%, alimentos balanceados para otros animales 6%, exportación a Colombia 25%, industrias de consumo humano 4%, el resto sirve para el autoconsumo y semilla". (SAN CAMILO , 2006)

Podemos fijarnos que apenas el 4% de la población consume maíz, es muy poco conocimiento que el maíz es un rico nutriente que pude ser consumido de diferentes formas, hay diversidad de productos comestible el problemas es que no tenemos la cultura de consumir lo sano, además que en la costumbre o pensamiento ecuatoriano el maíz es un alimento de la parte avícola (pollos, aves).

2.1.3 Factor legal

El factor legal hace referencia a las normativas y leyes que deben cumplir las empresas del país por ejemplo en la implementación de la posible microempresa de productos a base de maíz se tomará en cuenta lo siguiente:

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

De acuerdo al Art.3 este código regula el proceso productivo en todas sus etapas, sus fines son: potenciar y e incentivar la producción nacional con valor agregado, generar empleo de calidad, generar innovación y emprendimiento, regular la inversión productiva, promocionar la capacitación con un enfoque de competitividad que incremente y diversifique las exportaciones, y promover la economía popular, solidaria y comunitaria.

Código de Comercio

Este código señala en sus artículos 1,2 y 3, las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles y los actos y contratos de comercio. Expresa quienes son considerados comerciantes y quienes no tienen capacidad para ejercer comercio, así como los principales actos de comercio como: compra, venta, permuta de cosas muebles, inmuebles o acciones; también cobro de comisión, transporte, depósito de mercadería, operaciones bancarias y de la bolsa entre otros.

Código de Trabajo

El Código de Trabajo establece las obligaciones y derechos que tiene la empresa con respecto a sus trabajadores, entre las más importantes se podría mencionar: cumplir con las estipulaciones del contrato, afiliarlos al IESS[1], dotarles de los instrumentos necesarios para ejecutar su trabajo, proporcionarles uniforme, entre otros

Ley de Régimen Tributario Interno

En ésta ley, varios artículos establecen que las personas naturales y jurídicas que realicen actividades empresariales están en la obligación de cumplir con el pago de impuestos, tales como Impuesto a la Renta, Impuesto al Valor agregado, así como de realizar las respectivas Retenciones, contribuyendo, de esta forma, con el desarrollo del país.

Ley de Propiedad Intelectual

El IEPI vela por los derechos de los autores intelectuales. De acuerdo con el Art. 293 de esta ley, el titular de un derecho sobre marcas y nombres comerciales que constate que la Superintendencia de Compañías aprobó uno o más nombres con signos idénticos a dichas marcas o nombres comerciales, puede pedir al IEPI la suspensión para eliminar confusiones.

Ley de Compañías

Es el marco jurídico bajo el cual funcionan las empresas legalmente constituidas en el Ecuador, esta ley norma y regula la actividad empresarial dentro del país.

Un contrato de compañías se da cuando dos o más personas unen sus capitales o industrias para emprender operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Existen cinco clases de compañías de comercio:

- Compañía en nombre colectivo
- Compañía en comandita simple y dividida por acciones
- Compañía de responsabilidad limitada
- Compañía anónima
- Compañía de economía mixta

El presente proyecto tiene como finalidad la creación de una Compañía Limitada.

Compañía de Responsabilidad Limitada

Es la que se contrae con un mínimo de dos personas y un máximo de quince. Sus socios responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, realizando el comercio bajo su razón social o nombre de la empresa.

El presente estudio de factibilidad Deli-Maiz será legalizado como artesanal para lo cual será sustentado por los siguientes artículos que mencionan las debidas autoridades:

Beneficios

Ruc (registro único de contribuyentes)

Están obligados a obtener su R.U.C todas las personas naturales que ejercen algunas actividades económicas como: Empresas agropecuarias, Industriales, Mineras, Turísticas, de Trasporte, Comercio, de servicios, etc., de su propiedad exclusiva.

También están los profesionales, artesanos, comisionistas, agentes y quienes ejercen cualquier arte y oficio en forma autónoma. En estos casos el número de inscripción en el R.U.C será el mismo que el número de la cedula de identidad o ciudadanía de la persona natural.

- REQUISITOS PARA PERSONAS NATURALES.

Afiliación al IESS como empleador artesano

Para lo cual se debe acercar a las oficinas del IESS con los siguientes documentos:

- RUC
- Cedula original y copia
- Papeleta de votación y copia
- Comprobante de pago de agua luz o teléfono del taller
- Nombre de la empresa o del responsable del taller
- Calificación artesanal (para registrar un taller artesanal)

Patente Municipal

Obligación.- Obtener el permiso de la patente, todos los comerciantes e industriales que operen en cada cantona si como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico, tiene un plazo hasta el 31 de Enero de cada año, y tiene una validez de un año.

Base Legal.-

Código municipal para el DMQ, ORDENANA 001 Art. III 3 al III 46 (R.O. No. 226 del 31 de diciembre de 1997), (R.O. 234 del 29 de diciembre del 2000)

Dirección.- Administración zonal correspondiente.

Administración Zona Norte.

Licencia Metropolitana de Funcionamiento

La Licencia Metropolitana de Funcionamiento es el documento que habilita a las personas naturales y jurídicas para el ejercicio de las actividades económicas en el Distrito Metropolitano de Quito, autorizando el funcionamiento de sus establecimientos, en razón de que se ha cumplido con los requisitos exigidos de acuerdo a su categoría, y las inspecciones y controles realizados por el cuerpo de bomberos, Dirección Metropolitana de Salud, Publicidad exterior y dirección metropolitana ambiental.

Esta licencia comprende los siguientes componentes: Patente Municipal y los Permisos de Prevención y control de incendios, de Publicidad Exterior y de Salud.

Requisitos

Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas - LUAE

Es el documento habilitante para el ejercicio de cualquier actividad económica dentro del Distrito Metropolitano de Quito, que Íntegra las diferentes autorizaciones administrativas tales como: Uso y Ocupación de Suelo (ICUS),

Sanidad, Prevención de Incendios, Publicidad Exterior, Ambiental, Turismo, y por convenio de cooperación Ministerio de Gobierno (Intendencia de Policía).

Requisitos para emisión:

Generales:

- Formulario único de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas - LUAE, debidamente llenado y suscrito por el titular del RUC o representante legal
- Copia de RUC actualizado
- Copia de Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y Papeleta de Votación de las últimas elecciones (Persona natural o Representante legal)
- Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo (cuando se requiera)
- Certificado Ambienta! (cuando se requiera)

Rótulos y publicidad exterior.

Pagar el permiso por instalación de rotulo o cualquier medio de publicidad al municipio correspondiente, es una autorización para instalar medios de publicidad exterior, en espacios privados y servicios generales, su valides es de dos años una vez instalado el rótulo.se lo debe hacer en la administración zonal correspondiente.

Base legal.-

Código municipal para DMQ, ordenanza 0186, RO. 401 el 21 de noviembre del 2006

Permiso de Funcionamiento Cuerpo de Bomberos

Son necesarios los siguientes documentos.

- Informe de inspección
- RUC
- Cedula original y copia del representante legal
- Copia de la patente

2.1.4 Factor tecnológico

La tecnología en Ecuador es bastante escasa la cual nos ha traído graves consecuencias con respecto al desarrollo, ya que la falta de esta no nos ha permitido avanzar de una manera óptima en el mercado competitivo a nivel mundial. Por lo cual en la posible microempresa produciremos con materiales primarios como molinos, hornos, moldes, que son muy útiles. Los avances tecnológicos ayudaran a facilitar los procesos de elaboración, los hacen con mayor rapidez y eficacia que realizándolo manualmente con los rayos y molinos trabajosos, y abaratando así el costo de producción, es decir la productividad y competitividad de las empresas.

Para los productos de maíz se requiere de la tecnología que existe ahora en nuestro país, estos productos son necesariamente primordial, ahora gracias a la tecnología que existe tendremos molinos eléctricos, empacadoras, procesadoras para dar una mejor facilidad al momento de elaborar cada uno de los productos que la microempresa ofrecerá.

2.2 ENTORNO LOCAL

2.2.1 Clientes

Los clientes son los individuos que adquieren o compran un producto (bien o servicio), para satisfacer su necesidad. Siendo el eje de las ventas son fundamentales dentro de todo negocio, ya que sin ellos, las ventas no existen.

Los productos están destinado al consumo de los más pequeños de la casa y por qué no para los adultos, este producto es para todas las edades y género ya que la chica, galletas y el flan de maíz nos brindan muchos beneficios alimenticios, nutritivos, son un producto de excelencia, exquisito sabor y calidad para los consumidores.

Los clientes necesitan un servicio eficaz y un producto de calidad para que nos consideren uno buenos comerciantes y así podríamos extendernos y tener crecimiento gracias a las recomendaciones que hagan los clientes de nuestro producto con buena referencia tendremos mejores resultados.

Hemos considerado que en estos segmentos están nuestros potenciales clientes, ya que suelen preocuparse de su salud con más frecuencia, tienen un estilo de vida sano, no tienen miedo a experimentar productos nuevos, y por lo general exigen mejor calidad en el producto que adquieren. Debido a que el target es amplio, usaremos varios canales de distribución para poder llegar a todos nuestros clientes.

2.2.2 Proveedores

Este mercado cuenta con varias empresas que venden la materia prima e insumos necesarios para realizar los productos, se puede elegir entre las diversas compañías que ofrecen lo que se requiere, siempre tomando en cuenta y verificando que la misma sea seria, puntual y sus productos sean de calidad.

Los proveedores son clave en la elaboración de productos de calidad y en el desarrollo de una cadena de valor sustentable, se debe adquirir materia prima, materiales de empaque elementos auxiliares y servicios, que se las puede hacer a pequeñas y medianas empresas y así apoyar el crecimiento del motor económico.

Se requerirá de proveedores que nos suministren la materia prima que se necesitará para realizar los productos a base de maíz, , los agricultores que son los de mayor requerimiento porque nos facilitarán el maíz de alta calidad para el mejor resultado de los productos, se necesita de proveedores que nos brinden la mejor materia prima para la realización de los productos, pero el que mayor influencia tiene es el agricultor ya que aporta con la materia prima de mayor importancia para la realización de los productos que se realizará a base de maíz, los demás son complemento para la elaboración de cada uno de los productos a realizarse, por ejemplo, azúcar, canela, clavo dulce, anís estrellado, se necesita de estos proveedores pero en menor cantidad.

2.2.3 Competidores

Los competidores en cierta parte hacen que se ponga más empeño para la calidad en la realización de los productos ya que el cliente siempre escoge mejor calidad, mejor precio o coste, y sobre todo buena atención si esto va de la mano no hay competidores que hagan disminuir las ventas.

Los principales competidores son:

ROYAL, ya que dentro de sus variedades de productos brinda al consumidor el flan, este producto esta implementado y es reconocido a nivel nacional, uno de los productos que se brindará a base de maíz es el flan de maíz. Otro competidor muy fuerte es TONI con su variedad en avena de frutas, de leches, el otro producto que brindará la microempresa es una chicha muy parecida a la avena pero la diferencia es que es de maíz, las galletas de maíz tendrían como principal competidores las galletas de avena que ya están posicionadas en el mercado.

2.3 Análisis interno

El análisis interno de la implementación de la microempresa permitirá conocer las estrategias para el uso comercial destinado.

2.3.1 Propuesta estratégica

Estudio de factibilidad para la creación de la microempresa de comercialización de producto a base de maíz, para mejorar la calidad alimenticia de los niños en el Distrito Metropolitano de Quito del sector norte

2.3.1.1 Misión

La misión indica, y describe el rol que desempeña la organización en términos generales, los límites de las actividades de la organización. Las empresas que se atienen al concepto de marketing, expresan su misión con base en el cliente, de modo que refleje las necesidades que intentan satisfacer y los beneficios que proveen.

Elaborar y comercializar productos a base de maíz cumpliendo con los altos estándares de valor nutricional, de esta manera satisfacer a los consumidores y cubrir sus expectativas"

2.3.1.2 Visión

La visión es una exposición clara que indica hacia dónde se dirige la empresa a largo plazo y en qué se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado

Como una microempresa ser líder en el mercado por su transparencia, dando a conocer los productos a la Capital del Ecuador como una bebida y un alimento tradicional y saludable con un proceso de calidad total.

2.3.1.3 Objetivos.- Los objetivos propuestos se estima a cumplirlos a cabalidad con la ayuda del personal de la implementación de la microempresa en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito.

2.3.1.3.1 Objetivo general

Desarrollar un estudio de factibilidad para la comercialización de productos a base de maíz que brindan alimentos al mercado contribuyendo con el sector agropecuario.

2.3.1.3.2 Objetivos específicos

- Analizar las oportunidades de mercado que permita la aceptación del producto.
- Identificar clientes potenciales que consuman producto de maíz.
- Crear fuentes de empleo en el sector de la agricultura.

2.3.1.4 Principios/valores

Principios Calidad: calidad y seguridad de consumir los productos por que estarán realizados con la mejor calidad del mercado para cubrir necesidades del consumidor

- Proporcionar una adecuada calidad de vida a nuestros trabajadores; velar por su seguridad física, social y emocional.
- Compromiso con el servicio: el servicio que se ofrecerá en la implementación de la microempresa será de agradado para todos por la calidad de atención con el cliente para conseguir la satisfacción del mismo.

Valores

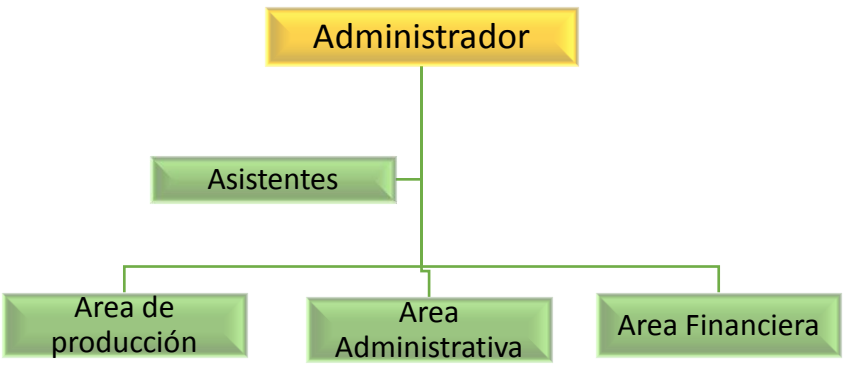
- Respeto: tener una conducta justa y derechos fundamentales para el buen trato con el cliente y con nosotros mismos.

- Puntualidad: se deberá cumplir con el tiempo acordado de entrega para tener un mejor funcionamiento con el respeto y el tiempo.
- Responsabilidad: ser responsable de nuestros acuerdos y Cumplimos los compromisos adquiridos con una actitud de constancia que se refleja en los logros obtenidos individualmente y que se extienden a toda la micro-empresa
- Servir a nuestros consumidores y así alcanzar los máximos niveles de calidad en nuestros productos.
- Honestidad: Actuamos con la debida transparencia entendiendo que los intereses colectivos deben prevalecer al interés particular para alcanzar los propósitos misionales.

2.3.2. Gestión administrativa

La gestión administrativa del estudio de factibilidad de la microempresa es uno de los factores más importantes ya que debido a esto dependerá el éxito que tenga dicha microempresa.

Ilustración No. 9 Elaborado por: Elizabeth Cedeño



Planificación.- la planificación es el proceso que abarca: la determinación de metas, el establecimiento de estrategias y planes para coordinar las actividades de la organización.

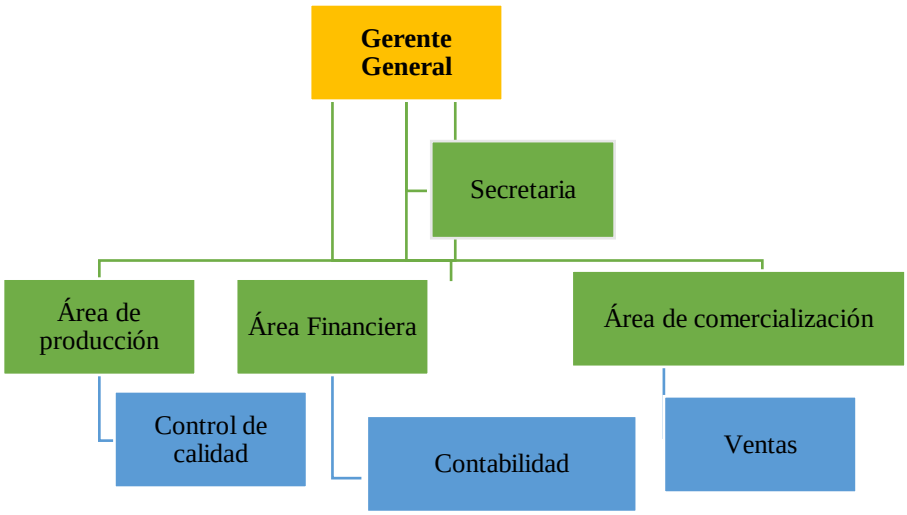
Organización.- la organización consiste en establecer las tareas para tomar en cuenta quien las hará, como se agrupan, quien reporta a quien, donde se toman las decisiones, así como también el diseño de la estructura de la organización.

Dirección.- La dirección consiste en motivar a los empleados, guiar a los demás, elegir los mejores canales de comunicación, resolver conflictos, en este sentido, quién estará a cargo de la dirección es el administrador y el Jefe de la Unidad de Recursos Humanos, con la finalidad de cumplir con los objetivos trazados.

Control.- Consiste en supervisar las actividades para verificar que se cumplan. Como se planearon, supervisar el desempeño de la organización, en este caso la microempresa realizará evaluaciones semestrales a su personal aplicando la metodología por indicadores y metas

Ilustración No. 10 Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Organigrama Estructural



ADMINISTRATIVO	
Cargo	**No. Personal**
Gerente General	1
Secretaria	1
Administrador	1
Jefe de producción	1

Tabla No. 4 Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Gerente General: es la persona encargada del giro del negocio, encargado que se cumpla los objetivos y se evalué el desempeño de cada departamento.

Secretaria: es la persona que asiste al gerente general ayuda con informes, reportes, lleva a cabo la agenda del gerente General

Administrador: es la persona que se encarga de la toma de decisiones, es el encargado de determinar lo que le es más conveniente al negocio.

Jefe de Producción: supervisa que el personal de producción cumplan con los procesos de la materia prima para la transformación del producto, es la persona encargada de conocer y efectuar todos los procedimientos de la elaboración de los productos. Se encarga además de verificar la producción del área:

- Solicitar materia prima e insumos
- Recepción de la materia prima e insumos
- Almacenaje correcto de la materia prima e insumos
- Elaborar los productos
- **Vendedores:** es el personal encargado de la ventas del ofrecer los productos, tienen la estrategia de vender y de brindar conocimiento de los beneficios del producto para cerrar la venta deber conocer bien el producto.
- Contactar al cliente para ofrecerle el producto
- Acordar términos de la venta, tanto en precios, plazos y entrega
- Realizar la post venta
- Solucionar inconvenientes del cliente referentes a la venta.
- Captar nuevos clientes

Organigrama Funcional

Este organigrama determina las funciones de cada uno de los integrantes de la organización.

Tabla No.5

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

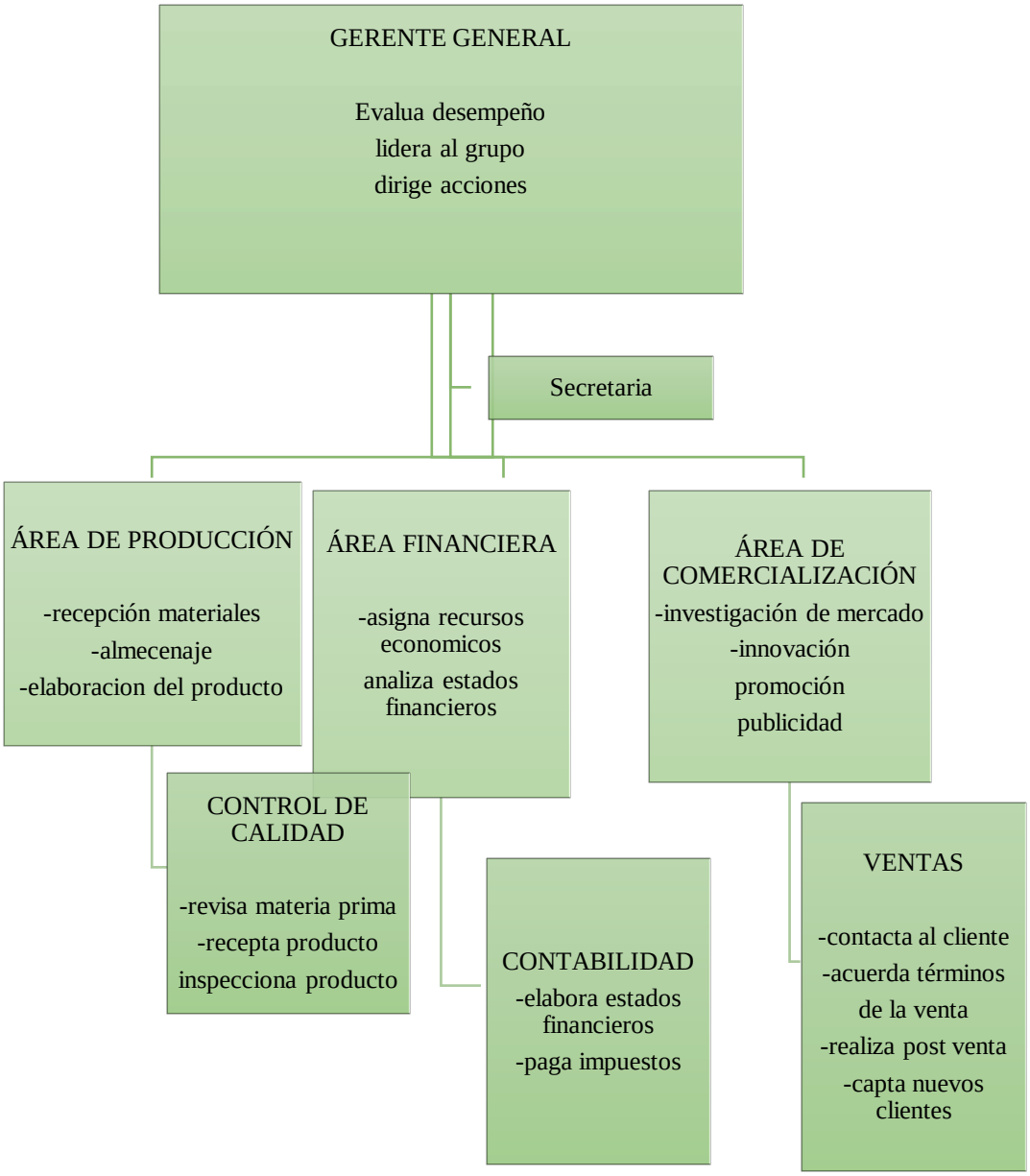
Funciones Administrativas

FUNCIONES ADMINISTRATIVAS	
Funciones Comerciales	
Funciones Financieras	
Funciones de Seguridad	
Funciones Contables	

Organigrama Funcional

Ilustración No. 11

Elaborado por: Elizabeth Cedeño



Funciones Comerciales: o conocida como Marketing es la investigación del mercado, desarrollos de los productos, definir precio o valor, promociones, y ventas. También realiza lo siguiente:

- Investigación de Mercado
- Innovación de productos
- Promoción del producto
- Publicidad

Funciones Financieras: se encarga de la solvencia de la empresa el administrador financiero organiza, dirige y controla los procesos contables de la empresa.

Funciones de Seguridad: es la elaboración de los planes de seguridad y programas de prevención de riesgos en la empresa.

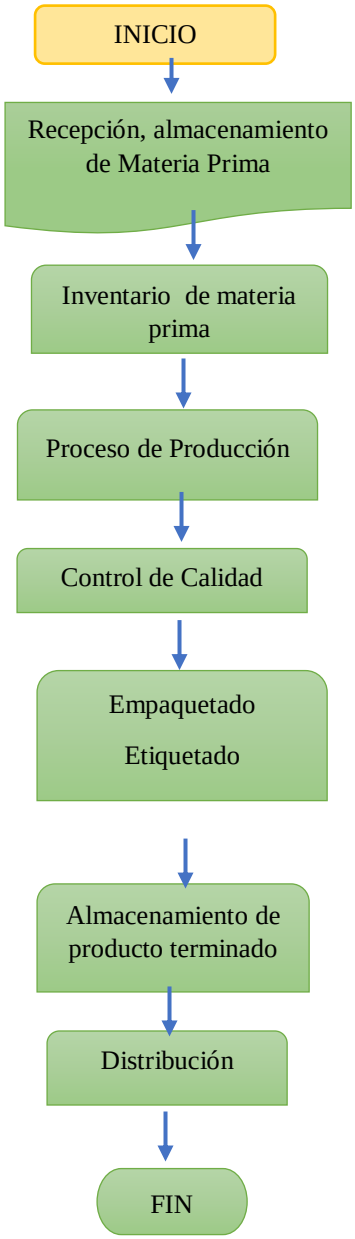
Funciones Contables: es controlar de manera eficaz el proceso contable e informar los estados financieros a los representantes de las empresas. Realiza los siguientes:

- Controla de todas las operaciones financieras
- Registra ingresos y egresos resultado de las actividades de la empresa
- Elabora estados financieros
- Realiza pago de impuestos

2.3.3. GESTIÓN OPERATIVA

La gestión operativa está encargada de analizar los procesos y servicios para diseñar y dirigir el giro del negocio. Para Deli-Maiz se ha diseñado el siguiente proceso con la finalidad de que el negocio sea netamente organizado.

Elaborado por: Elizabeth Cedeño



Recepción de Materia Prima

La recepción de materias primas es la primera etapa en la elaboración de los alimentos y en este paso, es fundamental observar ciertas características del maíz que es la principal materia prima.

- **Inventario De Materia Prima**

En esta actividad, se realiza el inventario físico y el almacenamiento del material que se utilizara para la elaboración de productos.

- **Proceso de Producción**

En este punto se lleva a cabo toda el proceso para elaborar los productos por ejemplo se muele el maíz, se cocina en para la chicha con los demás implementos que son complemento para la realización, al igual se pone en pie con la elaboración del maíz y la canela y azúcar para los sobre del flan, y se procede a realizar la ams apara las galletas.

- **Control de Calidad**

Es un proceso muy importante porque se verifica que todos los productos estén bien realizados sin fallas.

- **Empaquetado y etiquetado**

En este proceso las maquinas hacen su labor de etiquetado y empaquetado.

- **Almacenamiento de producto terminado**

Es muy importante mantener los productos en lugares frescos al menos la chicha debe ser refrigerada para mantener mejor saber y calidad.

- **Distribución**

Por último se distribuirá a los diferentes establecimientos de venta.

2.3.4 Gestión comercial

Son estrategias para llegar a la mente y posicionamiento del consumidor y para generar un ambiente competitivo entre las empresas.

Producto: son los artículos que se ofrecen en el mercado para cubrir una necesidad, los productos a base de maíz, (flan, galletas y chicha) estarán dirigidos a las familias del sector norte de Quito a todas las clases sociales.

Tarjeta de presentación:

Ilustración No. 14

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Descripción del producto

Flan, galletas y chicha son realizados a base de maíz, productos que serán distribuido y se espera la aceptación de los consumidores, ya que son realizados con el fin de aportar a la mala nutrición que existe en nuestro país, la materia prima principal es el maíz, el flan de maíz delicioso en sabor y muy rico en nutrientes, la chicha de maíz una bebida refrescante lista para tomar en cualquier momento, y las galletas un complemento para la buena nutrición de los consumidores.

Precio

Es el coste que se le da al producto, los cliente son muy cuidadosos con este punto el precio por lo general las personas consumista buscan algo de buena calidad y de buen precio es por eso que se toma muy encuentra este factor lo que hace un factor importante en el presente proyecto ya que definirá la factibilidad del proyecto.

Para lo cual se ha determinado los siguientes precios factible y al alcance del consumidor.

Flan = 1.25 usd

Chicha = 0.80 usd

Galletas = 0.70 usd

Estrategias del producto

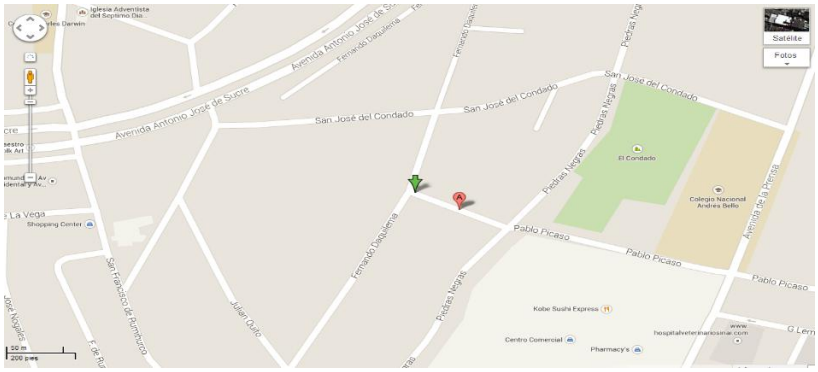
Marca: es la parte elemental que permite al cliente verificar y conocer los productos, es la forma de identificar el producto y su calidad para la satisfacción de los consumidores.

Logo: es la imagen que llama la atención del cliente para reconocerlo con mayor facilidad a los productos.

Ilustración No.12
Elaborado por. Elizabeth Cedeño
Logo del Producto

Plaza: los productos a base de maíz, será comercializado en el sector norte del distrito metropolitano de Quito (calle Pablo Picaso 0E13-44 y Fernando de Daquilema), será entregado a consignación a los diferentes supermercados de la capital.

Gráfico No. 7
Fuente: Maps Google



Vida útil: los productos a base de maíz, la natilla tiene como tiempo máximo de duración 3 meses, y la chicha manteniéndola en refrigeración tiene un tiempo aproximado de duración de 2 meses, y las galletas 3 meses .

Promoción: para la promoción y dar a conocer la implementación de la microempresa se recurrirá a las degustaciones con ayuda de las impulsadoras a los diferentes supermercados, que para los Quiteños resultara novedoso ya que los productos son de la cultura y costumbres de la Provincia de Manabí, se dará muestras gratis para su mejor degustación.

Publicidad: gracias a los diferentes medio de comunicación que existe se tratará de informar al cliente de manera eficiente y llamativa con flyers, tarjeta de presentación, Facebook, Twitter, Instargram, radio, etc. se esperar motivar a los posibles clientes y dar a conocer los productos de maíz.

Ilustración No.13

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Canales de Distribución

Los canales de distribución por el cual se distribuirá la mercadería son los siguientes:

Tabla No.3

Elaborado por:
Elizabeth Cedeño

Nombre del canal	Información	Logo
SUPERMERCADOS	AKI Corporación la Favorita Av. De la Prensa s/n y Aurelio Bastidas Esq.Telf 2290993 HIPERMARKET Corporación el Rosado Av. Diego de Vásquez s/n y Sabanilla SANTA MARIA Av. Diego de Vásquez y Bellavista Telf.: 2942920 ext2050	

2.4 ANALISIS DEL FODA

Análisis Foda

Tabla No.6

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

AMBIENTE EXTERNO						
	Oportunidades			Amenazas		
	Nivel			nivel		
Descripción	alto	medio	bajo	alto	medio	bajo
Inflación						x
Tasa de Interés						x
Desempleo		x				
PIB						x
Balanza Comercial					x	
Tasa de Interés			x			
Factor Político			x			
Factor Social		x				
Factor Tecnológico		x				

AMBIENTE INTERNO		
	Oportunidades	Amenazas
	Nivel	nivel

Descripción	alto	medio	bajo	alto	medio	bajo
Clientes		x				
Proveedores	x					
Competencia			x			

CAPÍTILO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado. Sus usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados. (Mirtha, 2014)

El estudio de mercado está diseñado precisamente para que sea de utilidad a aquellos emprendedores que estén alimentando la idea de iniciar un negocio al que le suponen unas buenas perspectivas económicas y de futuro, con no poca ilusión, y en muchos casos con recursos financieros limitados, de forma que por sí mismos lleven a cabo ciertas indicaciones que les pueden ser de gran utilidad, ayudándoles a evitar o a ponderar con más realismo ciertos riesgos que conlleva el inicio de toda actividad, sobre todo aquellas que requieren de gran esfuerzo económico.

Estudio de mercado determina el nivel de confianza con determinados aspectos como, la existencia real de clientes de los productos y servicios del producto y la disposición de los clientes para pagar el precio establecido y mediante el estudio de mercado determinar la demanda para una proyección de ventas, identificamos los

canales de distribución del producto determinado, podemos comprender las ventajas y desventajas de la competencia

3.1. 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. (Moya, 2006)

El éxito de una empresa depende fundamentalmente de la demanda de los clientes. Ellos son los protagonistas principales y el factor más importante que hacen que una empresa prospere o fracase.

Toda empresa debe ir encaminada hacia la satisfacción del cliente; por ende los objetivos de la empresa deben estar encaminados hacia la consecución de los objetivos.

Si la empresa no satisface las necesidades y deseos de sus clientes tendrá una existencia muy corta. Todos los esfuerzos deben estar orientados hacia el cliente, porque él es el verdadero impulsor de todas las actividades de la empresa.

El principal objetivo de todo empresario es conocer y entender bien a los clientes, que el producto o servicio pueda ser ajustado a sus necesidades para poder satisfacerlo, teniendo en cuenta las ofertas de la competencia. .

En el análisis del consumidor ya no basta con saber ¿qué quiere? el consumidor, hay que ir más allá. Cuando los bienes y servicios de la empresa hacen clic con las tendencias y los estilos de vida del consumidor, hay más impacto.

Se sabe que el mercado está conformado por consumidores, compradores y clientes, pero que es alrededor del consumidor que debe girar toda la actividad empresarial. Su diferenciación es importante para saber en quien enfocarse y en qué momento.

3.1.1 Determinación de la población

La población es un conjunto de elementos que van a ser observados en una investigación.

La población para la presente investigación, de acuerdo a los datos proporcionados por el INEC, para la parroquia de Cotocollao y sus sectores aledaños es de 165.632 habitantes.

Como se trata de un producto que lo consume toda la familia, es conveniente dividir para 4 miembros de familia de acuerdo a lo que señala el INEC, como una familia modelo, es decir que la población sería de 41.408

3.1.1.2- Muestra

Es una parte de la población, de cuyo análisis se puede obtener características que correspondan a la población.

Tamaño de la Muestra

Para establecer el tamaño de la muestra se utilizará la siguiente fórmula:

n= Muestra

N= Población

e= Margen de error 5%

P= probabilidad éxito 50%

Q= probabilidad fracaso 50%

V. Conf.=95%

Z= 1.96

$$n = \frac{N * p * q * z^2}{(N-1)E^2 + p * q * z^2}$$

$$n = \frac{(164.397) * (.50) * (.50) * (1.96)^2}{(164397-1)(0.05)^2 + (0.50) * (.50) * (1.96)^2}$$

$$N = \frac{157886.87}{411.950}$$

N= 383

ENCUESTA

Es un estudio en el cual el investigador obtiene los datos a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

INSTITUTO SUPERIOR CORDILLERA

ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN BANCARIA Y FINANCIERA

OBJETIVO: Recolectar información referente al consumo de productos elaborados a base de maíz para la implementación de una microempresa en el sector de Cotocollao.

I.- Datos Generales.

Genero

Masculino ☐ Femenino ☐

Edad

15-20 ☐ 20-30 ☐ 30-50 ☐

Sector

Norte ☐ Centro ☐ Sur ☐

II.- Marque con una x la respuesta que usted prefiera.

1. ¿Usted consume productos a base de maíz?

Si ☐ No ☐

2. ¿Con qué frecuencia consume productos nutritivos de maíz?

Diario ☐ Semanal ☐ Mensual ☐ Anual ☐

3. ¿Conoce de la existencia de chicha, galleta y natilla realizada a base de maíz?

Si ☐ No ☐

4. ¿Estaría dispuesto a consumir productos elaborados de maíz?

Si ☐ No ☐

5. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por los siguientes productos de maíz?

0.75 A $0.85 ☐ $ 0.85 A $1.00 ☐ $ 1.00 A $1.25 ☐

6. ¿Qué es lo primero que observa al adquirir un producto?

Nutrición ☐ Calidad ☐ Precio ☐

7. ¿Conoce Producto a base de maíz sustituto a los ofrecidos?

*Pan de maíz ☐ *Avena ☐ *Gelatina de maíz ☐ * Torta de maíz ☐

Otros ----------

---

8. Conoce línea de productos similares a los ofrecidos?

Si ☐ No ☐

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

3.1.1.2. Técnicas de obtención de información

Es la recopilación de información de aspectos relacionados con el trabajo de la obtención, análisis y presentación de la información necesaria para el proceso de investigación.

Una vez identificado el problema, determinado el tipo de diseño de investigación, especificado las hipótesis y definido las variables en la primera etapa, para obtener los datos necesarios del estudio a realizar, datos imparciales a la empresa que permitan conocer las características y necesidades del consumidor.

El proceso de muestreo tiene las siguientes etapas:

- Definir la población objeto de estudio
- Seleccionar la estructura de la muestra
- Especificar la unidad muestral
- Seleccionar el método de muestreo
- Determinar el tamaño de la muestra
- Diseñar el plan de muestreo y seleccionar la muestra

3.1.3 Análisis de la información

Es identificar los componentes y examinarlos por separados para realizar en síntesis su contenido.

Análisis de las preguntas

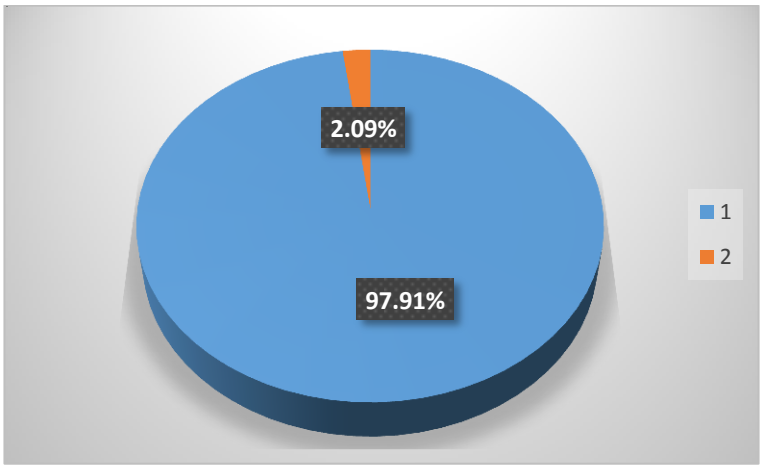
Pregunta 1. ¿Usted consume productos a base de maíz?

Tabla no. 7

Si	375	97,91%
No	8	2,09%

Gráfico No.8

Fuente: Investigación de mercado



Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Análisis: Pregunta decisiva para conocer el nivel de aceptación de los datos obtenidos de la pregunta 1 se puede identificar que el 97.91% consume productos de maíz, puesto que con el número de encuestados se determina la aceptación de los productos que se realizará, sin dejar a un lado el 2.09% de encuestados que son muy pocas personas que no consumen producto. En conclusión el estudio de factibilidad estará con una aceptación favorable.

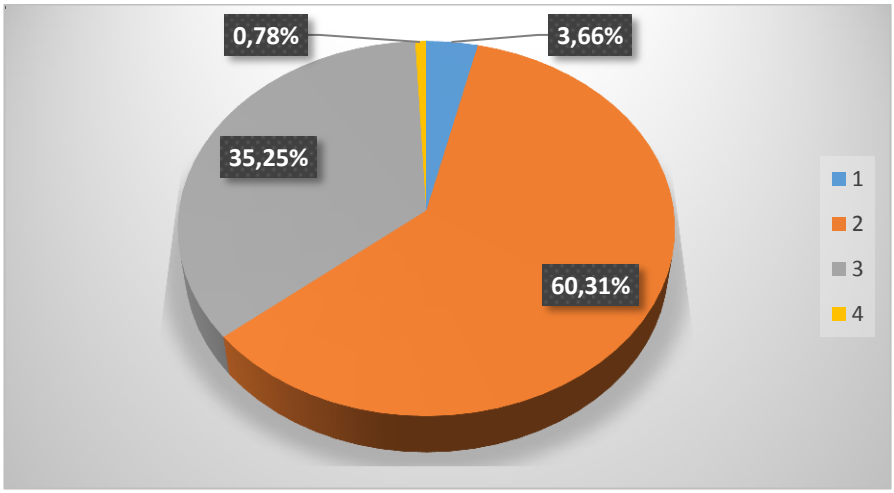
Pregunta 2. ¿Con qué frecuencia consume productos nutritivos de maíz?

Tabla No. 8

Diario	14	3,66%
Semanal	231	60,31%
Mensual	135	35,25%
Anual	3	0,78%

Gráfico No.9

Fuente: Investigación de mercado



Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Análisis: La mayoría de los encuestados consumen productos nutritivos a base de maíz semanalmente en un 60.31% seguido 35.25% que consumen mensualmente, diario un 3.66% y anualmente un 0.78%, es favorable conocer y destacar que los productos de maíz tienen un indicador alto en el momento de consumirlo semanalmente con esto se tiene conocimiento que las personas consumirán los productos.

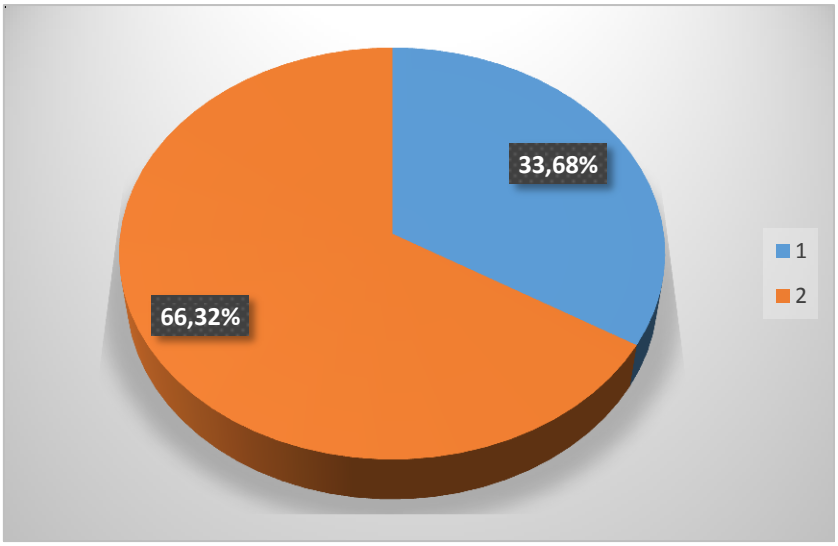
Pregunta 3. ¿Conoce de la existencia de chicha, galleta y natilla realizada a base de maíz?

Tabla No. 9

Si	129	33,68%
No	254	66,32%

Gráfico No. 10

Fuente: Investigación de mercado



Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Análisis:

El 66.32% de los encuestados no tienen conocimiento de los productos que se ofrecerá, el 33.68% si conocen, lo que más hicieron mención conocer la chicha. En conclusión da la apertura de promocionar un producto nuevo no tan acogido pero dispuesto a ser reconocido y consumido por las personas que viven en el Distrito Metropolitano de Quito.

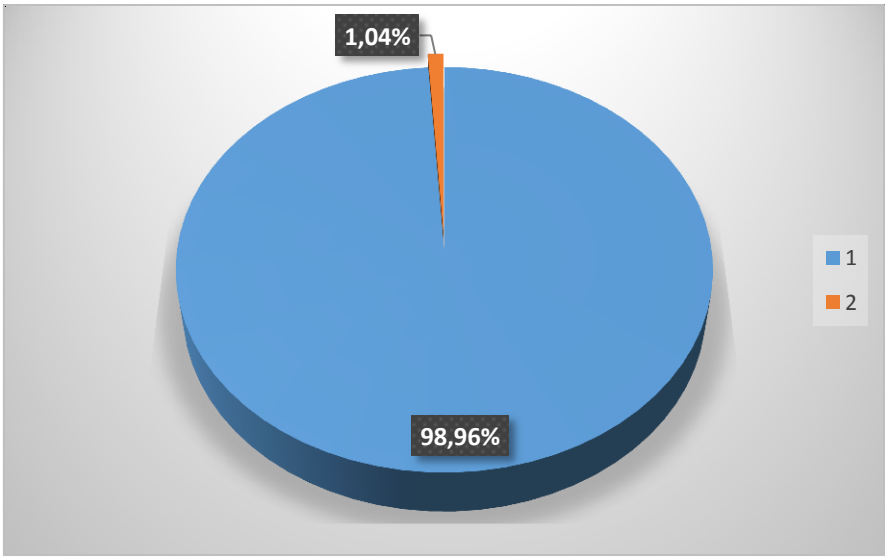
Pregunta 4. ¿Estaría dispuesto a consumir productos elaborados de maíz?

Tabla No. 10

Si	379	98,96%
No	4	1,04%

Gráfico No.11

Fuente: Investigación de mercado



Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Análisis:

El 98.96% de las personas encuestadas aseguran estar dispuestos a consumir productos elaborados de maíz, es favorable ver la aceptación que tendrán los productos, sin escatimar el 1.04% que no consumirían pero se puede trabajar con la gran cantidad de personas que si estarían dispuestos a consumir.

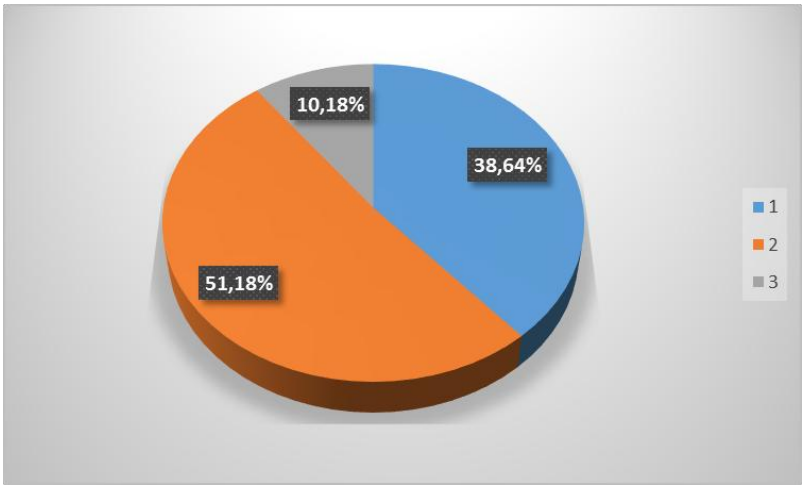
Pregunta 5. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por los siguientes productos de maíz?

Tabla No. 11

0,75-0,85	148	38,64%
0,85-1,00	196	51,18%
1,00-1,25	39	10,18%

Gráfico No.12

Fuente: Investigación de mercado



Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Análisis:

Los encuestados respondieron en un 51.18% que les gustaría pagar de $0.85 a 1.00 USD esto nos da a conocer el precio que podríamos poner a nuestros productos, sin dejar a un lado un gran porcentaje un 38.64% que posiblemente pagaría entre 1.00 a 1.25 USD.

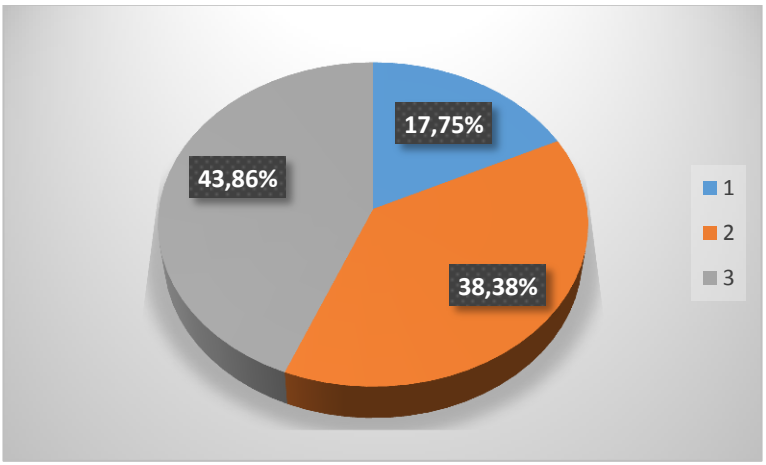
Pregunta 6. ¿Qué es lo primero que observa al adquirir un producto?

Tabla No. 12

Calidad	147		38.38%
Nutrición	68		17.75%
Precio	168		43,86%

Gráfico No.13

Fuente: Investigación de mercado



Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Análisis:

El 43.86% de las personas encuestadas indican que lo primero que observan para comprar un producto es el precio, pero muchos es decir el 38.38% se fijan en la calidad del productos considerando una parte muy importante, y pocas personas el (17.75%) observa la nutrición que dan los productos, el producto que va encaminado a la nutrición de los más pequeños, es un punto no tan a favor pero que se lo puede solucionar con el precio, ya que por lo general se busca lo Bueno bonito y barato en el momento de decidir que consumir.

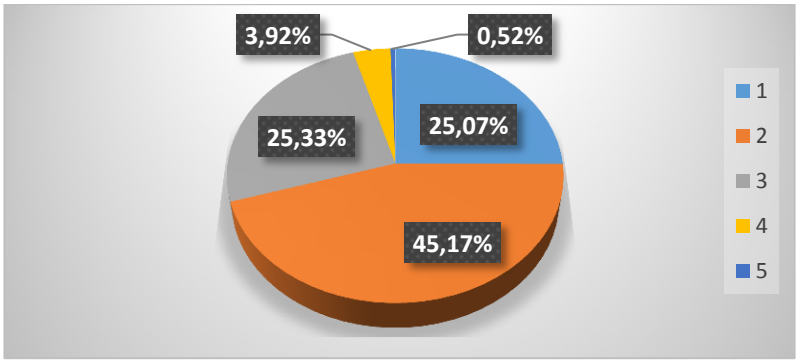
Pregunta 7. ¿Conoce Producto a base de maíz sustituto a los ofrecidos?

Tabla No. 13

Pan de maíz	96	25,07%
Avena	173	45,17%
Gelatina	97	25,33%
Torta de maíz	15	3,92%

Gráfico No14

Fuente: Investigación de mercado



Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Análisis:

De total de los encuestados el 45.17% indican que conocen la Avena como producto sustitutos, es lo más fuerte que impacta con la chicha de maíz que se ofrece, seguido por el 25.33% con la gelatina de igual forma esto impacta con la natilla es cuestión de dar a conocer los productos para que tenga la aceptación en el mercado. El 25.07% con el pan de maíz son producto consumidos frecuentemente pero que nos dan a conocer los más fuerte para promocionar los productos.

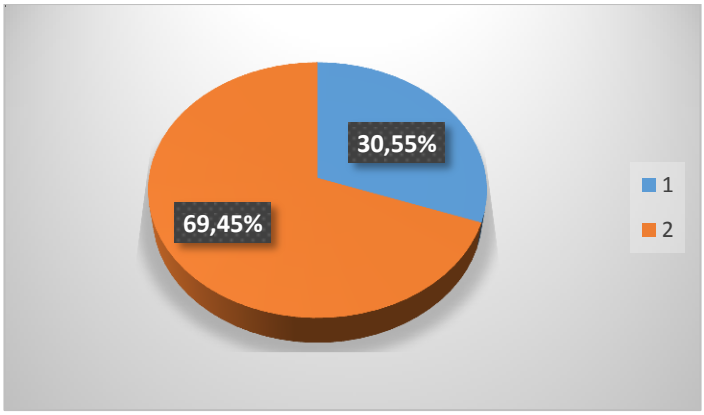
Pregunta 8. ¿Está satisfecho con los productos similares ofrecidos?

Tabla No. 14

Si	117	30,55%
No	266	69,45%

Gráfico No.15

Fuente: Investigación de mercado



Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Análisis:

Las personas encuestadas respondieron que el 69.45% no conocen línea de productos similares a los ofrecidos para al posible implementación de la microempresa mediante el estudio de factibilidad de productos a base de maíz, sin escatimar que un 30.55% aseguran conocer productos similares a los ofrecidos.

3.2 OFERTA

Es la cantidad de la producción que la microempresa estará dispuesta a ofrecer a los consumidores potenciales. Según Saroma (2008) determinó que;

Se define la oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios del mercado. Hay que diferenciar la oferta del término de una cantidad ofrecida, que hace referencia a la cantidad que los productores están dispuestos a vender a un determinado precio.(p.54).

La función de oferta del mercado depende entre otros de los siguientes factores:

precio del bien, coste de los factores de producción, tecnología, y otros factores tales como por ejemplo: el número de empresas oferentes.

3.2.1 Oferta Histórica

Una vez realizada la investigación se da el caso que no existe oferta histórica, debido a que es un producto nuevo.

3.2.2 Oferta Actual

Se necesita los datos de la encuesta y el valor de la demanda actual porcentaje de la competencia que si 69.45%

Tabla No.15

Oferta Actual			
Años	Demanda	% de Competencia	Oferta
2014	165632	0,6945	115031,42

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

3.2.3 Oferta Proyectada

Es necesario hacer un ajuste con tres variables siguiendo los mismos criterios, a saber, que cada una de las terceras variables analizadas, como puede ser el PIB, la inflación o el índice de precios, se obtenga el coeficiente de correlación correspondiente. Para hacer la proyección de la oferta se tomara aquella variable cuyo coeficiente de correlación sea más cercano a uno.

Proyección de la oferta
Tabla No. 16
Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Años	Demanda Proyectada	% de insatisfacción	Oferta Proyectada
2015	11817,29	69,45%	8207,11
2016	8207,11	69,45%	5699,84
2017	5699,84	69,45%	3958,54
2018	3958,54	69,45%	2749,21
2019	2749,21	69,45%	1909,33

De la información obtenida mediante el cálculo, se puede ver que el estudio de factibilidad podría tener un alto nivel de oportunidad ya que la competencia de insatisfacción es muy alta.

3.4 DEMANDA

La demanda es la cantidad de los bienes o servicios que la población pretende conseguir, para satisfaces necesidades o deseos.

3.4.1 Demanda actual

Se encarga de identificar a los competidores actuales, su capacidad de influencia sobre la demanda global y su previsible evolución en el futuro**.**

Cálculo de la demanda

Aceptación:

¿Estaría dispuesto a consumir productos elaborados de maíz?

Tabla No. 17

Indicadores	Encuestados	Porcentaje
Si	379	98,96%
No	4	1,04%
Total	383	100,00%
Aceptación 41408/0,9896 = 40977,36		

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Frecuencia:

¿Con qué frecuencia consume productos nutritivos de maíz?

Tabla No. 18

Indicador	Encuestados	Total
Diario	14	3,66%
Semanal	231	60,31%
Mensual	135	35,25%
Anual	3	0,78%
Total	383	100,00%

Frecuencia 41408*0,6031*52= 12986,04

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Precio:

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por los siguientes productos de maíz?

Tabla No. 19

Indicadores	Frecuencia	Porcentaje
0,75-0,85	148	38,64%
0,85-1,00	196	51,18%
1,00-1,25	39	10,18%
Total	383	100%
Precio 12986,04*0,91=11817.29		

3.4.2 Demanda Proyectada

Es la cantidad de Bienes y Servicios que se ofrece el mercado para que sea consumido a un determinado.

Demanda Proyectada

Tabla No.21

Años	Demanda Actual	Tasa de crecimiento	Demanda Proyectada
2014	11817,29	1,00	11817,29
2015	11817,29	1,07	12644,50
2016	12644,50	1,07	13529,62
2017	13529,62	1,07	14476,69
2018	14476,69	1,07	15490,06
2019	15490,06	1,07	16574,36

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

3.4.3- Demanda Insatisfecha

De la demanda Insatisfecha una nueva empresa o una nueva unidad de producción de acuerdo de la unidad de Proyecto.

Demanda insatisfecha

Tabla No. 202

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Años	Demanda Proyectada	Tasa de crecimiento	Demanda Insatisfecha
2015	11817,29	0.07	827,21
2016	8207,11	0.07	574,49
2017	5699,84	0.07	398,98
2018	3958,54	0.07	277,09
2019	2749,21	0.07	192,44

CAPÍTULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico sirve para obtener la base para el cálculo financiero y la evaluación económica de un proyecto a realizar además muestra el estudio técnico la manera que se puedan elaborar un producto o servicio. También puede determinar la cantidad necesaria de maquinaria, equipo de producción y mano de obra calificada.

4.1. TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño de un proyecto se mide por la capacidad de producción de bienes, o por la prestación de servicios, se puede definir en función de la producción. Con estos datos se hace referencia a la capacidad de producción instalada que se tendrá, ya sea diaria, semanal, mensual o al año.

4.1.1 Capacidad Instalada

El presente estudio de factibilidad tiene una capacidad local comercial de 20 m^2 de ancho y 10 m^2 de largo, distribuido en las siguientes aéreas.

Departamento Administrativo 8x4 m^2

Gerencia General 4x5 m^2

Área de producción	8x8 m^2
Bodega	4x4 m^2
Baño	3x2 m^2
Sala estar	5x4 m^2

4.1.2 Capacidad óptima

Una vez establecido el lugar donde se situará la microempresa, la siguiente decisión que hay que tomar será acerca del tamaño o dimensión que se le dará a la empresa.

La dimensión óptima estará relacionada con la capacidad productiva deseada. Para calcularla se deberá disponer de información sobre cuáles serán las ventas y cómo se distribuirán en el tiempo. De esta forma, a mayor volumen de ventas, mayor capacidad necesitaremos.

4.2 LOCALIZACIÓN

La localización es analizar los posibles lugares donde se podría ubicar el estudio de factibilidad, con el fin de establecer el mejor lugar para que se pueda ofrecer los beneficios, los mejores costos, en donde se obtenga la máxima ganancia.

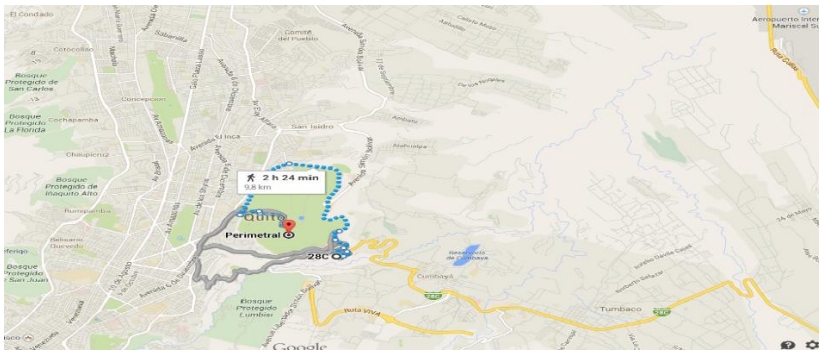
4.2.1 Macro

Se determina el mejor lugar donde el proyecto tenga mejor influencia con el medio, es decidir la zona general en donde se instalará la microempresa, para lo cual

Deli-Maíz ha decidido ubicarse en el Distrito Metropolitano de Quito sector norte, barrio el Condado, porque es un lugar donde se puede comercializar el producto por la influencia de la gente, además que es un barrio donde hay mucho comercio.

Ilustración N. 15

Fuente. Maps Google



Se toma en cuenta aspectos sociales y nacionales de la población basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente lo cual debe indicarse con un mapa del país o región, dependiendo del área de influencia del estudio de factibilidad.

4.2.2 Micro- Localización

Dentro de la Micro-localización se realizará un estudio para definir el mejor sitio o lugar para la posible elaboración del proyecto, es donde se ubicará definitivamente la microempresa.

Para verificar que la micro localización (calle Pablo Picaso 0E13-44 y Fernando de Daquilema esquina) este situada perfectamente se debe tomar varios aspectos importantes como la localización urbana, suburbana o rural para el

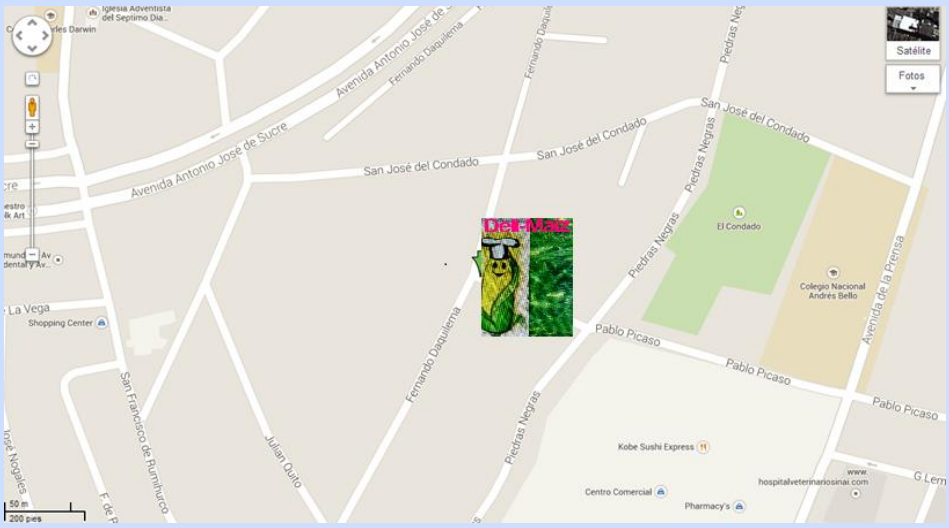
transporte del personal, disponibilidad de servicios, condicionar las vías urbanas y de las carreteras, la recolección de basuras y residuos, restricciones locales Impuestos entre otros.

Para la implementación de la microempresa Deli-Maíz se ha tomado en cuenta todos los aspectos antes mencionados puesto que contando con los beneficios de vías de acceso que es muy importante para los empleados y para la empresa, transporte urbano hay varias vías que pueden llevar a este lugar sin inconveniente, la recolección de basura que es muy importante para botar el desecho de la elaboración de los productos ya que no es toxico se puede enviar en el basurero común que pasa los 3 días a la semana lunes, miércoles y viernes puesto que esto nos ayudara mucho.

Ilustración No. 16

Parroquia de Ecuador

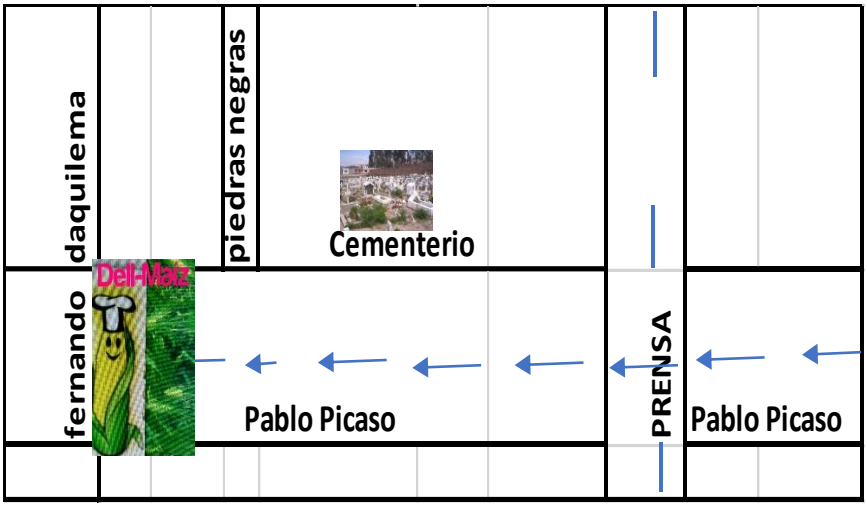
Sector el condado



Ubicación de la parroquia El Condado dentro del Distrito Metropolitano de Quito

Ilustración No.17

Croquis de ubicación



Elaborado por: Elizabeth Cedeño

4.2.3 Localización óptima

Determinar la localización optima del proyecto es de gran complejidad debido a la gran variedad de factores que influyen al momento de realizar el estudio, se realizará una matriz que califique todos los factores más importantes.

Tabla No. 22

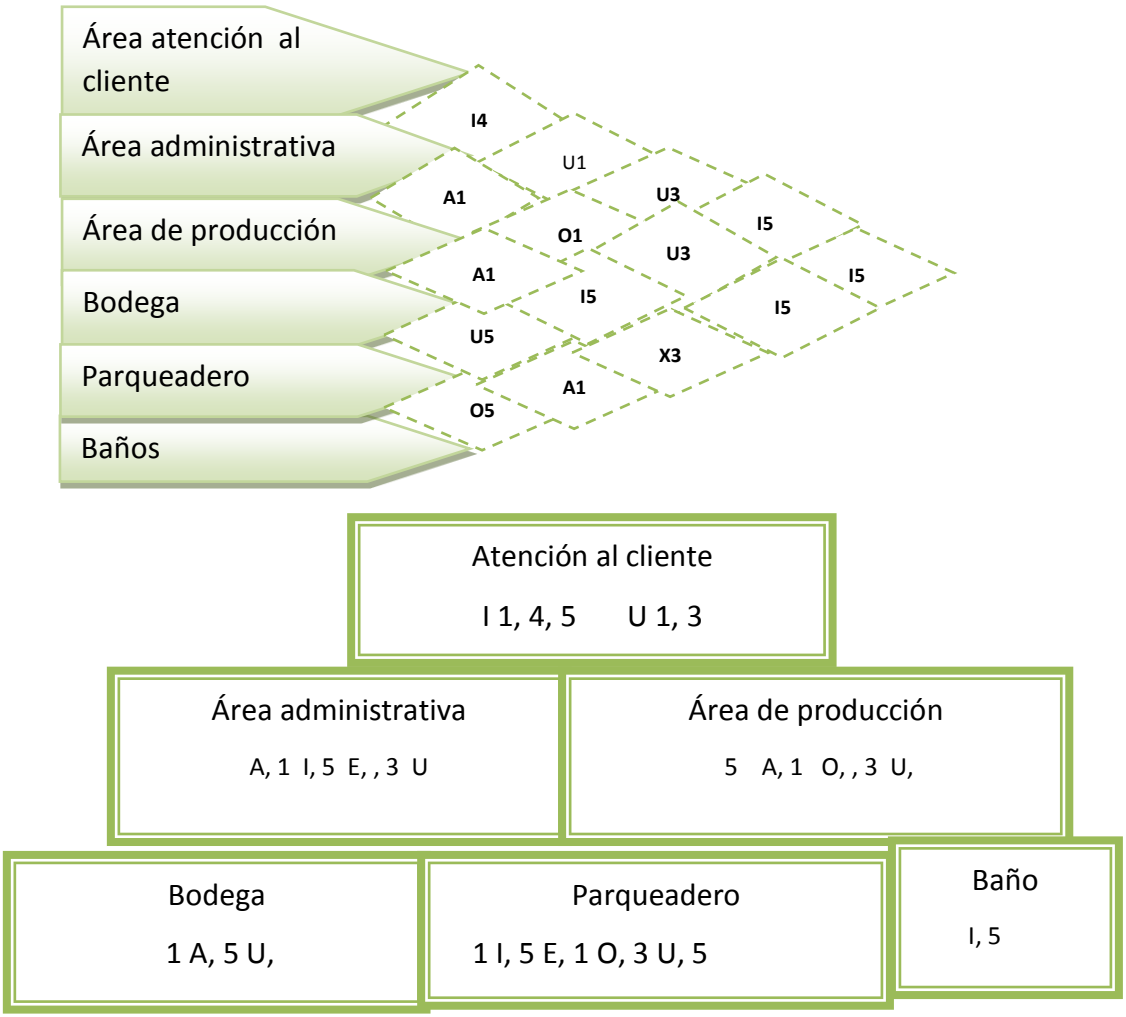
Localización Óptima	%
Factores Relevantes	**38%**
Copetencia	5%
personal calificado para la atencion	15%
Servicios Basicos	18%
Factores Importantes	**33%**
Seguridad policial	10%
Sector comercial	11%
Vias de Acesos	12%
Factores Adicionales	**29%**
Costo de arriendos adecuados	8%
Mano de obra	10%
Provedores	11%
TOTAL	**100%**

Elaborado por**:** Elizabeth Cedeño

4.3 **INGENIERÍA DEL PRODUCTO** Ingeniería del Producto es una disciplina cuyo objeto es el diseñar y desarrollar productos desde el inicio hasta la comercialización en el mercado.

Tabla No. 23

Código	Descripción	Razón	Descripción
A	absolutamente necesario	**1**	Cercanía por procesos
E	especialmente necesario	**2**	Cercanía por administración
I	importante que este cerca	**3**	Cercanía por conveniencia
O	cercanía ordinaria	**4**	Cercanía por ruido
U	cercanía sin importancia	**5**	Cercanía por higiene
X	cercanía indeseada		



Elaborado por: Elizabeth Cedeño

4.3.1 Definición de B y S

Es importante consumir productos realizado a base de maíz ya que hay variedad de preparaciones y platos que son tanto accesibles en términos económicos como ricos en energía y nutrientes.

Deli-Maíz está proyectado en la posible comercialización de productos ricos en nutrientes elaborados a base de maíz amarillo que serán consumidos por niños

y adultos, los productos son netamente artesanales, ricos en nutrientes ya que la calidad proteínica del maíz que se da a niños en vías de recuperación de una malnutrición. Tiene varias proteínas por la cual es recomendable consumirlo, siendo idóneo para consumir a cualquier hora del día y, sobretodo, para la alimentación de niños y deportistas.

- Contiene propiedades diuréticas.
- Ayuda a combatir el estreñimiento y reduce considerablemente el colesterol.
- Este cereal es muy bueno para la digestión.
- Es una barrera natural contra el cáncer.
- Contiene altos niveles de carbohidratos de fácil digestión.
- Es rico en magnesio, fibra, antioxidantes y vitaminas B1, B3 y B9

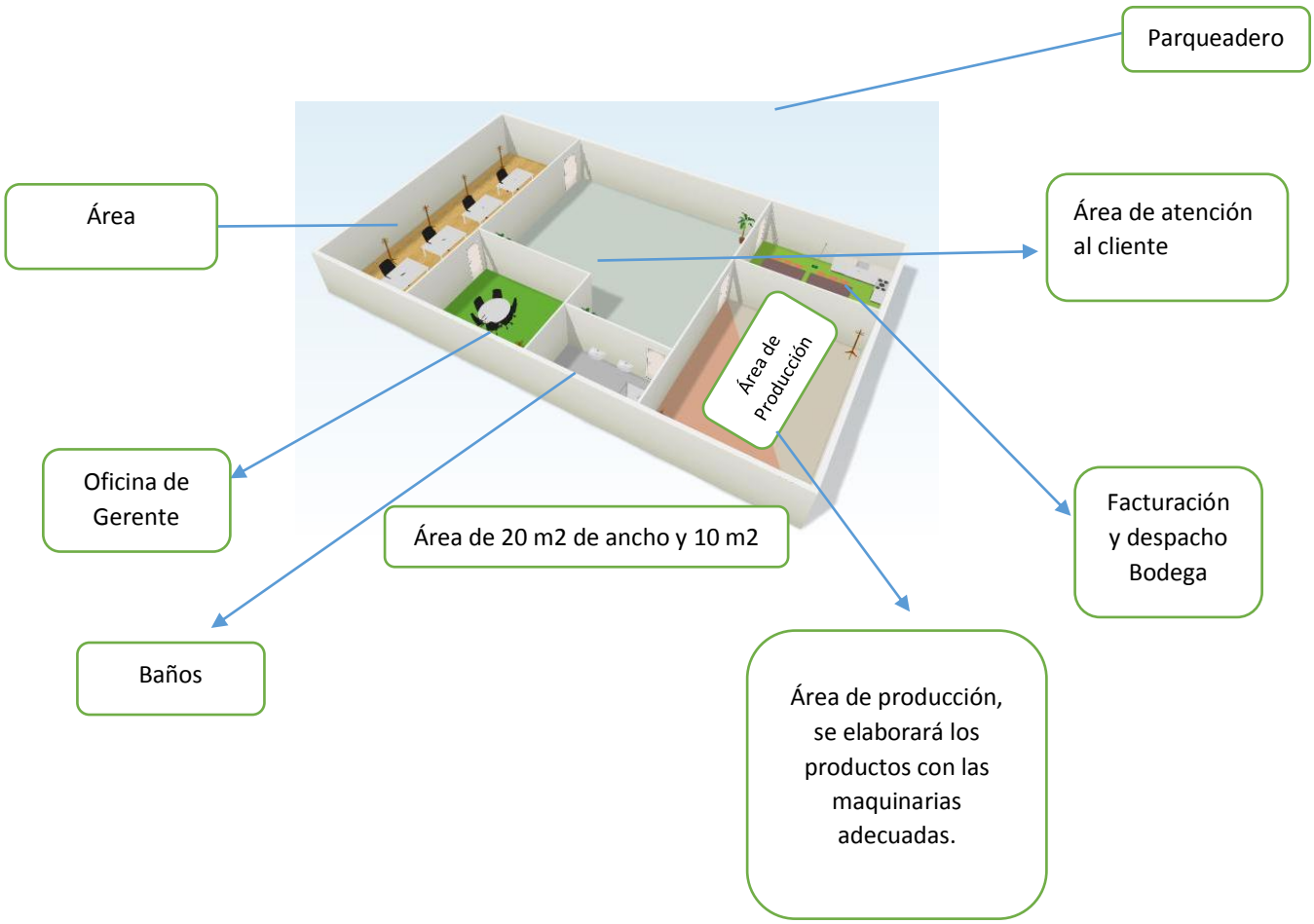
4.3.2 Distribución de planta

La microempresa estará distribuida de la siguiente manera

Ilustración No.18

Distribución de Planta

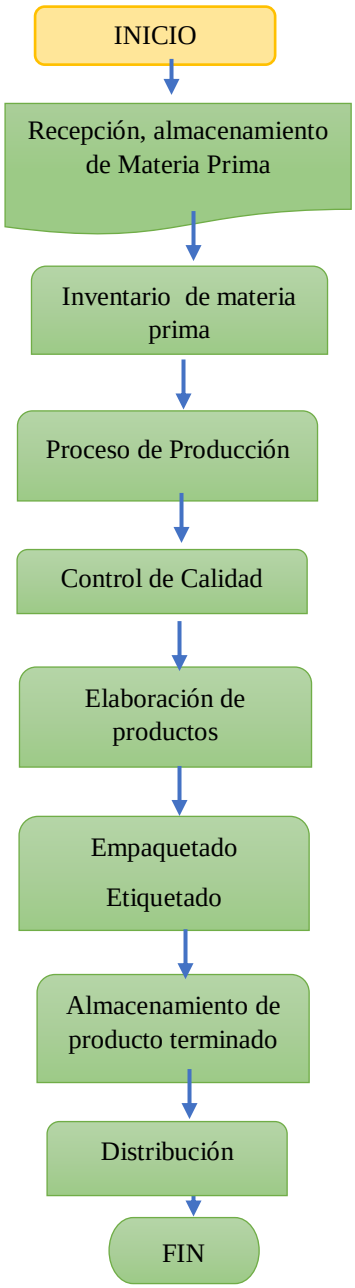
Elaborado por: Elizabeth Cedeño



4.3.3 Proceso Productivo

El proceso productivo de los productos que se ofrecerá en la microempresa Deli-Maíz se lo detalla a continuación.

Elaborado por: Elizabeth Cedeño



Resultados obtenidos

Gráfico No. 16

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Flan de Maíz chicha de maíz galleta de maíz

4.3.4 Maquinaria

La maquinaria que se utilizara para la realización de los productos a base de maíz de la microempresa Deli-Maíz son los siguientes:

Tabla No.24

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
molino eléctrico	1	245,00	245,00
cocina industrial	2	550,00	1100,00
máquina de etiquetado	1	1200,00	1200,00
autoclaves	1	1559,00	1559,00
mesas	4	150,00	600,00
horno industrial	1	300,00	300,00
olla industrial	5	55,00	275,00
licuadora industrial	2	485,00	970,00
		total	**6249,00**

4.3.5 Equipos Equipos de Computación

Tabla No. 25

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Clon - Pentium 4	1	720,00	720,00
Impresora Samsung 2014	1	95,00	95,00
TOTAL	**2**	**815,00**	**815,00**

EQUIPOS DE OFICINA

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Tabla No. 26

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Fax Lexmark X4270	1	160,00	160,00
Sumadora CASIO	1	40,00	40,00
Teléfono	1	38,00	38,00
TOTAL	**3**	**238,00**	**238,00**

ESTANTERIAS / EXHIBIDORES

Tabla No. 27

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Estanterías	3	180,00	540,00
Escritorio	1	300.00	300,00
TOTAL	**3**	**480,00**	**840,00**

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es el desarrollar un proceso de un plan de negocio donde el emprendedor determina si el proyecto es rentable, es decir que el dinero invertido le va a entregar un rendimiento esperado. Para poner en marcha la posible microempresa Deli-Maíz es importante conocer la rentabilidad del mismo, ya que se podrá identificar mediante un estudio económico se determinará cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del estudio de factibilidad.

5.1 INGESOS OPERACIONALES

Existen dos tipos de ingresos: operacionales y no operacionales. Los ingresos operacionales son aquellos ingresos económico principal de la empresa que comprende los valores recibidos como resultado de las actividades desarrolladas mediante la entrega de bienes o servicios por general, toda empresa está dedicada a uno o más actividades económicas, y los ingresos originados en estas actividades son considerados ingresos operacionales.

- MOD (mano de obra directa)
- MPD (materia prima directa)
- CIF (costos indirectos de fabricación)

5.1.1 MOD (Mano de Obra Directa)

La mano de obra es el esfuerzo físico o mental que realiza cada persona o individuo para realizar un trabajo ya sea de producción o un servicio.

Tabla No. 28
Mano de Obra
Elaborado por: Elizabeth Cedeño

MANO DE OBRA						
Empleados	**Sueldo mensual**	**Décimo tercero**	**Décimo cuarto**	**Fondo de reserva**	**Total Mensual**	**Total Anual**
cocinero 1	340,00	28,33	28,33	28,32	424,99	5099,86
servicios varios	340,00	28,33	28,33	28,32	424,99	5099,86
		TOTAL DE MANO DE OBRA			**849,98**	**10199,73**

5.1.2 MPD (Materia Prima Directa)

La materia prima son los instrumentos o materiales a utilizarse en la transformación de productos finales.

Tabla No. 29
Materia Prima Dirección
Elaborado por: Elizabeth Cedeño

MATERIA PRIMA DIRECTA					
Materia Prima	**Descripción**	**Costo**	**Cantidad**	**Valor Mensual**	**Valor Anual**
Maíz	quintal	15,20	5	76,00	912,00
Canela	100 gramos	9,50	2	19,00	228,00
Clavo de Olor	100 gramos	5,40	2	10,80	129,60
Polvo de hornear	100 gramos	8,75	2	17,50	210,00
Mantequilla	libra	2,85	10	28,50	342,00
Azúcar	libra	0,43	100	43,00	516,00
Maracuyá	pulpa kilo	5,00	5	25,00	300,00
naranjilla	pulpa kilo	6,00	5	30,00	360,00
TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA				**249,80**	**2997,60**

Nota: los productos se utilizará para la producción de 50 bebidas de chicha, 50 sobre de flan de maíz y 50 fundas de galletas.

5.1.3 CIF (Costos Indirectos de Fabricación)

Los costos indirectos son los costos que se utilizarían adicionalmente para la elaboración de los productos sin tomar en cuenta la MOD ni la MPD.

Tabla No. 30

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Costos Indirectos de Fabricación

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION				
CIF	**Anual**	**Mensual**	**Semanal**	**Diario**
450	450	37,5	9,38	1,25

5.2 Ingresos no Operacionales

Los ingresos no operacionales son aquellos ingresos diferentes a los obtenidos por el desarrollo de la actividad principal de la empresa, ingresos que por lo general son ocasionales o que son accesorios a la actividad principal.

5.3 COSTOS

El costo es el gasto económico que representa la fabricación de un producto de Deli-Maíz. Una vez determinado el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público de los productos que se realizará en la microempresa.

5.3.1 Costo Directo: es todo aquel costo que se puede asociar directamente a la producción de un solo producto, y que por tanto sólo debe figurar en la contabilidad de costos de ese producto, para la microempresa Deli-Maiz.

Tabla No. 31

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

COSTOS DIRECTOS	
MPD	2997,6
MOD	10199,73
TOTAL COSTOS DIRECTOS	**$13197.33**

5.3.2 Gastos Administrativos: son gastos de administración son los que se generan del manejo o dirección de la empresa, es decir, todos los gastos que se generan en las oficinas y por causa del personal administrativo

Tabla No. 32

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Servicios Básicos		
concepto	**costo mensual**	**costo anual**
Luz	35,00	420,00
Agua	18,00	216,00
Teléfono	9,00	108,00
Internet	25,00	300,00
TOTAL	**87,00**	**1044,00**

Tabla No. 33

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

		EMPLEADOS ADMINISTRATIVOS					
Empleados		**Sueldo mensual**	**Décimo tercero**	**Décimo cuarto**	**Fondo de reserva**	**Total Mensual**	**Total Anual**
Gerente General	1	800,00	66,67	66,67	66,64	999,97	11999,68
Secretaria	1	360,00	30,00	30,00	29,99	449,99	5399,856
Contador	1	300,00	25,00	25,00	24,99	374,99	4499,88
		TOTAL DE EMPLEADOS ADMINISTRATIVOS				**1824,95**	**21899,416**

5.3.3 Gasto de ventas: el gasto de venta es el que se utiliza para desarrollar gestiones o actividades que incursionan con la venta de los productos.

Tabla No. 34

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

GASTO DE VENTA				
Descripción	**Costo**	**Cantidad**	**Valor Mensual**	**Valor Anual**
Combustible	100,00	0,00	100,00	1200,00
flyers	25,00	1 paquete de 200	25,00	300,00
tarjeta de presentación	14,00	1 paquete de 100	14,00	168,00
TOTAL GASTO DE VENTAS			**139,00**	**1668,00**

5.3.4 Costos fijos y variables: Son costos que no varían con los cambios en el volumen de las ventas o en el nivel de producción. Los costos variables son los que incurren en la empresa y guarda dependencia importante con los volumen de fabricación

Tabla No. 35 PROYECCIÓN COSTOS Y GASTOS

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

PROYECCIÓN DE COSTOS Y GASTOS								
PROYECCIÓN DE LOS COSTOS DE PRODUCCIÓN								
DESCRIPCION	**2014 AÑO BASE)**	**INFLACION**	**VALOR PARA LA PROYECCION**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
MANO DE OBRA DIRECTA	$ 10.199,73	0,44%	1,0044	$ 10.244,61	$ 10.289,69	$ 10.334,96	$ 10.380,43	$ 10.426,11
MATERIA PRIMA DIRECTA	$ 2.997,60	0,44%	1,0044	$ 3.010,79	$ 3.024,04	$ 3.037,34	$ 3.050,71	$ 3.064,13
CIF COSTOS IINDIRECTOS DE FABRICACION	$ 450,00	0,44%	1,0044	$ 451,98	$ 453,97	$ 455,97	$ 457,97	$ 459,99
TOTAL PROYECCIÓN DE COSTOS DE PRODUCCION				**$ 13.707,38**	**$ 13.767,69**	**$ 13.828,27**	**$ 13.889,11**	**$ 13.950,23**

Tabla No. 36

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS								
DESCRIPCIÒN	**2014 AÑO BASE)**	**INFLACION**	**VALOR PARA LA PROYECCION**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
GASTOS DE PERSONAL	$ 21.899,42	0,44%	1,0044	$ 21.995,77	$ 22.092,55	$ 22.189,76	$ 22.287,40	$ 22.385,46
MATERIALES DE LIMPIEZA Y ASEO	$ 80,00	0,44%	1,0044	$ 80,35	$ 80,71	$ 81,06	$ 81,42	$ 81,78
SUMINISTROS DE OFICINA	$ 120,00	0,44%	1,0044	$ 120,53	$ 121,06	$ 121,59	$ 122,13	$ 122,66
TOTAL PROYECCION DE GASTOS ADMINISTRATIVOS				**$ 22.196,65**	**$ 22.294,32**	**$ 22.392,41**	**$ 22.490,94**	**$ 22.589,90**

Tabla No. 29

Tabla No. 37

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

PROYECCIÓN DE GASTOS DE VENTAS								
DESCRIPCION	**2014 AÑO BASE)**	**INFLACIÓN**	**VALOR PARA LA PROYECCIÓN**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
GASTOS DE VENTAS	$ 1.668,00	0,44%	1,0044	$ 1.675,34	$ 1.682,71	$ 1.690,11	$ 1.697,55	$ 1.705,02
TOTAL PROYECCION DE GASTOS ADMINISTRATIVOS				**$ 1.675,34**	**$ 1.682,71**	**$ 1.690,11**	**$ 1.697,55**	**$ 1.705,02**

5.2 INVERSIONES

Inversión es un término económico que hace referencia a la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancias.

5.2.1 Inversión del Proyecto.

Tabla No. 38

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

INVERSIONES			
Concepto	**Uso de fondo**	**Recurso Propio**	**Recurso Financiero**
Activos Fijos			
Terreno	$ 25.000,00	$ 25.000,00	
Construcción	$ 10.800,00	$ 6.000,00	$ 4.800,00
Vehículo	$ 9.000,00	$ 9.000,00	$ -
Maquinaria y Equipos	$ 6.249,00	$ -	$ 6.249,00
Equipo de oficina	$ 840,00	$ -	$ 840,00
Equipo de computación	$ 815,00	$ -	$ 815,00
Muebles y enseres	$ 238,00	$ -	$ 238,00
Total de activos fijos	**$ 52.942,00**	**$ 40.000,00**	**$ 12.942,00**
Activos Diferidos			
Gastos de constitución	$ 580,00	$ 580,00	$ -
Total de activos diferidos	**$ 580,00**	**$ 580,00**	$ -
Capital de Trabajo			
Costos de Producción	$ 1.137,28	$ -	$ 1.137,28
Gasto Administrativo	$ 18.264,00	$ 13.882,28	$ 4.381,72
Gasto de Ventas	$ 139,00	$ -	$ 139,00
Total capital de Trabajo	**$ 19.540,28**	**$ 13.882,28**	$ 5.658,00
Total de Inversión	**$ 73.062,28**	**$ 54.462,28**	**$ 18.600,00**
participación	**100,00%**	**74,54%**	**25,46%**

5.2.1.1 Activos Fijos

Estos están sujetos a depreciación por lo que repercutirá en la evaluación, por su efecto sobre los impuestos, los terrenos no se deprecian, más bien tienden a aumentar su valor por la plusvalía generada por las obras realizadas en las reinversiones que hacen las empresas.

Tabla No. 39
Elaborado por: Elizabeth Cedeño

Detalle	Total
Inversiones Fija	27942,00
infraestructura	10800,00
Maquinaria y equipo	6249,00
Vehículo	9000,00
Muebles y enseres	238,00
Equipo de computación	815,00
Equipo de oficina	840,00

5.2.2 Capital de Trabajo

Son los recursos necesarios que deben estar disponibles en una empresa, para la operación normal del proyecto durante el inicio de su funcionamiento en proyectos el capital de trabajo inicial constituirá una parte de las inversiones de largo plazo, por cuanto forma parte de los activos corrientes por cuanto se debe elaborar un calendario de inversiones previas a la operación que identifique los montos para invertir.

Tabla No. 40
Elaborado por: Elizabeth Cedeño

CAPITAL DE TRABAJO				
Descripción	**1 Mes**	**2 Meses**	**3 Meses**	**Total**
Sueldo Personal	1824,95	1824,95	1824,95	5474,85
Servicios Básicos	87,00	87,00	87,00	261,00
Mercadería	1000,00	1000,00	1000,00	3000,00
TOTAL	**2911,95**	**2911,95**	**2911,95**	**8735,85**

Análisis: los recursos del capital de trabajo para los gastos mensuales se cubrirán con el préstamo que se realizará para poder cubre los primeros meses

5.2.3 Fuentes de Financiamiento y Usos de los Fondos

Las fuentes de financiamiento o inversores son de gran desarrollo para un negocio, aun en sus etapas tempranas, con el incentivo de tener un recupero rápido y muy rentable de su dinero si el negocio prospera.

Tabla No. 41

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

INVERSIONES			
Concepto	**Uso de fondo**	**Recurso Propio**	**Recurso Financiero**
Activos Fijos			
Terreno	$ 25.000,00	$ 25.000,00	
Construcción	$ 10.800,00	$ 6.000,00	$ 4.800,00
Vehículo	$ 9.000,00	$ 9.000,00	$ -
Maquinaria y Equipos	$ 6.249,00	$ -	$ 6.249,00
Equipo de oficina	$ 840,00	$ -	$ 840,00
Equipo de computación	$ 815,00	$ -	$ 815,00
Muebles y enseres	$ 238,00	$ -	$ 238,00
Total de activos fijos	**$ 52.942,00**	**$ 40.000,00**	**$ 12.942,00**
Activos Diferidos			
Gastos de constitución	$ 580,00	$ 580,00	$ -
Total de activos diferidos	**$ 580,00**	**$ 580,00**	$ -
Capital de Trabajo			
Costos de Producción	$ 1.137,28	$ -	$ 1.137,28
Gasto Administrativo	$ 18.264,00	$ 13.882,28	$ 4.381,72
Gasto de Ventas	$ 139,00	$ -	$ 139,00
Total capital de Trabajo	**$ 19.540,28**	**$ 13.882,28**	$ 5.658,00

Total de Inversión	**$ 73.062,28**	**$ 54.462,28**	**$ 18.600,00**
Participación	**100,00%**	**74,54%**	**25,46%**

Análisis: En la tabla de inversión podemos observar que el monto total de la inversión del proyecto es de $ 73062.28 USD de lo cual esta subdividido en el 74.54% de recursos propio de autoría del gerente o dueño de la microempresa, mientras tanto el 25.46% es en base a un préstamo realizado para poder elaborar la microempresa.

5.2.4 Amortización de Financiamiento.

Las amortizaciones son reducciones en el valor de los activos o pasivos por la adquisición de un préstamo que se refleja el valor amortizado cada mes.

Tabla No. 42

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

TABLA DE AMORTIZACIÓN DE PRESTAMO						
AÑOS	**PERIODO**	**CAPITAL (MONTO)**	**INTERES**	**CUOTA DE PAGO**	**CAPITAL PAGADO**	**SALDO**
2014(AÑO BASE)	0	$ 18.600,00				$ 18.600,00
2015	1	$ 18.600,00	$ 949,53	$ 4.650,00	$ 5.599,53	$ 13.950,00
2016	2	$ 13.950,00	$ 712,15	$ 4.650,00	$ 5.362,15	$ 9.300,00
2017	3	$ 9.300,00	$ 474,77	$ 4.650,00	$ 5.124,77	$ 4.650,00
2018	4	$ 4.650,00	$ 237,38	$ 4.650,00	$ 4.887,38	$ -
		Cuota de pago	4650			

5.2.5 Depreciaciones

La depreciaciones son el desgaste que sufre un bien por el uso que tendrían en un determinado tiempo. Cuando un activo es utilizado para generar ingresos, este sufre un desgaste normal durante su vida útil que el final lo lleva a ser utilizable, El ingreso generado por el activo usado, se le debe incorporar el gasto

Tabla No. 43

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

DEPRECIACIONES							
DESCRIPCIÓN	VALOR	VIDA UTIL DEL PROYECTO	2015	2016	2017	2018	2019
CONSTRUCCIÓN	$ 10.800,00	5	$ 2.160,00	$ 2.160,00	$ 2.160,00	$ 2.160,00	$ 2.160,00
VEHICULO	$ 9.000,00	5	$ 1.800,00	$ 1.800,00	$ 1.800,00	$ 1.800,00	$ 1.800,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	$ 6.249,00	5	$ 1.249,80	$ 1.249,80	$ 1.249,80	$ 1.249,80	$ 1.249,80
MUEBLES DE OFICINA	$ 840,00	5	$ 168,00	$ 168,00	$ 168,00	$ 168,00	$ 168,00
MUEBLES Y ENSERES	$ 238,00	5	$ 47,60	$ 47,60	$ 47,60	$ 47,60	$ 47,60
EQUIPO DE COMPUTACION	$ 815,00	3	$ 271,67	$ 271,67	$ 271,67	-	-
TOTAL DEPRECIACIONES			$ 5.697,07	$ 5.697,07	$ 5.697,07	$ 5.425,40	$ 5.425,40

Análisis: las depreciaciones son en base a la vida útil de cada activo, con este cuadro sabremos cuanto se deprecian y qué valor tiene ya sea mensualmente o anualmente.

5.2.6 Estado de Situación Inicial

Es un informe financiero contable que refleja la situación económica y el patrimonio de la empresa.

Tabla No. 44 Estado de Situación Inicial

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

EMPRESA DELI-MAIZ ESTADO DE SITUACION INICIAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2014					
ACTIVOS			**PASIVOS**		
ACTIVO CORRIENTE			**PASIVO CORRIENTE**		
CAJA BANCOS	$	8.650,00	CUENTAS POR PAGAR	$	-
CUENTAS POR COBRAR		-	DOCUMENTOS POR PAGAR	$	-
INVENTARIOS		-	**TOTAL PASIVO CORRIENTE**	$	-
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	**$**	**8.650,00**	PASIVO LARGO PLAZO		
ACTIVO NO CORRIENTE			PRESTAMO L/P	$	18.600,00
TERRENO	$	25.000,00	**TOTAL PASIVO LARGO PLAZO**	$	18.600,00
CONSTRUCCION	$	10.800,00	**TOTAL PASIVO**	**$**	**18.600,00**
VEHICULO	$	9.000,00			
MAQUINARIA Y EQUIPO	$	6.249,00	**PATRIMONIO**		
MUEBLES Y ENSERES	$	840,00	CAPITAL	$	43.572,00
EQUIPO DE OFICINA	$	238,00	**TOTAL PATRIMONIO**	$	43.572,00
EQUIPO DE COMPUTACION	$	815,00			
TOTAL ACTIVO FIJO	**$**	**52.942,00**			
OTROS ACTIVOS					
GASTOS DE CONSTITUCION	$	580,00			
TOTAL DE OTROS ACTIVOS	**$**	**580,00**			
TOTAL ACTIVO	**$**	**62.172,00**	**TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO**	**$**	**62.172,00**

Análisis: los rangos del estado de situación inicial reflejan un patrimonio alto considerable para la organización.

5.2.7 ESTADO DE RESULTADOS

Es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

El estado de resultados presenta el cuadro de actividades de producción y servicios con la finalidad de lograr los beneficios, determina el periodo presente sus ingresos y cambios.

Tabla No. 45

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

EMPRESA DELI-MAIZ ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO DEL 2015 AL 2019						
DESCRIPCION	**2014 (AÑO BASE)**	**2105**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
VENTAS	78650,85	$ 78.650,85	$ 85.650,85	$ 88.650,85	$ 93.650,85	$ 98.650,85
(-) COSTOS DE PRODUCCION		$ 13.707,38	$ 13.767,69	$ 13.828,27	$ 13.889,11	$ 13.950,22
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		$ 18.264,00	$ 23.544,00	$ 23.544,00	$ 23.544,00	$ 23.544,00
(-) GASTOS DE VENTAS		$ 1.668,00	$ 5.435,80	$ 5.435,80	$ 5.435,80	$ 5.435,80
(-) DEPRECIACIONES		$ 5.697,07	$ 5.697,07	$ 5.697,07	$ 5.425,40	$ 5.425,40
(-) AMORTIZACIONES DEL DIFERIDO		$ 116,00	$ 116,00	$ 116,00	$ 116,00	$ 116,00
(=) UTILIDAD BRUTA		$ 39.198,41	$ 37.090,29	$ 40.029,72	$ 45.240,54	$ 50.179,43
(+/-) OTROS INGRESOS O GASTOS		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		$ 39.198,41	$ 37.090,29	$ 40.029,72	$ 45.240,54	$ 50.179,43
(-) 15% PARTICIPACION DE TRABAJADORES		$ 5.879,76	$ 5.563,54	$ 6.004,46	$ 6.786,08	$ 7.526,91
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		$ 33.318,65	$ 31.526,75	$ 34.025,26	$ 38.454,46	$ 42.652,51
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA		$ 7.330,10	$ 6.935,89	$ 7.485,56	$ 8.459,98	$ 9.383,55
(=) UTILIDAD NETA		$ 25.988,54	$ 24.590,87	$ 26.539,70	$ 29.994,48	$ 33.268,96

5.28 ESTADO DE FLUJO DE CAJA

Tabla No. 47

Elaborado: Elizabeth Cedeño

EMPRESA DELI-MAIZ FLUJO DE CAJA PROYECTADO DEL 2015 AL 2019						
DESCRIPCION	**2014 (AÑO BASE)**	**2105**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
VENTAS		$ 78.650,85	$ 85.650,85	$ 88.650,85	$ 93.650,85	$ 98.650,85
(-) COSTOS DE PRODUCCION		$ 13.707,38	$ 13.767,69	$ 13.828,27	$ 13.889,11	$ 13.950,22
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		$ 18.264,00	$ 23.544,00	$ 23.544,00	$ 23.544,00	$ 23.544,00
(-) GASTOS DE VENTAS		$ 1.668,00	$ 5.435,80	$ 5.435,80	$ 5.435,80	$ 5.435,80
(-) DEPRECIACIONES		$ 5.697,07	$ 5.697,07	$ 5.697,07	$ 5.425,40	$ 5.425,40
(-) AMORTIZACIONES DEL DIFERIDO		$ 116,00	$ 116,00	$ 116,00	$ 116,00	$ 116,00
(=) UTILIDAD BRUTA		$ 39.198,41	$ 37.090,29	$ 40.029,72	$ 45.240,54	$ 50.179,43
(+/-) OTROS INGRESOS O GASTOS		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
(=) UTILIDAD OPERACIONAL		$ 39.198,41	$ 37.090,29	$ 40.029,72	$ 45.240,54	$ 50.179,43
(-) 15% PARTICIPACION DE TRABAJADORES		$ 5.879,76	$ 5.563,54	$ 6.004,46	$ 6.786,08	$ 7.526,91
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		$ 33.318,65	$ 31.526,75	$ 34.025,26	$ 38.454,46	$ 42.652,51
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA		$ 7.330,10	$ 6.935,89	$ 7.485,56	$ 8.459,98	$ 9.383,55
(=) UTILIDAD NETA		$ 25.988,54	$ 24.590,87	$ 26.539,70	$ 29.994,48	$ 33.268,96
(+) DEPRECIACIONES		$ 5.697,07	$ 5.697,07	$ 5.697,07	$ 5.425,40	$ 5.425,40
(+) AMORTIZACIONES DEL DIFERIDO		$ 116,00	$ 116,00	$ 116,00	$ 116,00	$ 116,00
(-) AMORTIZACION DE LA DEUDA		$ (10.961,68)	$ (10.012,15)			
(-) COMPRA DE ACTIVO FIJO		$ -	$ -	$ -	$ -	$ -
(-) INVERSION	$ (73.062,28)					
(-) CAPITAL DE TRABAJO	$ 8.735,85					
DEUDA	$ 18.600,00					
DEPOSITO DE GARANTIA	0					
(+) VALOR DE DESECHO						$ -
(=) FLUJO DE CAJA DE PERIODO	$ (45.726,43)	$ 20.839,93	$ 20.391,78	$ 32.352,77	$ 35.535,88	$ 38.810,36

La determinación del flujo de caja es una de las partes más importantes de una valoración financiera para toda la Microempresa, el cálculo de flujo de caja se realiza con la finalidad de evaluar los fondos disponibles de efectivo de la organización que cubre el costo del proyecto.

5.3 EVALUACION

La evaluación financiera del proyecto se caracteriza por medir la bondad del mismo, ósea que por medio de esta evaluación podremos determinar la factibilidad del proyecto utilizando metodologías como: Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Periodo de Recuperación de la Inversión, Análisis de Sensibilidad, Relación Costo-Beneficio.

5.3.1 TASA DE DESCUENTO

La principal función de la tasa de descuento es la función financiera para calcular el valor actual del valor futuro.

Tasa de descuento

Tabla No. 47

Elaborado por: Elizabeth Cedeño

CALCULO DE LA TASA DE DESCUENTO O TMAR	
TASA ACTIVA	10,21%
(+) TASA PASIVA	4,98%
TASA DE DESCUENTO	15,19%

5.3.2 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

FORMULA: **VAN= -INVERSION + VALOR PRESENTE**

Valor Actual Neto. Convierte los beneficios futuros a su valor presente o actual: considerando un porcentaje fijo que presenta el valor del dinero en el tiempo.

$$VAN = \in VP - II)$$

VAN: Valor actual neto

VP: Valor presente

II: Inversión inicial

$$VP = \frac{VF}{(1+i)^n}$$

$$VP_1 = \frac{20839.93}{(1+0{,}1519)^1}$$

$$VP_1 = \frac{20839.93}{1{,}1519}$$

$$\boldsymbol{VP_1 = 18091.78}$$

$$VP_2 = \frac{20391.78}{(1+0{,}1519)^2}$$

$$VP_2 = \frac{20391.78}{1{,}3268}$$

$$\boldsymbol{VP_2 = 15369.14}$$

$$VP_3 = \frac{32352.77}{(1+0.1519)^3}$$

$$VP_3 = \frac{32352.77}{1{,}5284}$$

$$\boldsymbol{VP_3 = 21167.74}$$

$$VP_4 = \frac{35535.88}{(1+0{,}1519)^4}$$

$$VP_4 = \frac{35535.88}{1{,}7605}$$

$$\boldsymbol{VP_4 = 20185.10}$$

$$VP_5 = \frac{38810.36}{(1+0{,}1519)^5}$$

$$VP_5 = \frac{38810.36}{2{,}0280}$$

$$\boldsymbol{VP_5 = 19137.25}$$

$$VAN = (-73062.28 + 93951.01)$$

$$\boldsymbol{VAN = 20888.73}$$

Análisis: Como se puede apreciar, el proyecto en su vida útil tiene un valor actual neto de $20.888,73 USD de una inversión de $73.062,28 esto significa que el proyecto es viable.

5.3.3 TIR

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Tasa interna de retorno es la que da como resultado un valor presente neto igual acero.

Retorno de inversión, cantidad ganada en proporción directa al capital invertido.

Para calcular la tasa interna de retorno se aplica la siguiente fórmula:

$$TIR = \left[\frac{VAN^{+}}{VAN^{+} - VAN^{-}}(Diferencia\ de\ tasas)\right] + VAN^{+}$$

Donde:

TIR= Tasa interna de retorno

VAN^{+}= Valor actual neto positivo

VAN^{-}= Valor actual negativo

Tabla No. 48

Elaborado Por: Elizabeth Cedeño

INVERSION	$	(73.062,28)
AÑO 2015	$	20.839,93
2016	$	20.391,78
2017	$	32.352,77
2018	$	35.535,88
2019	$	38.810,36
TIR		25,29%

La tasa interna de retorno es del 25.29%, como el porcentaje de la tasa interna de retorno (25.29) es mayor a la tasa de oportunidad (15.19%), favorece la viabilidad del estudio de factibilidad.

5.3.4. Periodo de retorno de la inversión

El periodo de retorno de la inversión, se trata de calcular el número de años que son necesarios para recuperar la cantidad de dinero invertida en el estudio de factibilidad de la microempresa Deli-Maíz

Para calcular el periodo de retorno de la inversión, se utiliza la siguiente fórmula:

$$PRI = \frac{Inversión\ Inicial}{Promedio\ de\ flujos}$$

Tabla: Flujos de caja

Año 1	20839.93
Año 2	20391.78
Año3	32352.77
Año4	35535.88
Año 5	38810.36
Promedio	**29586.14**

$$PRI = \frac{73062.28}{29586.14}$$

= 2.5

$$\boldsymbol{PRI = 2, años\ 5\ meses}$$

En el estudio de factibilidad, se estima recuperar la inversión en el periodo de 2 años 5 meses.

5.3.5. Relación costo – beneficio ($R\,{}^{C}/_{b}$)

La relación beneficio – costo, se realiza comparando el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión.

Fórmula:

$$\mathrm{R}\,{}^{\mathrm{C}}/_{\mathrm{B}} = \frac{\mathrm{VAN}}{\mathrm{Inversión\ Inicial}}$$

$$\mathrm{R}\,{}^{\mathrm{C}}/_{\mathrm{B}} = \frac{20888.73}{73062.28}$$

$$\boldsymbol{R\,{}^{C}/_{B} = 0,29 vs}$$

La relación costo – beneficio del estudio de factibilidad es de Usd 0,29 lo que significa que por cada dólar invertido, la empresa gana Usd 0,29

5.3.6. Punto de equilibrio

En el punto de equilibrio, de acuerdo (Vaca, 2001). Señalo que:

> Con base en el presupuesto de ingresos y de los costos de producción, administración y venta, se clasifican los costos como fijos y variables, con la finalidad de determinar cuál es nivel de producción done los costos totales se igualan a los ingreso. Pg. 221

En el estudio de factibilidad, para calcular el punto de equilibrio se utiliza la siguiente fórmula:

$$Punto\ de\ equilibrio = \frac{Costos\ fijos}{1 - \frac{Costos\ variables}{Precio * Cantidad}}$$

Tabla: Costos fijos y variables

Costos fijos	Costos variables
1668.00	1044.00

Fuente: Autor Elizabeth Cedeño

Costo total = Costo fijo − costo veriable Costo total = 1668.00 + 1044.00

$$\textbf{Costo total} = \mathbf{2412.00}$$

$$\text{Costo unitario} = \frac{\text{Costo total}}{\text{cantidad}} \qquad \text{Costo unitario} = \frac{2412.00}{1800}$$

$$\text{Costo unitario} = 1{,}50 \text{ cvs}$$

$$\text{Precio} = \frac{\text{Costo unitario}}{1-\text{B}(57{,}5\%)} \qquad \text{Precio} = \frac{1.50}{1-0{,}575} \qquad \text{Precio} = \frac{1.50}{0{,}425}$$

$$\boldsymbol{Precio = 3.52\ cvs}$$

Punto de Equilibrio

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos fijos}}{1 - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Precio} * \text{Cantidad}}}$$

$$\text{Punto de equilibrio en usd} = \frac{1044.00}{1 - \frac{1668}{3.52 * 1800}}$$

$$\text{Punto de equilibrio en usd} = \frac{1044.00}{1 - \frac{1668.00}{6336}}$$

$$\text{Punto de equilibrio en usd} = \frac{1044.00}{1 - 0{,}2632}$$

$$\text{Punto de equilibrio en usd} = \frac{1044.00}{0{,}7368}$$

$$\boldsymbol{Punto\ de\ equilibrio\ en\ usd = 1416.94}$$

$$\text{Punto de equilibrio en unidades} = \frac{\text{Punto de equilibrio en USD}}{\text{Precio de venta unitario}}$$

$$\text{Punto de equilibrioen unidades} = \frac{1416.94}{3.52}$$

$$\text{Punto de equilibrio en unidades} = 402.54 \text{ unidades}$$

De acuerdo con los datos arrojados por los cálculos, en el estudio de factibilidad se alcanza el equilibrio cuando los ingresos son de USD 1416.94, con la cantidad de 402.54 unidades. Con estos valores de equilibrio, la empresa Deli-Maíz cubre tanto los costos fijos como variables.

5.3.7. Análisis de índices financieros

Las razones son útiles en el análisis financiero realizado por los inversionistas puesto que captan los aspectos fundamentales del desempeño económico de una entidad.

Índice de endeudamiento

Este índice permite evaluar la estructura de financiamiento del activo total y mide el porcentaje de financiamiento por medio de la deuda.

INDICE FINANCIERO

ENDEUDAMIENTO	TOTAL PASIVO / TOTAL ACTIVO	$ 18.600,00 / $ 52.942,00	0,35	35%

$$\text{Indice de endeudamineto} = \frac{\text{Pasivo total} * 100}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Indice de endeudamineto} = \frac{18600.00 * 100}{52.942,00}$$

$$\text{Indice de endeudamineto} = 35\%$$

El índice de endeudamiento es del 35%, lo que significa que el 35% del patrimonio es endeudamiento..

Indicadores de rentabilidad

ROE	UTILIDAD NETA / CAPITAL CONTABLE	$ 25.988,54 / $ 43.572,00	$ 0,60	60%

ROA	UTILIDAD NETA	$ 25.988,54	$ 0,49		49%
ROI	UTILIDAD NETA / INVERSION	$ 25.988,54 / $ 73.062,28		0,36	36%

Índice de rentabilidad sobre ventas

El índice de rentabilidad permite conocer la utilidad por cada dólar vendido. Cuando este índice cuando tiene un porcentaje elevado significa mayor rentabilidad.

$$\text{Indicede rentabilidad sobre las ventas } = \frac{\text{Utilidad neta del ejercicio}}{\text{ventas}}$$

$$\text{Indicede rentabilidad sobre las ventas } = \frac{25988.54 * 100}{78650.85}$$

$$\text{Indicede rentabilidad sobre las ventas } = 33\%$$

UTILIDAD N0ETA / VENTAS	$ 25.988,54 / $ 78.650,85	$ 0,33		33%

El índice de rentabilidad sobre las ventas es del 33%, lo que significa que por cada dólar invertido tenemos un rendimiento del 33%.

Rentabilidad sobre el patrimonio

Este índice mide el beneficio logrado, en función de patrimonio que posee, por lo tanto da una idea de la capacidad de la empresa para generar beneficios con el uso de capital invertido en ella.

$$\text{Indicede rentabilidad sobre el patrimonio } = \frac{\text{Utilidad neta del ejercicio}}{\text{Patrimonio}}$$

$$\text{Indicede rentabilidad sobre el patrimonio } = \frac{25998.54 * 100}{43572.00}$$

$$\textbf{Indice de rentabilidad sobre el patrimonio } = \mathbf{59.66}\%$$

El índice de rentabilidad sobre el patrimonio es del 59.66%, lo que significa que la rentabilidad a favor de los accionistas de la empresa es del 59.66%.

Índice de rentabilidad sobre el activo total

Este índice mide la rentabilidad lograda en función de los recursos de la empresa, independientemente de sus fuentes de financiamiento.

$$\text{Indicede rentabilidad sobre el activo total } = \frac{\text{Utilidad neta}}{\text{Activo total}}$$

$$\text{Indicede rentabilidad sobre el activo total } = \frac{25998.54 * 100}{52942.00}$$

$$\textbf{Indicede rentabilidad sobre el activo total } = \mathbf{49.10}\%$$

El índice de rentabilidad sobre el activo total es del 49.10%, lo que significa que las utilidades en función a los activos disponibles es del 49.10%.

CAPÍTULO VI

6. ANÁLISIS DE IMPACTOS

6.1 IMPACTO AMBIENTAL

El impacto ambiental que genera la elaboración de productos a base de maíz siendo el mismo una materia prima principal, podría verse afectado en la parte de producción de los agricultores del maíz, ya que los insecticidas y demás remedios que se utiliza para la producción de maíz podría afectar al ambiente, cabe recalcar que por lo general las plantaciones de maíz de las realiza en el campo o lugares lejanos.

6.2 IMPACTO ECONÓMICO

Con la implementación de la microempresa Deli-Maíz se busca dar beneficios económicos a los socios, aportar con el crecimiento del país con el cambio de la matriz productiva y generar fuentes de trabajo para la sociedad ecuatoriana contribuyendo al desempleo que existe en Ecuador, además se aportaría con el Plan Nacional del Buen Vivir

6.3 IMPACTO PRODUCTIVO

Con la implementación de la microempresa Deli-Maíz se da apertura a la tecnología se busca diversificar el producto y entrar en el mercado nacional ya que al utilizar tecnología de punta ayudará a crecer y ser competitivo.

6.4 IMPACTO SOCIAL

Se aporía con la sociedad ya que son los consumidores de los posibles productos con la nutrición y una sana manera de alimentar a los niños ecuatorianos ya que nos hemos enfocado con los más pequeños porque es de gran ayuda para su bienestar y desarrollo infantil.

CAPÍTULO VII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Las conclusiones y recomendaciones están basadas y analizadas de acuerdo al desarrollo del proyecto de factibilidad "Deli-Maíz"

7.1 CONCLUSIONES

De acuerdo a los factores externos de la organización se determinó que emprender con un proyecto en el Ecuador es viable, debido al reciente cambio de la matriz productiva, otro de los factores importantes es el constante apoyo por parte del gobierno ya que hay el apoyo para los pequeños empresarios a nivel nacional. Con el estudio de mercado se determinó que el servicio que se ofrecerá al consumidor será aceptado a largo plazo debido a que seremos nuevos en el sector.

El análisis económico determino que la inversión realizada se recuperará en los plazos establecidos ya que el producto tendrá una acogida en grandes proporciones por parte de la sociedad en general debido a que las microempresas con el aspecto enfocado a la nutrición que es un caso que aborda al país gran demanda en el sector donde se implementará.

7.2 RECOMENDACIONES

Al concluir con el estudio de factibilidad se recomienda realizar un buen estudio de mercado con todos los pasos a seguir ya que de este depende que las inversiones realizadas se puedan recupera de la forma más rápida en los sectores donde se realizó las investigaciones previas a la obtención de la información.

Es recomendable cumplir con todos los parámetros de producción, para poder obtener los estándares más altos en calidad y así poder competir con los productos sustitutos que son muchos en el mercado.

Lo primordial es dar calidad de punta para poder cumplir con los clientes y de esta forma ganar una fidelidad de los potenciales clientes que de una u otra forma abandonan a la competencia.

Así como cumplir con las expectativas brindadas para que lleguemos a cumplir poco a poco nuestra meta.

Un punto clave que tiene que tomar la empresa es la satisfacción de los clientes internos estableciendo una filosofía empresarial que encamine a sus funcionarios al cumplimiento de sus objetivos y metas planteadas, así como, al desempeño, eficaz y eficiente del talento humano.

GLOSARIO

1. **Carbohidratos:** Son uno de los principales componentes de la alimentación. Esta categoría de alimentos abarca azúcares, almidones y fibra.
2. I**nsaponificable:** es cualquier sustancia química que no interactúa con un ácido graso y una base o álcali, en la que se obtiene la sal de ese ácido y la base.
3. **Ateromatosis:** es la presencia de placas de colesterol y elementos grasos en las paredes de las arterias, que hace que éstas se estrechen y no dejen pasar el normal flujo de sangre, produciendo un infarto en el cerebro.
4. **Periodontoclasia:** Pérdida de los dientes permanentes.
5. **Antioxidante:** es una molécula capaz de retardar o prevenir la oxidación de otras moléculas. La oxidación es una reacción química de transferencia de electrones de una sustancia a un agente oxidante
6. **Beta-caroteno**: es un pigmento natural que se encuentra en numerosas especies vegetales.
7. **Laxante**: es una preparación usada para provocar la defecación o la eliminación de heces
8. **Transgénicos:** son aquellos que han sido producidos a partir de un organismo modificado mediante ingeniería genética y se le han incorporado genes de otro organismo para producir las características deseadas

Bibliografía

Avayero. (2013). *obesidad*. Obtenido de (http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/, 2012

BCE. (mayo de 2014). *bacno central del ecuador*. Obtenido de http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

CADENA, E. (04 de 07 de 2014). *inflación* . Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-registra-una-inflacion-de-010-en-junio/

Casas, i. r. (2005). *visiones y enfoques necesarios para crear microempresa.* Paraguay: asiociativa rural MAR.

Cesar. (2011). *definicion org*. Obtenido de http://www.definicion.org/tasa-de-interes-pasiva

Costales, j. R. (16 de Febrero de 2012). *Cifras TIC en Ecuador 2012*. Obtenido de http://www.canal-tecnologico.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1408:cifras-tic-en-ecuador-2012&catid=30:telecomunicaciones&Itemid=55

Ekos. (MARZO de 2014). *revista ekos* . Obtenido de http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/912.pdf

Ekos, R. (01 de 2014). *Analisis Económico*. Obtenido de http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=2777

Ferrer, J. (2010). *Conceptos Bacicos de la Metodologia de la Investigación.* Obtenido de Blogger.com: http://metodologia02.blogspot.com/p/justificacion-objetivos-y-bases.html

FINANCIERO, E. (Junio 18 ,2014). Crecimiento del Ecuador.

Fonseca, E. P. (Marzo de 2012). *analisis económico*. Obtenido de revista virtual de investigacion económica: http://analisiseconomico.info/index.php/opinion2/346-crecimiento-economico-ecuatoriano

http://es.wikipedia.org/wiki/Ma%C3%ADces_ecuatorianos. (18 de 01 de 2014). Obtenido de http://es.wikipedia.org/wiki/Ma%C3%ADces_ecuatorianos

inec . (2014). http://diariodigitalcentro.com/index.php/1316-inec-tasa-de-desempleo-se-redujo-al-55.

Info, A. (05 de 04 de 2014). Obtenido de http://www.teleamazonas.com/index.php/noticias/nacionales/41883-ingreso-familiar-cubre-costo-de-la-canasta-basica-en-ecuador

lpcdedios707. (14 de Noviembre de 2013). *las plantas curativas*. Obtenido de http://lpcdedios.wordpress.com/2013/11/14/maiz-y-sus-beneficios/

Mirtha, L. (12 de Junio de 2014). *Emprendedores*. Obtenido de http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/

Moya, A. (2006). *Comportamiento del consumidor.* barcelona: Eureca Media.

Ramiolra. (02 de 2009). *historia del Maiz*. Obtenido de http://es.scribd.com/doc/11996681/Historia-Del-Maiz

SAN CAMILO . (2006). Obtenido de http://www.sancamilo.com.ec/maiz.html

Sanroma, E. (2008). *Oferta y Demanda de cualificaciones profesionales.* barcelona: 2000.

SEMF. (04 de 10 de 2010). Obtenido de http://www.saluddealtura.com/todo-publico-salud/salud-nutricion-familia/nutricion/alimentacion-escolar/

Vaca, F. (2001). *inversiones.*

Anexos

Tabla No. 49

GASTOS ADMINISTRATIVOS			
Empleados	**CANTIDAD**	**Total Mensual**	**Total Anual**
Gerente General	1	800,00	9600,00
Secretaria	1	360,00	4320,00
Contador	1	300,00	3600,00
Luz	1	35,00	420,00
Agua	1	18,00	216,00
Teléfono	1	9,00	108,00
Total			**18264,00**

Tabla No. 50

SUMINISTRO DE OFICINA			
Descripción	**cantidad**	**Precio**	**Total Anual**
Resma de papel bond	10	3,20	32,00
Esferos	50	0,25	12,50
calculadora	3	9,00	27,00
carpetas	30	0,35	10,50
tinta de impresoras	8	3,50	28,00
marcadores	10	1,00	10,00
Total			**120,00**

Tabla No. 51

LIMPIEZA			
Descripción	**cantidad**	**Precio**	**Total Anual**
escobas	2	3,50	7,00
desinfectantes	7	1,29	9,00
toallas	5	4,20	21,00
papel higiénico	60	0,50	30,00
trapeador	2	3,80	7,60
cepillo de baño	3	1,80	5,40
	Total		**80,00**